

Frequency: Weekly
 Readership: 2.533.000
 Circulation: 333.461

L'Espresso

Stili di viaggio Società

LOTTA DI CLASS

Servizi esclusivi, intrattenimento al top, piatti da gourmet, privacy e comfort. In tempo di crisi, la battaglia tra le compagnie aeree si combatte nella fascia alta

DI EMANUELE COEN E LUISA TALIENTO

L'ultima delizia dell'aeroporto dei sogni si chiama SnoozeCube: grande cabina con letto matrimoniale, video touch-screen per rilassarsi con musica e film, connessione Web veloce. A prova di privacy, isolata acusticamente e collegata alle informazioni sui voli per non rischiare di restare a terra. Con 13 euro l'ora di spesa, l'attesa per l'imbarco si trasforma in piacevole diversivo. Lo scalo internazionale di Dubai, quarto al mondo per traffico e nuovo baricentro del turismo intercontinentale, lancia l'ennesima trovata deluxe. La risposta ai cugini-rivali di Abu Dhabi, che tra gli optional offrono ai passeggeri in transito l'esperienza di una partita di golf in mezzo al deserto. Nel frattempo la compagnia di bandiera degli Emirati Arabi, Etihad Airways, sta arruolando cento chef per rifocillare i passeggeri di prima classe diretti a Londra, Sydney, Melbourne e Parigi.

Foto: M. Aldridge - Trunk Archive / Contrasto

Pensare che prima dell'era del turismo di massa, 50 anni fa, a mandare in visibilibio i viaggiatori bastava molto meno. Ai tempi di "Pan Am", ad esempio, nuova serie tv ambientata nell'America degli anni Sessanta (in onda su Fox Life) che prende il nome dalla compagnia aerea e si muove sulle ali della nostalgia, quando Maggie Ryan - interpretata da Christina Ricci - e le altre hostess in tailleur azzurro inseguivano l'amore e l'american dream, ma anche la propria emancipazione.

SMALL WORLD A mezzo secolo di distanza, il mondo dei viaggi a 5 stelle è in forma smagliante, alla faccia della crisi. Secondo uno studio di Global Business Travel Association (Gtba), che rappresenta 5 mila soggetti tra operatori turistici e fornitori di servizi per viaggi d'affari, nel 2011 in Nord America il numero di aziende che ha autorizzato voli di lusso per i manager è aumentato del 5 ▶

A SINISTRA: UNO SCATTO DI MILES ALDRIDGE

We love New York

New York è una rotta iper frequentata. Ma quanto costa andarci? Dipende. Abbiamo ipotizzato partenze da Roma e Milano, permanenza minima di una settimana, e confrontato on line (il 3 gennaio, cercando voli nell'arco di 2 settimane su Skyscanner.it, Expedia.it, Volagratis.com, Opodo.it, Zingarate.com) i prezzi a/r di alcune compagnie aeree. Ecco le offerte, per viaggiare al minimo dei costi o al top del comfort. **Low cost.** Aer Lingus offre voli da Roma per New York, con scalo a Dublino. Il biglietto costa 229 euro a tratta (può essere applicata una commissione di 6 euro per transazioni con carta di credito). Il volo di andata dura 12 ore e 10 minuti. La scelta dei posti è gratuita (aerlingus.com).

Economy. Continental propone voli diretti da 484 euro a/r (tasse incluse), con partenza da Milano Malpensa e arrivo a Newark, e 487 per le partenze da Roma. Per del comfort in più si può pagare un extra (da 150 euro) per i posti della nuova Economy Plus, (continental.com).

Al top. Da Milano Malpensa a New York JFK in 9 ore e 15 minuti in Magnifica Business, sui nuovi Airbus A330. Si vola con 2.130 euro con tariffa Business Facile (non consente rimborso); in Business Libera con 3.014 euro (tel. 892010, alitalia.com).

