



Nuove forme di ricettività

Trasformazione personale e retreats

Nell'offerta turistica contemporanea le strutture dedicate alla trasformazione personale e ai *retreats* stanno diventando sempre più frequenti.

Questi luoghi non sono solo per chi cerca **relax o svago**, ma soprattutto per chi desidera esperienze che possano portare a un **cambiamento** profondo e duraturo nel proprio stile di vita. I *retreats* in particolare (intesi in senso ampio come soggiorno organizzato in cui i partecipanti si allontanano dalla routine quotidiana per dedicarsi a un'esperienza immersiva di rigenerazione fisica, mentale o spirituale) offrono programmi temporanei che combinano pratiche di benessere psicofisico, come ad es. yoga, meditazione e respirazione consapevole, con attività esperienziali e contesti immersivi.

Le strutture ricettive in cui questa tipologia di turismo trova più frequentemente la collocazione ideale appartengono ad un ampio spettro tipologico: da quelle alberghiere di fascia medio-alta, alle strutture extra-alberghiere e quelle all'aria aperta, alberghi diffusi e glamping. Sono presenti più spesso in contesti naturalistici isolati, come colline, boschi e montagne, aree "speciali" come le cosiddette *blue zone* (Sardegna), oppure in spazi rigenerati all'interno di ex monasteri (es. in Umbria), casali rurali o masserie (es. Puglia).

L'attenzione deve essere rivolta particolarmente alla qualità dell'esperienza, alla personalizzazione del percorso e all'accompagnamento da parte di professionisti specializzati come coach, terapeuti o insegnanti di discipline olistiche.





Nuove forme di ricettività

Trasformazione personale e retreats

Competenze trasversali

Oltre alle normali capacità organizzative e gestionali, per il successo di questa tipologia di strutture sono fondamentali:

- profonda empatia e capacità di ascolto
- solido background nel settore del benessere e della crescita personale
- capacità di attrarre professionisti certificati in ambiti quali yoga, mindfulness, coaching e naturopatia.

Inoltre, anche lo stile di vita del team deve essere coerente con l'offerta: autenticità, sostenibilità, minimalismo, rispetto per silenzio e lentezza.

Promozione

La promozione si basa su strategie di comunicazione profondamente identitarie. Non si vende (solo) una vacanza, ma un percorso trasformativo.

Di conseguenza, i canali digitali, in particolare social media e siti web, devono veicolare con forza la visione e i valori della struttura:

- **storytelling emozionale:** testimonianze autentiche, video immersivi e programmi tematici dettagliati;
- collaborazione con **influencer** del benessere e del turismo consapevole;
- partecipazione a **community online o fiere** del settore specifico.

È importante curare la relazione con l'ospite prima, durante e dopo il soggiorno: newsletter, gruppi chiusi online e incontri periodici rafforzano il senso di appartenenza e incentivano il ritorno.

Aspetti normativi e burocratici

Dal punto di vista normativo, i *retreats* rientrano spesso in un'area **grigia**. Se organizzati in forma occasionale, possono essere assimilati a eventi privati. Tuttavia, quando assumono carattere continuativo e strutturato, devono rispettare le normative sulle strutture ricettive extra-alberghiere o, in certi casi, su agriturismi e centri benessere. Se vengono erogati trattamenti come massaggi o naturopatia, questi devono essere effettuati da professionisti abilitati. È inoltre indispensabile stipulare un'assicurazione RC verso terzi.



Nuove forme di ricettività

Trasformazione personale e retreats

Fatto salvo ciò che è previsto dalle normative regionali per gli alberghi con centri benessere, non vi sono normative specifiche che regolamentino centri olistici e strutture per il benessere psicofisico, o requisiti minimi di qualità e requisiti strutturali per i *retreats*.

Investimento necessario

L'avvio di una struttura dedicata ai *retreats* comporta investimenti variabili in base agli obiettivi di posizionamento distintivo che si vogliono perseguire.

Una parte rilevante dell'investimento deve essere dedicata alla formazione dello staff e alla costruzione della rete di professionisti specializzati nei trattamenti e discipline che si intende trattare. Altri costi sono legati alla comunicazione, alla creazione del sito e dei materiali promozionali, ivi compresi club di prodotto tematici e consorzi/network di promo-commercializzazione.

Nel caso si intenda procedere anche con la ristrutturazione di edifici rurali o ex strutture religiose, si deve prevedere un budget consistente per l'adeguamento normativo, l'efficientamento energetico, l'arredo e la creazione di spazi per le attività collettive.

Una stima indicativa dei costi per una piccola struttura già esistente (es. B&B o agriturismo riconvertito) può comportare investimenti anche sotto i 50 mila € se si tratta solo di allestimenti, formazione e marketing iniziale. Mentre per un progetto in immobile storico/rurale da ristrutturare si può superare il milione di euro, soprattutto se include spa, efficientamento energetico, ampliamenti.

I ritorni economici possono essere buoni nel medio periodo, grazie al posizionamento di nicchia e al *pricing premium* di cui gode questo mercato, ma molto dipende dalla capacità di fidelizzazione e dalla reputazione online.



Nuove forme di ricettività

Trasformazione personale e retreats

Riferimenti utili

- www.retreat.guru - aggrega retreats a livello globale;
- www.transformational.travel - portale internazionale;
- www.destinazionebenessere.com - portale per il mercato italiano;
- eventi: SANA (Bologna, settembre); IT.A.CA' (varie sedi)
- www.watg.com/spiritual-travel-designing-to-connect-mind-body-and-soul/

