

HOTEL
DOMANI

NOVEMBRE

31

ALL INCLUSIVE

The Box

UBICAZIONE | **Riccione**

CATEGORIA | **boutique hotel**

CAMERE | **40, di cui 6 suite**

SITO WEB | **theboxriccione.com**

THE PHOTOBOOTH

LIFE IS MADE
OF SMALL
moments
LIKE THIS

8-3

4 POSES
8 PHOTOS

Collect beautiful memories!

Identità MOM convenzionale



L'appartamento al quinto piano può essere usato come spazio per meeting ed eventi in un'atmosfera più intima

di **Flavia Fresia**

L'espressione inglese "to think outside the box" significa pensare fuori dagli schemi. È il mantra intorno a cui Mariana Chiaraluce e Alfredo Monetti hanno dato vita al loro hotel di Riccione, che non a caso hanno battezzato The Box. Un albergo che nel panorama della riviera romagnola si distingue per look, offerta, comunicazione e approccio lifestyle. "The Box - dicono Chiaraluce e Monetti - è il riassunto delle idee e delle ispirazioni raccolte nei nostri viaggi, di tutto quello che noi in prima persona vorremmo trovare in un albergo". Che cosa? Per esempio, niente buffet della prima colazione ma un breakfast espresso, servito al tavolo e preparato con prodotti di altissima qualità. E poi orari lunghi (al The Box la colazione è disponibile fino a mezzogiorno, la cucina del ristorante Mad è sempre aperta dalle 7 alle 23). Un'offerta food di qualità. Un cocktail bar con drink originali. Un luogo accogliente, che favorisce la convivialità e l'incontro tra viaggiatori e pubblico locale. Il tutto e molto altro racchiuso in un "contenitore" dall'immagine inconfondibile.

Esperienze messe in gioco

I coniugi Monetti hanno sviluppato queste e altre idee in un progetto imprenditoriale coerente attingendo al loro curriculum nel settore dell'ospitalità e della consulenza alberghiera, in ambiti diversi e complementari; nel corso della carriera hanno infatti seguito numerosi progetti di pre-opening e rebranding di strutture ricettive. Finché, nel 2017, hanno deciso di cimentarsi direttamente nella gestione di un hotel: "Volevamo dimostrare di essere bravi non solo a parole - dicono -. Al lavoro di consulenza in parte manca l'a-

Avete in mente il tradizionale albergo della riviera romagnola? Dimenticatelo. The Box è un luogo accogliente racchiuso in un "contenitore" dall'immagine originale, con servizi esclusivi e personalizzati



Negli ultimi vent'anni, la parete è riuscita a diventare 'la grande tela vuota da riempire' nei progetti residenziali e contract di tutto il mondo, favorendo lo sviluppo di grafiche sempre più originali e prodotti sempre più performanti.

Wall&decò ha partecipato al progetto di The Box sviluppando una proposta sui vari piani e adattando di volta in volta

le grafiche alle misure delle pareti. L'intervento ha coinvolto sia la hall, con la scelta della carta Elisir, prodotto iconico di Wall&decò, che le camere e i corridoi dell'hotel.

La parola... alla parete!





Anche gli spazi di connessione come i corridoi non rinunciano al proprio carattere originale. Sotto, l'area ping pong



Gran parte del pianoterra è occupato da un locale f&b polifunzionale aperto alla città e alla clientela esterna, con una propria insegna, Mad

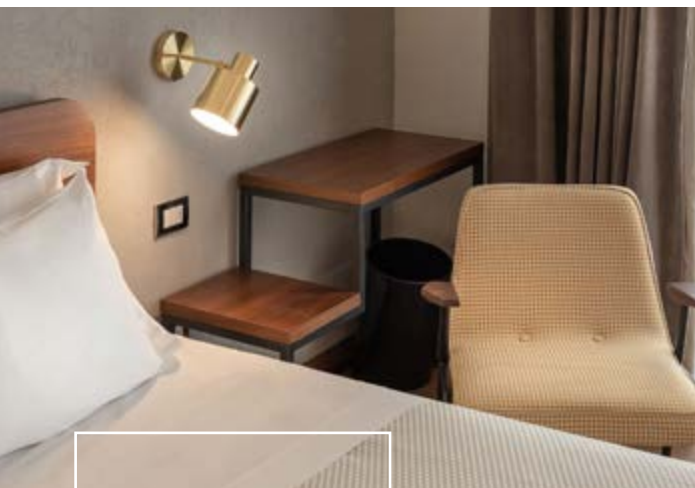
spetto operativo. Volevamo metterci in gioco in prima persona". Monetti e Chiaraluce hanno rilevato una struttura accanto a Viale Ceccarini a Riccione, costruita negli anni '50 come pensione familiare e nel 2006 trasformata in avveniristico hotel di design Sixty da una casa di moda; chiusa nel 2009, era abbandonata da tempo. I lavori sono stati portati avanti rispettando al centesimo un budget che non consentiva sforamenti e un cronoprogramma pianificato in maniera precisa che ha consentito di aprire i battenti nel 2018, senza ritardi. "Il nostro progetto ha seguito un percor-

