

JOB OPPORTUNITIES

Per ampliamento
organico, ricerchiamo
**VENDITORI/TRICHI
MARKETING
ORIENTED**

22 ottobre 2008

Crowne Plaza, la creatività e le Think Notes

Secondo una ricerca condotta da Crowne Plaza Hotels & Resorts, marchio di InterContinental Hotels Group (IHG), le 22.04 è l'orario della giornata in cui la nostra creatività raggiunge il massimo livello e, quindi, restare svegli un po' di più aiuta a sviluppare maggiormente la propria inventiva.

Il 25% delle persone intervistate, infatti, ha dichiarato di voler restare sveglia più a lungo la notte per tirar fuori l'Einstein che c'è in loro e ha riconosciuto nelle 22.04 l'orario in cui si sente maggiormente creativa.

La doccia è stata identificata come il luogo più creativo e il 44% degli intervistati ha rivelato che il flusso costante di acqua fresca aiuta a stimolare la mente e rende fluidi i pensieri.

Quasi un terzo degli intervistati ha dichiarato che essere lontani dall'abituale ambiente di lavoro favorisce un notevole aumento della creatività, pensiero condiviso dal pluripremiato designer e innovator di Crowne Plaza Stefan Sagmeister, il quale è convinto che sperimentare un nuovo ambiente, specialmente se in viaggio lontano da casa e quindi liberi dalle influenze familiari, porta a formulare nuove idee. Infatti, molti lavori di Sagmeister sono stati concepiti durante soggiorni in hotel in giro per il mondo.

Il 58% ha ammesso di dimenticarsi le proprie idee migliori se non vengono immediatamente scritte, problema che il team di Crowne Plaza spera di risolvere almeno in parte grazie alle Think Notes. È interessante sottolineare che quattro persone su cinque sostengono che una volta presa nota di una loro idea non la perdono più.

Mentre è stato provato che le 22.04 è un momento cruciale della giornata in termini di creatività, i risultati della ricerca hanno anche evidenziato che le 16.33 è invece l'ora in cui la creatività giunge ai minimi livelli. Un ampio 92% ha ammesso di non sentirsi per nulla ispirato nel pomeriggio.

La ricerca ha anche scoperto che le donne sono più efficienti nel registrare le loro idee e che il 37% di loro preferisce scarabocchiarle su un fazzoletto o un tovagliolo. Questa usanza coinvolge anche il retro delle ricevute, il palmo della mano e i pacchetti di sigarette, mezzi maggiormente preferiti da entrambi i sessi per prendere appunti al volo.

A sorpresa, la ricerca ha dimostrato che quasi un terzo delle persone che ha passato i 35 anni ancora si appunta note e idee sul dorso della mano.

Dopo aver constatato che le idee migliori spesso giungono quando meno le si aspetta, Crowne Plaza ha intrapreso una collaborazione con il pluripremiato designer e tipografo Stefan Sagmeister per produrre le Think Notes dedicate alle camere executive dei suoi hotel.

Ciascuna Think Note riproduce una delle sue opere d'arte con uno spazio bianco sul retro per i viaggiatori business su cui catturare le proprie ispirazioni e idee. Le Think Notes, della misura delle carte da gioco, sono disponibili durante l'autunno in 47 hotel selezionati in Benelux, Germania, Italia, Medio Oriente e Gran Bretagna.

Stefan Sagmeister, innovator di Crowne Plaza e artista pluripremiato:

"Le Think Notes rispecchiano il mio personale processo creativo. Essere lontano dal contesto familiare mi offre una nuova prospettiva, direi unica, che altera il modo con cui normalmente trovo le mie ispirazioni. Spero che questo estro venga trasmesso a tutti coloro che interagiscono con l'arte negli hotel Crowne Plaza".

Stefan Sagmeister è il secondo innovator della campagna Think Tank di quest'anno, che vede il brand alberghiero impiegare un certo numero di leader della creatività e del business sotto il nome di "Crowne Plaza innovator". Ogni innovator collabora con il marchio per creare diversi prodotti o servizi che portano benefici ai viaggiatori business che alloggiano in un hotel Crowne Plaza.

Gavin Hawthorn, spokesperson di Crowne Plaza:

"Le idee migliori tendono ad arrivare quando meno le si aspetta e spesso accade a notte fonda. Con il semplice espediente delle Think Notes possiamo far sì che la creatività non sia più legata esclusivamente all'ambiente di lavoro e che i nostri ospiti business possano trarre il massimo dal loro soggiorno nei nostri hotel".

La ricerca è stata commissionata da Crowne Plaza e condotta da Opinion Matters / Tickbox.net nel periodo tra l'1.9.08 e l'8.9.08 su un campionario nazionale di 1.426 lavoratori inglesi sopra i 16 anni.

Stefan Sagmeister è un pluripremiato grafico, designer e tipografo. È l'autore della monografia sul design "Made you Look" e creatore di alcune delle cover di album più conosciute al mondo, tra cui quelle realizzate per i Rolling Stones e gli Aerosmith. Nel 2005 ha vinto un Grammy per il design del cofanetto dell'album dei Talking Heads. È il fondatore della sua omonima compagnia Sagmeister Inc. www.sagmeister.com

Per ulteriori informazioni sugli Innovator o sulla campagna Crowne Plaza Think Tank visitare il sito www.crowneplazathinktank.com

InterContinental Hotels Group (IHG) [LON:IHG, NYSE:IHG (ADRs)] è il primo gruppo alberghiero al mondo per numero di stanze. IHG possiede, gestisce, concede in locazione o franchising, tramite diverse affiliate, oltre 4.000 hotel e più di 590.000 camere in quasi 100 paesi e territori in tutto il mondo. IHG ha un portafoglio di marchi alberghieri stimati e riconosciuti che include InterContinental® Hotels & Resorts, Crowne Plaza® Hotels & Resorts, Holiday Inn® Hotels and Resorts, Holiday Inn Express®, Staybridge Suites®, Candlewood Suites® e Hotel Indigo®, gestendo inoltre il principale programma mondiale di fidelizzazione alberghiera "Priority Club® Rewards" che vanta oltre 39 milioni di associati. In Italia IHG ha un portafoglio di 55 strutture al 30 giugno 2008, tra cui 1 InterContinental, 8 Crowne Plaza, 29 Holiday Inn e 17 Express by Holiday Inn.

Con più di 1.700 alberghi in pipeline di sviluppo, IHG recluterà nel mondo circa 150.000 persone nei prossimi anni per far fronte ai propri piani di espansione globale. IHG offre un servizio informazioni e di prenotazione alberghiera on-line valido per tutti marchi del gruppo all'indirizzo: www.ihg.com. I dettagli inerenti il programma Priority Club Rewards sono invece disponibili su: www.priorityclub.com.

Per ottenere le ultime notizie sul Gruppo IHG, è possibile visitare il nostro Ufficio Stampa on-line, all'indirizzo: www.ihg.com/media.

Weber Shandwick Italia
Ufficio Stampa Italia InterContinental Hotels Group
Valentina Quattro
vquattro@webershandwick.com
Cinzia Palenzona
cpalenzona@webershandwick.com