

NEW RESIDENCE – VIMERCATE

THE PRODUCT CONCEPT

Project
AB



Project AB

IL PROGETTO RICETTIVO DEL RESIDENCE SI PROPONE ALL'INTERNO DEL CONTESTO DI SVILUPPO COME UNA NUOVA DIMENSIONE ALBERGHIERA, NELLA QUALE IL SOGGIORNO SUPERA LE DINAMICHE CLASSICHE DEI RESIDENCE CONTEMPORANEI. DIFATTI OBIETTIVO DEL TEAM È QUELLO DI CREARE UN "MOOD" IN GRADO DI CONIUGARE IL CONCETTO DI ACCOGLIENZA DOMESTICA CON QUELLO DELL'ESCLUSIVITA'.
DOMOTICA E SOSTENIBILITÀ SONO LE FONDAMENTA CONCETTUALI DEL PROGETTO E LE CHIAVI PER REALIZZARE UN AMBIENTE RICERCATO SENZA CON CIÒ PERDERE IL SENSO DI ACCOGLIENZA TIPICA DI UN AMBIENTE DOMESTICO.

INTERIOR DESIGN *IL CONCEPT DI PROGETTO*



INTERIOR DESIGN

ECO SOSTENIBILITÀ

IL PARCO RAPPRESENTA UN ELEMENTO DI FORTE ATTRAZIONE PER IL CONTESTO CITTADINO E DI VALORIZZAZIONE PER LA STRUTTURA STESSA; UN RESIDENZA NEL VERDE A POCHI KM DALLE PIÙ IMPORTANTI REALTÀ INDUSTRIALI E COMMERCIALI DELLA ZONA.

DETERMINANTE NELLA TEMATIZZAZIONE È L'ATTENZIONE NEI CONFRONTI DELLA NATURA E DEL RISPARMIO ENERGETICO FACENDO CONVIVERE IL CONCETTO DI LUSO CONTEMPORANEO CON QUELLO DI CONSUMO INTELLIGENTE.

UN RESIDENCE ECO - FRIENDLY, IL PRIMO NELLA ZONA, PROGETTATO NELLA STRUTTURA E NEGLI IMPIANTI SU PARAMETRI ECOLOGICI. L'ATMOSFERA VORRÀ RIPROPORRE UN GIARDINO VIRTUALE , NELLA RICERCA CROMATICA, LONTANA DAL TRAFFICO CITTADINO. GLI APPARTAMENTI SARANNO PERFETTAMENTE ISOLATI IN TERMINI TERMO - ACUSTICI, AVRANNO DISPOSITIVI PER IL CONTROLLO DEI CONSUMI E TUTTI I TESSUTI SARANNO NATURALI.

Project
AB



INTERIOR DESIGN

TECNOLOGIA & PERSONALIZZAZIONE

NON SOLO GREEN MA ANCHE TECNOLOGIA E PERSONALIZZAZIONE RAPPRESENTANO I TEMI CARDINI DEL CONCEPT. ELEMENTO IMPRESCINDIBILE PER SUPERARE QUEL SENSO DI "TRISTEZZA" CHE A VOLTE SI RITROVA NEGLI APPARTAMENTI DELLA CATEGORIA; DIFATTI ALL'INTERNO DI QUESTA AMBIENTAZIONE PREVALE IL **COMFORT**, OTTENUTO GRAZIE A UNA SCELTA SAPIENTE DI COLORI E MATERIALI PER IL DESIGN DEGLI INTERNI, DESTINATI A UNA CLIENTELA PARTICOLARMENTE SENSIBILE ALL'ELEGANZA. L'OSPITE ACCEDE ALL'APPARTAMENTO E LE LUCI SI ACCENDONO, IL TOUCH SCREEN DELLA PARETE DÀ IL BENVENUTO E DOPO QUALCHE Istante LO INFORMA DELLA POSSIBILITÀ DI SCEGLIERE E PERSONALIZZARE GLI SCENARI DELLA CAMERA CHE PREFERISCE. LO SCENARIO STANDARD SI ATTIVA E IL CLIENTE, DOPO ESSERSI AMBIENTATO E AVER RIPOSTO IL BAGAGLIO AGISCE SULLO SCHERMO PERSONALIZZANDO ILLUMINAZIONE, TEMPERATURA, ARAZIONE, AUDIO E VIDEO, SECONDO I PROPRI DESIDERI. QUESTO NUOVO SCENARIO (E QUELLI CHE IMPOSTERÀ DURANTE LA PERMANENZA) RIMARRÀ NELL'ARCHIVIO STORICO DEL SOFTWARE DOMOTICO DELL'HOTEL E RIPROPOSTO AUTOMATICAMENTE IN CASO DI FUTURI SOGGIORNI,



