Anul XI, Nr. 1 (22) • Primăvară - Vară 2023 www.spamagazin.ro

Hotel&Spa

Recomandat Hotel & SPA Magazin: Clubul de golf SunGarden Golf & Spa Resort; Vacanță rustică în Apuseni la Mărișel • **Consultanță:** Cum construim brandul ca angajator și cum ne mobilizăm personalul – Patrick Pettenuzzo; Direcții de evoluție pentru wellness-spa în 2023 • **Eveniment:** Anuala de Arhitectură București 2022; Congresul OPTBR 2022 • Târgul de Turism al României 2023 - avanpremieră • **Fonoizolații:** Izolarea fonică a Hotelului Hilton București, Conf. univ. dr. ing. Mariana Cristina Stan

O NOUĂ PARDOSEALĂ

SOLUȚIA BONA RESILIENT - REÎNNOIEȘTE PODELELE UZATE

Te lupți cu podele vechi, uzate, crăpate de linoleum, PVC, vinil, cauciuc sau LVT?

Soluția Bona Resilient este un sistem inovator și extrem de eficient care reînnoiește și prelungește durata de viață a pardoselilor flexibile. De înaltă calitate și durabilă, soluția Bona vă permite să mențineți prospețimea podelei cât și să îi transformați complet aspectul fără să o înlocuiți. Chiar și în zonele cu trafic intens, pardoselile pot fi sigilate pentru a obține o durabilitate suplimentară și protecție pe termen lung, în doar câteva ore și la jumătate din costul înlocuirii podelei. Mai mult, reînnoirea unei podele în loc de înlocuire va contribui la reducerea amprentei de carbon cu pâna la 90%.

Noi îi spunem Soluția Bona Resilient, tu îi spui podea nou-nouță.

bona.com/resilientsolution

Bona®

Personalul din Horeca – o soluţie de moment?

Lucian Nicolescu, Redactor-şef

Aşa cum aţi observat, această revistă abordează deseori sectorul Horeca dintr-o perspectivă particulară, care ia în calcul atât zona operaţională, cât şi partea de construcţie, de amenajare interioară şi exterioară, eficientizare energetică, estetică, dotări "hard", fără de care o unitate de profil ar deveni neprofitabilă, pur şi simplu. Este firesc, întrucât turismul este o afacere, şi încă una impozitată consistent. Dar oricât de valoroasă ar fi o proprietate, ca locaţie şi dotări, nu va putea obţine mare lucru fără resurse umane adecvate. Iar ţara noastră suferă de ani buni, poate decenii, de o lipsă cronică de personal calificat. Bineînţeles, ne face plăcere să vorbim despre excepţii – le promovăm atunci când avem ocazia (şi vă încurajăm să ne semnalaţi aceste exemple pozitive), urmărim cu încântare emisiuni de gastronomie sau călătorii cu oameni minunaţi şi încercăm să ne fixăm ca repere aceste cazuri. Dar ele nu fac parte în mod obligatoriu din experienţa noastră de fiecare zi. De fapt, ne străduim din răsputeri şi pierdem enorm de mult timp să găsim acel restaurant sau hotel unde ştim că vom fi bine primiţi şi serviţi la preţuri echitabile. Iar acele unităţi devin adevărate locuri de pelerinaj, după cum aţi observat.

Secretul este, de multe ori, fluctuaţia sau lipsa de personal. Sunt rare locaţiile în care angajaţii petrec mai mult de un an, într-o ţară în care rata de retenţie este de circa 80% (trimestrială!); iar domeniul serviciilor este printre cele mai mobile din acest punct de vedere. Adevărul este că nu ne-am străduit prea mult să pregătim acel personal calificat. Să facem abstracţie de liceele tehnologice care nu au nici măcar un laborator dotat minimal; şi să nu amintim de cursurile de bucătar de câteva luni... În Franţa se spune că în primii trei ani de şcoală abia înveţi să fierbi un ou. Fabricile de diplome nu reuşesc să transmită nici experienţă, nici bune practici, dar cel mai rău este că nu descoperă vocaţii şi uneori nu stârnesc entuziasmul pentru această meserie.

Oriunde în lume există atât lucrători calificaţi, cât şi studenţi, artişti sau alte persoane care au nevoie de o slujbă sezonieră şi devin chelneri sau recepţioneri pentru o perioadă. Mai există acel nucleu dur al unei locaţii, format din bucătari, şefi de sală, şefi de recepţie (la hotel), cu o formare profesională solidă, pe care ar trebui să îi vedem ani de zile la rând, ca pe o constantă a afacerii respective. Niciuna dintre aceste categorii nu este bine reprezentată în Horeca la noi.

Aceasta fiind situaţia, piaţa se adaptează. Neavând un personal calificat şi dedicat autohton, în peisajul românesc au apărut, inevitabil, expaţii. Îi vedem în marile oraşe, lucrând în domenii tot mai variate, şi în primul rând în Horeca sau construcţii. Cei mai mulţi sunt din Asia (India, Turcia, Bangladesh, Nepal şi Pakistan), având contracte pe doi ani. Mulţi dintre ei sunt mulţumiţi de condiţiile din România, pe care nu o privesc neapărat ca pe o poartă spre Occident. Angajatorul român doreşte din partea lor loialitate şi stabilitate, iar faptul că există o cerere tot mai mare arată că aceşti expaţi au oferit ceea ce li s-a cerut, indiferent de nivelul lor de calificare. Anul trecut au fost circa 100.000 în total, anul acesta vor veni în acelaşi număr sau chiar mai mulţi, deoarece patronatele cer insistent statului să aprobe o suplimentare. Este o lecţie pe care ne-o vom însuşi sau nu – viitorul ne-o va arăta.

Hotel&Spa

Recomandat Hotel & SPA Magazin

8 • Clubul de golf SunGarden Golf & Spa Resort
48 • Vacanţă rustică în Apuseni la Mărişel

Produse de top

4 • Ursa Tectonic – o nouă generaţie de vată minerală rigidă
12 • Terazzo de la Forbo Flooring Systems: un trend pentru industria ospitalităţii
16 • Inoxriv - pentru o bucătărie performantă şi o masă elegantă
18 • Klinker România – placări naturale, rezistente, cu un farmec aparte
24 • Bona resilient– Soluţia perfectă de renovare a pardoselilor elastice

Consultanţă

36 • Şapte metode de a vă construi brandul ca angajator şi a vă mobiliza personalul – Patrick Pettenuzzo, jurnalist culinar şi fondator Sărbătoarea Gustului în România
44 • Direcţii de evoluţie pentru wellness-spa în 2023

Eveniment

20 • Anuala de Arhitectură Bucureşti 2022
28 • Congresul OPTBR 2022
41 • Târgul de Turism al României 2023- avanpremieră

Fonoizolaţii

30 • Izolarea fonică a Hotelului Hilton Bucureşti Conf. univ. dr. ing. Mariana Cristina Stan, membru al Comisiei de Acustică a Academiei Române

Amenajări exterioare

35 • Terasele Bauder: mai mult spaţiu pentru oaspeţii dumneavoastră
42 • Deck WPC Bencomp

REVISTĂ EDITATĂ DE SC EUROTRANSLATION & TRAVEL SRL
în colaborare cu asociaţiile profesionale OPTBR, APPW şi ARIA
REDACTOR-ŞEF Lucian Nicolescu
lucian.nicolescu@spamagazin.ro
REDACTOR Costel Popa
GRAPHIC DESIGN & PREPRESS Diana Buidoşo
WEB DEVELOPER Paul Coman
COLABORATORII EDIŢIEI: Conf. univ. dr. ing. Mariana Cristina Stan, Patrick Petenuzzo
FOTO COPERTA I: Forbo Flooring Systems
www.spamagazin.ro
redactie@spamagazin.ro | 0724.126.762, 0723.641.488
PENTRU ABONAMENTE abonamente@spamagazin.ro
Revista apare de 2 ori pe an – 25 lei / an (incl. taxe poştale)
ISSN 2343 – 8762

© Toate drepturile asupra conţinutului aparţin editorilor. Reproducerea totală ori parţială a informaţiilor publicate ori a layoutului revistei este permisă doar cu acordul scris al editorilor. Răspunderea legală pentru conţinutul materialelor publicitare revine beneficiarilor acestora.

URSA TECTONIC – o nouă generație de vată minerală rigidă

Hotelurile, ca şi orice alt tip de clădire, vor fi mai mai confortabile şi mai eficiente energetic, respectiv mai protejate din punct de vedere acustic, dacă intervenim cu materiale izolante de calitate premium, atât către exterior, cât şi în interiorul construcţiei. O clădire modernă, aptă să facă faţă intemperiilor şi capriciilor vremii, dar şi exigenţelor actuale prevăzute de legislaţie din perspectiva eficienţei energetice, presupune o anvelopare corectă şi continuă a tuturor elementelor de construcţie, oricât de nesemnificativ ar părea aportul acestora la performanţele termotehnice de ansamblu. În acest context, vă propunem noua gamă URSA TECTONIC, care face parte dintr-o nouă generaţie de vată minerală rigidă concepută pentru diverse aplicaţii. Acestea vă vor fi de un real ajutor în izolarea pe tavan a planşeelor dintre etaje, dar şi în abordarea unor facilităţi speciale precum garajele, spaţiile tehnice, subsolurile sau zonele de depozitare.

Noua generaţie de produse din vată minerală rigidă URSA TECTONIC vine cu caracteristici superioare, precum un raport mai bun între izolarea termică şi cea fonică, respectiv o rezistenţă excelentă la tracţiune şi compresiune. În consecinţă, poate fi utilizată cu succes, în diverse variante, la aplicaţii diverse pentru interior şi exterior – de la placarea faţadelor la cea a tavanelor şi altor elemente de construcţie. Permeabilitatea optimă la vapori, dublată de proprietăţi hidrofuge şi hidrofobe, este exact ceea ce ne trebuie pentru o construcţie sănătoasă, inclusiv în abordarea unor spaţii cu un regim particular al temperaturii şi umidităţii, precum garaje, ateliere, subsoluri sau spaţii de depozitare.

URSA TECTONIC beneficiază de o tehnologie patentată, complet nouă, prin care fibrele sunt orientate astfel încât panourile devin mai bune izolatoare termice şi fonice, iar structura compactă, mai rigidă, permite o fixare sigură şi rapidă, atât cu ajutorul adezivilor, cât şi mecanic, folosind dibluri pentru termosistem. Structura plăcilor se aseamănă plăcilor tectonice compacte, fapt care a inspirat denumirea gamei.

Primul din familia sa: URSA TECTONIC Uph/Vv

- plăci izolatoare rigide de vată minerală
- hidrofobizate în secţiune
- caşerate pe o faţă cu împâslitură de fibră de sticlă albă
- concepute pentru o montare simplă şi sigură
- absorbţie a sunetului de nivel premium
- rezistenţă la foc – vata minerală este incombustibilă
- difuzie naturală a umezelii din aer
- stabilitate dimensională

Aplicaţii: izolaţie termică şi fonică excelentă pentru suprafeţe nesupuse la încărcări mecanice, în special pentru tavanele din garaje, ateliere, subsoluri şi spaţii de depozitare. Aceste spaţii vor deveni nu doar mai bine izolate termic, ci şi extrem de silenţioase din exterior.

Date tehnice	Valoare	Standard
Conductivitate termică (λD)	0,036 W/mK	EN 13162
Clasa de combustibilitate	A1	EN 13501-1
Permeabilitatea la vaporii de apă	> 20 kPa s/m²	–
Temperatura maximă de utilizare	250°C	–
Clasa de toleranță	T4	SIST EN 823
Absorbția de apă la imersie pe termen lung	WL(P)	SIST EN 12087
Coeficient de absorbție de apă	WS	SIST EN 1609

Durabilitate şi economie circulară

Iniţiativa **URSA goes green** încearcă să aducă o contribuţie semnificativă la realizarea obiectivului de reducere a emisiilor de CO_2 prin creşterea gradului de conştientizare cu privire la alegerea unor materiale de izolare mai bune şi durabile.

De asemenea, produsele URSA TECTONIC sunt marcate pentru a fi identificate şi, după utilizare, se pot sorta şi refolosi în noi proiecte, contribuind la **economia circulară în domeniul construcţiilor**. Resturile de material şi deşeurile pot fi reintroduse în procesul de fabricaţie ca materie primă secundară valoroasă, sau procesate pentru obţinerea altor produse din vată minerală, fiind complet reciclabile.

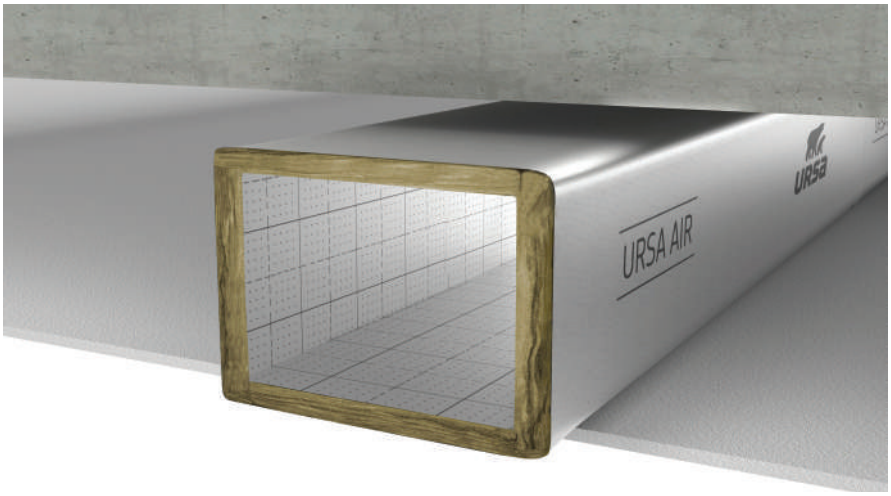
Soluţii pentru întreaga clădire

URSA oferă mai multe game de soluţii pentru izolarea termică şi fonică a diverselor elemente de construcţie într-un spaţiu Horeca:

- **URSA GLASSWOOL** - produse din vată minerală de sticlă pentru izolarea termică şi fonică, având o conductivitate termică foarte scăzută, ideale pentru faţade, acoperişuri şi pardoseli. Datorită faptului că vata de sticlă este un foarte bun fonoabsorbant, produsele URSA GLASSWOOL pot fi utilizate cu rezultate excepţionale la izolarea pereţilor de compartimentare, a pardoselilor şi a tavanelor.
- **URSA TERRA** - vată minerală specială pentru aplicaţiile cu cerinţe ridicate de izolare fonică şi termică: pereţi exteriori, pereţi de compartimentare, planşee şi tavane, oferind confort şi calitate pentru toate tipurile de proiecte.
- **URSA TECH** – produse pentru izolarea profesională a instalaţiilor de orice formă: tubulaturi de ventilaţie, canale de climatizare, conducte, ţevi, boilere, rezervoare, containere etc.
- **URSA AIR** - cea mai bună soluţie pentru construcţia canalelor de ventilaţie şi climatizare personalizate, folosind materiale care asigură o bună izolare termică şi fonică, precum şi rezistenţa la foc.

Pentru planşee şi pardoseli silenţioase

Cei care investesc în domeniul hotelier, pentru o clădire nouă sau o renovare, pot folosi soluţii de izolare peste planşeu cu plăci din vată minerală de sticlă de mare densitate **URSA TSP**, sub o şapă flotantă armată. Acestea au rolul de a proteja spaţiile unei clădiri de zgomotele de



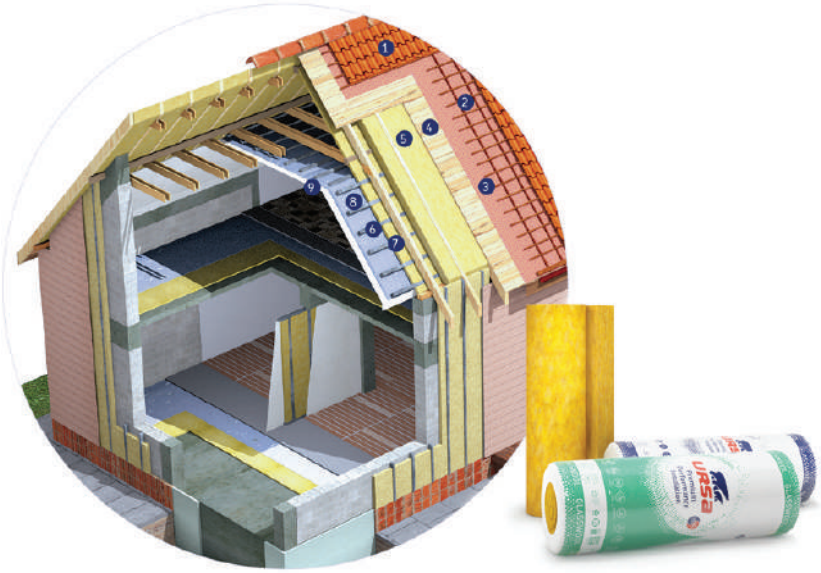
impact provenite de la nivelul de deasupra (paşi, obiecte căzute pe pardoseală, mutarea unor obiecte, încălzire în pardoseală etc.). Fiind vorba despre un produs din vată minerală de sticlă, are un comportament excelent la foc şi, datorită densităţii mari şi compresibilităţii reduse sub sarcină, este folosit inclusiv pentru pardoseli de trafic intens. Poate fi furnizat cu grosimi diferite, în funcţie de necesitate: între 20 şi 50 mm (respectiv 15 – 45 mm sub sarcină). Conductivitatea termică (λD) este 0,033 W/mK, deci are rol şi în reducerea pierderilor de energie termică.

