



## OSPITALITÀ 'ON LINE', ECCELLENZA ITALIANA: NUOVI SCENARI

'ONLINE' HOSPITALITY, AN ITALIAN  
EXCELLENCE: NEW SCENARIOS

Sullo sfondo di entrambe le polarità, persone costantemente in viaggio e viaggiatori occasionali, le nuove modalità di comunicazione e di interazione fra i diversi soggetti offerti dalla rete e dai siti web - ma anche dai **social network** - non fanno che aumentare per l'ospite le diverse possibilità di accesso a informazioni inerenti l'organizzazione di un viaggio e l'individuazione di un luogo di sosta, il confronto fra diverse esperienze, ma anche la creazione di comunità e gruppi virtuali intorno agli ambiti del turismo, del viaggio e dell'ospitalità. Le possibilità della rete, anche attraverso le **community on line**<sup>1</sup>, ampliano i 'menu esperienziali' proposti ai vari #viaggiatori/ospiti, ma anche la possibilità di una loro fidelizzazione a strutture ricettive e, attraverso di queste, a contesti e luoghi. La rete, inoltre, stimola la creazione di un'ospitalità al di fuori del sistema ricettivo e dei modelli consolidati, con siti e network che mirano a fare incontrare fra loro possibili fruitori per trovare luoghi di ospitalità all'interno di residenze private o in contesti particolari<sup>2</sup>. Se da una parte il sistema dell'ospitalità globale amplia i suoi orizzonti fino ad arrivare a situazioni domestiche, come avviene per il **couchsurfing**, cioè lo scambio gratuito di accoglienza in abitazioni private, dall'altra lo scenario italiano, soprattutto per quanto riguarda il mondo



del progetto e della produzione (settore del **contract alberghiero**) dimostra elementi di distinzione del made in Italy: figure di progettisti italiani e studi-aziende di progettazione<sup>3</sup> sono diventati vere e proprie 'firme' e garanzie di eccellenza per hotel dello scenario internazionale destinati soprattutto a una clientela di 'alta gamma', talvolta anche in relazione a importanti brand merceologici<sup>4</sup>. Sul fronte produttivo molte aziende del contract sono in grado di offrire ed esportare livelli di perfezione ed eccellenza esecutiva in tutto il mondo non facilmente riproducibili da altri attori sul mercato internazionale. Basandosi quindi sull'eccellenza italiana nel settore dell'ospitalità si vuole ampliare il campo di indagine al contesto europeo e mondiale per individuare nuove tipologie e nuovi format, anche con la finalità di raccontare una #nuova ospitalità che sia l'emblema di un nuovo

NOTE:

<sup>1</sup> Le travel community, tra cui TripAdvisor, Traveller's point, Barclaycard Travel, Localyte, e altre promosse da marchi come Lonely Planet e Moleskine, le app e i blog di viaggio permettono lo scambio di informazioni tra viaggiatori o con gli abitanti locali. Le grandi catene alberghiere, invece, utilizzano i social network più noti per costruire e mantenere il contatto con i propri fruitori.

<sup>2</sup> Si vedano: Airbnb, Couchsurfing e, a Milano, il servizio Bed Sharing attivato da esterni. È possibile offrire ospitalità persino nel proprio giardino attraverso la community Campinmygarden.

<sup>3</sup> Si segnalano: Obic and Partners, Antonio Citterio Patricia Viel and Partners, Lissori Associati, studio Simone Micheli, studio Marco Piva, studio Luca Scacchetti, Matteo Thun & Partners.

<sup>4</sup> Come per alcuni fashion hotel legati ai brand Armani, Bulgari, Ferragamo e Missoni.





**GENERATOR HOSTEL**  
**THE DESIGN AGENCY, BARCELONA, 2013**  
 Collocato in un ex edificio per uffici, il Generator integra l'articolazione degli spazi con un sistema di comunicazione grafica coinvolgente. L'artista locale Julie Plattier si è ispirata alla tradizionale Festa Major de Gràcia per realizzare l'installazione di oltre 300 lanterne che caratterizza lo spazio ristoro. Located in a fully converted office building, the Generator melds spatial layout with an enticing graphics communication system. Local artist Julie Plattier was inspired by the traditional Festa Major de Gràcia in creating her installation involving over 300 lanterns. These set the mood in the eating area. generatorhostels.com

modo di viaggiare e vivere e che possa fornire, come in parte sta già accadendo nel contesto italiano (si veda l'hostel del gruppo Generator aperto a Venezia nel 2013), differenti input e spunti di progetto e di gestione.

To a backdrop of both these poles, people constantly on the move and occasional travellers, the new ways offered by the Internet and websites – and **social networks** – for different parties to communicate and interact can only multiply the various opportunities a potential guest has to access information to organize a trip, to pinpoint a place to stay, or to compare other

people's experiences, as well as to create virtual communities and groups pivoting on tourism, travel and hospitality. The net's scope, also through **online communities**<sup>1</sup>, broadens the 'experiential menus' proposed to the various #travellers/guests, but also the opportunity to foster their loyalty to reception facilities and, through these, to contexts and places. In addition, Internet encourages creation of hospitality forms standing outside the system of established accommodation models, with sites and networks aiming to place potential users in contact with hospitality solutions within private homes or unusual contexts<sup>2</sup>. On the one hand, the global

NOTES:

<sup>1</sup> Travel communities, such as TripAdvisor, Traveller's point, Barclaycard Travel, Localyte, and others backed by brands such as Lonely Planet and Molekine, apps and travel blogs all enable information to be exchanged between travellers or with local inhabitants. Instead, the big hotel chains use the most well-known social networks to build and keep up contact with their customers.  
<sup>2</sup> See: Airbnb, Couchsurfing.org and, in Italy (in Milan), the bed-share service set up by esterni. Bed Sharing. Hospitality can even be offered in one's own garden, through the community Campinmygarden.



hospitality system has extended its horizons as far as domestic contexts, as happens in **#couch-surfing**, where free accommodation in private homes is exchanged. On the other, the Italian scenario – especially as far as the design and production world (the **#hotel contract** sector) is concerned – also reveals the distinctive Made in Italy traits: Italian designers and design studios/companies<sup>3</sup> have become authentic 'labels' and a guarantee of excellence for international hotels destined primarily for a 'top-end' clientele, sometimes also in relation to prominent brands of goods<sup>4</sup>. From the production perspective, many contract firms are able to offer and export

supreme levels of expertise and construction excellence all over the world – factors that are not easily copied by other players on the international market. Based therefore on Italian distinction in the hospitality sector, the aim is to extend the field of investigation to the European and world contexts, to identify new hospitality formats, also with the goal of narrating a #new hospitality standing as the emblem to a fresh way of travelling and living, and one that can provide, as is already partially happening in the Italian context (see the hostel in the Generator group, opened in Venice in 2013), different design and management inputs and stimuli. @BIRCOLUONE-RENOVA

**THE STUDENT HOTEL**  
**...STAAT CREATIVE AGENCY**  
**ROTTERDAM, 2012; AN**  
 'Community, comfort e sono le parole chiave di la progettazione di spa in un mix di arredi cont e vintage, tinte vivaci, r citazioni ingrandite e r 'Community, comfort an the key words shaping a communal areas and on in a blend of contempora furnishings, bright colou oversize quotes and neq thestudenthotel.com



<sup>3</sup> The most prominent working in the hospitality and Partners, Antonio Di Partners, Lissoni Associati Micheli, Studio Marco P Scacchetti, Matteo Thun.  
<sup>4</sup> Such as certain well hotels created by the Am Ferragamo or Mies van der