so inverso rispetto a quello che fanno molti albergatori - rivela Monetti -. Siamo partiti definendo tutto quel che l'hotel poteva restituire in termini di fatturato e di margini e da lì abbiamo costruito un budget coerente per il tipo di progetto e il posizionamento dell'hotel. Abbiamo fatto di tutto per rimanere nei limiti che ci eravamo prefissati e siamo stati sostenuti da molte aziende che hanno creduto nel nostro progetto". In questa strategia rientrano scelte per limitare i costi come il mantenere il layout e il numero originario delle camere, conservando gli originali bagni tondi. Gli arredi sono stati cambiati, ma alcuni pezzi di design del Sixty sono rimasti e sono stati usati arredi vintage in sintonia con lo stile anni '50-'60 del The Box. L'hotel ha 34 camere e 6 suite, suddivise in quattro tipologie: Cosy, Cute, Fancy (junior suite) e Unique (suite). Le suite hanno tra l'altro vasca idromassaggio e dotazioni esclusive, come il giradischi con una selezione di vinili vintage, mentre i televisori da 55" sono nascosti dietro uno specchio. La domotica non è molto spinta: "Ci piace che il cliente abbia tutti i comfort ma che tutto sia di semplice fruizione". Proprio come un tempo. Chiaraluce e Monetti cercano di incorporare nell'esperienza di chi soggiorna al The Box il ritorno a un'esperienza meno tecnologica, con un tocco umano più diretto e personale. Così, per esempio, l'addetto che porta il bagaglio nella suite mette in funzione il giradischi in modo che l'ospite venga accolto dalla musica (la sua preferita nel caso di un repeat guest): "vogliamo toccare aspetti emotivi con messaggi fisici, personalizzati", affermano.

Uscire dagli schemi

Altra scelta progettuale è stata quella di privilegiare gli investimenti sul pianoterra e sul quinto piano, dove





Carattere metropolitano

La scelta dei colori e dei prodotti da utilizzare è avvenuta dopo un'attenta analisi del progetto e degli obiettivi estetici che si voleva raggiungere. Per la fornitura dei materiali, il **Gruppo Ivas** ha collaborato con due divisioni aziendali, Metropolis - decorativi cosmopoliti, che progetta e produce pitture, cicli decorativi e finiture in resina da parete e pavimento ispirandosi alle suggestioni degli esterni metropolitani - e Ivas che si occupa di colori e sistemi per l'edilizia sostenibile. Per la finitura delle pareti delle camere si è optato per Concreto, un rivestimento a base calce testurizzato, microporoso, a spessore, mentre per le pareti dei bagni sono state usate le pitture lavabili Metropolis, caratterizzate da un'elevata resistenza all'abrasione e grande stabilità cromatica e prestazionale. In contemporanea ai lavori interni, Ivas si è focalizzata all'esterno per rendere l'edificio energeticamente efficiente, attraverso l'applicazione di un sistema d'isolamento termico a cappotto, TermoK8, che assicura la netta riduzione del calore dissipato all'esterno, l'attenuazione dei ponti termici, la riduzione del fabbisogno di energia primaria, il massimo bilanciamento tra calorie esistenti, apportate e consumate, per la più efficiente gestione energetica del sistema edificio.



