# Apple Watch, l’orologio dei sogni. Anche per il turismo

Sarà veramente l’oggetto dei miracoli, il compagno più prezioso di ogni viaggiatore? **L’Apple Watch, atteso in Italia per giugno, promette di portare una nuova, piccola rivoluzione nel mondo dell’hi-tech e del turismo**. Le aspettative sono altissime, e l’orologio di Apple è già un gadget che fa sognare. Ma cosa può fare il tanto desiderato watch della Mela, almeno nel comparto dei viaggi? Praticamente tutto: **dal trovare il biglietto aereo meno caro ed esibire la carta d'imbarco sul cellulare fino a prenotare l'hotel e addirittura aprire la porta della camera solo con l’orologio. E ancora, individuare il ristorante più giusto, non perdersi in nessun angolo del mondo grazie alle mappe e abolire i costi di guida e interprete con il traduttore**. Le Ota, i colossi dell’eTravel, non sono certo rimasti a guardare e, già prima del debutto, hanno già pronte tutta una serie di app che renderanno inutile anche l’uso dello smartphone. Booking.com, Expedia e Hotels.com, solo per fare i nomi dei big, funzioneranno al meglio direttamente dal “polso”, lasciando libere le mani. Per non parlare di altre realtà nate e cresciute sul web, come il servizio di trasporti Uber: dallo schermo sul polso all’arrivo di un’autovettura, è questione di un touch.

“I telefoni restano importanti per la pianificazione e la prenotazione, grazie a schermi più grandi che forniscono maggiori informazioni e foto più grandi per esempio, ma **Apple Watch offre un’esperienza più personale**” ha detto in un’intervista a Wired **Adam Medros**, Senior Vice President of Global Product di TripAdvisor. “Invece di reggere il telefono mentre cammini, ora ricevere avvisi importanti legati alla località e al momento della giornata è facile e veloce come dare un occhio all’ora esatta”. Ecco che la app di TripAdvisor fornisce indicazioni di tragitto basate su gps e luoghi di interesse, menù preferiti per salvare i migliori ristoranti, hotel e attrazioni e consultarne la lista in un secondo momento o su altri dispositivi, e inoltre opzioni utili per delimitare i campi di ricerca, ordinando e classificando luoghi e strutture a seconda della popolarità o della distanza. Il tutto integrato da Glances, la funzionalità che fornisce aggiornamenti solo con un tocco dello schermo del dispositivo.

**Carte d’imbarco digitali, un trend al decollo**

Anche lo compagnie aeree più smart, vedi American Airlines, British Airways e easyJet, si sono già adeguate alla novità e offrono informazioni sui voli, check-in e carte d'imbarco 'da polso'. **Secondo gli**

**analisti di Juniper Research, quello delle carte d'imbarco digitali è un trend in pieno decollo. Oggi sono 745 milioni quelle che vengono consegnate su dispositivi mobili e cresceranno fino a 1,5 miliardi, un terzo del totale, nel 2019**. Sita, specialista di soluzioni hi-tech per i voli, segnala inoltre che il 53% delle compagnie aeree offre già la carta d'imbarco via app: un numero che toccherà quota 91% nel prossimo biennio. **Mai più persi** Una volta arrivati a destinazione, nessun problema: ci pensa lo smartwatch. Impossibile perdersi grazie alle mappe di Google o di Apple e ad applicazioni come CityMaps, con cartine interattive di migliaia di città e dei loro punti di interesse, o come CityMapper, che aiuta a prendere i mezzi pubblici e dà un colpetto sul polso quando è ora di scendere da autobus o metro. **All'estero, niente paura: ci sono poi app come iTranslate che parlano una novantina di lingue**. Per la traduzione simultanea, basta parlare all'orologio.

**Alberghi, apriti sesamo**

L'Apple Watch segue i viaggiatori anche in albergo. Ad esempio, i soci di Starwood Preferred Guest®, il programma di fedeltà di Starwood Hotels & Resorts Worldwide, hanno accesso istantaneo alla #spglife grazie all'app SPG per Apple Watch. Coniugando alta tecnologia e tocco futuristico**, l'app SPG per Apple Watch è pensata per prevedere le esigenze istantanee degli ospiti e soddisfarle, dall'effettuare il check-in mobile all'apertura della stanza dell'albergo, a fornire informazioni come l'indirizzo dell'albergo, il numero della stanza e il codice di conferma, nonché indicazioni e informazioni sull'account SPG – basta un rapido sguardo al polso.** "Siamo impegnati a introdurre innovazioni digitali e per i dispositivi mobili, e siamo molto lieti di essere la prima società alberghiera a mettere in grado i suoi ospiti di effettuare l'accettazione e aprire la porta della stanza con il loro Apple Watch", dice **Mark Vondrasek**, Senior Vice President, Distribution, Loyalty and Partnership Marketing presso Starwood Hotels & Resorts. "Nel mondo mobile di oggi, le persone si aspettano sempre di più che la tecnologia le aiuti a fare subito ciò di cui hanno bisogno. Apple Watch ci consente di ascoltare le esigenze dei nostri ospiti e fornire loro istantaneamente le informazioni di cui hanno bisogno in modo semplice ma elegantissimo".

Stessa strada intrapresa anche da **Marriott International, che offre agli ospiti dei suoi 4.100 hotel e 19 brand iscritti al programma gratuito Marriott Rewards la possibilità di accedere alla app del gruppo anche tramite Apple Watch**. Connettendosi dal proprio Apple Watch alla app di Marriott International, gli iscritti al programma fedeltà del gruppo potranno prenotare e controllare i dettagli del proprio soggiorno, effettuare mobile check-in e check-out, ricevere una notifica per sapere quando la propria camera è pronta e ottenere le informazioni dettagliate su come raggiungere l'hotel. "Includere i nostri servizi mobile nel dispositivo smart più alla moda del momento è un passo importante per offrire ai nostri ospiti un maggior controllo sulla prenotazione e un servizio ancora più personalizzato", afferma **George Corbin**, Senior Vice President, Marriott Digital. "Il servizio è il cuore di tutto ciò che facciamo e l'innovazione mobile è essenziale per dar vita all'esperienza dei nostri clienti." Non c'è dubbio: la cura che gli attori del turismo riservano ai loro clienti è destinata a passare dal nuovo

quadrante.