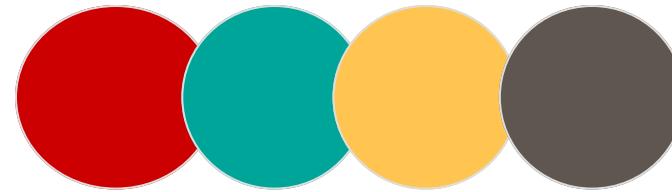


PROJECT AB



*Best Western City Hotel - Genova
15 Sensi Dell'Ospitalità*



*.... Non adeguarsi significa essere originali. E comunque,
chi vuole essere uguale agli altri?...*

(dal film 15 sensi)



INTERIOR PROJECT

obiettivi di progetto

- il *sensory branding* , l'esperienza d'uso del prodotto che, all'interno della più ampia brand experience data dalle camere, comprende l'insieme delle emozioni , delle percezioni cognitive, delle relazioni e dell'interattività del rapporto impresa/acquirente.
- costituire un 'area intrattenimento e allo stesso di servizio per l'utente alberghiero che si caratterizzi dei temi prima esposti e diventi immagine dello stile qualitativo della struttura alberghiera.
- una comunicazione polisensoriale attraverso la definizione di un ambiente rivolto alla collettività, intesa come ospiti della struttura, ma in grado di comunicare con il singolo individuo, a cui proporre servizi personalizzati e un accoglienza fatta di storia, persone e arte.
- ideare soluzioni progettuali flessibili in grado di rispondere alle tematiche di flessibilità e funzionalità tipiche delle aree oggetto dell'intervento.