ANCHE LO STILE DELLA
UNIQUE SUITE È FEDELE
ALL'IMMAGINE GLOBALE
DELL'HOTEL, CHE
STRIZZA L'OCCHIO AL
DESIGN DEGLI ANNI '50
E '60 IN UN'ACCEZIONE
RAFFINATA E IRONICA



ci sono due suite e un appartamento che può essere usato come spazio per meeting ed eventi "in un'atmosfera diversa: la presenza di questo spazio ci ha aiutato ad attirare un target che vuole uscire dai soliti schemi", dicono i due titolari.

Gran parte del pianoterra è occupato da un locale f&b polifunzionale aperto alla città e alla clientela esterna, con una propria insegna, Mad. È una realtà complementare ma distinta rispetto all'hotel, sottolineano i proprietari, ma tutti devono passare di qua per entrare in hotel.

L'ingresso principale, infatti, si trova davanti al bancone del cocktail bar e il primo ad accogliere l'ospite è il barman; subito a sinistra c'è il ristorante con il banco della cucina a vista e, defilato sulla destra, quello della reception: "Chi entra da noi non ha la percezione di essere in un hotel, molti non si accorgono che sopra c'è un albergo". Un layout che può risultare spiazzante per alcuni, ma che molti apprezzano: "Abbiamo clienti business a cui il nostro format piace perché si trovano in un ambiente vivo e dinamico e, se non hanno voglia di uscire, trovano tutto sotto uno stesso tetto, sia che vogliano cenare in camera o scendere". L'atmosfera è conviviale e accogliente, il servizio non è pomposo.

Spazi versatili

Al The Box, ogni centimetro è ottimizzato per produrre reddito, ogni spazio è concepito per svolgere più di una funzione, spesso più funzioni contemporaneamente. Così, Mad è anche sala breakfast, coffee bar, cocktail bar. La ping pong room sul retro del pianterreno è usata per rilassarsi con una partita di ping pong sul tavolo rosa cipria, oppure come sala per eventi, lounge o per mangiare. "La fluidità degli spazi è fondamentale, non vogliamo avere schemi o vincoli", afferma Monetti. Fin dall'inizio, dicono i titolari, uno dei pun-



Il vintage è bestseller

The Box è un hotel di design con uno stile ben identificabile. Non è raro che gli ospiti vogliano portarsi a casa un pezzo d'arredo o un accessorio che ha attirato la loro attenzione. Per soddisfare le richieste, all'interno dell'albergo c'è un piccolo gift shop che vende oggetti di merchandising sui generis. Uno dei bestseller è il telefono in camera, che altro non è che il vecchio telefono a disco ormai andato in disuso, personalizzato con il logo The Box. "Il telefono vintage è coerente con lo stile dell'albergo", spiegano Marianna Chiaraluca e Alfredo Monetti. Un altro articolo è il bollitore per l'acqua in stile vintage: nelle camere è collocato in una scatola in legno nei colori dell'hotel, fatta su disegno da un falegname. Anche la linea di cortesia, personalizzata con frasi "simpatiche" ideate dai due titolari, è molto gettonata. Così come le tazze o la mappa di Riccione brandizzate The Box. Tutti oggetti frutto di studio e ricerca che, dicono i titolari, danno visibilità alla struttura. Tra i prodotti in vendita che non hanno il marchio dell'hotel, molto popolari sono il gin e gli attrezzi per preparare cocktail.

Riconoscibilità diffusa

La soluzione realizzata da **Corradi** per la struttura sceglie una linea coerente con l'originalità dell'hotel. Prevede infatti una Pergotenda Maestro larga 422 cm e lunga 320 cm customizzata e realizzata in una speciale sfumatura di color cipria che dona riconoscibilità alla struttura e rispecchia l'eccentricità e l'unicità del The Box. Maestro è un prodotto flessibile e altamente personalizzabile, ideato per esaltare gli spazi outdoor, residenziali o dedicati all'hospitality, ed è disponibile in due configurazioni: Pergotenda, con copertura dotata di telo scorrevole a impacchettamento, oppure bioclimatica con lamelle orientabili. Entrambe le configurazioni rendono possibile accoppiare le strutture senza raddoppiare il pilastro, arrivando quindi a coprire efficacemente e in modo elegante anche superfici considerevoli. Inoltre Maestro può incorporare luci led, creando atmosfere intime e suggestive, per non rinunciare a vivere l'outdoor anche di sera.



