

Colorata o bianca, di lino o di cotone, la biancheria è il biglietto da visita della Spa

Morbide spugne tra comfort e igiene

di **Simona Carletti**

Sono tanti gli elementi che concorrono alla creazione di una Spa di successo. Tra questi, un ruolo non secondario lo gioca la biancheria. Se, infatti, alla professionalità delle estetiste e a una proposta articolata non si aggiunge una accurata attenzione per tutti i dettagli, risulta difficile riuscire a soddisfare a pieno la clientela.

La biancheria, in particolare, è in grado di trasmettere molte e immediate informazioni e sensazioni a chi frequenta la Spa: è fondamentale che sia perfettamente piegata per infondere un senso di ordine; deve essere sempre linda e pulita per rassicurare il cliente sull'igiene della struttura; non deve essere sgualcita, nonostante i numerosi lavaggi ad alte temperature, per non dare l'impressione di un luogo trascurato; meglio che sia morbida e soffice, per fare sentire il cliente a casa. Insomma, sce-

gliere con attenzione la biancheria (e presentarla con altrettanta cura) equivale a porgere ai clienti un invitante biglietto da visita.

“Una volta terminato il trattamento, per il cliente non c'è nulla di meglio che essere avvolto in un morbido telo o in un abbondante accappatoio di spugna, di cotone o di lino - commenta a questo proposito Catina Basi, presidente del consiglio di amministrazione della Basi Achille -. Questo crea una piacevole emozione che rimarrà impressa nella mente”.

VARIETÀ DI FIBRE E COLORI

Asciugamani e accappatoi non sono più solo bianchi o color avorio ma si adattano alle mode, agli ambienti e ai gusti di chi gestisce il centro benessere. “La Spa più degli hotel segue le tendenze, che in questo momento sono molto legate a colori tenui ma caldi, che rilassino e riscaldino” dice Raffaele Martino, direttore vendite Hospitality

Division di Frette. In particolare, i colori attualmente più richiesti risultano essere il grigio (soprattutto il grigio perla), il lilla che rasserena ed è perfetto per dare un tocco di colore agli spazi, il tortora che ricorda la natura ed è sicuramente una nuance calda. Naturalmente, l'aggiungersi di nuove colorazioni non manda in pensione il bianco (elegante, simbolo di ordine e di pulizia, facile da trattare durante i lavaggi e personalizzabile con ricami colorati) che resta sempre uno dei colori più richiesti.

Per quanto riguarda i tessuti?

“Cotone, lino e in generale le fibre naturali sono i materiali da prediligere. La microfibra di poliestere (di idonea qualità) può essere un'eccezione alle fibre naturali per il rivestimento esterno dell'accappatoio” specifica Manlio Alberto Zucchi, Ceo di Mascioni Hotel Collection.

Anche Stefano Pizzolato, amministratore di Tebro sottolinea l'importanza di adottare fibre naturali e spiega: “La nostra società realiz-

za i propri prodotti con fibre naturali pregiate, dal 'nido ape' di uso più comune alla spugna prodotta con un cotone mercerizzato e pettinato che la rende confortevole e morbida ma anche capace di assorbire l'acqua con effetto immediato. Proponiamo, inoltre, una spugna prodotta con un particolare cotone egiziano, che rappresenta il top della gamma delle fibre naturali e che utilizziamo per le linee più esclusive e pregiate".

E per chi vuole la morbidezza a tutti i costi, ci sono le spugne fatte con il cachemire, come quelle proposte da Basi Achille.

Oltre ai colori e ai tessuti, è vasta anche la scelta dei modelli.

"I modelli di maggior successo di Frette sono gli accappatoi con colli ampi che ormai hanno sostituito quelli con il cappuccio - dice Martino -. Le taglie sono personalizzate, per venire incontro alle esigenze della clientela: sono finiti i tempi dell'accappatoio taglia unica nel quale le donne 'scomparevano'. Indossare un accappatoio morbido ed elegante, con una taglia adatta alle proprie misure, non solo fa stare meglio e fa sentire più sicure le persone ma permette loro di muoversi con maggiore agio all'interno delle varie zone della Spa".

Esistono, poi, in commercio prodotti particolari, come il "Teloio" (un telo che diventa un accappatoio) o le spugne "Cromotherapy" che individuano il colore più adatto per il cliente (entrambi commercializzati da Basi Achille).

