

Il vero lusso in vacanza è un ulivo sotto casa

L'ultima frontiera del viaggiare si chiama staycation: non conta tanto la meta, quanto l'esperienza che si può avere perfino a un passo dalla propria città di

È andata a finire che, a forza di modificare i riti dell'ospitalità, di fare i salti mortali per rendere più performante, e stupefacente, l'industria alberghiera e i suoi derivati, l'hotel è sparito. Niente più maestosi e inamovibili edifici con piscine a sfioro, niente più livree e lobby di rappresentanza, ma case, templi e palazzi, trasformati in dimore effimere, con semplici bauli rigidi sistemati laddove si preferisce stare.

Sotto gli alberi di ulivo o vicino a una grotta marina. Secondo Thierry Teyssier, già creatore delle lussuose Maisons des Rêves, soggiornare è in effetti né più né meno che un'installazione temporanea. Il suo nuovo 700.000 heures debutterà a Gagliano del Capo dal 6 settembre al 5 novembre prossimi: campo base nel palazzo ottocentesco di Francesco Petrucci, che con Francesca Bonomo ha dato vita a Capo d'Arte (prossima edizione dal 28 luglio), delle vecchie Fiat500 per percorrere le strade salentine, un pescatore locale per provare l'ebbrezza della pesca al tonno sulle barche d'epoca, e qualche massaia del luogo per imparare a fare la pasta fresca. Tutto questo per 1500 euro a notte, sempre che voi facciate parte del Cercle des Amazirs, il club che dà il privilegio di essere ospitati in questo hotel-evento. 700.000 heures è forse l'evoluzione più estrema del fenomeno che gli esperti del turismo hanno battezzato con il termine staycation. Iniziato come la virtù necessaria per trascorrere le proprie vacanze non lontano da casa, se non nella medesima, oggi è la risposta al desiderio crescente di un'ospitalità di carattere. È così che, più della meta, si finisce con lo scegliere il modo e il luogo del soggiorno. Tende di lusso immerse nella savana, case sull'albero, camere con ipervista, suite che sembrano gallerie d'arte, bunker sotterranei e capanne galleggianti, fari e penthouse su rotaie.

« L'industria alberghiera si è dovuta adattare al bisogno ormai irrinunciabile di legare al viaggio un'esperienza » dice Roberta Garibaldi docente e coordinatrice del Tourism Lab dell'Università di Bergamo nonché ambasciatrice della World Food Travel Association. « Il cibo è una di queste, e infatti molte strutture si sono tematizzate, per esempio sulla birra, proponendo agli ospiti di dormire – è il caso del danese Can Sleep che apre in occasione del musicale Smukfest o del Landhotel Beverland di Ostbervern, in Germania – in maxi lattine o botti » . Scenografie perfette per ritrovarsi con tanto di hashtag su Instagram, che poi, avrebbero scoperto i locandieri 3.0, è il miglior modo per farsi pubblicità.

Immersi nella piscina del Palazzo Versace a Dubai, facendo colazione in camera sul letto con vista del W Doha Hotel & Residences di Doha, o in qualche suite mirabolante ad Abu Dhabi che insieme a Singapore, sembrano essere le mete perfette per una staycation da raccontare. Sullo storytelling della propria vacanza Airbnb del resto ha costruito il suo successo e pare non fermarsi se, entro quest'anno, aggiungerà quattro nuove categorie di alloggi tra cui gli " Unici" e i " B& B e Boutique Hotel". Parola d'ordine stupire con l'ospitalità: bubble room trasparenti in mezzo ai vigneti messicani, case conchiglia a Isla Mujeres, ville di vetro in mezzo al deserto californiano, cottage interrati tra i muschi islandesi. Tutto pur di accontentare quel turista sempre sull'orlo di una crisi di noia. Che, come diceva il re degli albergatori César Ritz " Il cliente ha sempre ragione".

Di meta in meta

Da sinistra in senso orario, vasca con vista al Four Seasons Tented Camp nel Golden Triangle; l'hotel Indigo di Singapore, ricavato in un'ex stazione di polizia: il tema della birra nel danese Can Sleep che apre in occasione del musicale Smukfest e il nuovo concetto di hotel itinerante di 700.000 heures

Manuela Mimosa Ravasio

05 maggio 2018 | sez.

TOPIC CORRELATI

PERSONE

ENTI E SOCIETÀ

LUOGHI