TASTE

SMELL

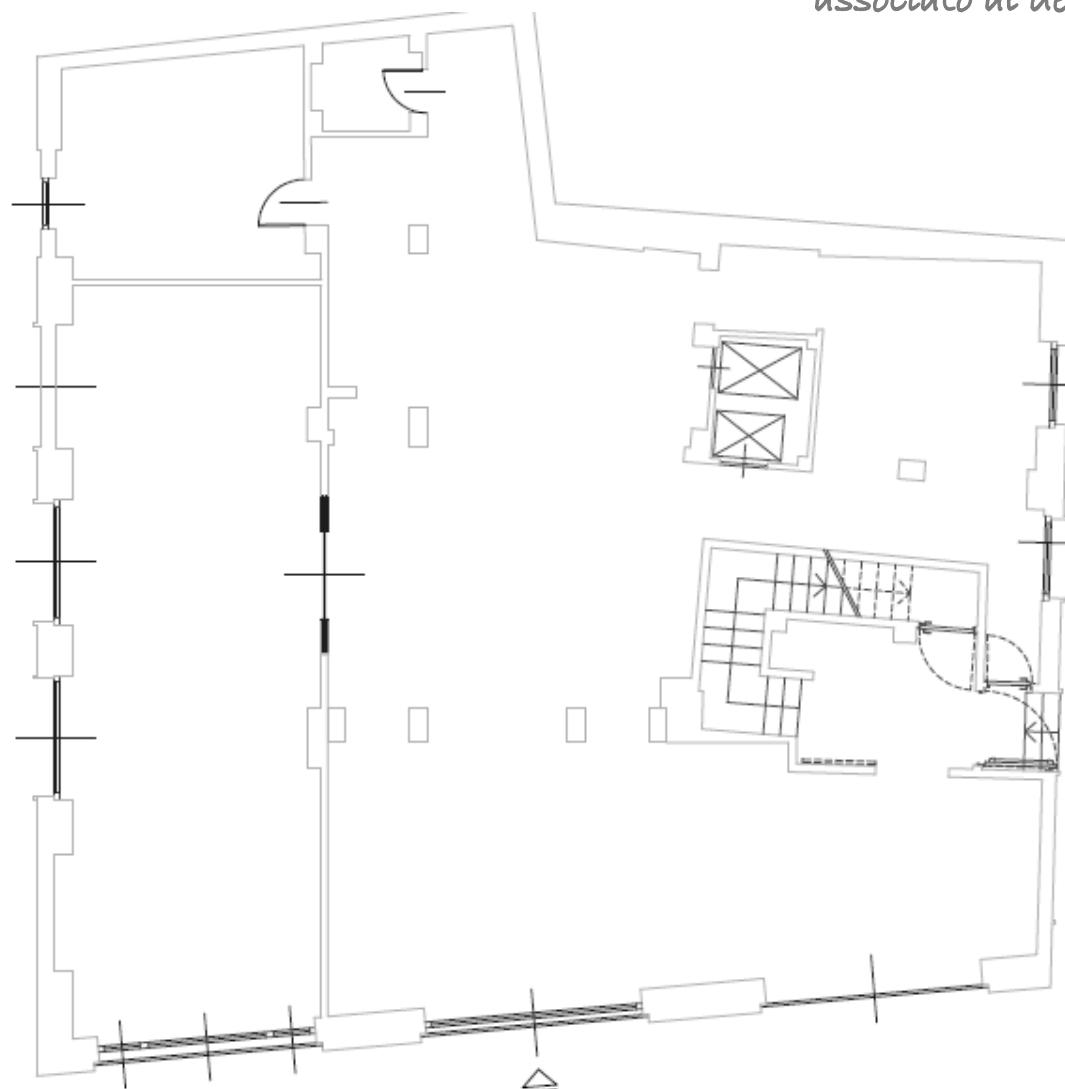
TOUCH

HEAR

BAR: Potere evocativo e suggestivo all'esterno, uno spazio che cambia durante il giorno. Lo spazio polisensoriale si accresce con il senso ancora non scoperto... la sublimazione del gusto mediante FUSIONE ARCHITETTURA & GUSTO.

Hall: L'ospite al suo ingresso si ritroverà in uno spazio polisensoriale in cui ogni senso sarà associato al design

Feel Design: diventerà il salotto dove si susseguiranno degli appuntamenti particolari colazione al coffee time, per riscoprire il **culto del caffè** e il rito di degustarlo. Ma non solo, si vuole creare un percorso che si snoderà attraverso il bar in veste relax/degustazione nei punti d'appoggio oltre (per esempio una libreria per creare un filo conduttore) Non mancheranno appuntamenti per coccolare il pubblico con squisite dolcezze gastronomiche e aromi particolari



Touch Design: texture, materiali e rivestimenti per creare effetti avvolgenti caldi che diano forma e profondità all'intero ambiente

Smell design: inizia ora il viaggio tra profumi e aromi, forme e componenti come ingredienti imprescindibili della conoscenza e dell'esperienza dei luoghi.

Sound design: musiche per ricreare un'atmosfera differente ad ogni momento del giorno, i suoni sembreranno pervenire dalle pareti e dal soffitto creato una sensazione avvolgente

Light Design: un grande copro luminoso scenderà dal soffitto sul banco della reception come un proiettore sul protagonista. Ai led e ai diodi incassati nel controsoffitto il ruolo di modificare l'intensità e il colore dell'ambiente in base alle variazioni climatiche o al passaggio delle fasce orarie giornaliere.

SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



INTERIOR PROJECT

Le nuove realizzazioni

Nel layout riportato al lato sono stati disegnate in rosso e celeste le nuove realizzazioni che cambieranno completamente l'assetto interno del piano, rimodulando le destinazioni già esistenti e introdurranno un nuovo servizio per il cliente così da completare il viaggio sensoriale iniziato nei piani superiori. È bene sottolineare che la progettazione ha voluto ideare un layout estremamente semplice dal punto di vista costruttivo ma estremamente vario e complesso dal punto di vista delle rifiniture e dei complementi d'arredo. La difficoltà è nel trovare una corretta combinazione che sappia garantire tutti gli aspetti e le esigenze funzionali senza dimenticare il gusto raffinato di un design minimalista.

SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



INTERIOR PROJECT

Definizione degli arredi

Funzionalità e Flessibilità i" must" imposti dalla proprietà , innovazione e design per nuovo format ideati nella progettazione e il risultato è nel layout riportato al lato. La semplicità delle scelte morfologiche trova una sinergia perfetta con le scelte d'arredo ma soprattutto con le rifiniture. Ruolo fondamentale per i complementi d'arredo è svolto dall'ampia scelta di sedute in grado di spezzare la forte linearità dell'ambiente lounge, infatti una ricercata articolazione di sedute con e senza braccioli di differente richiamo cromatico creano un gioco costante di linee in grado di rendere l'ambiente in costante mutamento. Altro elemento di spicco e nei tavoli espositivi oltre che nel banco della reception, elementi disegnati e realizzati esclusivamente per la struttura. I materiali variano dal ferro al legno passando per la pelle e i classici imbottiti della hall.

SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



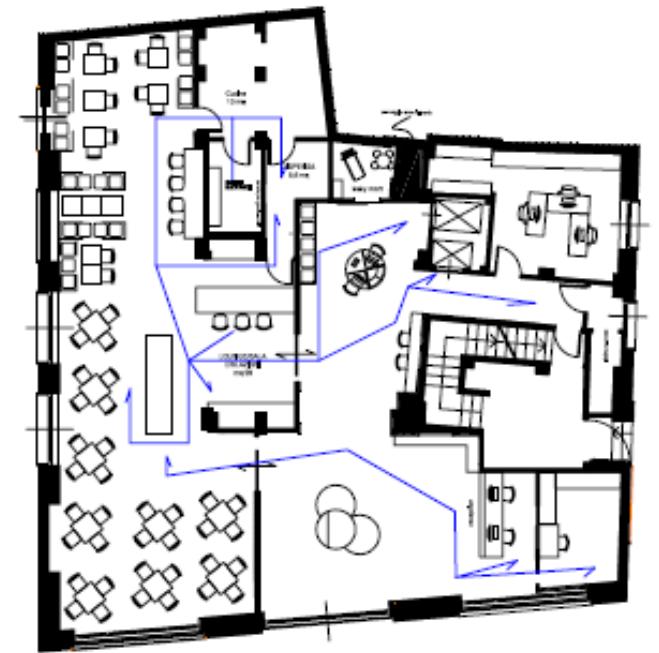
PERCORSO OSPITI - ARRIVO HOTEL

Arrivo Ospiti - La nuova distribuzionale con la reception posta lateralmente all'accesso principale permette una lettura prospettica di maggiore respiro e permette percorsi immediati nei punti di maggiore attenzione, ovvero la reception e il lounge bar. Questa distribuzione permette inoltre, maggiore fluidità nell'area centrale, non creando affollamenti vicino ai due ascensori



PERCORSO OSPITI - CONOSCITIVO

Percorso Conoscitivo "Five senses" - i tracciati rappresentano il percorso che l'ospite farà per usufruire di tutti i servizi del piano terra, dal lounge bar all'area polifunzionale, dai wall sensoriali ai servizi collocati al piano inferiore. Il percorso seppur articolato non mostra ostacoli di carattere gestionale e permette una facile accessibilità a ciascuna area.



PERCORSO GESTIONALE

Percorsi Gestionali - obiettivo del progetto era garantirà la funzionalità di tutte le aree rappresentate in funzione dei nuovi impegni di carattere gestionale legati alla zona lounge. Il tracciato evidenzia non solo i percorsi ma sottolinea il controllo che gli operatori possono avere su tutto il piano garantendo l'alto livello qualitativo che rende nota la struttura.

