Dayuse Hotels, così i ricavi non "dormono" mai

Il nuovo trend nell'hotellerie? **Vendere stanze nelle ore diurne.** L'idea è venuta a **David Lebée** - ex manager dell'Hotel Amour di Parigi - a fronte delle numerose richieste della clientela. Così l'imprenditore, insieme a Thibaud d'Agrèves e Eugénie Lebée, ha lanciato nel 2010 www.dayuse-hotels.com, la prima piattaforma web al mondo dedicata a questo tipo di prenotazione. "Il concetto di Dayuse non è nuovo. I motel americani sono stati fra le prime realtà ad applicarlo come modello di business e, non regolarmente, tutte le tipologie di struttura (dai B&B ai 5 stelle) lo hanno sempre praticato. Quello che mancava, per gli hotel, era un canale strutturato e dedicato a questo specifico uso, che rendesse, inoltre, accessibili anche nel corso delle ore del giorno tutti i loro servizi", racconta David Lebée, 32 anni, direttore generale di Dayuse Hotels. **A quattro anni dall'apertura, la piattaforma non conosce battute d'arresto** e continua a crescere. Il criterio di selezione è stato quello di includere solo **strutture di charme e di livello**. Attualmente, le strutture presenti sulla piattaforma su scala internazionale sono circa 850. In Italia sono 350 e la media complessiva delle prenotazioni mensili ammonta a 10.000, **generando un volume di affari annuale di 8 milioni di euro. Oltre a Francia e Italia, il sito è oggi esteso in 10 paesi del mondo tra Europa, Stati Uniti e Canada.** "L'idea mi è venuta proprio dalle numerose richieste che ricevevamo da parte della nostra clientela. Così ho deciso di istituzionalizzare questo tipo di servizio, creando una piattaforma di prenotazione specializzata. Sicuramente il target d'elezione sono le coppie, ma non solo: ci arrivano richieste da parte di business traveller che si devono riprendere dal jet leg o preparare per un incontro prima di risalire su un aereo, ma anche da turisti in transito che hanno bisogno di un punto d'appoggio o amiche che desiderano concedersi una pausa wellness. In questa nuova ottica" - continua Lébée - "un hotel non è unicamente un luogo dove dormire, ma è sempre più un piccolo mondo da vivere proprio in relazione a ciò che offre (oltre alla possibilità di pernottare): SPA, in primis, utilizzo della struttura in abbinamento al servizio in camera, legato al ristorante gourmet, opportunità legate a business meeting al di fuori delle aree comuni o di quelle strettamente legate all'ambito MICE, che spesso possono essere impersonali". I vantaggi sono duplici: da una parte per i clienti, che godono di tariffe scontate fra il 30 al 70%; dall'altra per gli albergatori che, offrendo le camere in dayuse, possono rivenderle due volte in un giorno.