

rifare il look all'hotel: *un laboratorio di idee, anche per pulire meglio*

di Simone Finotti

Sala gremita e tanta gente in piedi lo scorso 25 gennaio per la tappa milanese di Hotel Design Lab, il contenitore di idee, trend e novità sul mondo alberghiero ideato da Teamwork. Si è parlato di design, nuove tendenze ma anche di pulizia, un elemento sempre fondamentale della guest experience.



38
GSA
FEBBRAIO
2018



Un successo straordinario, e non lo diciamo perché “si dice sempre così”. Chiunque fosse capitato il 25 gennaio scorso, dalle 14 in avanti, al primo piano del centralissimo Nh Hotel Collection di Milano non avrebbe potuto commentare in altro modo.

Un successo straordinario

Sala gremita, gente in piedi accalca fino alla porta, interventi simpatici, frizzanti e sempre sul pezzo, applausi a scena aperta, riflessioni di grande interesse alternate a momenti divertenti e tante risate. Sì, perché si può parlare di cose tecniche anche con grande simpatia, e del resto la verve romagno-

la non mente mai. Insomma, l'Hotel Design Lab Tour organizzato da Teamwork è partito da Milano proprio con il piede giusto, con un carico di idee, trend e novità che non può che soddisfare **Maurizio Santinato**: “La sfida nel progetto di un hotel, sia per l'albergatore, sia per l'architetto, è immaginare e far uscire dal foglio bianco il prodotto migliore per funzionalità, distribuzione e gestione, oltre che naturalmente appeal.

Un albergo... non è per sempre

E anche se si parla di hotel già esistenti, bisogna sottolineare che un albergo non è per sempre: dopo 15 anni, le statistiche dicono che bisogna rinnovarsi, perché i gusti cambiano, l'utenza non è più la stessa e la concorrenza è spietata e dotata di strumenti sempre più evoluti”. Cambiano i trend, cambiano le mode e i gusti, e d'altra parte la tecnologia ci mette il suo per rivoluzionare gli scenari. In un mercato alberghiero sempre più competitivo, come distinguersi ed emergere senza fare leva sul prezzo? Come rimanere al pas-

so coi tempi, innovare e valorizzare la propria struttura? La risposta di marca Teamwork è: con soluzioni attuali, efficaci e attente ai costi! Teniamo conto che riqualificare non vuol dire necessariamente ristrutturare, ma dare una nuova immagine all'hotel e rinnovare la qualità dell'offerta per attrarre e sorprendere gli ospiti.

“Non c'è budget”

Il budget, questo sconosciuto. Insomma, “non c'è budget”. Questo è stato uno dei claim, dei leitmotiv dell'intera giornata. “Sono stanco di sentirmelo ripetere”, ha detto a un certo punto **Marco Pignocchi** di Hospitality Project, intervenendo proprio sul tema “Consigli tecnici per rispettare tempi e budget in un progetto alberghiero”. Si ragiona come se si parlasse di una spesa viva, senza ritorno, e non di un progetto di investimento. “Ma l'albergo è un'azienda, e l'azienda deve fare numeri e ritorni. E gli interventi sono a tutti gli effetti investimenti”. Insomma, se non si spende non si cresce e si finisce per trovarsi in difficoltà. Certo,

poi bisogna saper spendere bene, ma naturalmente a tenere banco sono state le soluzioni di design.

Un evento sulle tendenze del settore

E non poteva essere altrimenti in questo nuovo evento ideato da Teamwork e dedicato proprio alle tendenze del design nel settore dell'ospitalità: quali sono e come si coniugano con le aspettative dei clienti, le esigenze degli albergatori e le proposte degli architetti. D'altra parte quando non c'è budget non è detto che non ci siano soluzioni: ci sono interventi soft come quelli di relooking, ci sono interventi più invasivi ma comunque limitati come il revamping, ci sono le ristrutturazioni a step e programmate su più anni, tanto per dirne alcune. Le formule ci sono, basta solo saperle applicare con consapevolezza.

Il layout funzionale

Per non parlare di layout funzionale, progetti di ottimizzazione degli spazi in linea con il posizionamento-prodotto e con il budget rivolto alla messa a reddito della struttura e alla corretta erogazione dei servizi previsti. Ciò permette di valorizzare gli spazi sfruttando ogni spazio in termini di redditività; allinearsi alle disponibilità di investimento, creando un prodotto in linea con il proprio budget. Senza dimenticare, però, i nuovi trend.

Soli senza sentirsi soli

Il quadro delle nuove tendenze lo ha tracciato in apertura Santinato, mentre **Nicola Delvecchio**, sempre della squadra Teamwork, ha messo l'accento su soluzioni magari non immediate, ma di sicuro impatto per la clientela: biliardini e cartoni animati nei bagni? E perché no? Palcoscenici a disposizione del pubblico che si può liberamente esibire? Alberghi aperti al vicinato, anzi, addirittura trasparenti perché pensati per farsi vedere dal quartiere? Questi ultimi sono sempre più in



voga nel mondo: si tratta dei cosiddetti “City hotel dove si incontrano ospiti e residenti” e ne ha parlato l'architetto **Mitla Morato** di Lissoni Architettura. Sono solo alcuni dei nuovi trend, all'insegna del motto “Soli senza sentirsi soli”, che è un po' la condizione ideale di chi sta in albergo e cerca la propria privacy senza però avere la sensazione di essere soli e abbandonati a sé stessi.