Società

per cento rispetto al 2010; in Europa la crescita dei viaggi aerei di fascia alta è stata ancor più sostenuta. I businessmen americani sono i più attenti ai servizi a valore aggiunto, gli europei vogliono aerei nuovi e confortevoli, gli asiatici cibo di qualità e tecnologia. A trainare la ripresa i soliti Bric (Brasile, Russia, India e Cina), i nuovi ricchi che hanno cambiato la mappa del turismo internazionale. «Negli ultimi anni il numero di viaggiatori dei Paesi emergenti è aumentato in maniera esponenziale, con particolari comportamenti di consumo», spiega Oliviero Baccelli, che insegna Economia dei Trasporti all'Università Bocconi: «I russi amano lusso e ostentazione, gli indiani cortesia, puntualità, rispetto. I brasiliani sono informali, i cinesi super meticolosi».

Il turismo d'alta gamma è la gallina dalle uova d'oro: secondo le previsioni formulate all'Iltm a Cannes, fiera dedicata ai viaggi di lusso, il 50 per cento degli operatori dichiara di aspettarsi nel 2012 una crescita di fatturato entro il 5 per cento, mentre il 41 pensa di chiudere il 2013 con un aumento tra il 5 e il 10 per cento. Tradotto per le compagnie aeree vuol dire più voli a lungo raggio, velivoli più capienti - gli avveniristici Boeing 787 Dreamliner e A380 di Airbus - e nuove rotte senza scali come Los Ange-

Da Italo all'Orient Express



Anche i vettori ferroviari diversificano l'offerta e inseguono i clienti più abbienti puntando sul lusso. Il nuovo Frecciarossa, ad esempio, si è fatto in quattro con i servizi standard, premium, business e executive. Una spinta ulteriore verso l'alta velocità, a scapito dei collegamenti notturni e interregionali. Nell'area più confortevole del convoglio ogni poltrona in pelle è larga 69 centimetri, reclinabile fino a 138 gradi, con una distanza di un metro e mezzo dalla successiva. I passeggeri non si fanno mancare nulla: sala riunioni hi-tech con schermo a 32 pollici per videoconferenze, sedie di design Okamura,

les-San Paolo, New York-Mumbai, Francoforte-Pechino. Un mondo sempre più piccolo, esigente e complesso, che i principali vettori tradizionali cercano di interpretare "spacchettando" in 4 le classi di viaggio: Economy, Premium economy, Business e First.

menu firmato Vissani, area del silenzio vietata ai telefonini. Per chi desidera viaggiare con ancora più privacy, inoltre, sono disponibili due salottini BusinessPlus da quattro posti ciascuno. È la risposta di Trenitalia a Italo, treno ad alta velocità di Ntv (quando entrerà in funzione, entro marzo, collegherà Roma e Milano no stop in 2 ore e 57 minuti). Nell'ambiente Club - gli altri due si chiamano Prima e Smart - Italo replica l'atmosfera di una business class d'aereo, con la possibilità di mangiare seduti in poltrona e scegliere tra i menu a chilometro zero di Eataly. Nei vagoni finestrini più grandi, ambienti più luminosi, poltrone Frau ergonomiche e reclinabili. Del resto, come indica la ricerca "The Changing Face of Rail Travel" di Amadeus, malgrado la crisi il futuro del trasporto ferroviario superelevato è ricco di opportunità, a patto che gli operatori spingano su tecnologia, affidabilità e comodità. Secondo un recente sondaggio

«Le compagnie non coccolano i passeggeri per essere più glamorous ma per una precisa necessità economica. Se sui voli intercontinentali riempiono quei 20 posti di first class, il resto dell'aereo può anche restare semivuoto, raggiungono comunque il punto di pareggio», spiega

A bordo il piacere è tutto mio

Business, First, Royal, Diamond. Nomi diversi, che etichettano le migliori classi di volo delle compagnie aeree, per viaggiare col massimo del comfort.

