Il Sole 24 Ore
Martedì 17 Febbraio 2009

Family hotel. Sempre più genitori preferiscono le strutture dove ricevono un supporto nella cura dei figli

Gettonate le vacanze a misura di bambino

Laura Belli

Miniclub gestiti da personale specializzato, aree gioco riservate, menu speciali, intrattenimento su misura anche dopocena se lo spettacolo in programma non è adatto a un pubblico di giovanissimi. Una vacanza in linea con le aspettative familiari insomma, anche sul piano economico. Risponde così alle esigenze delle famiglie Teorema Tour, il cui target di riferimento per pacchetti volo+soggiorno sono famiglie a reddito medio. Sua la formula vincente "Bambino gratis", che elimina la quota di partecipazione per i bambini che dormono in terzo letto e in camera con i genitori (eccezion fatta per una quota fissa che varia tra circa 175 e 300 euro, a seconda della destinazione).

I bambini possono così partecipare alla vacanza gratuitamente, godendo dello stesso trattamento previsto da catalogo per i genitori (tutto incluso, pensione completa, eccetera). Valida sulla maggior parte delle strutture, l'offerta interessa bambini di età compresa tra i 2 e i 12 anni, anche se per l'estate 2009 è prevista in molte strutture l'estensione fino a 14-16 anni.

In risposta alla crisi, la politica Teorema Tour propone anche un potenziamento dell'altra offerta risparmio, "Prenotazione anticipata" (di un mese o più), cumulabile a quella "Bambino gratis": i villaggi in programmazione saranno infatti interessati dalle formule "Hard e Super Hard Discount", con sconti fino a 1.000 euro a coppia sulle quote in catalogo. I dati Astoi (Associazione tour operator italiani) confermano l'attenzione verso il target famiglia, soprattutto in formula advance booking che permette di risparmiare fino al 30 per cento.

Le altre formule incentive prevedono sconti o gratuità per bimbi (generalmente da 0 a 2 anni) che viaggiano con almeno due adulti oppure gratuità di volo e soggiorno per bimbi da 0 a 2 anni che viaggiano con 1 solo adulto: un importante segnale di attenzione verso le nuove abitudini del "fare vacanza in famiglia" (genitori separati, periodi di vacanza non coincidenti per mamma e papà, eccetera). Dato interessante: oltre alle vacanze in villaggi e resort, riscuotono un grande successo quelle in crociera, che a fronte di un buon rapporto qualità-prezzo, assicurano tutta una serie di servizi e intrattenimenti a bordo pensati per i più piccoli.

OFFERTE SPECIALIZZATE
Molti pacchetti consentono di portare gratis i più piccoli e di usufruire di servizi di animazione professionali per molte ore al giorno

PRENOTAZIONI VIA WEB
Duecentomila visite al mese per il sito Bimboinviaggio.com, diventato uno dei punti di riferimento più accreditati

Dove prenotano gli italiani? Oltre che in agenzia, sul web. Un esempio su tutti: con più di 200mila visite al mese e 11mila iscritti alla newsletter, www.bimboinviaggio.com è il punto di riferimento per le famiglie che possono scegliere tra i 130 alberghi (nazionali ed esteri) e oltre 50 tra parchi, musei e località ideali per le vacanze in famiglia. «Nel 2008 abbiamo registrato una grande richiesta da parte di strutture ricettive per entrare a far parte del portale: ma il nostro obiettivo non è tanto quello di crescere per numero, quanto in qualità, operando un'attenta selezione», dichiara la fondatrice e managing director Chiara Rosati. «Questo ci consente di poter raccogliere solo chi si distingue per un'ospitalità d'eccellenza e su misura dedicata a famiglie con bimbi e ragazzi fino ai 18 anni d'età. Ci aspettiamo un'ulteriore crescita nel 2009, anche in risposta al momento di difficoltà economica: i proprietari di alberghi, infatti, stanno cominciando a capire che conviene, sulla base delle proprie caratteristiche, selezionare un target e specializzarsi su quello, scegliendo attentamente i canali più coerenti con detto target».

Un'altra realtà interessante con booking on line è il club Giocovacanza (www.giocovacanza.it), fondato nel 2007 da un gruppo di undici soci che si sono autofinanziati un percorso formativo di un anno e che oggi conta 14 alberghi in Trentino. «Si tratta di strutture non ancora accomunate per politica tariffaria, prossimo obiettivo questo per migliorare ulteriormente l'offerta senza tuttavia annullare l'identità del singolo esercente, ma da tutta una serie di servizi standard», afferma Elisabetta Zanella, responsabile area prodotti vacanza Giocovacanza. «Come camere a misura di bambino, animazione e spazi dedicati, ristorazione con prodotti genuini locali e menù per i più piccoli, servizio baby sitting 0-3 anni a pagamento, assistenza medica con una piccola farmacia di primo intervento e informazioni su strutture mediche di turno nei paraggi».

Tra le realtà più consolidate la Italy Family Hotels (www.italyfamilyhotels.it): catena alberghiera leader nell'ospitalità su misura per famiglie con bambini, conta 72 strutture in 12 regioni italiane. «Ed è proprio alla clientela italiana che si rivolge prevalentemente l'offerta (70% del target di riferimento, il restante 30% clientela tedesca e inglese)» spiega il presidente del consorzio, Marina Pasquini. «Da uno studio del consorzio Italy Family Hotels è emerso che, gran parte delle famiglie non rinuncia alla vacanza, tantomeno quella di qualità e con servizi su misura. Ma più intelligentemente la organizza autonomamente, con anticipo, riducendo magari la durata del soggiorno o spostando la vacanza in bassa stagione per risparmiare. Dal 2007 la nostra politica si è mossa proprio in questa direzione: aumentare qualità e molteplicità dei servizi, senza imporre ai soci una riduzione dei prezzi. In altre parole ciascun hotel segue una sua politica tariffaria, ma il portale offre un gran numero di soluzioni che uniscono a servizi efficienti, dei prezzi vantaggiosi. Come la formula "prima prenoti e meno spendi", con sconti interessanti per chi ferma l'offerta con almeno un mese di anticipo. E ancora, "sconti e gratuità bimbi 0-3 anni" in periodi di bassa stagione, "piani e pacchetti famiglie" di una settimana, in bassa stagione e nei periodi di alta stagione ma di minore richiesta, includendo nel prezzo della vacanza numerosi servizi extra rispetto a quelli standard. Oppure la variazione della formula 2+2 in "2 adulti + 2 bambini = tre quote intere" anziché 4». Qualche dato su prenotazioni e fatturato negli ultimi 10 mesi (da quando è stato installato sul portale il sistema di Vertical Booking, che consente di prenotare la vacanza direttamente online): prenotazioni alberghiere 813, fatturato complessivo di oltre 511mila euro. «Rispetto al 2005, anche le sole visite al portale sono aumentate del 165% e, di pari passo sono diminuite le richieste catalogo: 2.300 contro le 3.876 del 2007: sia perché è aumentato il numero di coloro che lo scarica da internet, sia perché Vertical ha permesso di visionare un gran numero di pacchetti e soluzioni di vacanza personalizzate e di conoscere in tempo reale la disponibilità degli hotel».