

Camere in rosa

Le donne che viaggiano per affari sono sempre di più. E sempre più spesso le catene alberghiere, in Italia e nel mondo, propongono servizi "for ladies", dalle linee di prodotti termali, alle riviste gratuite, fino ai massaggi yoga in camera e ai menu dietetici.

di Maria Elena Arcangeletti



Le trasferte sono sempre più rosa. La percentuale di viaggiatrici frequenti è arrivata quasi al 50% del totale, almeno negli Usa, e aumenta di anno in anno anche in Europa. E pensare che negli anni Settanta le business traveller erano appena l'1%, e che per assistere a un aumento vertiginoso di questa tipologia di viaggiatrici è stato necessario attendere gli anni Novanta (38% nel '96). Il profilo delle dipendenti in trasferta? Lo ha fornito qualche anno fa il magazine specializzato Pianeta Hotel, rivelando che le turiste d'affari compiono in media da due a quattro viaggi l'anno, ricoprono in genere ruoli manageriali e considera-

no le trasferte una componente importante del proprio lavoro, nonché una possibilità di renderlo più interessante.

Per venire incontro alle specifiche esigenze di questo target, oggi alcune catene alberghiere propongono camere e servizi ad hoc. Perché se è vero che ci sono necessità fondamentali per viaggiatori d'affari di entrambi i sessi (ad esempio la posizione dell'hotel rispetto ai propri impegni lavorativi, la presenza della connessione a Internet, la competitività dei prezzi e la pulizia), è un dato dimostrato dalle ricerche che una donna privilegia, rispetto alla location dell'hotel, il servizio offerto, specie se "woman friendly". Ma allora che cosa deve offrire una struttura ricettiva per soddisfare le turiste d'affari?

La sicurezza prima di tutto

Una business traveller è prima di tutto una donna e quindi, purtroppo, soggetta a pericoli che riguardano molto meno l'universo maschile. In particolare se viaggia sola. La sicurezza allora diventa un elemento fondamentale dell'offerta di un hotel e il valore aggiunto che ne determina la scelta. I servizi legati alla sicurezza che una struttura può mettere in campo per conquistare la sua clientela femminile sono tanti. Come l'illuminazione del parcheggio - luogo ideale per aggressioni e incidenti - e dei piani, o il videocontrollo delle aree comuni più "a rischio" tramite circuito chiuso. Alcuni hotel propongono il servizio di accompagna-

mento alla propria camera in orari notturni; meglio ancora il servizio gratuito di navetta da e per l'aeroporto. Sull'assegnazione della camera la reception può avere l'accortezza di preferire per i clienti donne quelle più vicine agli ascensori, per evitare appunto di trovarsi sole lungo corridoi scarsamente illuminati. In particolare si può evitare, al check-in, di comunicare ad alta voce il numero di camera, scrivendolo magari su un foglio, tenendo in tutti i modi di far sentire la cliente protetta e al sicuro.

Particolare attenzione alla clientela femminile è necessaria anche in quelle aree dell'albergo, come il bar o il ristorante, dove una donna sola può essere facilmente oggetto di sguardi indiscreti: la predilezione per tavoli posizionati lungo il perimetro della sala, lontani così dal centro e dalle cucine, può essere una buona soluzione. Insieme alla possibilità, scelta da un gran numero di viaggiatrici d'affari, di consumare la cena in camera, anche per godere delle comodità in tutta rilassatezza.

E in camera? Se si vuole stupire positivamente la propria clientela femminile, il consiglio è quello di far trovare un buffet di frutta e prodotti freschi, fiori profumati, riviste e magari anche un nécessaire con accessori d'emergenza specifici per bisogni femminili, o un kit da cucito. Personalizzare una camera adattandola alle esigenze "rosa" non richiede spese particolari, ma solo delle attenzioni in più, in particolare nel bagno. Quante volte la cliente si trova a fare la doc-