L'eccellenza dei servizi a bordo viene ogni anno giudicata dai passeggeri, che contribuiscono a stilare la classifica del World Airline Awards (worldairlineawards.com), e dai lettori di "Global Traveler Magazine" (globaltravelerusa.com). Ecco allora - in ordine alfabetico - il meglio di quanto emerge dalle indagini: dal menu, al comfort, dal poter fare una doccia al sorseggiare vini premiati.

AIR FRANCE

La poltrona che si trasforma

in un letto di due metri è l'elemento chiave per il benessere del passeggero della classe La Première, coccolato con cucina francese. Si assaggiano foie gras al vino rosso, formaggi, pasticceria Lenôtre e carta dei vini scelti da Olivier Poussier -miglior sommelier del mondo nel 2000

- tra quelli che più reggono la pressurizzazione. Di giorno lo spazio, simile a un salotto, consente di lavorare o accogliere un compagno di viaggio (airfrance.it).

ALITALIA

Viaggiare in Magnifica significa sposare il gusto italiano, specie per la ricercatezza del menu:

cambia ogni mese, è dedicato a una regione. I piatti si accompagnano a vini consigliati dal personale, formato dall'Associazione italiana sommelier. Tutto ciò ha fatto conquistare alla compagnia il premio Best Airlines cuisine del Global Travel nel 2010 e 2011. La Magnifica è stata ridisegnata

DA SINISTRA: AUTO SOTTOBORDO, UN SERVIZIO OFFERTO DA AIR FRANCE; LA BUSINESS CLASS DELL'ANA; UNA LOUNGE DELLA CATHAY PACIFIC. SOPRA, DA SINISTRA: ITALO; UNO SCATTO DEL FOTOGRAFO KURT STALLAERT



on line condotto da YouGov tra 7 mila viaggiatori di Francia, Germania, Italia, Spagna, Svezia e Regno Unito, oltre il 70 per cento degli intervistati vorrebbe avere a disposizione entro il 2014 posti a sedere comodi, zone relax e servizio di concierge (quest'ultimo caldeggiato dagli italiani). Gli intervistati vorrebbero prenotare l'intrattenimento a bordo, Wi-fi, check in rapido, hotel e assicurazione viaggio. In altri casi, invece, il treno aiuta a riscoprire la dimensione "slow" del viaggio. È il caso del Maharajas' Express, convoglio ultralusso che attraversa l'India (rirtl.com), e del Venice Simplon-Orient Express (orient-express.com), che parte da Istanbul Sirkeci, costeggia il mar di Marmara, si inoltra nella campagna bulgara e prosegue attraverso le pianure romene tra villaggi e castelli fino a raggiungere Bucarest, Budapest e infine Venezia dopo sei giorni di viaggio, lungo la rotta resa celebre da Agatha Christie.

Foto: G. Rolle - Rea / Contrasto, K. Stalbart - Gallerystock

il docente della Bocconi. Intanto i cosiddetti servizi "ancillari" offerti dalle compagnie aeree - vendita a bordo di cibo, bevande, servizi Wi-fi, prenotazioni alberghiere e soluzioni à la carte di vario genere - stanno diventando importante fonte di ricavi, tanto da com- ▶



nelle 28 poltrone, ora reclinabili a 180°. Chi viaggia in coppia, o con un bambino, può prenotare le Honey Moon centrali, che hanno la possibilità di alzare un separatore. Novità anche nel sistema di illuminazione (varia a seconda delle fasi del viaggio), e nelle cortesie per gli ospiti, in collaborazione con importanti firme come Frette, Richard Ginori e Culti (alitalia.com).

ANA

Il meglio che il vettore offre si trova nel nuovo aeromobile B787 Dreamliner, che permette di viaggiare in maniera ecocompatibile. Inizierà a operare dall'Europa il 21 gennaio sulla rotta Francoforte-

Tokyo Haneda, con coincidenze dall'Italia. In Business Class poltrone letto completamente reclinabili con accesso diretto dal corridoio. Cuscino e coperta con tecnologia Phiten, che regola le correnti elettrochimiche del corpo. Menu internazionale e giapponese (ana.co.jp/asw/www/it/e/).