Compartimentări performante

Pereţii de compartimentare trebuie să asigure două cerinţe principale: siguranţa la foc şi izolarea fonică optimă. Prin integrarea unui strat de vată minerală de sticlă în structuri uşoare pe bază de gips-carton (de exemplu), se pot obţine performanţe acustice deosebite. Avem la dispoziţie mai multe sortimente de produse URSA GLASSWOOL: TWF Fono, TWP 1, TWF Fono Gemini, care au şi proprietăţi termoizolante superioare.

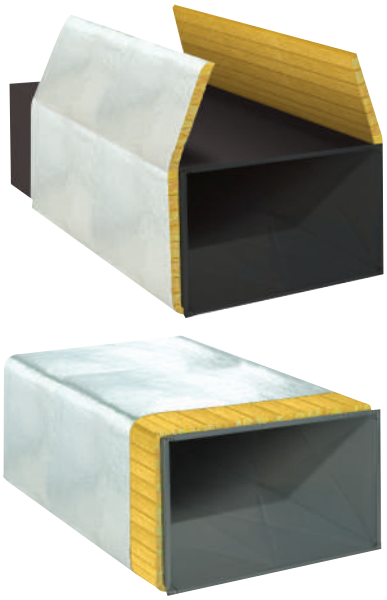
Soluţii pentru izolaţii tehnice

URSA are o ofertă bogată de produse destinate izolaţiilor tehnice, în mai multe variante constructive, capabile să eficientizeze la maximum conducte cu temperaturi şi presiuni diferite, din diverse materiale, precum şi boilere, containere, bazine, tancuri, rezervoare pentru apă sau alte lichide tehnice. Dar cel mai important aspect este că aceste produse pot fi adaptate în funcţie de destinaţie, indiferent



de formele şi dimensiunile corpurilor izolate, iar montajul lor se poate realiza rapid şi simplu, cu pierderi minime (izolarea nu necesită întreruperea activităţii pe termen lung). Cu ajutorul unor materiale performante, utilizate la realizarea construcţiei sau în etapele ulterioare de modernizare şi dotare, cheltuielile cu utilităţile sunt reduse considerabil, iar confortul clădirii este optimizat - fie că este vorba despre un centru Spa / Wellness, o bucătărie, sală de conferinţe, subsol sau orice altă zonă a hotelului sau unităţii balneare, care funcţionează datorită unor echipamente complexe pentru climatizare sau ventilaţie, transportul aerului şi evacuarea aburilor. Cu ajutorul soluţiilor URSA, se asigură etanşeitate şi tirajul corespunzător, lucruri care se obţin doar prin conservarea energiei fluidului transportat, deci fără transfer de căldură de-a lungul traseului. Pe acest segment, pot fi folosite gamele:

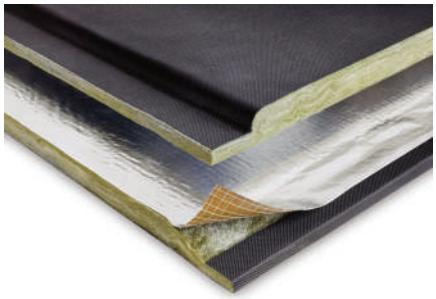
- **URSA TECH Lamella -** sunt rulouri din vată minerală de înaltă calitate, care pentru o mare rezistenţă la rupere sunt laminate cu o folie din aluminiu armată cu fibră de sticlă. Lamelele de vată minerală care compun rulourile au fibra orientată vertical, produsul fiind stabil dimensional şi foarte rezistent la compresiune. Materialul este rezistent la putrezire şi mucegai, nu



îmbătrâneşte, nu are miros şi nu conţine silicon. Tubulatura poate fi atât circulară, cât şi rectangulară sau cu alt tip de secţiune.

Ea poate fi utilizată inclusiv la exterior, caz în care trebuie protejată suplimentar.

- **URSA AIR –** pentru execuţia efectivă, la dimensiunile şi formele dorite, a canalelor de ventilaţie şi climatizare din plăci de vată minerală, îmbinând excelentele calităţi de termoizolare şi fonoizolare, în conformitate cu exigenţele RITE (Regulamentul Instalaţiilor Termice pentru Construcţii din Spania). Datorită înaltei rezistenţe termice a produselor, sunt îndeplinite de asemenea cerinţele normativului UNE EN 14.303. Sistemul URSA AIR are la bază diverse tipuri de plăci tip "sandwich", formate din două folii de aluminiu special cu un strat de vată minerală la mijloc. Cu ajutorul acestora, **tubulatura se confecţionează direct pe şantier**; astfel se reduc costurile instalaţiilor de ventilaţie cu până la 30%, prin preţul materialului şi prin reducerea cu aproape jumătate a timpului de montaj al tubulaturii.



URSA România
Bd. Ficusului nr. 14A, Sector 1, Bucureşti
Tel.: 0040 21 269 0663
Fax: 0040 21 269 0664
E-mail: assistance.ursa.ro@etexgroup.com
www.ursa.ro

Clubul de golf și Club House-ul – **SunGarden Golf & Spa Resort**

SunGarden
Golf & Spa Resort

Alăturarea dintre golf și Spa, introduse în conceptul de resort, este una dintre formulele câștigătoare ale momentului, atât în lume, cât mai ales în România, unde cele două discipline, specifice turismului de tip high-end, se află într-un proces de auto-definire sau de adaptare și câștigă un public tot mai larg. Drept urmare, au apărut și în România locații turistice care îmbină elementele clasice de ospitalitate (cazare, restaurant, bar, club etc.), tratate la nivel premium, cu diferite activități sportive și wellness, dintre care Golf & Spa ni se pare printre cele mai bine definite ca target, prin posibilitatea de a crea o structură coerentă, oferind oaspeților atât ceea ce așteaptă, cât și lucruri noi, surprinzătoare.

Golful şi Spa-ul au câteva trăsături definitorii care le leagă: preocuparea pentru sănătate, respectul pentru natură, satisfacerea dorinţei de a socializa într-un cadru decent, relaxant, deseori sofisticat. Dacă relaţia dintre wellnes/Spa şi ospitalitate este destul de clară, merită să spunem câteva cuvinte şi despre modul în care golful a ajuns să fie asociat acestui domeniu al turismului.

Definitorii au fost o serie de tradiţii, evoluţia modului în care a fost înţeleasă relaxarea, schimbarea opticii asupra acestui sport şi asupra profilului practicantului, noile servicii care au apărut în turism.

În definirea conceptului de Golf & Spa nu putem să omitem două fenomene mai vechi: cluburile de golf apărute în secolul al XIX-lea în Marea Britanie (apoi în Imperiul

Britanic şi SUA), respectiv Country Club-urile din SUA, care au fost replicate în spaţiul anglo-saxon şi ulterior în toată lumea civilizată.

De fapt, ambele concepte au origini scoţiene şi au fost caracteristice atât aristocraţiei, cât şi comunităţilor de diverse tipuri care îşi doreau o formă de socializare sub afinităţi sau valori comune - aspecte care şi-au lăsat amprenta inclusiv asupra felului în care sunt păstrate regulamentele interne şi normele de etichetă.

Regulile de admitere în aceste cluburi tradiţionale s-au schimbat în timp, evident, devenind mai permisive, ceea ce a făcut ca unele dintre aceste stabilimente să se apropie cumva de zona hospitality, apartenenţa fiind asigurată de simpla achitare a unei cotizaţii. Totuşi, ele au rămas, prin felul în care au fost concepute, unităţi închise, nerăspunzând unei nevoi reale a multora care fie nu practică acest sport cu regularitate, fie călătoresc prea mult pentru a face parte dintr-un club stabil, fie vor doar să experimenteze într-un moment de entuziasm, ori pur şi simplu vor să joace golf într-un loc exotic.

Ca o paranteză, trebuie spus că un teren de golf este o investiţie importantă, care nu poate fi pusă în practică de către oricine şi oriunde. Acesta presupune în primul rând un teren de mari dimensiuni, de regulă în jur de 70 de hectare, care să asigure şi un relief interesant pentru jucători. Conformaţia terenului poate fi modificată, este adevărat, dar acest lucru înseamnă investiţii suplimentare.

De asemenea, este de preferat ca terenul de golf şi celelalte facilităţi să fie comasate şi să aparţină aceleiaşi proprietăţi, pentru că, în sens contrar, există riscul ca relaţia dintre entităţi să aibă de suferit.

Ideea de a investi într-un resort de lux, în care golful să fie preocuparea principală, a venit aşadar ca o soluţie strălucită, iar alăturarea dintre golf şi wellness a avut o logică firească: în tip ce unul dintre membrii familiei practică acest sport, ceilalţi pot merge la piscină, masaj, sala de sport, să beneficieze de tratamente corporale şi faciale; copiii şi ei vor fi ocupaţi pe terenul de joacă sau cu alte sporturi practicate în spaţii amenajate corespunzător. Astfel, conceptul se conturează, iar oaspeţii au pentru câteva zile ocazia de se relaxa şi a face un lucru plăcut, înainte să intervină rutina sau plictiseala. Desigur, aceste activităţi pot fi asociate cu drumeţii, vizite la obiective istorice, culturale sau naturale, diverse serbări, dineuri sau spectacole – toate pot însuma o vacanţă memorabilă, în care fiecare membru al familiei se simte vizat şi mulţumit.

Povestea românească a golfului

Spre deosebire de alte ţări foste comuniste, golful în România a repornit practic de la zero după Revoluţie, dar există deja o masă critică de jucători afiliaţi (circa 500) care creşte continuu, precum şi un număr tot mai mare de cluburi cu terenurile aferente, 9 dintre ele organizând competiţii şi programe pe diferite categorii de vârste.

Numărul jucătorilor este mult mai mare însă, datorită expaţilor şi celor care vin sub umbrela turismului de profil, iar implicarea companiilor care susţin acest sport este tot mai intensă, inclusiv prin includerea lui în cadrul dezvoltării personale a membrilor echipelor de management. Majoritatea terenurilor de golf dezvoltate în aceşti ultimi ani beneficiază de expertiza unor profesionişti internaţionali şi sunt concepute cu facilităţi din zona hospitality – hotel, restaurant, Spa, baruri cu diverse tematici, iar unele includ şi alte activităţi (tenisul, echitaţia, jocurile de societate etc.). Spa-ul este bine reprezentat în aceste locaţii, date fiind şi rădăcinile lui în balneologie (domeniu popular şi foarte dezvoltat în România ultimilor 130 de ani), dar de regulă se încearcă o abordare originală, deschisă atât spre resursele locale de ape minerale, nămoluri ş.a.m.d., cât şi spre alte concepte exotice sau occidentale.

Conceptul Golf & Spa este încă la început în România, dar vorbim despre un început încurajator. Există o piaţă în dezvoltare în Europa de Est (Cehia, Polonia, Ungaria), care vine să concureze ţări aflate de câteva decenii în topul celor mai faimose destinaţii pentru turismul de golf: Spania, Portugalia, Turcia, Italia. România se poate înscrie cu uşurinţă în acest trend, datorită costurilor mai mici ale investiţiilor (valoarea terenurilor pe piaţa imobiliară), dar şi ofertei de servicii suplimentare care poate fi deosebit de variată – turism cultural, ecologic şi balnear în special. Beneficiile pot fi consistente, deoarece un turist de golf cheltuieşte în medie 250 de euro/zi, comparativ cu un turist obişnuit, care se menţine undeva la un sfert din această sumă.

SunGarden Golf & Spa Resort

Sungarden Golf & Spa Resort de lângă Cluj-Napoca - Poiana Cerbului deţine un teren de golf cu 9 parcursuri, index de 33 par, şi o aliniere totală de 2211 de metri, amenajat la standardele USGA (United States Golf Association), înscris în EGCOA (Asociaţia Europeană a Proprietarilor de Teren de Golf) şi IAGTO (Asociaţia Internaţională de Golf Tour Operatori). Aşezat în jurul Poienii Cerbului, în faimoasa pădure Baciu, acest traseu sportiv te conduce în îmbrăţişarea victoriei prin generozitatea naturii. Fiecare traseu este diferit ca stil şi decor şi oferă o provocare, dar şi o evadare.

De la hobby şi trasee cu un grad de dificultate scăzut, designul ajunge la provocări mai complexe, pentru cei mai experimentaţi golferi. Scopul nostru este de a face din Cluj şi SunGarden Golf & SPA Resort o nouă destinaţie de golf pentru jucătorii de nivel mondial.

Iar competiţiile pe care noi le organizăm aici sunt o ocazie să ne întâlnim cu cei mai buni jucători, să ne provocăm reciproc, să testăm şi să câştigăm cât mai multe premii.

Totodată, aici se organizează competiţii de golf interne şi internaţionale, respectiv competiţii private/corporate care se bucură de un mare succes în cadrul comunităţii de afaceri. Tot aici a fost înfiinţată Academia de Golf SunGarden, pentru promovarea acestui sport în rândul tinerilor şi atragerea de noi talente, în parteneriat cu instituţii şi organizaţii din domeniul învăţământului şi sportului care beneficiază de pachete speciale.

Pachete speciale Valentine's Day

Evadează... Uită de griji... Relaxează-te...

Pentru un program personalizat, disponibilitate şi preţ, vă rugăm să ne contactaţi telefonic sau pe email:
spa@sungardenresort.ro/ +0735 888 001

SunGarden Golf & SPA Resort
Tel.: +40 735 888.000 (Recepţie); +40 735 888.001 (Spa)
E-mail: spa@sungardenresort.ro
office@sungardenresort.ro
Web: www.sungardenresort.ro

TERRAZZO DE LA FORBO - UN TREND PENTRU INDUSTRIA OSPITALITĂȚII

Terrazzo este mai mult decât un material pentru pardoseli, e un finisaj estetic cu o lungă istorie, ce păstrează o influență unică și astăzi. Ca una dintre cele mai tradiționale acoperiri, ce datează din perioada antichității greco-romane, a fost perceput de secole între cele mai durabile și mai luxoase variante de acoperire a pardoselii.

O frumusețe atemporală

Așa cum este cunoscut azi, terrazzo își are rădăcinile în Veneția, unde artizanii amestecau cu beton fragmente sparte din plăcile de marmură pentru a acoperi terasele – de aici denumirea materialului. Folosind separatoare între mixturi de culori diferite, se putea obține o varietate infinită de modele, un exemplu de rafinament fiind clădirile italiene de secol 18. Pe măsură ce tehnica terrazzo a progresat, au apărut și modele novatoare – separatoarele metalice între plăci au permis artiștilor să creeze modele impresionante, cu linii deopotrivă drepte și curbate, precum se întâlnesc și azi în faimoasele clădiri Art Deco ale anilor 1920. În anii '80, grupul de design italian Memphis a transformat pardoselile terrazzo în forme geometrice colorate și vesele recognoscibile instantaneu. Acum, aceste modele trăiesc o a doua tinerețe, inspirând designerii de pretutindeni, nu doar în lumea pardoselilor, ci și în modă, tapet, materiale diverse – dintr-o dată, parcă vedem peste tot terrazzo.

Mereu în trend

Ultimele dezvoltări în terrazzo derivă dintr-un trend apărut în industria de divertisment și ospitalitate. Comparativ cu modelele clasice de terrazzo, designerii actuali se joacă frecvent cu nuanțele și dimensiunile, optând pentru un aspect mai abstract și preponderent geometric. Modelele în discuție sunt clare, vibrante și foarte evidente, prezentând particule aprinse și colorate pe un fundal opac. Acest trend a inspirat echipa de designeri Forbo să dezvolte o nouă serie de modele terrazzo, ce explorează posibilitățile infinite ale noilor tehnologii de tipar digital.