cia con prodotti dalla fragranza "sportiva"? L'amenity kit e la toilette diventano allora un importante strumento per arrivare al cuore delle clienti: saponi delicati o magari un'intera linea Spa solo per le ospiti donne, luce adeguata al trucco, uno specchio a figura intera, il ferro da stiro, un phon di buona qualità e asciugamani a sufficienza, perché si sa, la donna ne usa più di uno. Particolarmente apprezzati dalla viaggiatrice d'affari tutti quei servizi in più relativi al benessere: dalla fascia per i massaggi in bagno, alla possibilità di godere di massaggi in camera o dei trattamenti di un'estetista. In generale, è gradita la presenza di un'area fitness dove poter fare attività fisica, in particolare yoga, senza uscire dall'albergo: anche in questo caso, riservare particolare attenzione alla clientela femminile vuol dire assicurarsi che i macchinari e gli ambienti siano sempre puliti, offrendo eventualmente anche fazzoletti e spray antibatterici, e che ci sia acqua fresca. Di grande appeal anche la possibilità di scegliere tra menu a basso contenuto di carboidrati o vegetariani. Se poi alla cliente viene offerta anche una cartina con indicazioni dei migliori negozi dove rilassarsi facendo shopping, la fedeltà è praticamente assicurata.

Le catene alberghiere "woman friendly"

All'estero le strutture con servizi per signora non mancano. Il **Grand Hotel di Oslo** (www.grand.no), ad esempio, è stato il primo albergo in Europa ad aprire un "ladies floor" dedicato. Le 13 camere, battezzate con i nomi di artiste e intellettuali nordiche, offrono letti queen-size, cuscini più grandi, linee da bagno profumate, ferro da stiro, frutta fresca, lezioni di yoga in camera, bollitore per tè e caffè, campanello e spioncino alla porta, accesso gratuito alla Spa dell'albergo. Piano dedicato anche



Sopra e nella pagina a fianco, due camere del "Ladies floor" del Grand Hotel Oslo.

nell'**Hamilton Crowne Plaza** di Washington DC (www.hamiltonhoteldc.com), dove per coccolare le ospiti sono disponibili morbidi accappatoi, riviste femminili, prodotti termali.

A Zurigo, inoltre, è possibile prenotare una camera presso il **Lady's First Zurich** (www.ladysfirst.ch), albergo per sole donne fondato nel 1994 dall'organizzazione no profit Frauenhotel AG. Situata nel quartiere Seefeld, a circa 10 minuti dalla stazione ferroviaria e 25 dall'aeroporto, la struttura è stata ricavata all'interno di un elegante edificio del diciannovesimo secolo. Le 28 camere, arredate con una particolare attenzione ai gusti femminili dall'architetto Pia Schmid, esibiscono pavimenti in parquet e mobili di design. L'albergo è dotato di una Spa con sauna finlandese, solarium e terrazza con vista sulle Alpi. Il listino include numerosi trattamenti pensati per il pubblico femminile, dallo Speciale Jet Lag, della durata di tre ore, al Lady's Massage, fino alle sedute di trucco e cosmetica.

A Berlino, invece, c'è l'hotel **Arthemisia** (www.frauenhotel-berlin.de), situato in un palazzo del primo Novecento nel tranquillo quartiere di Charlottensburg. Pagando un prezzo contenuto (a partire da 34 euro

per la camera doppia), le ospiti possono usufruire di un bar con terrazza, una confortevole sala riunioni e una galleria d'arte, con opere contemporanee di artiste tedesche e internazionali.

Se l'Arthemisia punta sul clima accogliente e familiare, diversa è la filosofia del **Luthan Hotel and Spa** di Ryad, che propone atmosfere esclusive e ultraraffinate e si definisce un "santuario gestito dalle donne per le donne". Fiore all'occhiello è la Spa, che propone trattamenti naturali per la cura di viso e corpo (a cui è possibile sottoporsi anche nella propria camera), ma anche menù personalizzati per smaltire i chili di troppo (www.luthanspa.com).