AUSTRIAN

Nella Business Class, per il corto raggio ci sono i sedili Recaro, larghi 47 centimetri, con spazio per le gambe di 76-83 centimetri, e reclinazione di 118 gradi. La compagnia garantisce sui voli fino a 5 ore il posto accanto vuoto. Sul lungo raggio la poltrona diventa un

letto di 2 metri, e sui voli notturni viene offerto anche un servizio di bed turn-down, in cui coperta e cuscino sono avvolti da candide lenzuola e il Care Kite Bag contiene prodotti naturali tirolesi di Alpienne. I pasti sono preparati da DO & CO, un sommelier seleziona i vini. Gran finale con scelta tra 11 specialità di caffè austriaci (austrian.com).

BRITISH AIRWAYS

Il vettore ha creato la nuova cabina First raccogliendo i suggerimenti dei passeggeri: finestrini col primo sistema di tendina elettronico, poltrone più ampie del 60%, guardaroba, illuminazione che ricrea la luce

naturale. I viaggiatori possono contare su pigiama di cotone, hostess che preparano il letto a qualsiasi ora, prodotti beauty della linea D. R. Harris, una delle più antiche farmacie di Londra. Si può scegliere menu à la carte o Catch of the Day, con piatti di pesce preparati dal ristorante scozzese Loch Fyne (in partenza dal Regno Unito). Il tè delle 5 propone miscele da tutto il mondo. La compagnia collabora con Quintessentially, per offrire un servizio privato di concierge (britishairways.com).

CATHAY PACIFIC

La First Class è una suite dei cieli: poltrona che si trasforma in un letto lungo 206 ▶

Società

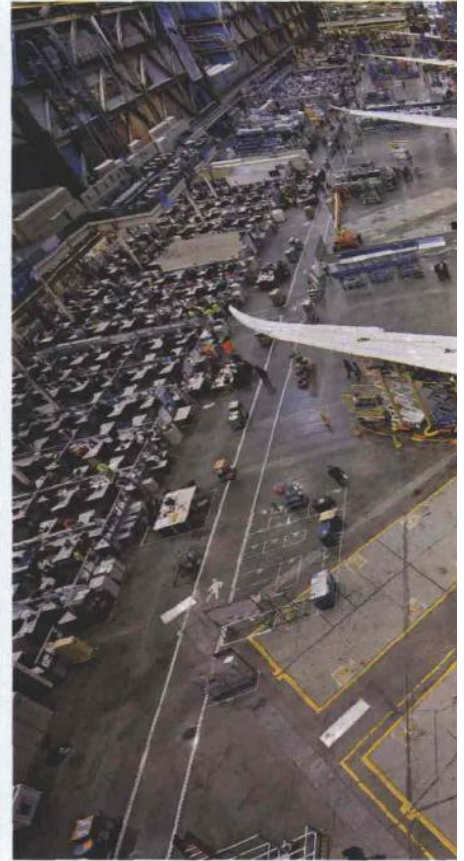
pensare l'aumento del prezzo dei carburanti. Così come i programmi di fidelizzazione: «Alitalia, da quando ha cominciato a gestire in maniera oculata il programma Millemiglia, in partnership con carte di credito, catene di hotel e aziende noleggio auto, ha messo a bilancio oltre 100 milioni di euro», ragiona il professor Baccelli.