Un match perfect

Forbo Flooring Systems are o istorie lungă și extensivă de colecții în care aspectul de piatră naturală, granit, marmură și terrazzo constituie o parte esențială a designului general al produsului. În colecțiile vinilice în role, există o serie de vizualuri pornind de la aspectul pietrei naturale. Sunt modele ușor de aplicat pe suprafețe ample, iar, odată montate, arată foarte asemănător pardoselilor de piatră. Colecțiile ***Eternal și Sarlon*** conțin particule mici în nuanțe

strălucitoare și aurii dispuse pe suprafața pardoselii, conferind acesteia o dimensiune suplimentară și o senzație de lux. Aspectul și feelingul solid al suprafețelor de piatră sau terrazzo din gama Acoustic Sarlon crează un contrast dezirabil cu proprietățile acustice și finețea acestui produs. Prin amestecurile sofisticate de nuanțe, colecțiile de vinil omogen Sphera se asociază pregnant cu aspectul luxos al pietrei naturale și granitului.

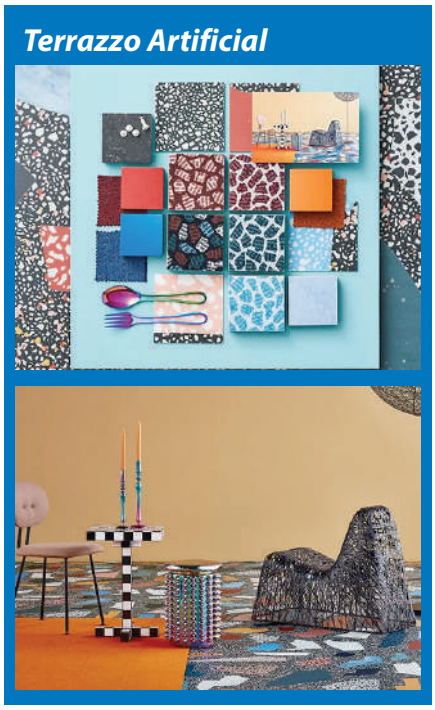
Modelele de terrazzo ale colecțiilor modulare, precum ***Allura LVT***, oferă o largă varietate de posibilități de a deveni creativi cu pardoseala dintr-un spațiu, creând zone distincte vizual. Diferitele modele pot fi combinate ușor, permițând utilizatorului final să realizeze un model specific de pardoseală, adaptat spațiului și funcțiunilor specifice acestuia.

Trei noi modele de terrazzo

Versatilitatea colecțiilor Forbo în relație cu tema terrazzo se vădește în trei variante, ce reunesc o largă selecție de materiale Forbo Flooring și inspiră la combinarea modelelor și categoriilor de produse. Nou dezvoltata gamă de modele terrazzo se va adaugă curând bibliotecii digitale, ce oferă inspirație vizuală pentru imprimarea produselor pentru pardoseli.

- ***Terrazzo Large:*** un model monumental grafic cu chipsuri colorate de mari dimensiuni, amplasat într-un fundal contrastant acoperit cu un strat subtil de particule mici.
- ***Terrazzo Artificial:*** un model tip colaj de terrazzo cu forme viu colorate plasate într-un fundal întunecat, ce creează un aspect vizual vivace cu un vibe contemporan.

Terrazzo Large



Sarlon

■ ***Terrazzo XXL:*** un model supradimensionat, compus din forme neregulate și cercuri geometrice amplasate într-un fundal contrastant în tonuri luminoase; este disponibil în texturi marmorate și tip granit, în nuanțe naturale.

Pardoseli premium pentru fiecare facilitate

Forbo Flooring Systems este unul dintre puținii producători care reușesc să asigure, la un înalt nivel de calitate, o gamă atât de variată de acoperiri elastice sau textile pentru pardoseli, mobilier, pereți sau alte suprafețe în amenajările interioare.

Pentru aria de intrare, se poate apela la barierele de praf ***Nuway și Coral***, concepute să oprească murdăria și noroiul, dar în același timp să prelungească durata de viață a pardoselilor din întreaga locație, deoarece se elimină astfel particulele abrazive și umezeala, iar frecvența operațiunilor de curățenie este redusă semnificativ.

Marmoleum este o gamă de linoleum concepută pentru diverse tipuri de spații interioare, caracterizată prin durabilitate, naturalețe și un design inovator (peste 300 de culori și modele, sub formă de role sau modulare). În prezent, se bucură de un succes deosebit datorită comportamentului la activitatea de igienizare; testată în instituții de cercetare independente, gama aceasta a dovedit că este adecvată oricărei destinații în care se urmărește igiena strictă.

Sphera, o pardoseală vinilică omogenă, este de asemenea o variantă folosită cu succes în Horeca, bucurându-se de popularitate datorită duratei de viață, versatilității și culorilor vibrante, cu valori ridicate de reflexie a luminii, care dau luminozitate spațiului. Se poate folosi în spații diverse: baruri și restaurante, zone de trafic, de relaxare, de tratament în domeniul balnear, spații tehnice și chiar camere.

Colorex, o pardoseală conductivă, care în același timp este și rezistentă la operațiuni frecvente de curățenie și dezinfectare, poate preveni descărcările electrostatice necontrolate în incinte cu aparatură electronică, medicală sau de laborator sensibilă, cum sunt centrele de sănătate. Gradul de LRV – Light Reflectance Value permite o iluminare optimă, iar pe pardoseală orice obiect străin sau murdărie capătă contrast, putând fi îndepărtate.

Pentru sălile de așteptare sau cu trafic aglomerat, căi de acces unde zgomotul poate fi o problemă, se poate apela la gama ***Sarlon***, o pardoseală vinilică fără ftalați, în numeroase variante de culori și

Marmoleum

Sphera

Colorex

Eternal

Step

Allura

modele, capabilă să reducă sunetul de impact cu până la 19 dB. Forbo are, de asemenea, variante acustice și pentru linoleum (Marmoleum Acoustic) sau LVT (Allura Decibel).

Eternal, care are un design special, inspirat din materiale naturale precum lemnul sau piatra, ori cu o grafică abstractă, personalizată digital. Cu acest produs, orice spațiu capătă valențe estetice specifice, păstrându-și funcționalitatea și rezistența de excepție la indentație.

Pentru spațiile cu umiditate crescută, precum băi sau bucătării, zone de trafic care au nevoie de pardoseli rezistente la apă, dar și cu un grad optim de aderență (R10 – R12), Forbo are numeroase soluții din colecția ***Step***, cu zeci de modele care sugerează piatra sau lemnul.

În toalete și vestiare, unde se merge cu piciorul gol, sau acolo unde scaunul cu rotile poate aluneca, există varianta de PVC eterogen Surestep Laguna. Safestep Aqua poate fi aplicată în aceleași tipuri de spații, chiar în băi și piscine.

Pardoselile LVT din colecția ***Allura*** îmbină beneficiile unui vinil solid și rezistent cu estetica ce sugerează lemn și piatră naturală, în cele mai sigure condiții de exploatare. Le putem întâlni în restaurante, zone de recepție și lobby, camere elegante ș.a.m.d.

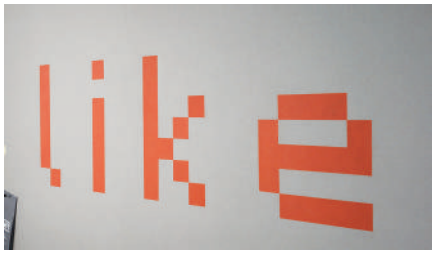
Tessera este un sortiment de mochetă sub formă de module care poate fi folosită cu succes în spații publice, birouri, sălile de conferințe, camere și zonele de relaxare. Designul lor cu elemente aleatorii permite reducerea substanțială a resturilor de tăiere, iar calitățile acustice sunt deosebite – reduce zgomotul cu până la 30 dB.

Flotex este o acoperire unică, capabilă să ofere o durabilitate și o rezistență de excepție cu ajutorul unei pardoseli textile, calde și confortabile, devenind soluția perfectă pentru acele zone în care se circulă sau se așteaptă, inclusiv folosind scaune cu rotile. Realizată din fibre de nylon 6.6 (80 de milioane de fire pe metru pătrat!), asigură o acustică excelentă, este impermeabilă, lavabilă, aderentă și sigură pentru sănătatea utilizatorilor, deținând eticheta britanică pentru persoane alergice. Iată de ce își poate găsi locul atât în zonele de trafic (recepție, holuri, birouri, saloane), cât și în camerele de hotel, unde reprezintă un standard de calitate și rezistență.

Finisajele Forbo pentru pereți și mobilier constituie o modalitate modernă, elegantă și practică de a realiza o amenajare personalizată. Gama Bulletin Board este produsă din materiale naturale și regenerabile (ulei de in, colofoniu și plută), având caracteristici avantajoase precum flexibilitatea și rezistența la uzură. Zidurile sau mobilierul pot fi acoperite continuu, rolele având lungimi de până la 28 de metri. De asemenea, există varianta acoperirii obiectelor de mobilier cu Furniture Linoleum, un material tot natural ce conferă suprafețelor o textură fermă, care nu se poansonează, dar în același timp caldă și moale, imposibil de obținut cu alt material.

Tessera

Flotex



www.forbo-flooring.com
Contact:
sandra.stoian@forbo.com

www.inoxriv.ro
Tel.: +40-264/420-946
E-mail: info@inoxriv.ro

INOXRIV - pentru o bucătărie performantă şi o masă elegantă

Graţie şi diversitate, stil şi caracter sunt cuvintele ce descriu tacâmurile comercializate de Inoxriv România, fiind pe piaţă de mai mult de 20 de ani.

"L'INOX è la nostra forza ma non abbiamo il cuore d'acciaio."

- Oale, tacâmuri și accesorii inovatoare pentru masă și bucătărie, de înaltă calitate estetică.
- Începând cu anul 1941, Inoxriv a creat artă pentru masă folosind oțel inoxidabil, o garanție de igienă și siguranță, viață lungă și performanțe maxime.

- Colecţii produse în Italia cu respect pentru mediu și în numele eleganței.
- Utilizarea energiei regenerabile, reciclarea și eliminarea corectă a deșeurilor sunt deosebit de importante pentru noi.

Klinker România

pardoseli exterioare naturale, rezistente, cu un farmec aparte

Klinker România este compania de la poalele Tâmpei care transformă aspectul construcţiilor din toată ţara datorită produselor din klinker, 100% naturale. Este unic reprezentant în România al fabricilor Feldhaus Klinker, ABC Keramik şi Ammonit Keramik din Germania, comercializând cărămidă aparentă, pavaj şi pardoseală din argilă de peste 15 ani. În showroom-urile Klinker România puteţi vedea aceste produse care cresc confortul, estetica şi valoarea locaţiilor Horeca, reducând la minimum cheltuielile legate de reparaţii şi întreţinere pentru cel puţin 30 de ani, perioadă pentru care sunt garantate în condiţii obişnuite de utilizare.

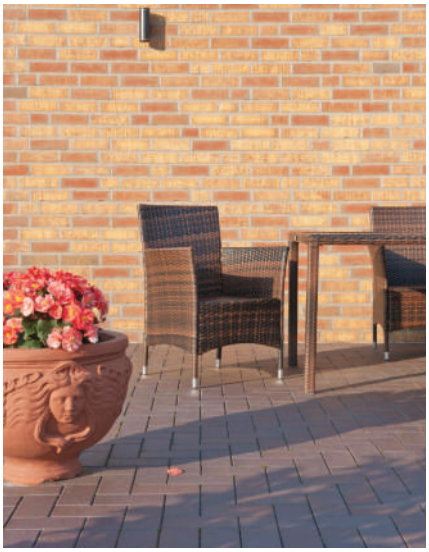
Klinker® Romania

Argila 100% naturala

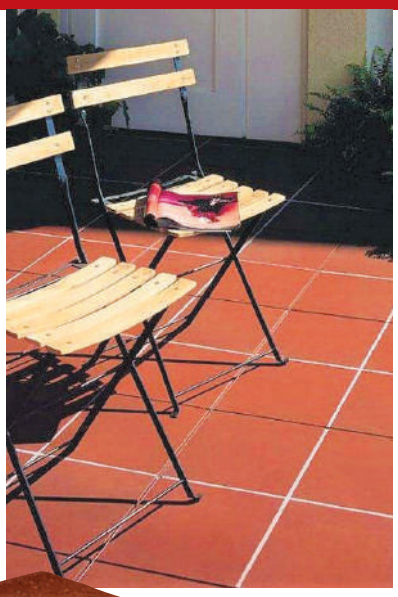
În domeniul pardoselilor ceramice, există un material aparte, care excelează prin proprietățile sale: densitate, duritate, rezistență la apă (porozitate redusă) și durabilitate în timp; ca să nu mai vorbim de aspectul de cărămidă, care ne trimite către designul organic, tradițional sau retro, atât de apreciat în zilele noastre. Este vorba de klinker, acele plăci ceramice obținute din argilă presată și arsă la temperaturi de peste 1.200ºC, mai mari decât cele întâlnite la fabricarea ceramicii pentru construcții obișnuite (gresie, faianță, cărămidă, țiglă etc.). Argila nu atinge temperatura de topire, dar prin procesul de sinterizare ajunge aproape de stadiul de vitrifiere, rezultând un material de excepție, optim pentru sănătatea casei, căutat pentru amenajările interioare și exterioare exclusiviste. La ciocnire scot un sunet metalic, căruia i se datorează și denumirea: klinker.

Pardoseală ceramică

Este un produs natural din argilă, fără adaos de pigmenți pentru obținerea culorii sau alte minereuri. A fost conceput pentru exterior, având o capacitate redusă de absorbție a apei - maxim 6%, ceea ce îi asigură o rezistență excelentă la temperaturi extreme, cu peste 100 de cicluri îngheț-dezgheț, și o durata de viață care poate depăși 90 de ani. Este o pardoseală sigură la trafic, inclusiv atunci când este umedă, cu un



coeficient de antiderapare cuprins între R10 și R13. Rezistă bine și în medii în care se produce contactul cu uleiuri, acizi sau baze (Horeca, medical, inclusiv industrial). Bineînțeles, poate fi folosită și în cadrul unor amenajări interioare.



Montajul se realizează pe șapă de beton, prin lipire cu un adeziv special, flexibil, rezistent la îngheț și la solicitări mecanice corespunzătoare destinației pardoselii. Rosturile se vor realiza cu un chit special pentru klinker, dimensiunea rostului recomandată fiind de 5-12 mm.

În cazul în care abordați o zonă cu diferențe de nivel sau scări, puteți beneficia de kit complet pentru montaj: pardoseală + plintă + element de treaptă + element de colț treaptă. Pentru contra-treaptă, se va utiliza pardoseala de câmp, dreptunghiulară sau pătrată, în funcție de înălțimea treptei).

Pavaj ceramic

Antiderapant, realizat cu mare acuratețe dimensională, pavajul din

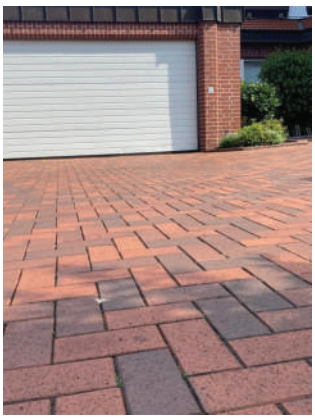
argilă Klinker și-a dovedit eficiența de-a lungul timpului prin stabilitatea culorilor și rezistența la îngheț-dezgheț.

Fie că veți dori să-l utilizați pentru pavarea întregii curți, sau doar pentru alei, diferite porțiuni din grădină sau căi de acces, veți obține efecte estetice și decorative perfecte.

Montajul se face, ca în cazul oricărui tip de pavaj exterior, pe paturi succesive de pietriș și nisip, folosindu-se diverse modele. Se recomandă o compactare finală cu placa vibrantă, iar rostuirea se face, de asemenea, cu nisip. Bineînțeles, se vor respecta pantele necesare pentru drenarea corectă a apelor meteorice.

Ce beneficii va oferă produsele Klinker România®?

- **Durabilitate:** datorită materiei prime din care sunt realizate produsele Klinker (argilă naturală) acestea au o durată de viață de minim 90 de ani, certificată de către producător;
- **Rezistență a formei și a culorilor:** procesul de fabricație prin coacerea în cuptor, fără adaos de pigmenți sau alți compoziți, conferă culori vii, în masă, care nu dispar niciodată.
- **Ecologie:** pentru casa verde, sănătoasă pe care o doriți pentru familia dumneavoastră, aveți produse cu durată lungă de viață, care nu se uzează vizibil de-a lungul deceniilor.



