

Upgrading: l'offerta di socializzazione

Publicato il: 06/12/2007



Un possibile modello per l'upgrading si basa sull'offerta di socializzazione. Bisogna avere il coraggio di andare oltre lo stereotipo di "hotel ospitale come casa tua". L'hotel rappresenta un momento di vita innovativo, è un'evasione dal quotidiano, è un luogo animato e vissuto anche da altre persone. Specie nel caso di hotel a 5 stelle, l'alloggio rappresenta uno status personale che viene a confrontarsi con il passare del tempo in un contesto sociale potenzialmente omogeneo.

Creare occasioni per permettere agli ospiti di conoscersi e socializzare è un modello interessante e già intrapreso da diversi hotel di New York. Ad esempio il "social table" proposto da Starck offre l'opportunità di

pranzare o cenare su di un tavolo lungo circa 10 metri dove prendono posto anche altre persone: si avrà così occasione di conoscerle e parlarci (nella sala ristorante vi sono comunque dei tavoli classici dove prenderanno posto gli ospiti non interessati a nuove conoscenze).

Un altro esempio di socializzazione "omogeneamente attiva" è nell'aprire uno spazio dell'hotel con bar, musica ed eventi. Dall'aperitivo happy hour, dal brunch all'after dinner ci sono una serie di possibili momenti in cui far affluire in hotel una clientela selezionata e interessata a "respirare" l'atmosfera glamour e chic della struttura ricettiva. Un esempio interessante è l'hotel Larios nel centro di Malaga che, pur con solo 40 camere circa, ha attivato sulla terrazza dell'ultimo piano uno splendido bar serale con eventi serali (dalle 23 in poi). Le serate richiamano diverse decine di ospiti esterni e quasi tutti gli ospiti dell'hotel (che hanno particolari condizioni di accesso). Il potenziale problema derivante dal rumore della musica e dalla presenza di numerose persone fino a notte fonda è stato semplicemente risolto isolando meglio il piano sottostante la terrazza e riservando le camere più esposte ai DJ o agli ospiti della serata.

Piergiorgio Mangialardi