Best Western, doppio appuntamento alla Milan Design Week

Inizia nel segno del rinnovamento il 2016 di **Best Western Italia**. Come spiega **Sara Digiesi**, chief marketing officer, "Questo è un anno cruciale per Best Western che, in tutto il mondo, ha avviato un importante brand refresh sostenuto da ingenti investimenti e progetti di innalzamento di qualità e design degli alberghi. In Italia in particolare, siamo abituati a un altissimo standard estetico e anche i nostri consumatori vogliono la bellezza. Ecco perché abbiamo deciso di orientarci, anche sotto il profilo del design, alle tendenze più contemporanee".

Per mostrare a pubblico e operatori il nuovo corso di Best Western Italia, non poteva esserci occasione migliore della **Milan Design Week**, la settimana dal 12 al 17 aprile che, in concomitanza con il Salone del Mobile, anima l'intera città con eventi e happening distribuiti in tutti i quartieri. La partecipazione di Best Western Italia al Fuorisalone si articola in due momenti distinti. Nel Brera Design District, in Corso Garibaldi 104, il gruppo alberghiero ha allestito **Immersion Box**, una location dove sperimentare la visita in hotel con l'immersione virtuale a 360° grazie ai visori Samsung Gear VR e l'app BW VR Immersion sviluppata da Ikon.com. "Si tratta di un'installazione davvero d'impatto, che nasce dalla volontà di dialogare con un possibile cliente consumer. Abbiamo puntato sulla realtà virtuale, il vero trend del momento, e i numeri ci dicono che abbiamo fatto centro in termini di visite e apprezzamento. L'esperienza, concepita anche come un gaming, consente agli utenti di scoprire esterni e interni di una quindicina di nostri alberghi" racconta Digiesi.

Allestita negli spazi di Ventura Lambrate, maggiormente rivolta agli addetti ai lavori è invece la mostra **Different Suites X Different People**, a cura dell'architetto **Simone Micheli**, un percorso che al suo interno ospita una camera Best Western Plus, il brand più di design del gruppo.

"Abbiamo declinato il brand in tre nuovi prodotti, Best Western Plus, Best Western Premier e Vib" aggiunge Digiesi "Dove Best Western Premier è il top di gamma, Best Western Plus identifica le strutture business e leisure più contemporanee e Vib si indirizza al target dei Millennials". Proprio in quest'ottica, per far sì che ogni struttura Best Western abbia una propria armonia stilistica nella sua totalità, dalle aree comuni alle camere, il gruppo ha lanciato **Design Evaluation**: un designer analizza i singoli hotel e accompagna gli albergatori nella valutazione e nella pianificazione degli interventi stilistici e strutturali.

"Anche se abbiamo chiuso un ottimo 2015 e iniziato un 2016 in linea con le aspettative, noi non ci fermiamo mai" precisa **Gianfranco Castagnetti**, presidente di Best Western Italia. "Oggi il cliente vuole tutto, e tutto al top: noi lavoriamo in questa direzione, così da offrire la migliore qualità al prezzo più corretto in ognuna delle nostre strutture".

"E' importante che il cliente sappia quanto valore c'è dietro l'accoglienza in albergo. Dalla sicurezza a 360° - nella camera così nelle aree comuni - al rispetto di tutte le normative, fino alla formazione continua del personale. Un valore che altre tipologie di strutture ricettive non possono certo assicurare" aggiunge **Filippo Seccamani**, amministratore unico di uno dei più celebri hotel milanesi, il Best Western Plus Galles.