Gala Anualei de Arhitectură București 2022

ediția a XX-a

Pe 7 Decembrie 2022, am participat la Gala Anualei de Arhitectură a OAR București, care a avut loc în atriumul Bibliotecii Naționale a României din Capitală. În acest context, au fost acordate premii celor mai bune proiecte de arhitectură bucureșteană din ultima perioadă - proiecte de locuințe individuale și colective, publice și de patrimoniu, arhitectură de interior și proiecte de portofoliu, ale arhitecților bucureșteni care au fost înscrise la una dintre categoriile concursului. Anuala de Arhitectură București 2022 a premiat de fapt întreaga echipă care contribuie la finalizarea cu succes a unei construcții: arhitecți, clienți, dezvoltatori, antreprenori, instituții, project manageri, ingineri și constructori. Anuala de Arhitectură București a împlinit în 2022 două decenii de la prima ediție.

Premiile Anualei de Arhitectură

Am selectat pentru dumneavoastră mai multe lucrări premiate în cadrul Galei, care au o relevanţă pentru domeniul horeca. Sunt fie proiecte de hotel sau restaurant, fie lucrări care pot deveni sursă de inspiraţie.

Ediţia din 2022 a fost una fanion, adunând sub umbrela sa o serie largă de acţiuni, desfăşurate în locuri dintre cele mai diverse din ţară, evenimente de impact, cu anvergură naţională şi chiar internaţională.

În ultima perioadă au fost dezvoltate parteneriate ale OAR Bucureşti cu diverse instituţii, unul dintre acestea fiind Muzeul Naţional Tehnic Grigore Leonida. Organizatorii Anualei şi-au propus să aducă amplasamentul, istoria şi colecţiile muzeului în atenţia tuturor pentru valoarea memoriei culturale, sociale şi ştiinţifice româneşti pe care o conservă de atâta timp. Aceste comori uitate merită salvate şi repuse pe o traiectorie vizibilă, benefică publicului în general şi a cetăţenilor din Capitală, deopotrivă.

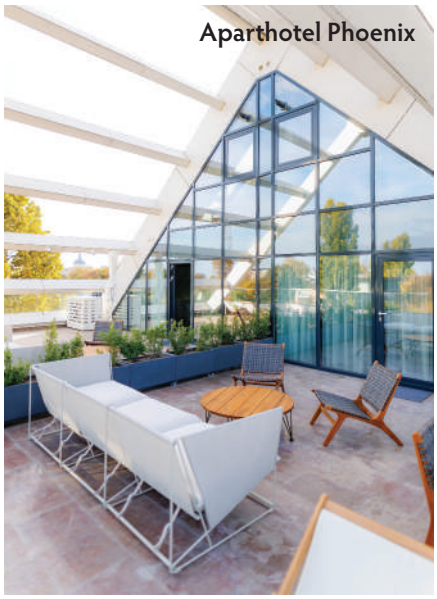
Printre evenimentele desfăşurate sub semnul Anualei 2022 menţionăm şi conferinţa susţinută în luna mai, în spaţiul Nod Makerspace din Bucureşti, de Ruth Natali Shagemann Geb Rademacher, preşedinta ACE – Consiliul European al Arhitecţilor. De asemenea, în octombrie, arhitectul elveţian Valerio Olgiati a susţinut la Ateneul Roman conferinţa Mazzocchioo / MZCH TALKS #8. Mai merită amintit concursul de soluţii pentru prima tabăra incluzivă Help Campus, destinată copiilor cu dizabilităţi, organizat de OAR împreună cu HELP AUTISM, cu sprijinul ASAR şi AMAIS.

■ *Arhitectură construită / arhitectura locuinţei individuale*

- **Casa Studio 2** (arh. Raul-Dan Ardelean, arh. Simina Dron)
- **Casa cu structură aparentă** - ex aequo (arh. Attila Kim, arh. Gabriel Chiş Bulea, arh. Alexandru Szuz Pop, arh. Adina Marin, arh. Andreea Precup, arh. Anisia Mouhamed)

■ *Arhitectură construită / arhitectura locuinţei colective*

- **Imobil de apartamente pe strada Sfinţii Voievozi / Urban Spaces 5** (arh. Andrei Şerbescu, arh. Adrian Untaru, arh. Bogdan Brădăţeanu, arh. Petra Bodea, arh Valentina Ţigâră, arh. Elena Zară, arh. Mihail Filipenco, arh. Adrian Bratu, arh. Traian Iacob, arh. Chan-Woo Park, arh. Diana Buţa, arh. Ana Băbuş, arh. Radu Constantin)
- **Distincţia Alumil: Aparthotel Phoenix, clădirea Stela** (arh. Cristina Gociman)


Aparthotel Phoenix

■ *Arhitectură construită / arhitectură publică*

- **Rosetti Aparthotel** (arh. Carmen Tănase, arh. Andrei Egli)

ROSETTI Aparthotel

- **Centrul Bisericesc Român Ortodox din München - ex aequo** (arh. Şerban Sturdza, arh. Matei Eugen Stoean, arh. Tudor Elian)

■ *Arhitectură construită / arhitectură și patrimoniu*

- **Vila inginer Constantin Buşilă din str. Rabat nr. 1** (arh. Cristina Woinaroski, arh. Oana Floarea, dr. arh. Ruxandra Nemțeanu - șef proiect specialitate, arhitect atestat MC restaurare, arh. Daniela Sandu, arh. Monica Tănăsoiu)

■ *Arhitectură construită / arhitectură și spațiul public: nominalizări*

- **Uranus Conciliere. Un proiect memorial şi urban** (arh. Ștefan Ghenciulescu, arh. Dorothee Hasnaş, arh. Ilinca Păun Constantinescu)
- **Revitalizare urbană - Pasajul Take Ionescu** (arh. Ioana Pădure, arh. Alexandru Aprodu, arh. Vlad Adrian Moraru)
- **hypóstȳlos – Sala Crucilor** (arh. Matei Eugen Stoean, autor principal al amenajării spațiului public și al obiectelor din exteriorul și interiorul Sălii Crucilor & coautor proiect complex de arhitectură)

■ *Arhitectura amenajărilor interioare / amenajări rezidențiale*

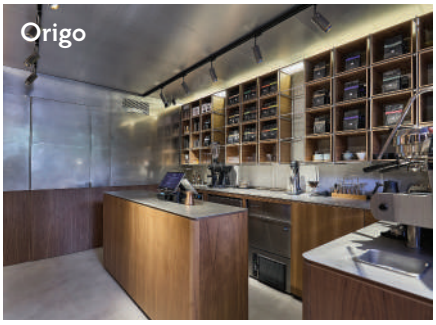
- **Casa Lea** (arh. Bogdan Ciocodeică, arh. Adelina Cucoranu, arh. Ana Porim)
- **Amenajare interioară Brick - ex aequo** (arh. Daniel Nicolae Popescu, arh. Ana-Maria Fotău-Cojocaru, arh. Theodora Radu, arh. Anisia Mouhamed, arh. Alina Măldarescu, arh. Ștefania Simu, arh. Adela Voinea)

■ *Arhitectura amenajărilor interioare / amenajări horeca*

- **Nood** (arh. Andreea Oana Cucu, arh. int. Adrian Ioan Ciorgovean)

■ *Nominalizări la secțiunea „Arhitectura amenajărilor interioare / amenajări horeca”*

- **Origo Dorobanţi** (arh. Dan Enache, arh. Călin Radu, arh. Andrei Alexa, arh. Alice Ioniță)
- **MUGSHOT at Dj Superstore. Împărţind vecinătatea** (arh. Ilinca Rădulescu, arh. Ana Georgescu, arh. Teodor Ioan Staicu,


Origo

Mugshot

Nood

Athénée Palace Hilton

designer Omid Ghannadi, designer Ovidiu Cristian Pavel)

- **Distincția Holcim – secția horeca: Mabo One** (arh. Octavian Cazacu, arh. Alina Filipoiu, arh. int. Alice Straton)
- **Distincția ALLBIM NET – secția horeca:** reamenajarea spațiilor de cazare din Hotelul Athénée Palace Hilton

■ ***Arhitectura amenajărilor interioare / amenajări corporate și retail***

- **Lunet Flagship Store** (arh. Bogdan Ciocodeică, arh. Adelina Cucoranu, arh. Ana Porim)

■ ***Arhitectura amenajărilor interioare / expoziții, standuri și scenografie" și Cel mai bun client – Amenajări de interior***

- **Design expozițional în 2 acte: Romanian Design Week 2020 / Expoziția centrală & Diploma 2020** (arh. Attila Kim, arh. Alexandru Szuz Pop, arh. Adina Marin)

■ ***Arhitectura amenajărilor interioare / design de obiect***

- **Scaun STICH** (arh. Octavian George Gugu)

■ ***Cercetare prin arhitectură / arhitectură și experiment***

- **Garaj DESCHIS** (Coordonator proiect: arh. Alex Axinte)

■ ***Cercetare prin arhitectură / arhitectură și experiment - Mențiune specială***

- **Govora Heritage Lab** (arh. Radu Tîrcă, arh. Ștefania Hîrleață, ist. art. Irina Leca)

■ ***Arhitectură de portofoliu / amenajări de interior***

- **Through the garden wall** (arh. Loredana AnaMaria Enache, arh. Laura Ichim, arh. Andreea Petre, arh. Ștefan Sălăvăstru)
- **Mențiune specială: Watashi Wa** (arh. Octavian Cazacu, arh. Anca Dumitrescu, arh. Alina Filipoiu, arh. int. Alice Straton, arh. int. Bianca Abăcioaiei, arh. int. Ina Stamate).

Mabo One

Scaun STICH

Watashi Wa

BONA RESILIENT – SOLUȚIA PERFECTĂ DE RENOVARE A PARDOSELILOR ELASTICE

Specialiștii de la Bona sunt pasionați de găsirea de noi soluții inovatoare, în toate domeniile în care sunt implicați. Ei sunt acum capabili să ofere o gamă largă de produse și sisteme de tratament durabile, de înaltă performanță, pentru pardoselile elastice (vinil, PVC, linoleum și cauciuc). Folosind experiența dobândită în peste 100 de ani de performanță în domeniul finisării și întreținerii pardoselilor din lemn, Bona a creat un program unic pentru îngrijirea și mentenanța pardoselilor elastice, care devin mai rezistente în mod eficient și rapid, cu întreruperi minime ale activităților în acel spațiu. Programul de renovare și îngrijire de înaltă calitate, cu rezistență superioară, permite întreținerea pardoselilor elastice pentru a asigura performanță continuă, dar permite și transformarea acestora atunci când sunt uzate sau degradate, facilitând mai degrabă o renovare, decât o înlocuire. În situațiile de trafic intens, suprafețele pot fi sigilate pentru durabilitate suplimentară și protecție pe termen lung.

SOLUȚII PENTRU HORECA

În ultima perioadă, pardoselile elastice (sau resiliente, cum li se mai spune) au devenit tot mai frecvent utilizate și în spații Horeca, sau adiacente acestora. Astfel, pot fi întâlnite în zone de recepție, holuri, bucătării, baruri, spații de depozitare, chiar camere și băi, respectiv în centre Spa, wellness, sportive ori balneare, unde este nevoie de finisaje rezistente la trafic, operațiuni frecvente de curățenie, la agresiuni chimice și umiditate. Uneori sunt necesare materiale impermeabile la apă, cu suprafață continuă, fără rosturi în care să se acumuleze murdărie și germeni patogeni, proprietăți pe care pardoselile elastice le îndeplinesc prin excelență. Unele asemenea pardoseli ajung însă la un punct în care se deteriorează sau se uzează vizibil, căpătând un aspect

neuniform, deranjant optic sau chiar capătă un potențial periculos prin faptul că devin nesigure la pășire și acumulează în zonele deteriorate microorganisme dăunătoare. În mod obișnuit, acesta ar fi punctul în care sunt înlocuite. Dar cu tratamentul unic **Bona Recoating**, pardoselile din vinil, PVC, linoleum și cauciuc vor fi reparate rapid, printr-un proces care poate aduce o transformare completă, inclusiv prin recolorare înainte de aplicarea straturilor de protecție finale. Prin renovarea suprafeței existente (mai degrabă decât înlocuirea acesteia), se evită acea perioadă lungă de timp alocată unui nou montaj de pardoseală, precum și inconvenientul de a arunca un finisaj valoros, care nu a ajuns la capătul adevăratului său potențial.

CUM PROCEDĂM

Procesul de renovare începe cu repararea tuturor găurilor, tăieturilor și sudurilor compromise de la pardoseala elastică existentă, folosind chitul poliuretanic inovator Bona PU Filler, care este extrudat dintr-un cartuș. O suprafață intactă se obține prin îndepărtarea murdăriei și a oricăror produse de întreținere anterioare (sau de altă natură) folosind **Bona PowerRemover R**, un agent de curățare (decapant) eficient, combinat cu operațiuni de șlefuire umedă folosind materiale abrazive din gama **Bona Diamond**. Aceste proceduri nu numai că lasă un material curat, dar oferă și posibilitatea unei prize fizice optime pentru straturile care urmează. După șlefuirea umedă, suprafața este clătită cu apă curată și toate reziduurile sunt îndepărtate, eventual cu o mașină de frecat/aspirat (tip scrubber-drier).

După ce se usucă, suprafața poate fi tratată cu straturi poliuretanice transparente **Bona Pure sau Bona Pure HD**. Alternativ, în funcție de natura proiectului, pardoseala poate fi recolorată (orice culoare RAL) folosind **Bona Pure Color**, urmată de straturi transparente. Acest tratament poate fi aplicat și pardoselilor elastice din generația recentă, inclusiv LVT, servind la creșterea durabilității pardoselii ca atare, dar și la etanșarea îmbinărilor fine dintre foi sau plăci. În plus, s-a demonstrat că acest tratament crește eficacitatea curățării și reduce prezența microorganismelor.

Pentru a dovedi performanțele de igienă ale sistemului de acoperire Bona, compania suedeză a comandat un studiu al utilizării acestuia pe podelele LVT – un tip utilizat și în spații sensibile la igienă, cum ar fi spitale, clinici, cabinete dentare etc.

Testul, realizat împreună cu institutul german IFR, a confirmat că, prin acoperire cu Bona Pure, se poate obține o pardoseală LVT netedă, fără rosturi, care îndeplinește standardele cerute de TRBA 250 (reguli tehnice pentru agenți biologici din instituțiile de îngrijire și bunăstare), recunoscută internațional. Încărcătura biologică a fost colorată cu un pigment fluorescent, astfel încât să devină vizibilă la radiațiile UV. Tratând pardoseala LVT cu sistemul Bona Resilient, se poate observa cum nivelul de contaminare biologică a scăzut radical, astfel încât putem vorbi de o pardoseală igienică în adevăratul sens al cuvântului.

Renovând o pardoseală elastică veche, în comparație cu înlocuirea, este mult mai ieftin și mai rapid, iar, în plus, diminuați consumul de energie și degajarea de CO_2, reducând depozitele de deșeuri. De asemenea, este foarte de dorit ca, tratând pardoselile LVT nou instalate, să obțineți suprafețe mai durabile și igienice.

RENTABILITATE

Pe măsură ce bugetele continuă să se restrângă, raportul calitate-preț este esențial. Renovarea pardoselilor existente generează importante economii de costuri, comparativ cu opțiunea semnificativ mai costisitoare de înlocuire cu pardoseli noi. Astfel, sistemul de recondiționare Bona este rentabil, economisește timp și bani, oferă un excelent raport calitate-preț și permite transformarea unei pardoseli uzate într-una rezistentă și estetică, fără a fi nevoie să suportați costurile sau perioadele de nefuncționare inerente unui nou montaj.

SIGURANȚĂ ȘI IGIENĂ

Curățarea frecventă face pardoselile strălucitoare şi le conferă un miros proaspăt. Cu toate acestea, nu înseamnă că ele sunt curate, că nu au bacterii care prosperă în zgârieturi, suduri rupte, caneluri şi cute. Menținerea în siguranță a unității dumneavoastră, cu îndeplinirea standardelor de curățenie conform normelor din industria Horeca, mai ales în spații vulnerabile care țin de alimentația publică, de întreținerea sănătății sau înfrumusețare, este una dintre priorități, iar Bona vă înțelege această preocupare. Renovarea creează o suprafață omogenă, continuă, care nu favorizează dezvoltarea bacteriilor și microorganismelor, inclusiv cele care se ascund în zone greu accesibile. În situațiile de trafic intens, suprafețele pot fi sigilate pentru durabilitate suplimentară, precum și pentru o protecție pe termen lung.