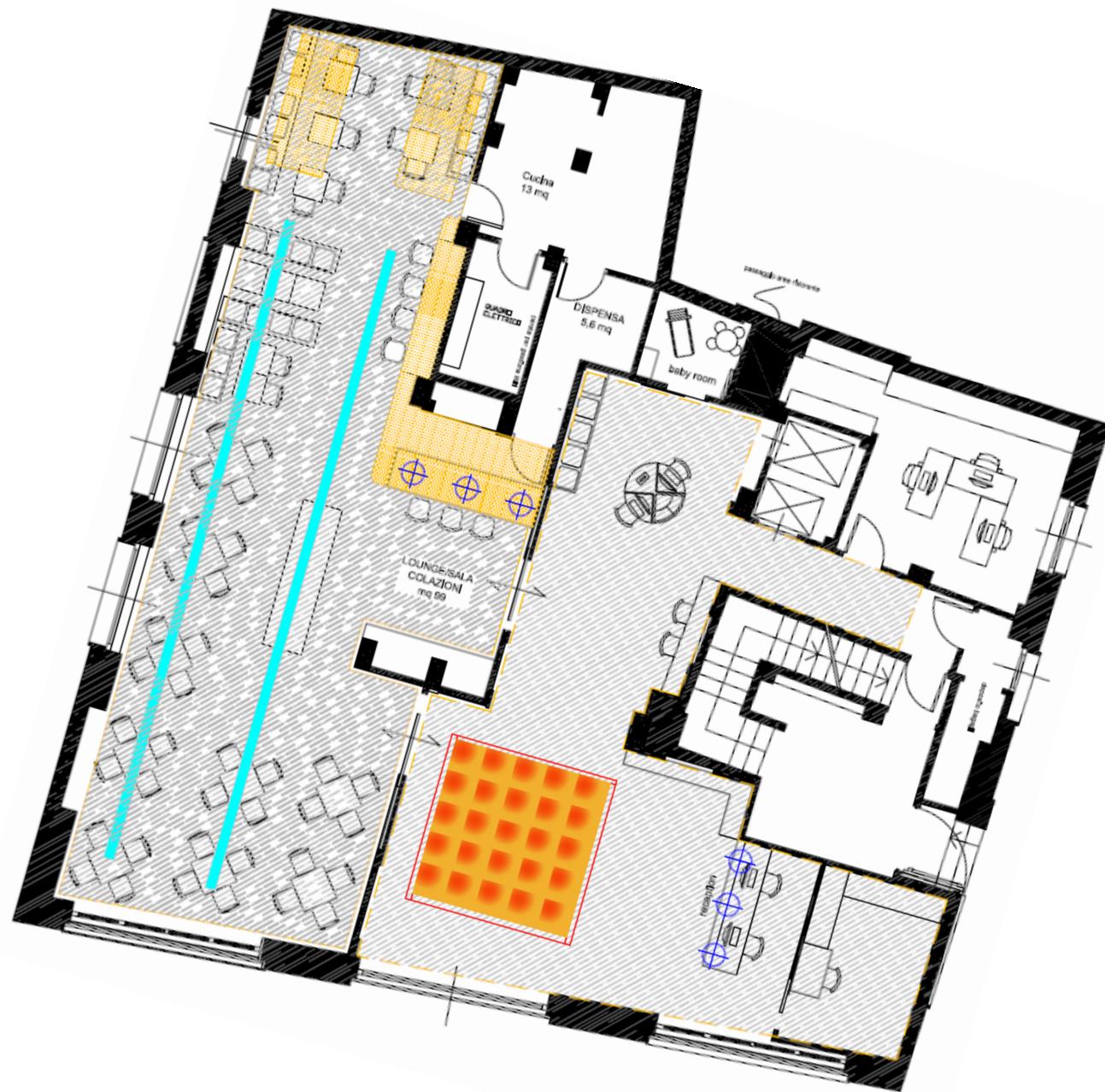
SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



INTERIOR PROJECT

Soluzioni Illuminotecniche

La soluzione illuminotecnica suggerita in relazione alla realizzazione del controsoffitto consente costituire un ambiente unico nel quale trovano spazio tre differenti microaree interne. Un controsoffitto unico distante circa 10 cm dal tramezzo del lounge bar e dal muro perimetrale sul versante sinistro, permette l'inserimento di lame di luce di differente intensità luminosa al fine di valorizzare le texture e gli elementi d'arredo scelti. Altro elemento distintivo è dato dal bar e della zona lounge, qui il controsoffitto crea un elemento di continuità col bancone e il piano laterale per poi costituire una zona ribassata nella zona dei divanetti posti alla fine della sala. (zone in giallo). Inoltre abbiamo deciso di mantenere l'attuale lucernaio inserendo però un sistema di modulazione cromatica mediante RGB, così facendo sarà possibile ricreare differenti sensazioni sensoriali.

SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



INTERIOR PROJECT

Combinazioni Cromatiche

Elemento fondamentale nell'interior design l'attenta selezione cromatica, in particolare questo lavoro essendo la parte conclusiva di un percorso di restyling avvenuto lungo i piani camere dell'hotel riporta e ricolloca le scelte cromatiche utilizzate per trasmettere in maniera coerente il messaggio comunicativo già intrapreso. In particolare la lounge si arricchisce delle tonalità cromatiche del rosso soprattutto per gli arredi mentre gli elementi di rifinitura verticali sposano un tonalità calda come quella della canapa e per i pavimenti il rovere diviene il pilastro di solidità storica della ricettività.