IL MITO DELL'UBIQUITÀ Nell'universo dorato dei globetrotter di prima classe le distanze si accorciano e muta la percezione dello spazio. Franco La Cecla, antropologo, abita a Parigi ma trascorre 6 mesi all'anno in giro per il mondo. Conosce bene le megalopoli asiatiche e l'atmosfera degli scintillanti aeroporti internazionali. In "Mente locale, per un'antropologia dell'abitare" (Elèuthera editore) dedica un capitolo all'ubiquità come mito contemporaneo. «Si sta affermando una classe dal forte potere d'acquisto in nazioni in cui non esisteva. Che viaggia e spende, trascorre i weekend negli shopping center di Bangkok come il Paragon, dove al primo piano vendono le Lamborghini, e prenota soggiorni benessere in Kerala. Oggi al mito della velocità se ne sostituisce uno più radicale, quella dell'ubiquità. Se possiamo essere a New York in meno tempo possibile partendo da Roma - un tempo che va comprimendosi a cinque,

tre, forse un giorno un'ora - è possibile pensare alla conquista del limite dell'ubiquità. Il turismo, anche quello di lusso, è garanzia di democrazia. Come in Tibet, dove i turisti testimoniano l'attività dei monaci», conclude.

NOMADI HI-TECH La tecnologia non è servita ad annullare le distanze, ma sta cambiando le abitudini di chi viaggia. Secondo la ricerca "The always-connected traveller: how mobile will transform the future of air travel" pubblicata da Amadeus, i servizi per smartphone sono sempre più richiesti dai clienti e caldeggiati dalle compagnie aeree. I vettori asiatici e nordamericani già oggi forniscono 12 opzioni di base tra cui orari dei voli, check in e gestione delle interruzioni di servizio. Si moltiplicano le app "travel" per iPhone e Android. «Lo sviluppo di questi servizi è legato all'esigenza di ridurre al massimo gli imprevisti», commenta Fabio Maria Lazzarini, ad e direttore generale per l'Italia di Amadeus: «Le informazioni su scioperi, meteo e traffico arrivano in tempo reale sul telefonino e consentono di gestire eventi non programmati. Il tempo è la risorsa più preziosa, soprattutto per i viaggiatori più abbienti». ■

PRODUZIONE DI UN 787 DELLA BOEING, A SEATTLE.
SOTTO: LA BUSINESS CLASS DELLA OMAN AIR;
CABINA FIRST CLASS LUFTHANSA SU UN A380



centimetri, spazio per lavorare, menu à la carte, cucina di bordo per preparare a richiesta uova, riso, toast e specialità orientali. Sistema di intrattenimento StudioCX con televisore widescreen da 17 pollici e cuffie a riduzione rumore. Tutti i programmi si possono ascoltare in 9 lingue; palinsesto di 100 film e 350 programmi Tv, 888 cd musicali e 22 canali audio (cathaypacific.com).

EMIRATES

La Business Class dell'A380 offre poltrone che diventano letti, spazi per lavorare, sedili con minibar, intrattenimento Ice (Premio Mondiale Skytrax), con 1.200 canali su tv widescreen da 17 pollici. La Onboard lounge, nella parte posteriore del ponte superiore, è un bar dove gustare prelibatezze e vini selezionati da sommelier. In questa classe si ha diritto a

franchigia bagaglio pari a 40 kg. Nella First Class c'è la Shower Spa, doccia in marmo e noce, con biancheria e kit Timeless per il corpo (emirates.com).

ETIHAD AIRWAYS

Sembra di pranzare in un ristorante stellato nella First Class Diamond, in rotta verso Londra, Sydney, Melbourne, Parigi e presto su altre destinazioni. Gli chef di bordo, con almeno dieci anni di esperienza in rinomati ristoranti, preparano piatti anche personalizzati. Rinnovato il menu Grille Mezzoon, con porzioni da 160 grammi di manzo, pollo, agnello e pesce,

salse e contorni preparati sul momento. Anche sui voli giornalieri il menu, Taste of Arabia, è diviso in varie degustazioni. Tra le novità: tecnologia Panasonic per l'Inflight Entertainment e connettività in volo (etihadairways.com).