LA RECEPTION
DELL'ALBERGO
SI TROVA NELLO
SPAZIO DEL MAD,
IL RISTORANTE
DELL'HOTEL



ti fermi del progetto è stato avere un cocktail bar “di alto livello, con una lista di drink di qualità, originali e creativi”, che cambia a ogni stagione. Allo stesso modo, il ristorante non è solo di servizio, ma ha una cucina gourmet che da una parte non dimentica la tradizione dell’Emilia-Romagna, dall’altro lavora in sinergia con il cocktail bar nel proporre food pairing e piatti con una parte alcolica. The Box, dicevamo, è un contenitore ricavato in una pensione degli anni ‘50, con tutte le limitazioni di spazio che questo comporta. “A volte diciamo che è più quel che manca di quel che c’è” scherza Chiaraluca. Non ci sono, infatti, servizi e strutture ormai standard nella gran parte degli hotel della riviera, come piscina, spa, bike rent, kid club. La limitazione, però, si è

trasformata in una scelta di posizionamento e di differenziazione. “Abbiamo fatto di necessità virtù - spiega Chiaraluca -. Siamo consapevoli di quel che non abbiamo, ma cerchiamo di non far percepire le mancanze come un difetto e compensiamo con altre cose, facendo sì che tutto il resto sia stimolante”. Come le tante piccole attenzioni che fanno la differenza e che riescono a emozionare gli ospiti. O come il mutevole programma di eventi che rende The Box una scatola dal contenuto sempre diverso: dj set, mostre, installazioni, iniziative si susseguono durante l’anno.

Anche la scritta all’esterno della struttura cambia. Per l’estate 2021 è stato scelto il motto “don’t feel like home” perché, spiegano i titolari, dopo mesi di lockdown, le persone hanno voglia di uscire e sperimentare cose diverse da quelle vissute nell’ambiente domestico. Per questo, The Box promette esperienze che fanno stare “meglio che a casa”.

Vocazione adult only

Il background di consulenti dell’ospitalità torna utile quando si tratta di comunicare che il The Box è un hotel “adult only”, il primo della riviera romagnola. “Non è stato facile trovare le parole giuste per dire alle famiglie con bambini che non potevano soggiornare da noi - confessa Chiaraluca -. Ma non abbiamo strutture adatte ad accogliere i più piccoli, che non si troverebbero bene da noi. Piuttosto, consigliamo altri hotel sul territorio adatti ad accogliere i bambini, e questo è apprezzato dalle famiglie. Anzi, capita che poi i genitori vengano da noi per un weekend da soli. Certo, è difficile dire no, specialmente in bassa stagione, ma voglia-

mo che The Box abbia un’identità chiara e coerente e cerchiamo di non contraddire mai quel che promettiamo. Avere un’idea chiara e saper dire di no identifica e rende diversi sul mercato. Ed essere diversi dagli altri è la nostra forza”. The Box è frutto in gran parte delle idee di Chiaraluca e Monetti, che si sono appoggiati a professionisti dei singoli campi per dar loro forma. Il concept si distingue per l’attenzione ai dettagli più minuti. Quello di Riccione, nelle intenzioni dei suoi creatori, dovrebbe essere il primo di una serie: “ci piacerebbe che la nostra idea di ospitalità si sviluppi in altri luoghi”, concludono.

Comunicare con originalità

Quel che salta all’occhio, dentro e fuori The Box, è l’immagine molto curata che si traduce in una comunicazione chiara e puntuale, dalla grafica pulita, di immediata comprensione, dal tratto giovane e dal tono spesso scherzoso. Anche quando si è trattato di comunicare le norme di sicurezza anti-Covid, Monetti e Chiaraluca hanno scelto un registro ironico, che ha il merito di farsi notare e ricordare: impossibile non notare i cartelli ispirati ai Pacman che si mangiano i virus e che mandano a segno il (serissimo) messaggio. Tutta la comunicazione è studiata direttamente dai titolari che si occupano anche del sito e dei contenuti di marketing.

La comunicazione passa anche dal concierge digitale: in tutte le camere è presente un tablet con cui i clienti possono leggere i menu del ristorante o la lista dei cocktail e prenotare cene e aperitivi, esplorare il territorio circostante, scoprire le esperienze organizzate dall’hotel, consultare il programma di eventi interni come serate con il dj. Il tablet permette anche di chiedere all’housekeeping di rifare la camera o, al contrario, di far scattare l’opzione green e rimandare il rifacimento.