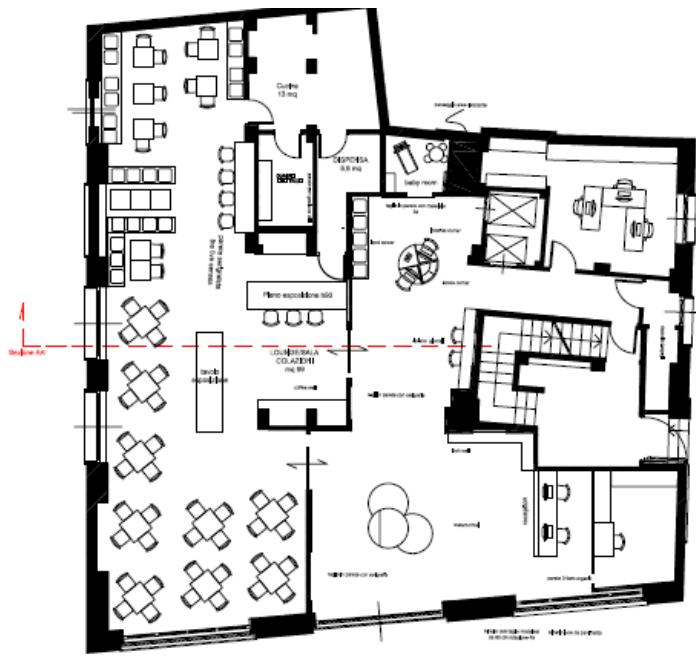
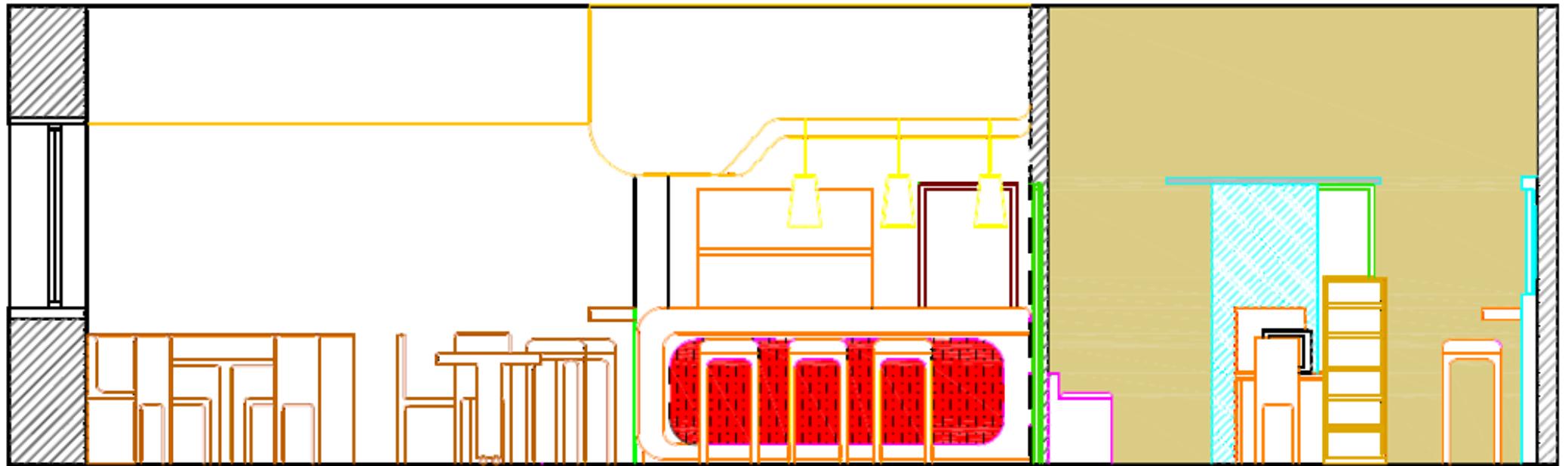
SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



Il FOCUS scelto mette in luce l'armonia della zona centrale del piano terra con particolare attenzione al piano lounge. Difatti questo elemento dovrà rappresentare la zona di massima flessibilità dell'area ideata poiché nella sua funzione "indefinita" esso dovrà accogliere intorno a sé gli ospiti nei vari momenti della giornata diventando area espositiva e degustativa, non c'è servizio ma solo PRESENTAZIONE. Il banco è il palco del teatro e la scelta illuminotecnica è volta a creare un abbraccio di luce esclusivo e riservato difatti dal controsoffitto scenderanno tre corpi illuminati con luce di bassa intensità che disegnerino sul piano tre circonferenze di luce per i protagonisti portato in scena dal F&B.

