Sheraton Hotels & Resorts annuncia 10 nuovi hotel in Europa

In occasione dell'International Hotel Investment Forum (IHIF) di Berlino, Marriott International (NASDAQ: MAR) ha annunciato i piani di trasformazione di **Sheraton Hotels and Resorts** in Europa. Gli Sheraton Hotels di Tel Aviv, Sopot e Cracovia hanno già avviato la fase di trasformazione delle loro strutture secondo la nuova visione del brand, mentrealtri 12 Sheraton Hotels in tutta Europa inizieranno presto i lavori di ristrutturazione che consentiranno di offrire agli ospiti la nuova esperienza di soggiorno firmata Sheraton. Il brand, che vanta una presenza globale, ha annunciato inoltre l'apertura di dieci nuovi hotel in Europa nei prossimi cinque anni, grazie ai quali il portfolio europeo di Sheraton supererà i 70 hotel.

"Il rinnovamento di Sheraton è sempre stato una grande priorità per il gruppo e siamo entusiasti di presentare il nuovo design di Sheraton qui all'IHIF di Berlino", ha dichiarato **Liam Brown**, President and Managing Director di Marriott International in Europa. "Da 82 anni Sheraton è un simbolo di ospitalità e i suoi hotel hanno sempre rappresentato importanti luoghi di incontro per le comunità locali. Il nostro piano di trasformazione si fonda su questa ricca storia, offre un posizionamento moderno e differenziato e rappresenta una proposta convincente per i nostri proprietari. Non vediamo l'ora di portare in Europa il nuovo Sheraton".

La trasformazione del brand

Fin dalle origini gli hotel Sheraton si sono contraddistinti nel panorama dell'ospitalità come luoghi di incontro per gli ospiti e la comunità locale. La nuova esperienza Sheraton ribadisce questa eredità attraverso una serie di servizi e un design che favoriscono la socializzazione, la produttività e la personalizzazione. L'ispirazione per il riposizionamento arriva dalle piazze delle città europee, come Piazza del Campo a Siena, Trafalgar Square a Londra e Plaza Mayor a Madrid, luoghi dove le persone si incontrano e le città prendono vita.

Per questo motivo gli spazi pubblici cittadini hanno avuto un ruolo chiave nella progettazione della nuova lobby Sheraton che vede tra le sue caratteristiche primarie la presenza di spazi collaborativi, un design potenziato dalla tecnologia e l'assistenza di un community manager a disposizione degli ospiti. La lobby diventa quindi un luogo al centro della comunità, dove le persone possono incontrarsi, lavorare o rilassarsi.

Gli aspetti chiave della lobby del nuovo Sheraton sono:

- Community Table – Un tavolo in condivisione che permette agli ospiti di lavorare, mangiare, bere e rilassarsi, sia in compagnia che da soli. Dotato di utili funzioni incorporate (tra cui prese di corrente e stazioni di ricarica per smartphone), offre anche un'esperienza personalizzata, grazie a luci controllabili individualmente e cassetti con serratura.
- Booth – Cabine private e insonorizzate che gli ospiti possono utilizzare per fare una videochiamata o semplicemente una telefonata senza lasciare la lobby.
- Community Manager - Colonna portante di questo nuovo spazio comune, il Community Manager infonderà negli ospiti e nei locali un senso di comunità e sarà a disposizione per qualsiasi richiesta, dai consigli di viaggio fino al supporto con la tecnologia. Sarà attivata anche una piattaforma digitale che consentirà agli ospiti di avere sottomano tutte le informazioni e di richiedere i diversi servizi presenti in hotel.
- Coffee Bar Bar - una nuova esperienza di bar in hotel, che serve caffè e brioche la mattina oppure birre artigianali e taglieri di formaggio nel pomeriggio. Il tutto può essere consumato al bancone, al tavolo o ordinato da asporto.

  La trasformazione di Sheraton interessa anche le camere, caratterizzate da un design rinnovato comprensivo di una nuova palette di colori, cabine doccia walk-in e una disposizione dello spazio flessibile che si adatta tanto al lavoro quanto al riposo. Le camere sono luoghi accoglienti e sofisticati adatti al viaggiatore d'affari moderno: i toni naturali, la combinazione di materiali soffici e resistenti e la presenza di opere d'arte locali rendono lo spazio confortevole e intimo.

  I numeri di Sheraton

  Sheraton è il terzo brand di Marriott International per numero di stanze e comprende ad oggi circa 450 hotel in tutto il mondo, di cui 61 in Europa. Sheraton è anche il secondo brand del gruppo per introiti. Dopo l'ingresso nel gruppo Marriott International nel settembre 2016, parte dell'acquisizione di Starwood Hotels & Resorts Worldwide, il brand Sheraton è stato ritirato da 21 hotel in tutto il mondo, di cui 6 in Europa, che non rispecchiavano più gli standard richiesti.

  "Abbiamo un'occasione unica per crescere e riposizionare questo brand globale, per questo motivo abbiamo dovuto prendere delle decisioni difficili e privarci di alcuni hotel che non rispecchiavano i nostri nuovi standard" ha dichiarato **John Licence**, Vice President Premium and Select Brands Europe di Marriott International. "Abbiamo introdotto nuovi controlli sul rispetto degli standard del brand e nuove garanzie di qualità: le persone che raccomandano Sheraton sono già aumentate di due punti ogni anno e per la prima volta in cinque anni è cresciuta anche la nostra quota di mercato globale".

  Sheraton vanta un robusto piano di espansione globale, con 80 nuovi progetti già siglati in 33 Paesi e territori. Entro il 2020, il brand sarà presente in 80 Paesi. Il 25% degli Sheraton in tutto il mondo ha già

iniziato il rinnovamento o ha preso impegni per attuarlo nell’imminente futuro, un chiaro esempio di come i proprietari degli hotel stiano rispondendo con ottimismo ed energia a questa nuova brand vision.

Sheraton in mostra all’IHIF

Questa settimana la nuova esperienza Sheraton è stata ricostruita in uno spazio di 100 metri quadrati all’IHIF di Berlino, con l’obiettivo di far conoscere e provare agli investitori la trasformazione del brand, con un focus sulla lobby. Nello spazio dedicato sarà possibile scoprire anche altri aspetti del brand tra cui la nuova guest experience e la filosofia che ha ispirato il nuovo concetto di design.