ACTIVITATE CONTINUĂ

Renovând o pardoseală existentă, mai degrabă decât înlocuind-o, există un timp minim de întrerupere a activității. Se evită acea lungă

perioadă de instalare, precum și inconvenientul de a ne preocupa eliminarea deșeurilor. Sistemul Bona oferă o îndelungată rezistență la uzură și o protecție la traficul intens. Datorită procesului de uscare mai rapid, pardoseala este gata de utilizare în doar 12 ore după aplicarea stratului final, în comparație cu cele câteva zile întregi necesare, de obicei, pentru o nouă instalare. În cele mai multe cazuri, utilizarea Bona va însemna cu 50% mai puțin timp de nefuncționare.

PRIETENOS CU MEDIUL

Utilizarea materialelor mai puțin dăunătoare și toxice este mai sigură și mai durabilă, în sensul protejării mediului. În loc să sfârșească la groapa de gunoi, dăunând mediului, producând praf și germeni, soluția Bona revitalizează suprafețele, astfel încât pardoseala să nu mai fie renovată sau dezafectată curând.

PERFORMANȚĂ ȘI ESTETICĂ DE ÎNALTĂ CALITATE

În timp, curățarea în profunzime repetată și traficul intens pot diminua aspectul și calitatea stratului de uzură al pardoselii. Aplicarea unui nou strat protector Bona îi restabilește strălucirea originală și îi prelungește durata de viață, oferind protecție și durabilitate împotriva uzurii chimice și fizice. În plus, opțiunile extinse pentru modele și culori asigură un aspect modern și primitor.

Înainte

După

Înainte

După

DESPRE BONA

Fondată în 1919, Bona a fost primul producător al unui sistem complet de produse pe bază de apă pentru finisarea și îngrijirea pardoselilor din lemn de esență tare. Astăzi, Bona oferă soluții pentru mai multe tipuri de pardoseală premium - lemn, vinil, elastic, cauciuc, laminat, ceramică.

Bona®

Bona România SRL

Str. Gării nr.11 I SRH Logistic Park I
Mogoşoaia, Ilfov I Tel.-Fax: 021 3170222
bona.romania@bona.com I www.bona.com

CONGRESUL OPTBR 2022

În perioada 4 – 6 octombrie 2022 a avut loc cea de-a XVI-a ediție a Congresului Turismului Balnear și de Wellness al României, eveniment pe care în acest an Organizația Patronală a Turismului Balnear din România (OPTBR) l-a organizat la Ensana Health Spa Hotels, Sovata. La eveniment au participat investitori și manageri din domeniu, agenții de turism, reprezentanți ai autorităților centrale și locale, parteneri interni și internaționali din mediul asociativ, producători și distribuitori de produse și echipamente specifice, reprezentanți ai mediului academic și ai presei.

Manifestările congresului, inaugurate de discursul domnului Nicu Rădulescu, Președintele OPTBR, au constat în analize, expuneri și mese rotunde care au abordat cele mai importante teme ale branșei:

- Evoluția turismului balnear și de wellness în perioada 2020-2021, provocările și oportunitățile din această perioadă;
- Colaborarea cu autoritățile centrale și locale, crearea Organizațiilor de Management al Destinațiilor;
- Oferta de servicii balneare și spa pentru piața locală și internațională;
- Tendințele în cererea și oferta de servicii;
- Inovații și modele de bune practici;
- Independența față de fluctuațiile din piața energiei (Green energy, programe de finanțare națională și europeană);
- Pregătirea personalului activ, soluții practice de atragere a noilor generații;
- Valorificarea resurselor naturale, noi tipuri de terapii/ritualuri spa;
- Colaborarea cu agențiile de turism și touroperatorii în contextul digitalizării.

Evenimentul a presupus, desigur, un networking între deținătorii de infrastructură de tratament balnear și de wellness, agențiile de turism și alți agenți economici implicați în turismul balnear (distribuitori de echipamente specifice, de servicii și produse destinate acestui sector etc.).

Gala Premiilor

Nu în ultimul rând, congresul a cuprins și Gala Premiilor turismului balnear si de wellness din România, care a vizat societățile cu cele mai semnificative contribuții în dezvoltarea turismului de sănătate și inițiativele excepționale pe care agenții economici din acest sector le-au implementat în dificilii ani de pandemie.

Iată secțiunile și câștigătorii:

- **Cel mai bun hotel (4* sau 5*) cu bază de tratament balnear și de wellness:**
  - Marele Premiu - Lotus Therm Spa&Luxury Resort, Băile Felix
  - Premiul Special al Juriului - Alma Health & Spa Retreat, Lacu Sărat
- **Cel mai bun hotel (2* sau 3*) cu bază de tratament balnear (pentru turism de sănătate social)**
  - Marele Premiu - Hotel Tisa, Băile Olănești
  - Premiul Special al Juriului – Hotel Poienița 3*, Băile Felix
- **Cel mai bun centru medical balnear/bază de tratament**
  - Marele Premiu – Sanatoriul Balnear și de Recuperare Techirghiol
  - Premiul Special al Juriului – Turism Covasna SA
- **Cea mai bună destinație de sănătate cu bază de tratament balnear și de wellness**
  - Marele Premiu - Sovata Ensana Health Spa Hotel

- **Cel mai bun concept balneo & wellness**
  - Marele Premiu – Bacolux Afrodita Resort & Spa
- **Cel mai bun program spa de sănătate**
  - Marele Premiu - Ana Aslan Health Spa, Eforie Nord
- **Cel mai bun program semnătură**
  - Marele Premiu - TISA Spa Resort, Băile Olănești
  - Premiul Special al Juriului – Country Spa, Snagov
- **Cel mai apreciat serviciu de tratament balnear (guest satisfaction)**
  - Marele Premiu - Sanatoriul Balnear și de Recuperare Techirghiol
- **Cel mai bun hotel cu SPA (fără bază de tratament)**
  - Marele Premiu - SunGarden Golf & Spa Resort
- **Cea mai bună pensiune cu SPA**
  - Marele Premiu - Country Spa, Snagov
- **Cel mai bun centru wellness**
  - Marele Premiu - Hotel Palace, Băile Govora SA
- **Cel mai bun day spa**
  - Marele Premiu - Shiseido SPA @ Stejarii Country Club
- **Cel mai bun concept spa**
  - Marele Premiu - TISA Spa Resort, Olănești
- **Cea mai valoroasă investiție în domeniul spa (balnear/wellness)**
  - Marele Premiu - Alma Health & Spa Retreat, Lacu Sărat
  - Premiul Special al Juriului – Serviciul Public Baia Populară Sibiu
- **Cel mai bun spa manager**
  - Marele Premiu - Ioana Gogu, TISA Spa Resort
  - Premiul Special al Juriului – Costina Ciorbaru, Iaki Conference & SPA Hotel
- **Cea mai performantă echipă spa**
  - Marele Premiu - Ana Aslan Health Spa, Eforie Nord
- **Cele mai inovative programe spa bazate pe studii recente în folosirea resurselor naturale pentru tratarea unor afecțiuni**
  - Marele Premiu - Sanatoriul Balnear și de Recuperare Techirghiol
  - Premiul Special al Juriului – Turism Covasna SA
- **Cele mai inovative produse cosmetice**
  - Marele Premiu - THALION France

Izolarea fonică a Hotelului Hilton București

Conf. univ. dr. ing. Mariana Cristina Stan,
membru al Comisiei de Acustică a Academiei Române

Dezideratul de la care s-a pornit viza diminuarea nivelului de zgomot propagat din sala Le Diplomate, respectiv de pe terasa peste etajul V (clădirea veche), în spațiile de cazare ale Hotelului Hilton. Obiectivele precizate la întocmirea propunerii de fonoizolare au vizat soluții de creștere a izolării fonice la zgomot aerian pentru sală, respectiv realizarea izolării la zgomot structural pentru echipamentele aflate pe terasa peste etajul V, în vederea îndeplinirii parametrilor acustici din reglementările tehnice în vigoare în România.

Situația inițială

Sala Le Diplomate este o încăpere cu multe suprafețe reflectante, atât pe pereții paraleli doi câte doi (finisaje, uși din sticlă), cât și pe tavan (vitralii), toate acestea contribuind la producerea unui ecou de fluturare care conducea la modificarea și alterarea sunetelor emise în sală.

Sunetul produs în sală se propaga în exteriorul ei, pe de o parte prin ușile către foaier, iar pe de altă parte, prin tava-

nul cu vitralii, spre curtea interioară a hotelului. Tavanul are deasupra zonei vitraliului central o încăpere având pereţi cu grosime de 20 cm şi câte cinci ferestre pe fiecare parte. Conform informaţiilor furnizate de beneficiar, pe restul tavanului, peste placa de beton (20 cm) se afla o barieră de vapori, polistiren, beton de pantă, hidroizolaţie şi o pardoseală supraînălţată din dale prefabricate.

Centrala de tratare a aerului (CTA) de peste etajul V (clădirea veche) este amplasat într-o încăpere cu pereţi din zidărie de 270 mm, cu placare uscată din gips-carton şi vată minerală la interior (70 mm), respectiv tencuială exterioară de 10 mm. Tavanul încăperii CTA este constituit din placă de beton (18 cm), cu termo- şi hidroizolaţie, iar structura terasei de peste etajul V este: placă din beton (20 cm) + termo- şi hidroizolaţie de 5 cm.

Zgomotul propagat de la sala Le Diplomate și de pe terasa etajului V

Conform prevederilor Normativului C 125 - "Normativ privind acustica în construcţii şi zone urbane", Partea III (Măsuri de protecţie împotriva zgomotului la clădiri de locuit, social-culturale şi tehnico-administrative"), valoarea maximă admisibilă a nivelului de zgomot în sala Le Diplomate (asimilată cu o sală de restaurant cu orchestră) este de 90 dB (A). Conform aceluiaşi normativ, valoarea admisibilă a nivelului de zgomot echivalent la 2,00 m de faţada clădirii este de 50 dB (A).

În ansamblu, limitele admisibile pentru nivelul de zgomot echivalent interior datorat acţiunii concomitente a surselor exterioare unităţii funcţionale din hoteluri şi a agregatelor ce funcţionează în interiorul încăperilor (sau activităţilor specifice), sunt cele din tabelul de mai jos.

Unitatea funcţională	**Limita admisibilă a zgomotului interior, exprimată în:**	
	dB(A)	**Nr. de ordine a curbei Cz**
Camere şi/sau apartamente	35	30
Spaţii de alimentaţie publică, inclusiv restaurante fără orchestră	75	70
Restaurante cu orchestră	90	85
Spaţii comerţ şi servicii	50	45
Săli multifuncţionale	35	30
Spaţii pentru practicarea de activităţi sportive	70	65

Notă: *Pentru evenimente în timpul cărora valorile nivelului de zgomot depăşesc 90 dB(A), responsabilitatea trebuie să revină în întregime organizatorilor evenimentului.*

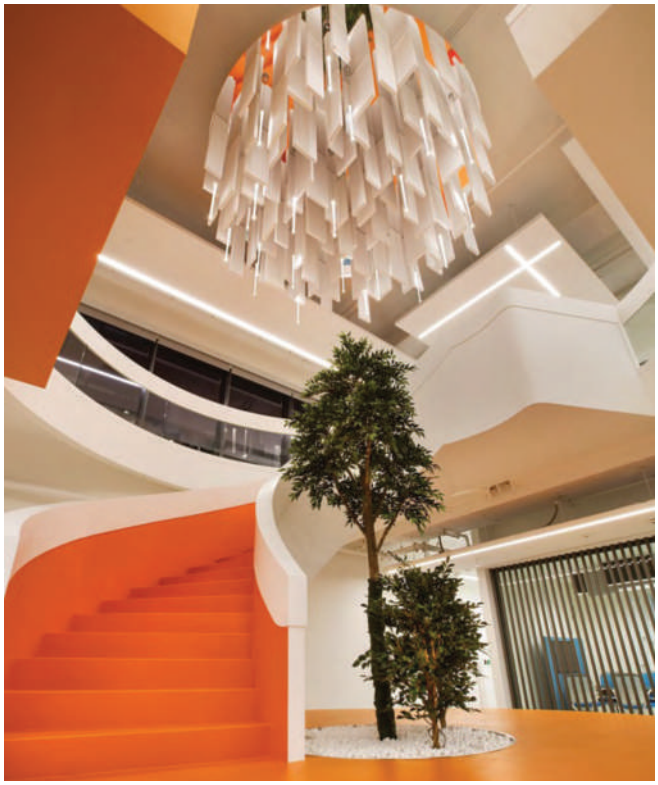
Aşadar, hotelurile trebuie amplasate astfel încât valoarea maximă a nivelului de zgomot exterior (la 2.00 m de faţada clădirii) să fie de 50 dB(A). În cazul în care nu este posibilă respectarea acestei condiţii, se vor asigura prin proiect măsuri de protecţie acustică la receptor, pe calea de propagare şi/sau la sursă. Valoarea admisibilă a nivelului de zgomot echivalent interior, provenit din exteriorul unităţilor funcţionale, este de 35 dB (A). În acelaşi timp, conform prevederii SR 10009 „Acustica. Limite admisibile ale nivelului de zgomot din mediul ambiant", punctul 4.8, valoarea admisibilă a nivelului de zgomot la faţada cea mai expusă la zgomot, pentru orice tip de clădire rezidenţială sau asimilabilă acesteia, este de 50 dB (A).

În privinţa terasei de deasupra etajului V, se aplică prevederea din C 125 – "Normativ privind acustica în construcţii şi zone urbane", conform căreia valoarea admisibilă a nivelului de zgomot echivalent interior, provenit din exteriorul unităţilor funcţionale, este de 35 dB (A).

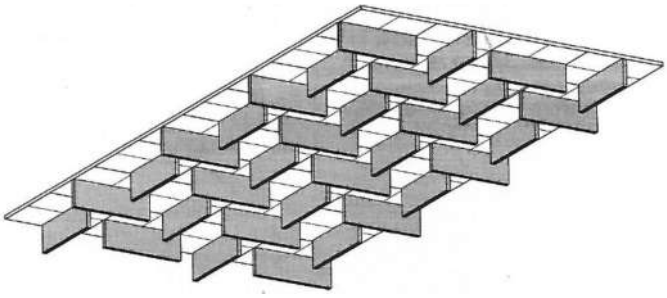
Soluții tehnice pentru reducerea nivelului de zgomot

Reducerea nivelului sonor prin absorbţie acustică se face în spaţiul de emisie sau pe traseul de propagare.

■ Absorbţia acustică în spaţiul de emisie



Tratamentul fonoabsorbant poate fi constituit din plăci fonoabsorbante (de exemplu spumă melaminică, material cu



o densitate extrem de mică, de numai 9 kg/mc, cu clasa de reacţie la foc C-s2,d0 conform EN13501-1, sau orice alt fel de material fonoabsorbant cu $\alpha_W \geq 0,7$), aşezate de exemplu sub formă de baffles, cilindri sau cuburi pe tavanul sălii, într-un sistem ce va fi extins sau montat numai la evenimente cu nivel de zgomot mai mare de 90 dB(A); proiectul dispunerii acestora şi al modului de prindere se realizează de către un designer de interior, cu acordul acusticianului.

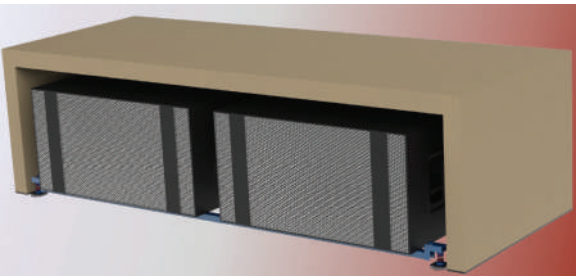
Absorbţia acustică pe traseul de propagare

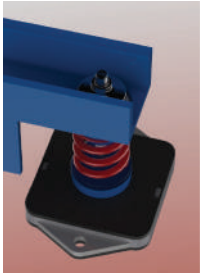
Propagarea sunetului din sala Le Diplomate se face pe două căi: pe uşile sălii, spre hol şi recepţie, şi prin vitraliile din tavan, în camera-acoperiş de pe terasă, iar de acolo în curtea interioară. Realizarea absorbţiei acustice în camera-acoperiş se poate obţine prin placarea pereţilor şi a plafonului acesteia cu plăci Stratocell Whisper FR 40/50 mm grosime, clasa de reacţie la foc B-s2,d0. La plafon, plăcile se sprijină pe structura metalică ce susţine corpurile de iluminat, iar la pereţi s-a recomandat fixarea mecanică folosind şuruburi şi rozete.