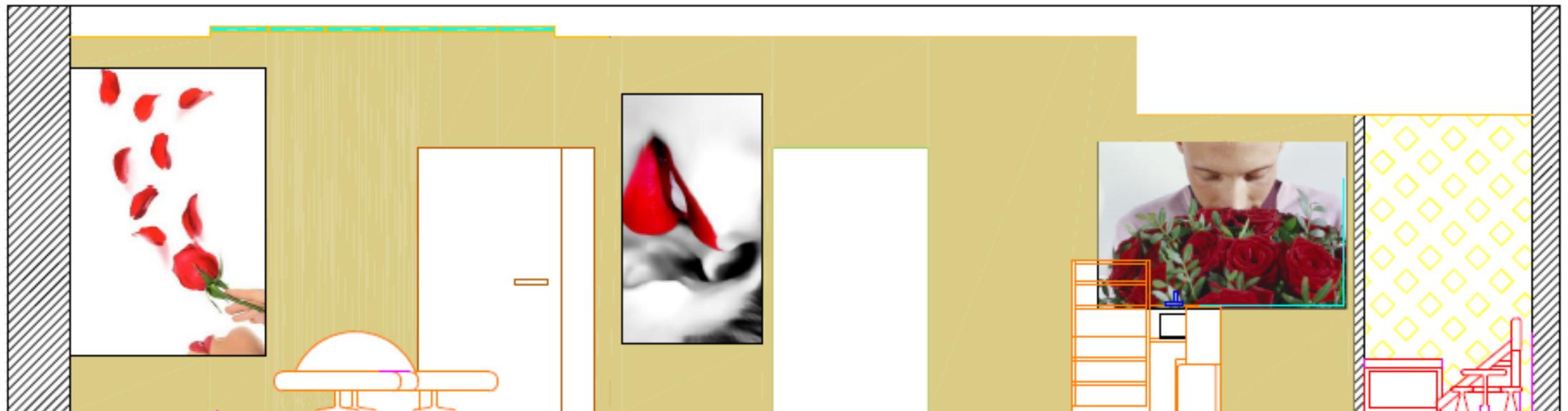
SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



Il secondo FOCUS scelto pone l'attenzione su uno degli elementi più complessi e allo stesso tempo più importanti di progetto ovvero la lunga parete che percorre longitudinalmente il piano terra e crea il filtro visivo e acustico con l'area lounge. Obiettivo dell'interior design è stato disegnare lungo la parete un viaggio sensoriale fatto di immagini evocative incorniciate nello spessore del tramezzo, articolando in un gioco di spessori e di ritagli del rivestimento attraverso il gioco illuminotecnico disegnato per costituire una lama di luce lungo l'intera parete. Le immagini potranno essere retro illuminate o illuminate dal basso per costituire una zona d'ombra in contrasto con la sorgente luminosa proveniente dal controsoffitto. È bene sottolineare come in parallelo all'articolarsi delle immagini ci sia l'articolarsi delle funzioni di accoglienza e intrattenimento.

SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

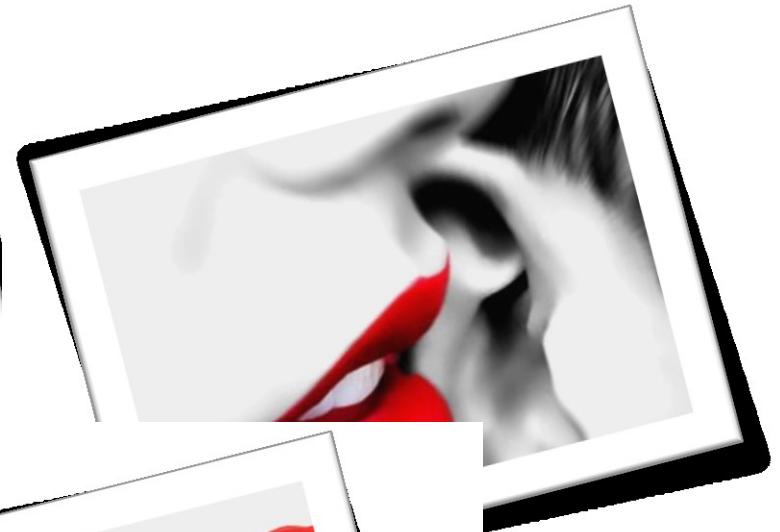
HEAR

INTERIOR PROJECT

... Inizia il viaggio

Lo spaccato assometrico mostra tutti gli aspetti fondamentali del progetto: l'articolazione delle superfici, le scelte cromatiche e l'attenta selezione dei complementi d'arredi. È bene evidenziare che l'immagine riporta le aree di maggiore interesse e con maggiori criticità.