Di recente, le offerte per il pubblico femminile sono approdate anche in Italia. Dall'Emilia Romagna viene il segnale più forte, con la recente nascita degli **Alberghi delle donne** (www.alberghidelledonne.com), un consorzio di hotel della Riviera Romagnola (Gabicce Mare e Cattolica) che si distinguono per un'offerta di servizi e attenzioni dedicati alle signore. Requisito necessario per fregiarsi del titolo è avere uno spazio benessere (sauna, bagno turco e massaggi, lezioni di trucco gratuite, trattamenti estetici, set di cortesia con prodotti di

Alberghi



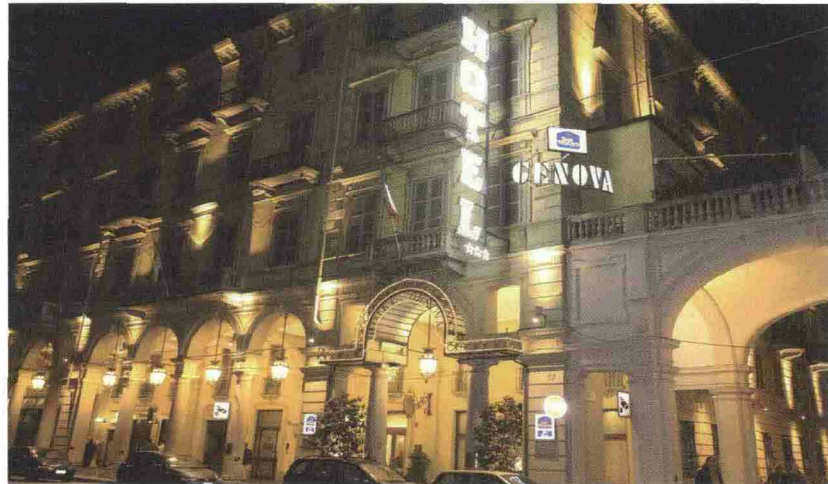
qualità), discrezione, ristorazione genuina e di ottimo livello, camere spaziose e confortevoli. In particolare, alle business woman in viaggio il consorzio garantisce assoluta cortesia, riservatezza, camere insonorizzate e dotate di tecnologia d'avanguardia, courtesy service con set per manicure, massaggi defatiganti.

Inoltre, è d'obbligo citare **Starhotels Ladies**, una proposta per le donne che viaggiano senza accompagnatori, valida in tutti gli alberghi italiani della catena **Starhotels** (www.starhotels.it), per tutto l'anno e senza limitazioni di date. Tariffe particolarmente convenienti, per un pacchetto che comprende un fiore fresco all'arrivo, la stiratura di un capo – fondamentale per presentarsi impeccabili all'appuntamento di lavoro –, cena golosa e ipocalorica servita in camera, la rivista femminile Ladies da sfogliare nei momenti di relax. Compresi nella tariffa, l'utilizzo di una camera doppia uso singola, colazione "American buffet", la linea di prodotti per il benessere e il relax "My Starbeauty", l'opportunità di scegliere il cuscino preferito ("Pillowmania"), bollitore con bevande calde e specchio ingranditore in bagno.

Ancora, le viaggiatrici ospiti di al-

cuni alberghi selezionati **Best Western** (www.bestwestern.it) pos-

sono usufruire dell'offerta "Love Promise for Woman": servizi speciali e attenzioni pensate per la clientela "in rosa". A cominciare dal breakfast corner con prodotti biologici e naturali, passando per la parking zone agevolata vicina e illuminata (se disponibile), riviste femminili a disposizione e concierge dedicato per ricevere informazioni sullo shopping, la cultura, il wellness della zona. Nella "W room", phon professionali e piastra per capelli, bollitore con una scelta di tisane, prodotti delicati per viso e corpo, possibilità di servizio in camera. La maggior parte delle strutture Best Western che offrono questi servizi si trovano in mete d'affari, come Milano, Roma, Torino, Genova. ●



Sopra, hotel Best Western. La catena propone l'offerta "Love Promise for Woman". In alto, immagini degli alberghi **Starhotels**, che offrono servizi ad hoc per la clientela femminile.