**Piękne widoki i eleganckie wnętrza. O roli szkła w hotelach**

**Branża wypoczynkowa wznowiła działalność. Nie zmienia to faktu, że od 2020 roku sektor uległ znaczącym przekształceniom. Zmieniły się także oczekiwania klientów, co sprawia, że właściciele hoteli muszą inwestować w nowe wyposażenie. Inwestycje wymuszają też nowelizacje przepisów budowlanych. Zmienia się też rola szkła w hotelach.**

**Jak klimat wpływa na hotele**

Jedną z najważniejszych przyczyn przekształceń zachodzących w obrębie sektora wypoczynkowego są zmiany klimatu. Nie tylko wpływają one na wzrost średniej temperatury powierzchni Ziemi i zmianę struktury opadów, ale mają także niebagatelny wpływ na sposób, w jaki spędzamy wakacje. Nasilające się intensywnością i częstotliwością fale upałów wymagają zwiększenia nakładów na systemy klimatyzacyjne w hotelach, co z kolei przyczynia się do większego zużycia energii.

Efektywność energetyczna będzie w najbliższych latach odgrywała dużą rolę w funkcjonowaniu budynków. Dla Unii Europejskiej zwiększenie tej efektywności w budownictwie już teraz jest priorytetem, dlatego istniejące hotele będą musiały przejść gruntowne modernizacje. Przyczyni się to również do zmniejszenia emisyjności całego sektora. Nie są one duże – hotele odpowiadają za 1% światowych emisji CO

2[[1]](http://royalbrand.biuroprasowe.pl/word/?hash=1785320c9eea01bacfb80c0c232b8186&id=198398&typ=epr#_ftn1) – ale budowa nowych budynków zwiększa emisyjność – sektor budowlany przyczynia się bowiem do 39% emisji gazów cieplarnianych na świecie[[2]](http://royalbrand.biuroprasowe.pl/word/?hash=1785320c9eea01bacfb80c0c232b8186&id=198398&typ=epr#_ftn2).

**Turyści chcą więcej i lepiej**

Wraz z hotelami zmienia się sektor turystyczny i zaczyna w większej części korzystać z zielonych technologii. Zmieniają się przede wszystkim sposoby podróżowania – można spodziewać się, że w kolejnych latach spadnie popularność lotów samolotami, a wysokie ceny paliw doprowadzą do zmniejszenia podróży samochodami. Może za to wzrosnąć znaczenie pociągów, szczególnie nocnych oraz turystyki krajowej.

Zmianie ulegają także oczekiwania samych klientów. Przez pandemię kładą oni coraz większy nacisk na kwestie sanitarne, toteż mogą wymagać najwyższego standardu higienicznego w hotelach. Nie bez znaczenia jest też wpływ, który pandemia oraz kryzys gospodarczy wywarły na zdrowie psychiczne wielu osób. Sprawia to, że w trakcie wakacji przykładają one dużą wagę do komfortu, więc od hoteli, w których spędzają swoje urlopy, wymagają dostępu do wielu luksusów i rozrywek.

**Wielozadaniowe szkło**

Sektor hotelarski w najbliższych latach będzie musiał łączyć często przeciwstawne wymogi – z jednej strony musi zapewnić gościom wszystkie możliwe udogodnienia, z drugiej zaś musi redukować zużycie energii i zmniejszać emisyjność budynków. Osiągnięcie tego będzie trudne i złożone, ale jednym z pierwszych kroków do rozwiązania problemów może być inwestycja w odpowiednie przeszklenia. Dobrze dobrane szkło jest w stanie poprawić warunki energetyczne budynku, a także pozytywnie wpłynąć na dobrostan gości.

*Choć nie jest to pierwszorzędny czynnik, dobranie odpowiedniego typu szkła do zastosowania w hotelu niejednokrotnie decyduje o jego końcowym standardzie. Poza samą jakością obsługi, dla gości coraz ważniejsze są też jasne i przestronne wnętrza, komfort cieplny czy ochrona przed hałasem. Turystyczne lokalizacje niejednokrotnie potrafią być bardzo gorące i głośne, dlatego hotelowy pokój powinien zapewniać użytkownikom maksymalną wygodę* – mówi Ewelina Wójcicka, kierownik komunikacji marketingowej w Pilkington IGP.