IL NUOVO VOLTO DELLA RICETTIVITÀ



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR

BW CITY HOTEL GENOVA

15 SENSI DELL'OSPITALITA'



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR

BW CITY HOTEL GENOVA

15 SENSI DELL'OSPITALITA'



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR

BW CITY HOTEL GENOVA

15 SENSI DELL'OSPITALITA'



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



SEE

TASTE

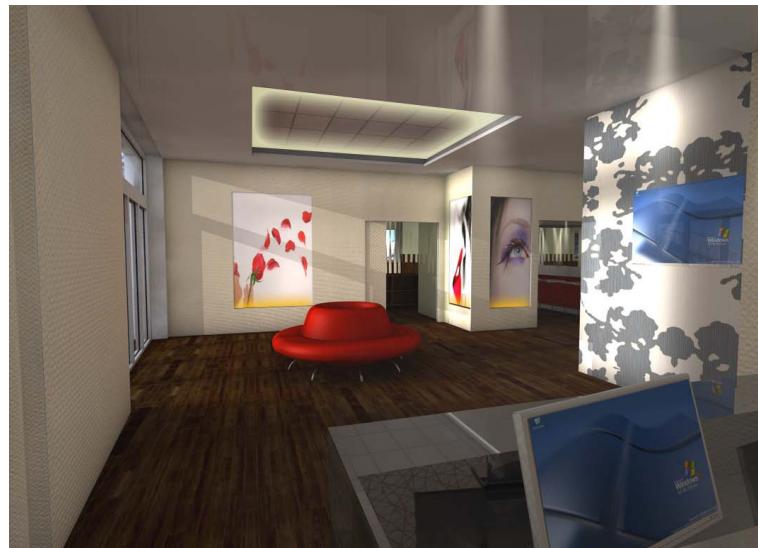
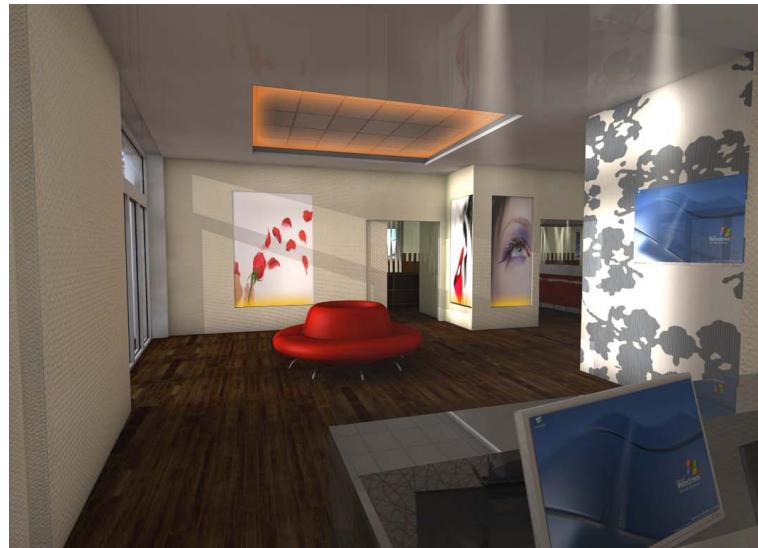
SMELL