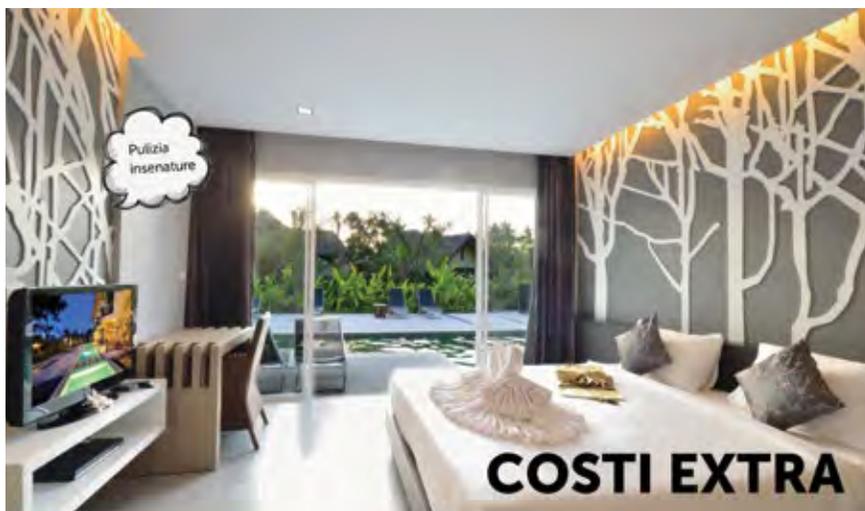
Da sala meeting a coworking

“Non vendete la sala meeting? Fatela diventare un coworking! Avete bisogno di fantasia? Perché non introdurre elementi inusuali come ascensori decorati da writers, giochi da parete per ingannare l'attesa del lift, sagome di animali o oggetti, camere intelligenti, piscine-salotto che diventano spazio per installazioni tempo-

raanee... Certo poi bisogna pensare a tutto, ma proprio a tutto! Altrimenti si corre il rischio di fare come quei progettisti che, nel decorare le balaustre di una terrazza con un motivo simil-floresale, hanno tralasciato il dettaglio che, a una certa ora del giorno, un gioco strano della luce solare proietta l'ombra, inconfondibile... di genitali maschili!

Riquilibrare l'albergo e i servizi

E sul bagno? Da Teamwork ricordano come la tendenza sia ormai quella di aprirlo alla stanza con pareti trasparenti che non diano l'impressione di un ambiente isolato. E **Donata Donzelli**, di Kaldewei, ha posto l'accento sui “Nuovi trend nel design del bagno”. Anche qui: attenzione a non perdere in funzionalità e in usabilità: che sen-



40
GSA
FEBBRAIO
2018

so ha mettere componentistica di lusso e costosa se poi la doccia mi inonda gli asciugamani o la carta igienica? O non riesco a sedermi sul wc perché non ho spazio? “Ormai sempre più alberghi investono sul design del bagno, ma come in tutte le cose c’è il rovescio della medaglia” mette in guardia **Giovanni Borriello** di HPoint, società di outsourcing in ambito alberghiero, intervenuto sul tema “Riqualificare l’albergo e i servizi: tre soluzioni per un vero risparmio”.

La progettazione e la pulizia: un binomio spesso in contrasto

“I bagni a vetro? Molto belli -ha detto- ma ci vogliono le giuste sinergie”. E qui entra in gioco il tema delle pulizie, perché “è inutile farsi progettare

un bagno così se poi non dai a chi pulisce il tempo di pulirlo e non lo consideri vetro, ma parete! Cose che accadono, come accade di vedere poltrone che si puliscono in tre ore o letti con materassi e cuscini mai cambiati quando invece dovrebbero essere cambiati ogni 18 mesi i primi e massimo ogni 3 o 4 anni i secondi. O come accade di vedere superfici pregiate rovinate da interventi maldestri, e ancora camere strutturate in modo tale che il minimo errore si veda subito e risalti agli occhi anche dei meno esperti. Anche di questo bisogna che la progettazione tenga conto: progettare e designare ambienti significa poi, anche, avere idea dell’impegno e soprattutto del tempo (quindi dei costi) da impiegare per pulirli.

Per le pulizie bisogna investire

Si è rivelato molto interessante il contributo di Borriello, che si è concentrato quasi esclusivamente sulle pulizie: “Fra i primissimi indicatori della clientela c’è quello relativo alle pulizie, e con internet ormai non si può sbagliare. Si tratta di un aspetto su cui non si possono lesinare gli investimenti, perché poi se ne pagano le conseguenze. Solo un minuto in più per togliere un velo di polvere, moltiplicato per tante camere e tante strutture, diventa un dispendio che non si può ignorare a cuor leggero”.

Il ruolo della tecnologia, nei servizi e nella guest experience

Così come non si può ignorare, ormai, la tecnologia: pulire e intervenire in camere e spazi comuni con i “pizzini” è ben diverso che farlo con strumenti tecnologici avanzati che permettano di individuare i problemi e comunicare in tempo reale. “Una tecnologia che può aiutare non solo il personale nello svolgimento dei servizi, ma anche l’esperienza dell’ospite” ha sottolineato **Luca Urati** di InterfaceGlobe nel suo intervento sulle “Nuove tecnologie per migliorare la guest experience dell’ospite”. Anche il design, peraltro, può aiutare l’ospitalità e il business, e non essere un semplice ornamento: “Come il design può migliorare l’ospitalità e il business” ce lo ha spiegato **Alessandro Corrà**, che ha portato ad esempio “Il caso Lago”.

Le prossime tappe

E alla fine, tutti all’aperitivo, con un bagaglio di informazioni, aggiornamenti ed esperienze difficilissimo da portare a casa in una sola giornata. E per chi se la fosse persa, niente paura: il seguitissimo evento è itinerante e torna già il prossimo 21 febbraio a Mestre (Venezia), mentre il 15 marzo sarà a Firenze. Ultime date ad oggi programmate sono il 5 aprile a Torino, e il 10 maggio a Roma. L’iscrizione è gratuita, ma i posti sono limitati.