Reducerea nivelului sonor prin izolare fonică

La sala Le Diplomate, izolarea fonică pe traseul de propagare trebuia realizată în primul rând la uşile de la intrarea în sală – schimbarea celor existente cu unele având Rw ≥ 40 dB(A) şi prevederea unor obloane franţuzeşti – pentru situaţiile unor evenimente speciale.

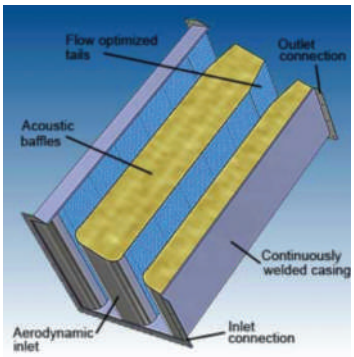
La incintele sonore utilizate la diferite evenimente, izolarea fonică se poate face şi prin aşezarea acestora pe elemente vibroamortizoare hibride (arc + cauciuc), sistemele cu arc fiind singurele sisteme ce pot reduce transmiterea zgomotului structural la frecvenţe joase, aşa cum este cazul boxelor subwoofer.





De asemenea, în camera-acoperiş s-au propus următoarele rezolvări:

- înlocuirea ferestrelor cu unele având Rw ≥ 40 dB(A);
- placarea pereţilor din BCA cu membrană fonoizolantă şi pâslă fonoabsorbantă Tecsound FT55;
- instalarea unui atenuator de zgomot la capătul dinspre terasă al tubulaturii din camera tehnică;

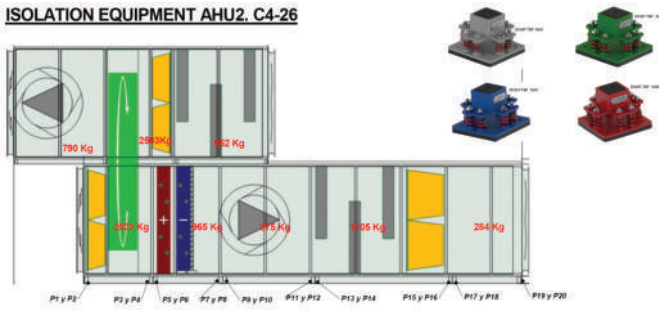


- izolarea tubulaturilor din camera-acoperiş prin acoperirea cu membrana Tecsound FT55 ALU şi fixarea acestora cu bride vibroamortizoare din cauciuc.

Notă: *În funcţie de rezultatele obţinute la măsurările acustice care se vor efectua după aplicarea celorlalte măsuri propuse, se pot lua măsuri de creştere a izolării fonice a acoperişului cum ar fi instalarea de plăci din vată minerală (se va obţine astfel creşterea izolării prin absorbţie acustică), între învelitoarea acoperişului şi plafonul realizat din elemente de beton şi sticlă.*

Zgomotul propagat de la CTA în interiorul hotelului

Pentru izolarea fonică pe calea de propagare, a fost necesară introducerea unui atenuator de zgomot pe ventilatorul Supply – pressure side cu insertion loss ΔL ≥ 30 dB(A) şi aşezarea CTA pe sisteme vibroamortizoare hibride (arc+cauciuc). De asemenea, a fost propusă izolarea tubulaturilor din camera CTA prin acoperirea acestora cu membrană Tecsound FT55 ALU şi fixarea acestora cu bride vibroamortizoare din cauciuc.



Concluzii

Nivelurile de zgomot provenite din cele două spaţii, reducerile succesive realizate de elementele existente, precum şi cele aduse de soluţiile de principiu propuse sunt prezentate în tabelele de mai jos.

Nivel provenit din sala Le Diplomat

Spaţiul analizat/ nivel iniţial	Reduceri obtinuţe prin:		Nivelul rezultat dB(A)
	Elemente existente dB(A)	Soluţii propuse dB(A)	
Le Diplomat 90 dB(A)	Vitralii (sticlă – min. 8 mm) 15 dB(A)		În camera-acoperiş 75 dB(A)
	Uşi spre foyer realizate din lemn cu sticlă simplă, fără garnituri de etanşare	Înlocuire uşi cu unele având Rw ≥ 40 dB(A)	Foyer 35 dB(A)
		Obloane franţuzeşti Rw =15 dB(A)	
		Elemente vibroamortizoare hibride (arc+cauciuc) sub incintele acustice de la diferite manifestări muzicale	Reducere a transmisiei zgomotului structural
Camera-acoperiş 75 dB(A)	Pereţi cu ferestre existente 15 dB(A)	Pereţi izolaţi fonic, ferestre înlocuite (40 dB), instalare material fonoabsorbant	Faţade 45 dB(A)

Dacă în spațiul Le Diplomat se vor desfășura evenimente la care se depășește nivelul de 90 dB(A), situația este următoarea:

Spațiul analizat/nivel inițial dB(A)	Reduceri obținute prin:		Nivel rezultat
	Elemente existente	Soluții propuse	
Le Diplomat/ 110 dB(A)		Tratament fonoabsorbant pe tavanul sălii Le Diplomat	În sala Le Diplomat 102 dB(A)
Le Diplomat/ 102 dB(A)	Vitralii (sticlă - min 8 mm)* 15 dB(A)		În camera /acoperiș 87 dB(A)
	Uși spre foyer realizate din lemn cu sticlă simplă, fără garnituri de etanșare	Înlocuire uși cu unele având Rw ≥ 40 dB(A)	Foyer 47 dB(A)
		Obloane franțuzești Rw =15 dB(A)	
Camera acoperiș/ 87 dB(A)	Pereți cu ferestre existente 15 dB(A)	Pereți izolați fonic, ferestre înlocuite (40 dB), instalare material fonoabsorbant Atenuator la capătul dinspre terasă al tubulaturii din camera tehnică.	Fațade 57 dB(A)

Nivel de putere provenit de la CTA

Ventilator Exhaust	Suction side (aspiră din clădire)	Pressure side (evacuează în exterior)	În camera CTA (outside of unit)
	81 – 22 atenuator (insertion loss) = 59	82	60
Ventilator Supply	Suction side (aspiră de afară)	Pressure side (introduce în hotel)	În camera CTA (outside of unit)
	76	92	67

Pentru izolarea planșeului peste etajul V din clădirea veche

Având în vedere că transmiterea zgomotului produs de echipamentele de pe terasa hotelului către etajele inferioare se face atât pe cale aeriană, cât mai ales pe cale structurală, s-au avut în vedere următoarele soluții tehnice de principiu:

- Pentru reducerea zgomotului structural la sursă: prevederea unor amortizori dinamici, calculați în funcție de caracteristicile mecanice ale echipamentelor;
- Pentru reducerea zgomotului propagat pe ambele căi în spațiul de recepție: în spațiul de 30 de cm dintre intradosul planșeului superior de la etajul V și tavanul din gips-carton, s-a recomandat dispunerea unor plăci de vată minerală cu densitate de min. 70 kg/mc, cașerate cu împâslitură de fibre de sticlă, pe care se aplică prin lipire membrane izolatoare de tip TECSOUND 50;
- S-a recomandat ca pentru tavanul fals să se utilizeze plăci de gips-carton cu parametri acustici ridicați (de exemplu Rigips Fonic sau Nida System), suspendate cu ajutorul bridelor elastice.

Materialele și structurile fonoabsorbante și fonoizolatoare au fost propuse de domnul Mihai Nămoloșanu de la EMEXON SYSTEM.

Prin aplicarea soluțiilor propuse, se va obține încadrarea nivelului de zgomot provenit de la sala Le Diplomat în valoarea admisibilă de 50 dB(A) la 2,00 m de fațadele hotelului și respectiv încadrarea nivelului de zgomot provenit de la CTA în valoarea admisibilă de 35 dB(A) în camerele de hotel situate la etajele inferioare, precum și în valoarea de 50 dB(A) pe terasă.

Deasupra...

De peste 15 de ani în România...
... peste 20 milioane de m^2 de hidroizolaţii

Cluj-Napoca, Piaţa 1 Mai nr. 4-5
Tel.: 0264 206 638
Cluj-Napoca 0748 227 767
Bucureşti 0799 007 181
Timişoara 0744 393 113
Moldova 0744 790 987
E-mail: info@bauder.ro, www.bauder.ro

Foto Kindel Media www.pexels.com

Șapte metode de a vă construi brandul ca angajator și a vă mobiliza personalul

Articol de Patrick Pettenuzzo,
jurnalist culinar și fondator Sărbătoarea Gustului în România

Problema competențelor rămâne totdeauna în centrul preocupării profesioniștilor din domeniul Horeca, mai ales acum, după reluarea activității și ridicarea restricțiilor sanitare impuse la recenta pandemie. Marca pe care v-o construiți ca angajator joacă un rol fundamental în recrutarea de talente, în colaborările pe care le dezvoltați și... în capacitatea de a le păstra.

Foto Anastasia Ilina-Makarova www.pexels.com

Utilizați-vă site-ul de internet pentru noi recrutări.

Toată lumea adoră poveștile de succes, iar tânăra generație simte cu atât mai mult nevoia de a evolua într-un mediu de muncă care să i se potrivească și cu care împărtășește valori comune. Este o strategie de brand indispensabilă, dar încă nouă pentru sectorul acesta, care permite crearea unui mediu favorabil, punând în prim-plan anumite angajamente și o

abordare a resurselor umane dincolo de acel „greenwashing" (marketingul fals ecologist), sancţionat drastic de mileniali, „batalionul" nostru preferat...

2. Îndrăzniţi să faceţi oferte de angajare originale, chiar şi în restauraţie!

Oferta de angajare constituie adesea primul contact între unitatea de alimentaţie publică şi candidat. Aceasta este importantă, aşadar, pentru a-l determina pe candidat să aibă grijă de descrierea sa, incluzând detalii care vor face diferenţa. În contextul dificultăţilor actuale, cu cât o ofertă de angajare este mai originală, cu atât va rămâne mai mult în memoria candidatului. Oferta dumneavoastră trebuie să reuşească să vă transmită valorile şi cultura în care funcţionaţi. Puteţi include aici sfaturi pentru obţinerea acelui loc de muncă, exprimate cu ajutorul codurilor de comunicare actuale: gif-uri, emoji-uri, fotografii şi videoclipuri, chestionare etc. Puteţi include o descriere a beneficiilor pe care le oferiţi: asigurare de sănătate, asigurare pentru evenimente neprevăzute, cursuri de formare, teambuilding-uri etc.

În plus, umorul tonului poate fi atrăgător. Nu ezitaţi, de asemenea, să vă evidenţiaţi produsele în faţa lor!

3. Implicaţi, valorizaţi colaboratorii şi ascensiunea socială în restaurantul dimneavoastră.

Candidaţii citesc cel puţin 6 recenzii ale angajaţilor existenţi înainte de a-şi forma o părere despre o companie. Unii dintre ei îşi împărtăşesc experienţele pe Youtube celor care doresc să le cunoască (şi sunt numeroşi cei care le văd!). Colaboratorii mulţumiţi şi convinşi vor fi, deci, primii ambasadori ai companiei dumneavoastră. În acest scop, trebuie să vă implicaţi zilnic angajaţii implementând acţiuni concrete pentru a favoriza bunăstarea lor la locul de muncă: prezentarea noului angajat şi a preparatului său preferat, formarea personalului în spiritul respectului pentru măsuri de protecţie şi HACCP... toate acestea sunt mijloace de a dovedi că personalul este resursa valorii conceptului dumneavoastră, care va crea apoi punctul de contact cu consumatorii. Pentru colaboratorii cei mai implicaţi, puteţi de asemenea să le propuneţi să promoveze compania pe reţelele lor sociale, prin ceea ce se numeşte „advocacy marketing".

Foto LinkedIn Sales Navigator www.pexels.com

Foto Pixabay www.pexels.com

Este o strategie împrumutată din social selling şi care este complet în concordanţă cu statutul de angajator, prin promovarea activităţilor de cooptare, de transmitere a informaţiei din gură în gură, sporindu-vă, în consecinţă, reputaţia. Strategia dumneavoastră de brand vă va mulţumi!

4. Insistați pe rețelele sociale pentru a comunica.

Reţelele dumneavoastră sociale sunt purtătoarele de cuvânt ale companiei şi sunt, de asemenea, ţinta primului reflex al candidatului de a se informa despre locaţie şi reputaţia în mediul virtual. Reţelele sociale îţi permit să îţi evidenţiezi conţinutul de marketing, noutăţile, dar şi activitatea zilnică a companiei, cu detalii din „culise". Sunt un real avantaj dacă vreţi să vă recrutaţi noi talente. Totuşi, trebuie să vă adaptaţi conţinutul la fiecare reţea socială: LinkedIn – pentru a promova conţinutul corporate şi de responsabilitate în materie de resurse umane (cine angajează şi cum o face?), ascensiunea socială a salariaţilor şi ofertele de angajare; Instagram - pentru a împărtăşi aspecte din culisele restaurantului prin story-uri scurte (reţete ale chefilor preparate în echipă, mărturii ale echipei şi maniera de a privi ospitalitatea); Facebook – pentru a vă promova promoţiile sau evenimentele, pentru a interacţiona cu candidaţii (prin mesaje private sau Messenger, la un chat improvizat) şi de a le verifica competenţele, respectiv apetenţa pentru un anumit post.

5. Comunicați despre demersurile CSR.

Angajamentele de responsabilitate socială corporativă (CSR) sunt un factor real de atragere a talentelor. Generaţiile Y şi Z sunt foarte sensibile la diversele probleme sociale şi vor să se implice într-o companie care susţine aceleaşi valori ca şi ei, pe lângă gastronomie. Fie că este vorba de diversitate şi incluziune sau de mediu, aceste acţiuni întăresc sentimentul de apartenenţă al viitorilor angajaţi, dar şi al celor existenţi, pentru a determina nivelul cifrei de afaceri.

6. Faceți TikTok (eventual cu TikTokresumes) – cel mai bun aliat în recrutare.

Cu un miliard de utilizatori, aplicaţia care a explodat efectiv în timpul pandemiei a depăşit Instagram prin numărul de descărcări. Platforma cu filmuleţe în format scurt (3 minute acum), rudimentare uneori dar creative, au bătut recordurile de descărcări, devenind rapid aplicaţia de referinţă pentru a intra în contact cu consumatorii actuali şi viitori, dar şi cu viitorii angajaţi. Platforma a dezvoltat funcţia TikTok Resumes, care permite utilizatorilor să îşi publice CV-urile şi să răspundă la oferte de angajare direct în aplicaţie.

Foto LinkedIn Sales Navigator www.pexels.com

Foto cottonbro www.pexels.com

7. Faceţi din „onboarding" o cale de a cultiva cultura organizaţională.

Când este vorba despre recrutare şi retenţie a talentelor în restauraţie, acest demers conceptual începe la primul contact cu brandul dumneavoastră şi se numeşte "onboarding", sau socializare organizaţională. Dincolo de o broşură de bun-venit oferită angajatului şi de descrierea abilităţilor necesare pentru ocuparea unui post, atribuţii delegate eventual unui angajat (adesea copleşit de sarcini) sau unui manager extrem de ocupat, evoluţia şi dezvoltarea angajaţilor constituie etape suplimentare care se diferenţiază de integrarea personalului.

Onboardingul răspunde la alte obiective:

- Optimizează costurile de recrutare şi retenţia angajaţilor;
- Ameliorează implicarea angajaţilor şi satisfacţia clienţilor;
- Atrage tinere talente prin modalităţile sale de comunicare specifice;
- Securizează primele 90 de zile de activitate ale angajatului; ştiaţi că 45% dintre demisii au loc în primul an de la angajare?
- Consolidează cultura organizaţională.

Revizuirea bunelor practici

Criza sănătăţii a pus resursele umane în centrul atenţiei mai mult ca niciodată şi, mai presus de toate, a evidenţiat nevoia companiilor de a le digitaliza pentru a-şi putea optimiza managementul. În momentele dominate de incertitudine, această accelerare a adoptării instrumentelor digitale a permis sectorului să păstreze legătura cu angajaţii săi, să poată gestiona într-un mod simplu, accesibil, clar, problemele legate de context, precum şomajul parţial, dar şi condiţiile de muncă în general prin adaptarea la evoluţiile fenomenului.