Aby zapewnić komfort akustyczny korzystającym z usług hotelowych, w hotelach położonych blisko ruchliwych ulic stosuje się odpowiednie przeszklenia. Za przykład może posłużyć użycie dźwiękochłonnych szyb zespolonych wykonanych z laminowanego szkła Pilkington **Optiphon™** w krakowskim hotelu Park Inn oraz bezpiecznych szyb zespolonych o podwyższonej izolacji akustycznej z użyciem szkieł Pilkington **Optifloat™** Clear T, oraz Pilkington **Optilam™** Therm S3 w warszawskim hotelu Hilton.

Zastosowanie odpowiedniego szkła w budynkach hotelowych zapewnia nieprzerwany dopływ światła do wnętrz i odpowiednią izolacją termiczną, co umożliwia zmniejszenie nakładów na ogrzewanie i klimatyzację. Szkło w hotelach sprawdzi się nie tylko w oknach, gdzie może regulować ilość wpadającego do wnętrza światła i energii słonecznej, ale również jako element wystroju, np. w łazience. Przykładem może być Park Hotel Imperial we włoskiej miejscowości Limone sul Garda, gdzie w balustradach zewnętrznych i ściankach działowych w łazienkach zastosowano szkło hartowane i laminowane Pilkington **Optiwhite™** T, które zostało częściowo pokryte emalią w kolorze białym dla zapewnienia prywatności. W lustrach łazienkowych zastosowano hartowane szkło Pilkington **Mirropane™** Chrome Plus T. Ten sam produkt został użyty w drzwiach i szklanych elementach dekoracyjnych z wygrawerowanym motywem liści i gałęzi, które ozdobiły wnętrza apartamentów hotelowych.

Przezroczystość szkła sprawia, że jest ono często niezauważanym elementem każdego budynku, ale ma ono ogromny wpływ na wiele aspektów jego funkcjonowania. Zastosowanie wysokiej jakości szyb w hotelach pozwala zmniejszyć wydatki na ogrzanie i klimatyzację, a także przekłada się na poprawę poczucia komfortu gości.

**KONIEC**

**O firmie:**

NSG Group jest obecnie jednym z największych światowych producentów szkła i produktów szklanych, działającym w trzech podstawowych sektorach: Motoryzacyjnym, Architektonicznym i Nowych Technologii. Sektor architektoniczny dostarcza szkło do zastosowań architektonicznych, energii słonecznej oraz innych sektorów. Sektor motoryzacyjny obsługuje rynek oryginalnego wyposażenia (OE) i części zamienne (AGR). Nowe Technologie to sektor obejmujący zróżnicowane i złożone procesy biznesowe i produkcyjne takie jak soczewki, światłowody do drukarek i skanerów, specjalistyczne włókno szklane służące do produkcji kordów stosowanych w paskach rozrządu oraz płatki szklane.

Więcej informacji można znaleźć na stronie internetowej [www.pilkington.pl](http://www.pilkington.pl).

**Kontakt dla dziennikarzy:**

Ewelina Wójcicka, kierownik komunikacji marketingowej, Pilkington IGP

tel.: +48 22 548 75 03

e-mail: [Ewelina.Wojcicka@pl.nsg.com](http://royalbrand.biuroprasowe.pl/word/?hash=1785320c9eea01bacfb80c0c232b8186&id=198398&typ=eprmailto:Ewelina.Wojcicka@pl.nsg.com)

[[1]](http://royalbrand.biuroprasowe.pl/word/?hash=1785320c9eea01bacfb80c0c232b8186&id=198398&typ=epr#_ftnref1) <https://sustainablehospitalityalliance.org/our-work/climate-action/>

[[2]](http://royalbrand.biuroprasowe.pl/word/?hash=1785320c9eea01bacfb80c0c232b8186&id=198398&typ=epr#_ftnref2) <https://www.iea.org/reports/global-status-report-for-buildings-and-construction-2019>