La biancheria che si introduce nella Spa può anche essere personalizzata con dei ricami. I prezzi, naturalmente, si alzano ma ne vale la pena se si vuole dare alla propria struttura un'immagine ancor più prestigiosa. Mostrare dei teli personalizzati equivale a dire ai clienti che tutti i minimi particolari sono stati studiati con cura, per poter offrire il massimo. E questo, fa aumentare la fidelizzazione.



Basi



Mascioni



Frette



Tebro



Ballasina

"Deve trattarsi però di ricami discreti, ben posizionati sul prodotto" sottolinea Pizzolato.

Davanti a un'offerta tanto vasta, come orientarsi nella scelta?

"Basta contattare aziende esperte del settore, che siano produttrici e che diano garanzia della propria offerta - dice Gilberto Ballasina, presidente di Manifattura Tessile omonima -. Contattando le aziende giuste, si otterranno anche validi consigli sulla scelta e la quantità dei prodotti da acquistare".

Al consiglio di Ballasina si aggiunge quello di Catina Basi che afferma: "Per valutare le qualità intrinseche della biancheria che si vuole comprare per la propria Spa, un'idea è quella di fare qualche prova lavaggio, consultando la propria lavanderia industriale nel caso in cui i prodotti non vengano lavati solitamente internamente".

È importante, infatti, scegliere prodotti che non siano solo belli da vedere e morbidi al tatto, ma anche resistenti.

“La biancheria della Spa ha bisogno di essere cambiata più frequentemente di quella che si può trovare nella camera di un albergo - dice il direttore vendite di Frette -. Perciò serve puntare su prodotti di alta qualità che, seppur lavati frequentemente, sono in grado di resistere più a lungo mantenendo intatte le proprie qualità in termini di colore, morbidezza, rifiniture”.

BIANCHERIA CHE DURA A LUNGO

Come calcolare quanti accappatoi e quanti teli servono in una Spa? Non è facile farsi da subito un'idea.

“Solitamente consigliamo al nostro cliente di non acquistare molti capi in una volta, così da poter valutare qual è il fabbisogno effettivo e rivolgersi nuovamente a noi nel caso serva effettuare delle integrazioni - dice Ballasina -. Essendo produttori e avendo sempre merce a stock service, siamo in grado di consegnare in 48 ore gli eventuali ordini”.

E come riuscire a fare in modo che la biancheria risulti sempre come nuova, anche dopo diversi lavaggi?

Per durare il più a lungo possibile, la biancheria non deve essere lavata tutti i giorni: meglio lasciarla riposare almeno 24 ore tra un lavaggio e un altro. Perciò serve sempre avere un ricambio pronto all'uso. In genere dopo 2/3 anni, se i lavaggi vengono fatti a regola d'arte,

si considera ancora in buono stato almeno il 50% del parco biancheria.

“Dalle esperienze personali di alcuni nostri clienti, abbiamo appreso che il materiale resiste parecchio mantenendo sempre morbidezza e colori se il lavaggio viene effettuato internamente seguendo le istruzioni consigliate - sottolinea Ballasina -. Se invece il lavaggio è esterno, alle lavanderie industriali, non si può controllare la metodologia, così il materiale resiste meno e solitamente si infeltrisce prima”.

Zucchi aggiunge: “Oltre al consumo del prodotto, che varia a seconda della manutenzione (numero di lavaggi, tipologia di lavaggi e asciugatura ...) a influire sulla durata di un set di biancheria sono anche altri due fattori: il livello di 'usura' raggiunto il quale il manager ritiene necessario sostituire il prodotto; la volontà di dare un segnale di cambiamento attraverso lo studio e l'introduzione di una nuova tipologia di biancheria”.

ANCHE IN VENDITA

Gli accappatoi e i teli usati nelle Spa sono ormai così accattivanti che molti clienti desiderano portarli a casa. Ecco perché, diverse Spa hanno deciso di realizzare dei veri e propri corner espositivi, dove vengono messi in vendita i prodotti usati durante i trattamenti.

“Inoltre, in alcuni casi, le spugne e i set da bagno vengono utilizzati per fare degli omaggi ai clienti durante particolari promozioni o iniziative” conclude Ballasina. 