Iniţial, nu se luase în calcul soluţia şomajului parţial, dar am putut să o adaptăm şi să o integrăm într-un timp foarte scurt pentru a le uşura managerilor viaţa de zi cu zi, dar şi pentru a gestiona mai bine cheltuielile rămase. Digitalizarea a făcut astfel posibilă întărirea legăturilor interne dintre angajaţi şi manageri, într-un context marcat de închideri şi deschideri ale restaurantelor, apoi descoperirea unor soluţii legate de e-commerce care au reînnoit modelele de business din sectorul nostru. În cele din urmă, digitalizarea contribuie în mod activ la loialitatea angajaţilor. Le permite să se concentreze mai mult pe proiecte cu valoare adăugată mare, pe zona umană, mai degrabă decât pe sarcini consumatoare de timp, cum ar fi gestionarea programului şi a perioadelor de lucru, în timp ce contextul socio-economic este încă afectat de mutaţii. Privind retrospectiv, ar fi momentul să vă întrebaţi ce soluţii şi servicii aţi dezvoltat pentru ca personalul să îşi îmbunătăţească mai simplu abilităţile şi, astfel, să evitaţi fluctuaţia excesivă de personal.

O viziune asupra viitorului digitalizării în industria ospitalităţii

Tehnologiile Smart Planner stimulează învăţarea şi evoluţia. Algoritmii săi de optimizare, specifici fiecărei companii, evoluează şi se perfecţionează în timp, printr-o infinitate de parametri care îi permit lui Smart Planner să se adapteze constant la funcţionarea fiecărei organizaţii, indiferent dacă este vorba despre o unitate independentă sau de mai multe unităţi cu identităţi diferite.

Pe lângă interesul pentru rentabilitate rapidă şi timpul economisit de manageri, prin soluţiile digitale, utilizatorii şi angajaţii sectorului nostru se află în centrul strategiei pentru a se obţine mai mult confort, dar şi recunoaştere într-un sector care are mare nevoie de acest lucru.

Concluzii

Problema recrutării şi competenţelor în sectorul Horeca nu a fost niciodată atât de îngrijorătoare, cu zeci de mii de angajaţi care s-au evaporat de la începutul pandemiei. Pe lângă dificultăţile de recrutare care existau deja înainte de criza

Foto Elle Hughes www.pexels.com

sanitară, au existat numeroase reconversii profesionale către alte sectoare considerate mai atractive decât cel al industriei hoteliere şi de catering. Mai mult ca oricând, trebuie să ne gândim la cum să identificăm şi să reţinem pe termen lung talentele echipelor noastre, să le facilităm dezvoltarea carierei şi să atragem altele noi graţie unui brand solid de angajator.

Acest demers începe cu puterea de atracţie a mărcii, prin modul de redactare a anunţurilor de recrutare, prin evidenţierea valorilor socio-culturale în comunicarea digitală, dar şi prin natura relaţiilor pe care le întreţinem pe parcursul fazei de recrutare şi integrare a angajatului. Odată ce angajatul se află pe post, atracţia trebuie să-l menţină cât mai mult timp, deschizându-i aria de posibilităţi şi oferindu-i o dezvoltare profesională şi personală în concordanţă cu abilităţile dobândite şi cu aşteptările sale, menţinând în acelaşi timp echilibrul între muncă şi viaţă personală.

Măriți prețul sau schimbați rețeta? Cum să te adaptezi la creșterea prețurilor.

Confruntaţi cu creşterea salariilor şi a preţurilor materiilor prime şi energiei, restauratorii sunt nevoiţi să se adapteze pentru a-şi ţine capul deasupra apei. De la carne şi peşte, la ulei de prăjit, unt, ouă ş.a.m.d., restaurantele suportă creşteri majore ale preţurilor acestora, iar facturile la energie, fie că vorbim de încălzirea restaurantului, de gaze pentru bucătării sau de combustibil pentru livrări, sunt şi ele mari. Ca să nu mai vorbim de faptul că este necesară absorbţia noii grile de salarii, care va trage în sus inevitabil o parte din salariile mici, şi că sosesc permanent termene de plată şi amânări de taxe. Recomandăm ca restauratorii să-şi facă bine socoteala pentru a lua în considerare aceste creşteri. Pentru o serie de unităţi, dacă nu cresc preţurile, nu au cum să se susţină. Nu există altă soluţie, chiar dacă se vor face preţuri cu marje mai mici. Când problema puterii de cumpărare se impune în mintea oamenilor, deciziile sunt greu de luat. Turiştii străini sunt încă rari, iar concurenţa devine tot mai dură.

Cert este că nu va fi nevoie să revenim la acea haiducie, organizată într-un adevărat sistem, a primilor ani de după 1989, când turiştii erau „vaci de muls"! Mai ales cu gramajele care au fost sursă de nemulţumiri şi reclamaţii, pe care şi astăzi, în 2022, turiştii străini le mai pot evoca pentru a face reclamă negativă României. Nu ne-am apucat de această meserie pentru a ne alunga oaspeţii, dacă vrem să ne reprezentăm cu mândrie ţara.

Ceea ce contează - să-ți plătești angajații și marfa

Pentru unele unităţi, soluţia este în meniu. Unele ingrediente pot dispărea din câteva feluri de mâncare, sau chiar unele preparate pot fi modificate. Merluciul ar putea fi pus în loc de lup de mare sau limbă de mare. Confruntat cu preţurile absurde ale anumitor produse, trebuie să iei decizia de a nu le mai oferi clienţilor tăi, lucrând în schimb cu produse mai simple şi mai accesibile,. Dar pentru a le pune în valoare, ai nevoie de know-how! Revenim astfel la nevoia de formare profesională de calitate, pe termen lung.

În acelaşi timp, este necesară renegocierea constantă cu furnizorii, ştiind că producătorii locali nu pot servi pe toată lumea; totul necesită multă chibzuinţă asupra reţetelor, iar soluţiile se pot găsi cu ajutorul experienţei. Oricum, modelul economic al restauraţiei nu mai funcţiona bine de câţiva ani şi unii deja încercau să schimbe lucrurile.

Astăzi, cu costurile în creştere rapidă, este o problemă de cheltuieli suplimentare, fără a eclipsa problemele de restauraţie şi pe cele vocaţionale. Bucătarii care sunt plătiţi pe piaţa neagră timp de 30 de ani, lucrând adesea 60 de ore pe săptămână, se trezesc cu pensii minime de pensionare şi trăiesc în sărăcie. Noile generaţii se gândesc şi la viitor, nu doar la coşul zilnic, precum în trecut!

Patrick-Pierre Pettenuzzo
Président fondateur & Conseiller culinaire
E-mail: patrick@sarbatoarea-gustului.ro
Tel : +40 744 524 990
www.sarbatoarea-gustului.ro

www.targuldeturism.ro

ROMEXPO deschide seria manifestărilor din 2023 cu **Târgul de Turism al României**

Programul expozițional pe anul 2023 al **ROMEXPO** se deschide cu ***Târgul de Turism al României*** - ediția de primăvară. Evenimentul se desfășoară în perioada 23 – 26 februarie, în pavilionul B2 al Centrului Expozițional.

#TTR2023 – manifestarea reper din industria turismului - promovează cele mai noi și interesante oferte turistice din țară și străinătate. Companiile înscrise până la această dată au pregătit reduceri de până la 50% pentru destinațiile populare, dar au și promoții speciale la vacanțe de lux. Dacă ai în portofoliu oferte pentru vacanțe de Mărțișor, sejururi sau circuite pentru Paște la cele mai bune prețuri sau reduceri considerabile la destinațiile de vară, atunci nu ai voie să ratezi ocazia de a participa ca expozant la **#TTR2023**. Mai sunt doar câteva locuri disponibile.

Contactează echipa de organizare pentru cel mai avantajos pachet de participare pe: ***romexpo@romexpo.ro.***

Nu rataţi ediţia de primăvară a Târgului de Turism al României. Vă aşteptăm la ROMEXPO să planificăm împreună vacanţa de vis.

PROGRAM DE VIZITARE
23 - 25.02.2023:
în intervalul orar 10:00 – 18:00
26.02.2023:
în intervalul orar 10:00 – 16:00

În trend: decking WPC de la Bencomp

Studii recente au arătat că piața mondială a compozitelor WPC (Wood Polymer Composite) este de câțiva ani într-o creștere spectaculoasă, iar acest trend se menține, în concordanță cu interesul crescut al beneficiarilor pentru soluțiile ecologice, beneficiind în același timp de un material cu proprietăți superioare celor convenționale, utilizate în domeniul amenajărilor exterioare. Pentru următorii 4 ani, se estimează o creștere anuală de 11 – 12 % a pieței de WPC, cele mai multe cereri venind din zona deckingului, a mobilierului de exterior și a construcțiilor în general. Inovațiile recente, care au trezit interesul cumpărătorilor, au vizat noile sisteme de fixare, care ajută la un montaj simplu și rapid, respectiv aditivarea pentru un comportament superior la razele UV și temperaturi extreme. Acest material se bucură de succes și în România, unde este căutat pe segmentul rezidențial și de birouri, dar în special pentru amenajarea spațiilor exterioare ale unităților de cazare, ale restaurantelor, barurilor sau centrelor Spa. Utilizarea pe scară largă se datorează în bună măsură fabricanților autohtoni care au venit cu tehnologie modernă, dintre care relevant este Bencomp, cu o unitate de producție la Buzău.

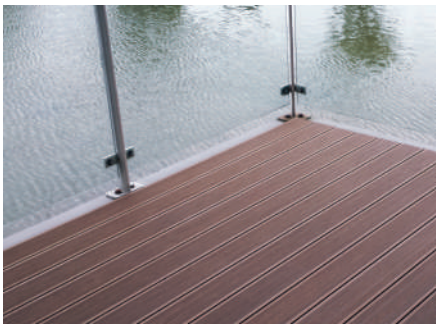
Prin extrudarea acestui material compozit, realizat în principiu din **făină de lemn** (peste 50%) și **mase plastice** (parțial obținute prin reciclarea deșeurilor), Bencomp obține profile sau alte tipuri de produse care pot deveni pardoseli exterioare tip deck, garduri, lambriuri, mobilier de grădină (bănci, jardiniere), pergole, sau mici construcții mai elaborate, cu structuri consolidate: foișoare, pontoane etc. WPC-ul are câteva avantaje care îl recomandă pentru utilizarea în contexte dintre cele mai diverse, de la clima uscată din zonele deșertice sau ecuatoriale, cu umiditate din abundență, până la cea subpolară din nordul extrem – ceea ce a fost deja verificat, produsele Bencomp fiind exportate în zone cu aceste modele climatice. Una dintre proprietățile de bază ale materialului este **impermeabilitatea la umezeală**, ceea ce îl face stabil dimensional și greu degradabil la exces de apă.

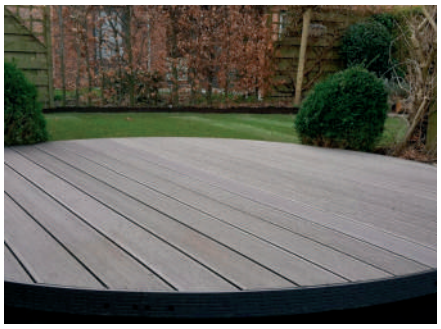
Pardoselile exterioare de tip deck sunt cele mai căutate produse WPC; operatorii unităților Horeca țin cont în această opțiune de siguranța traficului, aspect, controlul costurilor de execuție și întreținere, durata de viață relativ ridicată.

În particular pentru această industrie, conform normativelor, pardoselile trebuie să îndeplinească o serie de exigenţe specifice, care iau în calcul **uzura** (inclusiv pentru traficul intens, folosind scaunele cu rotile sau diverse echipamente pe roţi), **comportamentul la poansonare** (terasele trebuie să reziste la mobilier fix, cu sarcini statice importante), **comportamentul la apă** (inclusiv în cadrul curăţării periodice obligatorii) şi **rezistenţa la agenţi chimici**, care pot fi atât detergenţi, cât şi produse alimentare. Nu în ultimul rând, suprafaţa trebuie să fie plană, continuă, cu o aderenţă optimă şi fără obstacole care să provoace accidentarea clienţilor sau angajaţilor.

Având o substructură care separă stratul de uzură de stratul suport, adaptabilă la relieful terenului, arhitectura spaţiului şi necesităţile specifice locaţiei, umiditatea din sol este drenată corespunzător, asigurând integritatea sistemului pentru mulţi ani şi **prevenind alunecarea** din cauza umidităţii. De asemenea, trebuie luată în calcul temperatura la care ajunge pardoseala în timpul expunerii prelungite la soare, destul de mare în cazul materialelor cu inerţie termică redusă (piatră, ceramică, compozite pe bază de ciment etc.). WPC-ul reuşeşte să păstreze această temperatură la un nivel optim, ceea ce îl recomandă inclusiv pentru utilizarea la terasele piscinelor, sau în alte zone unde se merge desculţ. Rezistenţa la agenţi chimici este de asemenea asigurată, inclusiv pentru incidenţa apelor marine, minerale sau termale, întâlnite pe segmentul balnear.

Proprietăţile compozitului lemn-polimer mai oferă ceea ce este pretins de la orice pardoseală exterioară: **rezistenţă la cicluri îngheţ-dezgheţ**, **agresiune de natură biologică** (muşchi, licheni, insecte), **un design modern** şi familiar în acelaşi timp. Factorul estetic trebuie evaluat cu responsabilitate, compozitul putând fi extrudat sub numeroase forme şi modele de texturi. Datorită **rezistenţei excepţionale la radiaţiile UV**, profilele Bencomp au un aspect uniform, menţinut pe toată durata de viaţă a materialului. Materialul simplu de prelucrat şi de pus în operă, în sistem complet, până la ultimul şurub, poate deveni punctul de plecare pentru o activitate deosebit de creativă, cu rezultate surprinzătoare.





BENCOMP
wood plastic composite

Fabrica: Buzău, Aleea Industriilor nr. 5,
Tel.: 0238.411.187
Mobil: 0744.304.012, 0720.852.045, 0770.573.848
Email: office@wpcromania.ro
www.wpcromania.ro

2023 direcții de evoluție pentru Wellness/Spa

pexels.com - Karolina Grabowska

Am început un nou an și este bine să facem o trecere în revistă a principalelor tendințe din industria ospitalității, cu accent pe zona wellness, tendințe care au șanse mari să devină obiceiuri de consum în 2023 și mai târziu, într-o selecție care credem că va avea ecouri și pe piața din România. Contextul nu este unul simplu, fiind ieșiți de curând dintr-o pandemie care a răscolit o lume întreagă și intrați într-o criză energetică, destul de severă pe plan european și nu numai.

Noul profil de consumator

Cel care vrea să beneficieze de servicii wellness/Spa devine mai puțin egoist, fiind preocupat și de bunăstarea colectivă, într-o abordare holistică. El este mai reflexiv, mai preocupat de sănătatea mentală și emoțională, mizează în egală măsură pe rațiune și pe spiritualitate. Nu dorește să atingă perfecțiunea sau să aibă acces la ea, aceasta fiind probabil o reacție la consumerismul excesiv și marketingul artificial. În același timp, se petrece o schimbare de generație care aduce o altă perspectivă asupra stării de bine. Munca din greu, cu agitație și stres, specifică milenialilor, nu reprezintă o atracție pentru generația Z, care nu are răbdare să aștepte recompense din partea societății, ci și le oferă singură, prin „soft life" – o viață mai simplă, pe cât posibil confortabilă, în care alegerile se fac fără grabă și fără eforturi solicitante, iar rolul social și banii nu sunt mizele principale. Ei sunt foarte mobili din perspectivă profesională și lucrează la proiecte ca externi, în funcție de disponibilitate și nevoia de bani. Sunt foarte determinați când vor să aibă ceva și vor face toate eforturile necesare, dar fără a deveni obsedați de detalii, precum ingredientele unui tratament facial. Într-un fel, este o întoarcere la elementele de bază, ceea ce orientează wellness-ul către practici mai simple, de bun-simț.

pexels.com - Koolshooters

În acelaşi timp, noul consumator este mai lucid cu propria sa imagine – nu mai ţine neapărat să îşi creeze o imagine artificială pe reţelele de socializare. Se cam încheie epoca manipulatoare a imaginilor prelucrate în Photoshop, în care subiecţii par mai bine proporţionaţi sau mai tineri decât în realitate; există ţări în care aceste practici sunt reglementate, considerându-se că imaginile respective au efect asupra sănătăţii psihice a populaţiei.

Referitor la spiritualitate, aici există două tendinţe: pe de o parte se pune o limită mai strictă gândirii magice, cerându-se dovezi concrete ale unor practici sau tratamente, iar pe de alta se tinde către o conexiune mai strânsă cu universul, la un nivel superior, dincolo de cel fizic. În acest context, devin tot mai atractive practicile şamanice şi psihedelice. Aceasta nu presupune neapărat consumul de droguri, ci mai degrabă reînvierea unor tradiţii ancestrale sau a unor ceremonii cu caracter spiritual.