LUFTHANSA

Sogni d'oro: la First Class sull'A380 è la più silenziosa del mondo grazie al rivestimento esterno studiato da Lufthansa Technik, a tende fonoassorbenti e alla pavimentazione del corridoio dotata di schiuma isolante. Innovativo il sistema di umidificazione automatica dell'aria. Il letto più ampio



L'aereo dei sogni

Con un po' di fortuna, nel 2012 potrebbe capitarvi di salire a bordo dell'aereo dei sogni. Dopo Ana, compagnia giapponese che a ottobre lo ha ricevuto per prima, altri vettori hanno già prenotato il Boeing 787 Dreamliner, modello di punta del costruttore americano. Negli stabilimenti di Everett e North Charleston ne sfornano 10 al mese, fino a un totale di 800: il 787-9 è la versione più grande, può trasportare fino a 290 passeggeri a distanze tra 15.900 e 16.300 chilometri. Oltre ai vantaggi per l'ambiente - metà dell'aereo è di fibra di carbonio e altri materiali leggeri, con risparmio di carburante e emissioni di CO₂ - i passeggeri possono contare sui più spaziosi alloggiamenti per i bagagli a mano mai realizzati (superiori del 30 per cento rispetto a quelli dei 777), grandi finestrini totalmente oscurabili, corridoi e spazi tra le poltrone più ampi, sistema di illuminazione Led modulabile dal giorno alla notte per i voli intercontinentali. A 13 mila metri di quota, inoltre, la pressurizzazione della cabina in volo equivale alle condizioni dell'aria a un'altitudine di 1.830 metri - contro i 2.400 degli altri aerei - riducendo i disagi. E l'umidificazione dell'aria è più elevata per ridurre la secchezza di bocca e occhi. **E. C.**

misura 80 centimetri per 207 di lunghezza; il sedile, brevettato da Lufthansa Shape System, è reclinabile a seconda delle esigenze. Nuova l'area privacy, con separé a scomparsa (lufthansa.com).

OMAN AIR

Ha vinto il riconoscimento Cellars in the Sky per lo Chateau Grand Mayne Saint-Emilion Grand Cru del 1998 servito in Prima Classe. Per questi passeggeri c'è la possibilità di raggiungere l'aereo in limousine Audi A8 con autista. Un premio è arrivato anche come miglior compagnia di lusso del Medio Oriente. Tra i plus, le poltrone di Business

Class e, in Prima Classe, mini-suite. Possibilità di usare il cellulare in volo, wi-fi, audio e video on demand. Menu à la carte (omanair.com).

QATAR AIRWAYS

Airline of the Year per i Skytrax World Airline Awards 2011, per eccellenza operativa - oltre 100 destinazioni - e prodotto a bordo. La Prima Classe dell'A340 offre cene da grande ristorante, letti con piumini d'oca. Sul lungo raggio anche servizio di autista a Doha (qatarairways.com).

SINGAPORE AIRLINES

Da sempre una delle compagnie più amate da chi viaggia al top. Le Suite

Singapore Airlines degli A380 offrono comfort senza pari, con armadi, specchi, chaise longue e poltrone che si trasformano in letti full-size con materasso, piumoni e cuscini Givenchy. I passeggeri dispongono del nuovo KrisWorld, sistema di intrattenimento di bordo con Lcd da 23 pollici, presa per laptop e porta USB. Amenity Kit firmati da Salvatore Ferragamo, menu con vini e champagne (singaporeair.com).

SWISS

Si è aggiudicata il premio come leader in Europa per la Business Class ai World Travel Awards 2011 con l'installazione della cabina di Business su tutti

gli aerei a lungo raggio Airbus A330 e A340. La poltrona si trasforma in letto di due metri, con cuscini regolabili per morbidezza e consistenza. I sedili, con funzione massaggio, hanno accesso al corridoio per 8 passeggeri su 9 (swiss.com).

THAI

Chi prenota in Royal Silk Class comincia bene ancor prima di partire grazie a trattamenti preferenziali come il late boarding in veicoli elettrici a Bangkok. Per chi viaggia coi bambini: nelle sei Royal Silk Lounge, Family Room per le mamme. Decorazioni rilassanti, cucina thai o cinese (thaiairways.co.it).

Foto: courtesy Boeing