Project
AB

INTERIOR DESIGN

TECNOLOGIA & PERSONALIZZAZIONE

MENTRE IL CLIENTE SI DÀ UNA RINFRESCATA IN BAGNO, L'ILLUMINAZIONE DELLA STANZA VIENE RIDOTTA AL MINIMO, LA MUSICA VIENE ESCLUSA DALLA STANZA PER ESSERE SPOSTATA IN BAGNO CON UNA IMPERCETTIBILE DISSOLVENZA E IL SISTEMA DI VENTILAZIONE SI ATTIVA, GRAZIE AL RISCONTRO DI ECCESSIVA UMIDITÀ. MENTRE IL CLIENTE FA LA DOGGIA, CON IL MINIMO SFORZO VENGONO MANTENUTE TEMPERATURE E QUALITÀ DELL'ARIA. MENTRE IL CLIENTE SI ASCIUGA I CAPELLI, IL TOUCH-SCREEN DEL BAGNO SUGGERISCE LA SCELTA DEL MOTIVO DELLA PROPRIA PRESENZA, "LAVORO", "VACANZA", "DI PASSAGGIO" E INTRATTIENE IL CLIENTE SUGGERENDO ATTIVITÀ, LUOGHI E SERVIZI LEGATI ALLA SELEZIONE COMPIUTA. IL TOUCH DIVENTA ANCHE UN VERO SISTEMA DI NAVIGAZIONE WEB CHE OFFRE APPROFONDIMENTI E INFORMAZIONI UTILI IN TEMPO REALE, SEMPRE LEGATE ALLA MOTIVAZIONE SCELTA. IN ALTERNATIVA SI PUÒ VEDERE L'ULTIMO NOTIZIARIO (REGISTRATO AUTOMATICAMENTE DAL SISTEMA DOMOTICO E RESO DISPONIBILE IN OGNI MOMENTO DALLA DIFFUSIONE VIDEO IN STREAMING DI CUI TUTTI GLI LCD E TOUCH SCREEN DELL'HOTEL VENGONO DOTATI).



Project
AB

BRAND AWARENESS

IDEAZIONE DEL MARCHIO

MOLTE STRUTTURE RICETTIVE NON RIFLETTONO A SUFFICIENZA SULL'IMPORTANZA DEL MARCHIO, CHE IN REALTÀ È LA PRIMA E LA PIÙ IMMEDIATA FORMA DI COMUNICAZIONE. SI TRATTA INFATTI DEL SIMBOLO CHE LO IDENTIFICA, ESSO PUÒ ESSERE COSTITUITO:

- DAL SIMBOLO GRAFICO, DI PURA FANTASIA O CHE SI ISPIRA AD UN OGGETTO STILIZZATO O CHE TRAE ORIGINE DALLA COMBINAZIONE DI CARATTERI ALFABETICI CHE SONO LE INIZIALI DEL NOME DEL PROPRIETARIO O DELLA DENOMINAZIONE SOCIALE;
- DAL SIMBOLO GRAFICO E DAL NOME/DENOMINAZIONE DELL'AZIENDA UNITI;
- DAL NOME, COMPOSTO CON CARATTERI PARTICOLARI, CHE DIVENTA IL MARCHIO STESSO E SI CHIAMA LOGOTIPO (ESEMPIO: FIAT).

PIÙ UN MARCHIO È DI FORTE IMPATTO VISIVO, PIÙ SI DISTINGUERÀ DA QUELLO DEI CONCORRENTI E PIÙ SI FARÀ RICORDARE. PER I RESIDENCE BISOGNA EVITARE MARCHI GENERICI) ED È NECESSARIO PUNTARE SUI FAMOSI PUNTI DI FORZA IDENTIFICATI ALL'INIZIO PER CREARE UN MARCHIO ORIGINALE E MEMORABILE.



IPOTESI 1:

LA PRIMA PROPOSTA PONE L'ATTENZIONE SULL'UNICITÀ DEL SOGGIORNO ATTRAVERSO UN NOME CHE EVOCHI IL SENSO DI QUALITÀ ED ESCLUSIVITÀ **"PRIVILEGE"**. AL NOME SI È ASSOCIATO UN PITTOGRAMMA CHE SOTTOLINEASSE L'ASPETTO ECO - FRIENDLY DELLA STRUTTURA SENZA DIMENTICARNE L'ASPETTO RICETTIVO.



IPOTESI 2:

LA SECONDA PROPOSTA ASSOCIA LA FUNZIONE ALL'ATTENZIONE PER L'AMBIENTE SUGGERENDO UN NOME CHE NON LASCIA SPAZIO A DUBBI: **"ECOSLEEP"**; PER NON DIMENTICARE IL LIVELLO QUALITATIVO SI È PENSATO DI ASSOCIARE AL NOME IL CONCETTO DI APARTMENTS AL POSTO DEL PIÙ TRADIZIONALE RESIDENCE.



Project
AB

Project
AB





Project
AB