

ARTICOLI - Aggiornamenti

Wellness, le diverse offerte

Publicato il: 06/12/2007



In una ipotetica gerarchia tra offerte di benessere & ricettività si passa dal livello zero in cui l'hotel offre solo camere e ristorazione, al gradino uno in cui c'è uno spazio benessere, ad un "livello due" con gli SPA hotel per arrivare all'apice della piramide nel caso in cui l'offerta sia completa come nel wellness hotel.

Un wellness hotel dovrebbe progettare ogni dettaglio della propria offerta per permettere all'ospite di vivere una dimensione nuova, più pura, più felice di quanto non faccia nel mondo esterno. Il concept del wellness hotel arriva a soddisfare l'esigenza contemporanea di ricerca della qualità della vita attraverso la fuga in spazi e ambienti sani ed

adeguati.

La connotazione di wellness può così permeare ogni spazio ed ogni servizio di un hotel e non restare solo relegata nel centro benessere al primo piano interrato.

Un punto fondamentale possibilità di generare profitti dall'area benessere: l'albergatore spesso cerca di far gestire il "wellness" in outsourcing magari affidandola ad una società specializzata da cui ricevere un affitto mensile. I rischi e i vantaggi di questa scelta sono quelli insiti in ogni partnership tra operatori di servizi complementari: il cliente finale può risentire della differenza di trattamento. Pur essendo personalmente favorevole, in generale, all'outsourcing e all'azienda a rete, credo che per lo specifico caso dell'area wellness gli svantaggi siano spesso superiori ai ritorni attesi.

L'emozionalità e le sensazioni che un cliente dell'hotel sviluppa nel wellness center della struttura rappresentano gran parte del ricordo e dei parametri di giudizio che lo stesso cliente avrà sul soggiorno complessivo. A maggior ragione la gestione dell'area benessere per uno SPA hotel è ancora più critica anche per la rilevanza economica che occupa nella quota complessiva di ricavi della struttura. In tale caso le formule di franchising possono rappresentare un valido supporto per migliorare il know how tecnico e gestionale.

Piergiorgio Mangialardi