TOUCH

HEAR

BW CITY HOTEL GENOVA

15 SENSI DELL'OSPITALITA'



GALLERIA

IMMAGINI



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR

BW CITY HOTEL GENOVA

15 SENSI DELL'OSPITALITA'



ANTE OPERAM

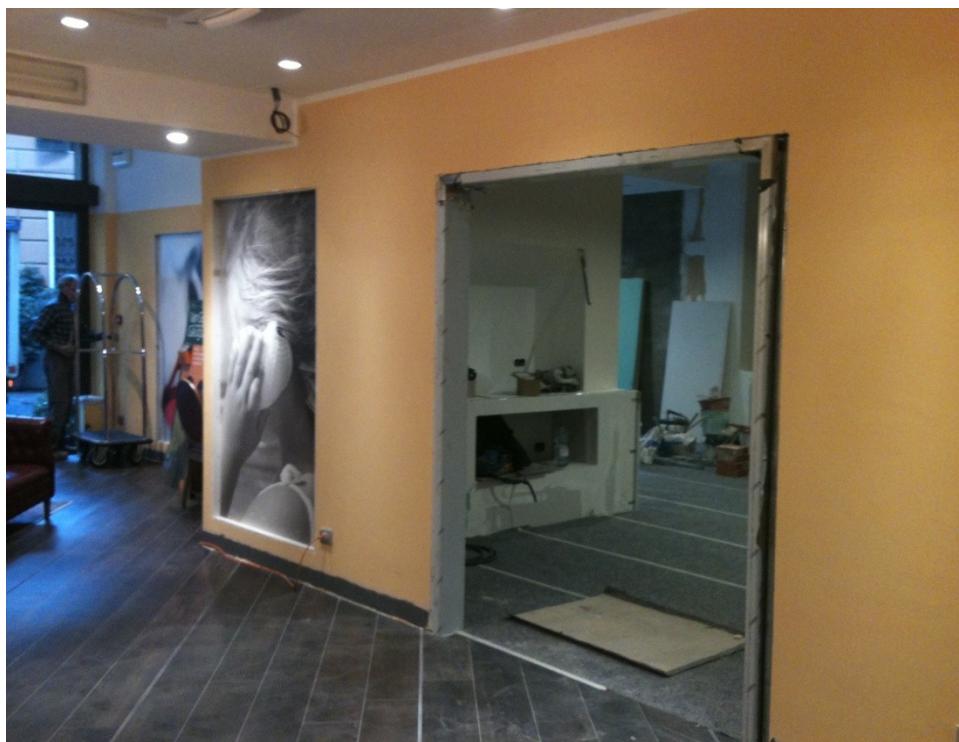
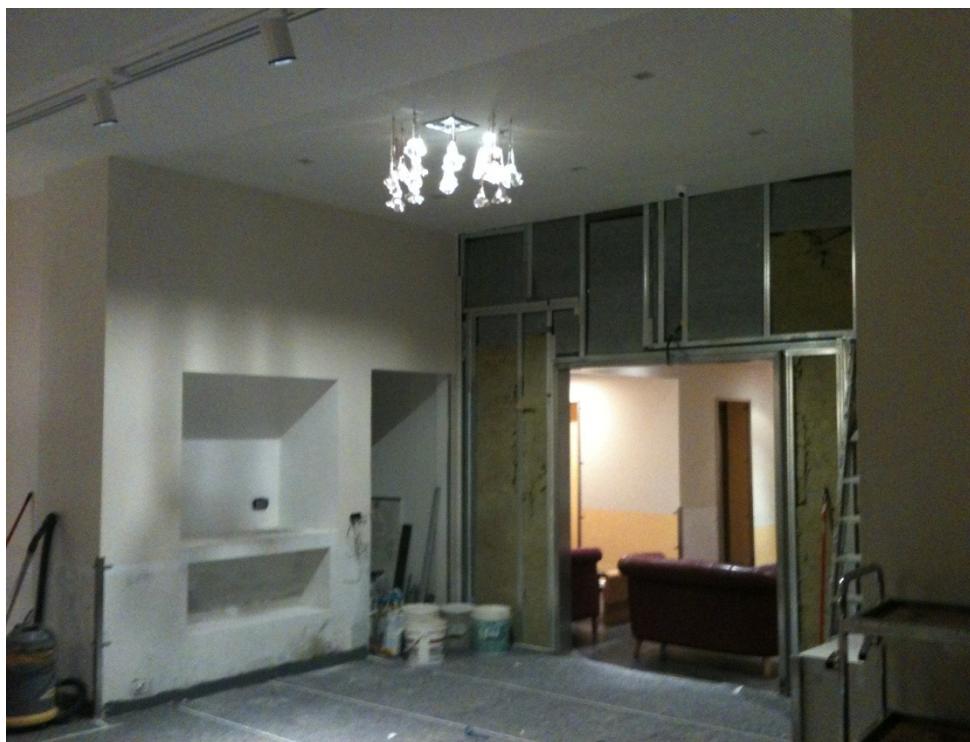
SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR

BW CITY HOTEL GENOVA

15 SENSI DELL'OSPITALITA'



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR

15 SENSI DELL'OSPITALITA'



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR

BW CITY HOTEL GENOVA

15 SENSI DELL'OSPITALITA'



SEE

TASTE

SMELL

TOUCH

HEAR