Călătorii sustenabile

În mentalul multor consumatori de servicii wellness, bunăstarea este mai mult mentală şi mai puţin condiţionată de locaţie. Excepţie o fac locurile unde este ceva de învăţat, sau unde să îşi împlinească un hobby, o pasiune (drumeţii, sporturi, ecologie, arte, olărit, apicultură etc.), independent sau sub îndrumarea unui profesor pe care, poate, l-au cunoscut în timpul pandemiei în mediul on-line. În acelaşi timp, clienţii sunt tot mai preocupaţi de caracterul sustenabil al sejururilor lor, de amprenta de carbon a fiecărui produs sau serviciu, trend care capătă o consistenţă tot mai mare de câţiva ani. Criza energetică este departe de a găsi o rezolvare clară, cel puţin în Europa, prin urmare va exista o miză puternică privind economisirea de resurse. Putem merge şi mai departe în această logică: ce poate fi mai ecologic decât o călătorie... virtuală. Centrele wellness apelează la aplicaţii tot mai sofisticate care îl duc pe client în locuri mirifice, exotice, în timpul antrenamentului sau procedurii.

Modificarea rutinei zilnice

Devine tot mai cunoscut faptul că o cină târzie are efecte negative asupra calităţii somnului, iar somnul este considerat un element extrem de important al stării de bine şi al unei vieţi productive, de calitate. Oamenii sunt conştienţi că, dacă mănâncă mai devreme, vor avea timp să digere şi să aibă un somn odihnitor. Acest lucru va avea efect asupra orelor de frecventare a sălilor de fitness sau Spa - cei mai mulţi specialişti recomandă consumarea excesului de calorii prin efort după masă, alţii consideră că este necesar un supliment de nutrienţi şi după efort (aceasta depinde şi de vârstă, intensitatea şi scopul practicării). În plus, s-au modificat tipurile de mişcare pentru menţinerea sănătăţii, respectiv pierderea în greutate. Pe timpul pandemiei, din diverse motive (pentru că sălile de fitness erau închise, pentru că oamenii se plictiseau în casă ş.a.m.d.), cel mai popular sport a fost... mersul pe jos. Plimbările, individuale sau în grup, au devenit o practică frecventă, chiar şi pentru cei care nu aveau acest obicei, creându-se un nou trend. Eforturile de intensitate mică, precum exerciţiile pe covoraşul de acasă, au intrat în rutina zilnică a multora. Inclusiv cei care credeau că pot slăbi doar prin efort intens au ajuns la concluzia că pot avea rezultate satisfăcătoare şi fără să se supună la „torturi".

pexels.com - Tatiana Syrikova

pexels.com - Ketut Subiyanto

pexels.com -Eren Li

Este iarăşi un aspect de care centrele fitness şi Spa ar trebui să ţină cont, calibrându-şi serviciile, facilităţile şi campaniile de marketing, pentru a-i atrage nu doar pe cei fideli, ci şi pe cei care încep să descopere avantajele unui stil de viaţă mai sănătos. Trebuie spus că centrele wellness au un avantaj major: nevoia oamenilor de a socializa, de a face mişcare în grup, ceea ce este destul de greu de obţinut în afara unui cadru organizat. În timpul pandemiei, s-a observat că este foarte importantă acea cameră de la laptop sau telefon, prin care practicanţii de fitness, pilates sau yoga se aflau în contact permanent cu colegii lor, motivându-i şi dându-le o stare mai bună.

Revenind puţin la beneficiile odihnei, este necesar să remarcăm apariţia tot mai multor locaţii wellness care au dezvoltat proceduri speciale de terapie prin somn, existând numeroase persoane care au conştientizat importanţa lui asupra bunăstării fizice şi emoţionale. Procedurile includ şezlonguri cu vibraţii, căşti pentru dormit sau pentru meditaţie, pregătirea prin anumite proceduri Spa ş.a.m.d.

Ca acasă

În timpul pandemiei, mulţi angajaţi au lucrat la domiciliu, sau în sistem hibrid (cu 2-3 zile pe săptămână la birou), ceea ce le-a dat o nouă perspectivă asupra confortului şi timpului personal. Oamenii s-au „recalibrat" într-o atmosferă de familie uneori relaxantă, alteori perturbatoare, după cazuri şi nevoi. Consecinţa este că mulţi ar vrea să regăsească la serviciu anumite elemente ale muncii de acasă, în principiu o atmosferă de bunăstare şi de familiaritate, dar şi de un echilibru între viaţa privată şi cea personală. De asemenea, rămâne actuală tendinţa de a evita pe cât posibil aglomeraţia, contactul cu diverse obiecte, spaţiile cu o igienă precară. Acest lucru are deja efecte asupra industriei ospitalităţii, de la felul în care sunt amenajate camerele de hotel, cafenelele sau centrele wellness, la facilităţile oferite (infrastructură digitală, confort acustic, calitatea şi aspectul personalului angajat). Nu în ultimul rând, aceste schimbări de perspectivă vizează şi gradul de satisfacţie al angajaţilor unei unităţi Horeca, în contextul unei crize serioase de resurse umane.

Multe lucruri care ţin de sănătate şi bunăstare s-au făcut la propriul domiciliu – un bun exemplu este îngrijirea pielii, domeniu în care au apărut numeroase produse şi echipamente asemănătoare celor din gama profesio-

pexels.com -Polina Tankilevitch

nală, care pot fi folosite şi acasă, cu un aport financiar redus considerabil. A fost un semnal de alarmă pentru centrele de înfrumuseţare, care au resimţit o reducere a clientelei, chiar şi după ce pandemia a devenit o amintire.

Unele proceduri au rămas a fi efectuate la domiciliu, altele nu, dar un lucru a fost clar: centrele de înfrumuseţare au fost nevoite să îşi schimbe ofertele şi modul de promovare, mergând pe nişe mai clare.

pexels.com -Jean van der Meulen

Echilibru pe reţelele de socializare

Detoxifierea digitală este un subiect despre care se vorbeşte de peste un deceniu; faptul că apar noi gadget-uri şi aplicaţii face ca subiectul să rămână în prim-plan, de fiecare dată cu alte mize. Perspectivele sunt şi ele variate, de la respingerea completă la integrarea masivă a tehnologiilor digitale în rutinele de wellness.

Miza este în prezent reprezentată de raportarea la reţelele de socializare, pe care tot mai mulţi încearcă să le utilizeze în mod echilibrat, intercalând perioade de detoxifiere. Este necesar, în contextul în care, conform unor studii, majoritatea utilizatorilor sunt prezenţi pe reţelele de socializare imediat înainte şi după somn, ceea ce arată o dependenţă profundă, cu efecte precum anxietatea, un somn de proastă calitate, oboseala vederii sau probleme în relaţiile personale.

Există şi voci care susţin că există şi avantaje ale reţelelor de socializare, precum construirea unui capital social, menţinerea conexiunilor cu mai multe persoane, gestionarea impresiilor - elemente ale vieţii noastre sociale şi afective, cu efecte asupra stării noastre de bine. Industria ospitalităţii s-a implicat în rezolvarea acestei probleme prin diverse metode, mai mult sau mai puţin radicale, de la sejururi în zone fără acces către reţelele de telefonie şi internet, la clădiri inteligente în care oaspetele este conectat online la orice facilitate a hotelului (rezervare, acces, climatizare, room-service ş.am.d.).

Industria Horeca este oricum strâns conectată la reţelele de socializare, fie doar dacă ne gândim la recenzii, recomandări sau alte tipuri de comunicare, formală sau informală.

Plasarea într-o zonă a echilibrului este, poate, cea mai înţeleaptă atitudine, pe care o au, de fapt tot mai mulţi oameni, în rutina zilnică: dezactivarea notificărilor pe telefon în anumite intervale de timp, activarea opţiunii „Nu deranjaţi", practicarea unor tehnici de mindfulness, utilizarea unor aplicaţii care să le reducă expunerea la tehnostres.

Vacanță rustică în Apuseni

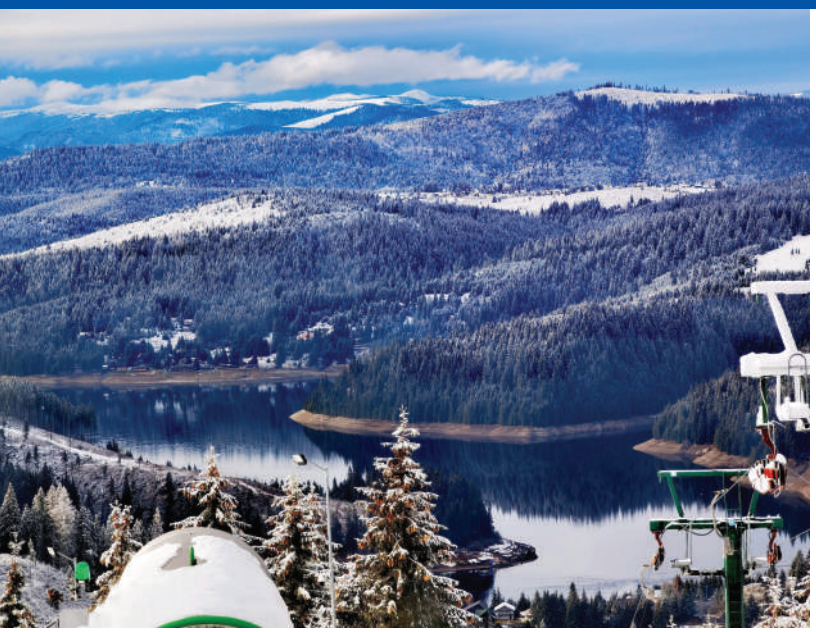
Cabanele FloriCrin reprezintă un ansamblu de spații de cazare care oferă posibilitatea de a beneficia atât de confortul și intimitatea necesare unei familii prin găzduirea într-una dintre cele 2 cabane mai mici puse la dispoziție, cât și de exuberanța prietenilor prin găzduirea într-o cabană mai mare ce dispune și de un spațiu generos de servire a mesei și de organizare a unor activități de socializare.

Acestea sunt amplasate în județul Cluj, localitatea Mărișel, una dintre cele mai mari comune din România, cu o suprafață de peste 85 km pătrați, în zona Copcea. Este vorba despre un frumos platou al Munților Apuseni, la 1.200 m, la o distanță de aproximativ 50 km de Municipiul Cluj-Napoca.

Din perspectiva posibilităților de acces, există 2 rute alternative:

- Cluj-Napoca – Huedin – Beliș – Mărișel (traseu care străbate o zonă împădurită și ajunge până la barajul Fântânele Beliș din stațiunea turistică cu același nume);
- Cluj-Napoca – Gilău – Mărișel (traseu care șerpuiește pe malul lacurilor Gilău, Someșul Cald și Tarnița);
- Cluj-Napoca – Huedin – Beliș – Mărișel (traseu care străbate o zonă împădurită și ajunge până la barajul Fântânele Beliș din stațiunea turistică cu același nume).

Complexul este alcătuit din 3 cabane cu încălzire prin



centrală proprie pe lemne şi pune la dispoziţia oaspeţilor 16 locuri de cazare pentru adulţi şi 8 locuri pentru copii, cu posibilitatea suplimentării acestora cu încă 4 locuri.

Construcţiile sunt realizate din lemn masiv, punând în valoare şi elemente din tradiţia populară prin sculptarea manuală a unor componente, oferind o autenticitate specifică locului.

Cabana mare are 4 dormitoare cu baie proprie (2 dintre aceste dormitoare sunt prevăzute şi cu un pat suplimentar, pe lângă cel matrimonial), un living mai mult decât generos şi o bucătărie complet utilată. Această facilitate de cazare a fost introdusă în circuitul turistic mai recent, în decembrie 2020 şi poate fi vizualizată accesând linkul: *https://www.booking.com/hotel/ro/cabanele-floricrin-cabana-mare.ro.html*

Cabană 1 este structurată pe 2 nivele, parterul beneficiind de un living, o bucătărie complet utilată şi o baie, iar la etaj se regăsesc 2 dormitoare cu pat matrimonial şi o baie, lucru evidenţiat accesând linkul: *https://www.booking.com/hotel/ro/cabanele-floricrin-marisel.ro.html*

Cabană 2 dispune şi ea de 2 nivele, cu un living, o bucătărie complet utilată şi o baie în partea de jos, şi 2 dormitoare (unul dintre acestea oferind posibilitatea utilizării unei canapele extensibile) şi o baie în partea de sus, aşa cum rezultă şi consultând linkul: *https://www.booking.com/hotel/ro/cabanele-floricrin-cluj.ro.html*

Cele 2 cabane au găzduit primii turişti la finalul anului 2012. Facilităţi oferite oaspeţilor complexului: o grădină extinsă cu un spaţiu de joacă pentru copii, un foişor amplu, alte spaţii pentru grătar. Locaţia dispune de internet wireless şi oferă posibilitatea parcării autoturismelor în curtea interioară.

Activităţi care se pot organiza: excursii montane, plimbări cu sania/căruţa trasă de cai, plimbări cu ATV-uri, iar pentru iubitorii sporturilor de iarnă, aceştia pot beneficia de facilităţile oferite de Pârtiile Mărişel situate la aproximativ 1,5 km.

Obiectivele turistice de vizitat în zonă:

- Muzeul Etnografic al Satului;
- Observatorul Astronomic din Mărişel situat la cea mai mare altitudine din Europa de Sud-Est;
- Bustul Pelaghia Roşu, eroina comunei Mărişel, învăţătoare şi luptătoare paşoptistă în timpul Revoluţiei de la 1848;

■ Ţâcla Gavrii, o zonă stâncoasă dar şi de belvedere care oferă o priveliște spectaculoasă spre Defileul Răcătăului care se deschide la poalele Munţilor Apuseni şi care poartă denumirea de „Împărăţia lui Zamolxe"; de aici, pot fi admirate şi casele moţilor care sunt răsfirate pe dealurile Mărişelului şi Răcătăului;

■ Drumul lui Antonescu, un drum strategic construit în anul 1940 de către localnici pentru a facilita accesul armatei române către Cluj-Napoca şi care face şi legătură între localităţile Măguri-Răcătău şi Mărişel (12km);

■ Crucea Iancului, unde are loc anual o sărbătoare pentru a cinsti memoria înaintaşilor şi pe „Crăişorul Apusenilor", Avram Iancu;

■ Mănăstirea Crucea Iancului, situate pe platoul de pe vârful Dobruş, la o altitudine de aproximativ 1.350 m, la o distanţă de 2 km de Crucea Iancului;

■ Barajul Fântânele Beliş, aflat la 10 km de locaţie.

Cei dornici de a face cunoştinţă cu preparatele tradiţionale ale zonei pot achiziţiona lactate şi brânzeturi preparate în gospodăriile localnicilor, diverse produse din carne, plăcinte moţeşti, dulceţuri, siropuri, ceaiuri. Dulceaţa şi siropurile din fructe de pădure sunt produse ecologice, preparate după reţete proprii, fără conservanţi şi care fac deliciul oricărei călătorii aici, în Mărişel!

Specificul zonei este dat şi de obiceiurile păstrate până în ziua de azi. Astfel, o tradiţie deosebit de frumoasă şi mai mult decât impresionantă, este colindul „Junii Mărişelului", care face parte din Patrimoniul UNESCO, o mândrie nu numai pentru mărişeni, ci şi pentru toată România. Aceştia, înainte de a începe periplul lor, cer binecuvântarea preotului, colindă casa parohială, după care merg din casă-n casă, prezentând diverse urări de Sărbători (colindul fetii, al gazdei, al cârnatului, al pălincii, al ciolobocului) până în a 3-a zi a Crăciunului.

Loba
WAKOL
CONNECTED SYSTEMS
The Factory Line
LOBADUR
Cool, individual, atemporal – un stil minimalist industrial cu beton aparent
LOBADUR FactoryBase şi finisajul LOBADUR 2K FactoryStyle se combină într-un sistem pe bază de apă care păstrează nuanțele naturale şi aspectul compuşilor de nivelare decorativi, oferind o paletă largă de opțiuni de design într-un aspect atemporal industrial. Sistemul cu emisii scăzute transformă compuşii de nivelare pe bază de ciment în pardoseli antiderapante cu rezistență mecanică ridicată.
FactoryBase
2K FactoryStyle
EXTRAMATT
Härter | Hardener
LOBA – partenerul tău pentru finisarea şi întreținerea suprafețelor

SunGarden
Golf & Spa Resort

SunGarden Golf & SPA Resort
Tel.: +40 735 888.000 (Recepţie);
+40 735 888.001 (Spa)
E-mail: spa@sungardenresort.ro
office@sungardenresort.ro

www.sungardenresort.ro