Press *journal*

06

2026

around the *wor(l)d*

PRIMA

Michl & Thomas Tschimben

Owners and Managing Directors

In un settore dell'hotellerie dove la qualità dell'esperienza passa sempre più attraverso dettagli sensoriali e identitari, PRIMA si è affermata come uno dei protagonisti più attenti e trasversali. Dalla produzione artigianale di carte menù alla fornitura completa di oggettistica, skincare e amenities per hotel di alto livello, l'azienda altoatesina ha costruito un modello fondato su ascolto, cura e una cultura del dettaglio che appartiene al suo territorio d'origine.

COSA DISTINGUE PRIMA DAI COMPETITOR?
Il nostro vero tratto distintivo è il tempo. Tempo come velocità di reazione al mercato, per intercettare tendenze e proporre soluzioni innovative; e tempo dedicato al cliente, inteso come atto di cura. Ogni hotel ha una voce propria e noi lavoriamo per aiutarlo a esprimerla. Siamo cresciuti molto, ma non abbiamo mai perso lo spirito artigiano delle origini, quando la famiglia fondatrice assemblava a mano i primi set da cucito.

AMOUAGE È UNA DELLE LINEE PIÙ ESCLUSIVE DEL VOSTRO CATALOGO. COME GESTITE UNA COLLABORAZIONE COSÌ SELETTIVA?
Amouage rappresenta l'eccellenza assoluta: il suo posizionamento è molto esclusivo. È un brand che può essere proposto solo su invito e solo a strutture che rispecchiano criteri estetici e qualitativi rigorosi. A volte dobbiamo comunicare ai clienti che la casa madre non approva la collaborazione: è delicato, ma fa parte dell'identità stessa del marchio. Quando l'abbinamento funziona, però, nasce una sinergia di altissimo livello.

COME COSTRUITE UN PROGETTO REALMENTE SU MISURA?
È un lavoro relazionale: incontri, fiere, visite, ascolto. Molto ascolto. A volte il cliente ha le idee chiare, altre si affida completamente a noi. Il nostro ufficio stile disegna proposte, seleziona materiali, crea narrazioni coerenti. Tutto nasce dalla sinergia tra sales, stile e marketing: la personalizzazione non è un gesto estetico, ma un processo condiviso.

LA SOSTENIBILITÀ È UN TEMA CENTRALE PER L'HOTELLERIE. COME LA INTERPRETATE?

Per noi non è un trend, ma un'attitudine naturale: vivere nelle Dolomiti significa sviluppare un rispetto profondo per l'ambiente. Investiamo in soluzioni che migliorano l'impatto in modo misurabile, come l'ottimizzazione della logistica e l'adozione di tecnologie all'avanguardia. Utilizziamo materiali riciclati e riciclabili o progettati per una lunga durata, come tubetti in alluminio, dispenser in resina o in monomateriale. Privilegiamo partner locali e interventi concreti,basati su soluzioni reali e verificabili.

QUALE DIREZIONE STA PRENDENDO L'HOSPITALITY?

La direzione dell'hospitality è sempre più legata al concetto di longevity, inteso come benessere che accompagna l'ospite durante e oltre il soggiorno. Non si tratta solo di cura del corpo e della mente, ma di esperienze in grado di generare benefici duraturi. In questo contesto cresce l'importanza delle proposte su misura: un hotel diventa un ecosistema integrarto, che crea valore nel tempo e invita l'ospite a ritornare.

PRIMA

Scopri di più

PRIMA

Michl & Thomas Tschimben

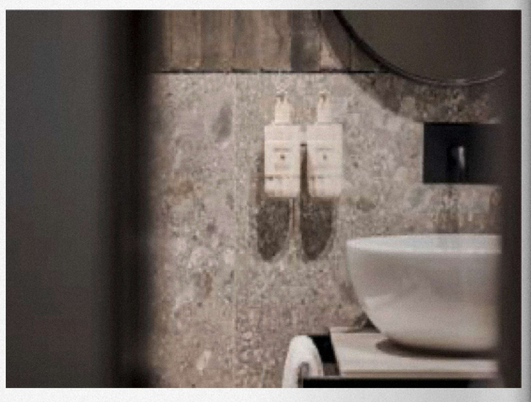
Owners and Managing Directors

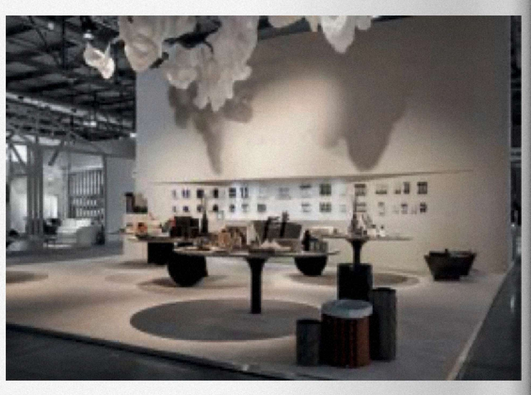
In un settore dell'hotellerie dove la qualità dell'esperienza passa sempre più attraverso dettagli sensoriali e identitari, PRIMA si è affermata come uno dei protagonisti più attenti e trasversali. Dalla produzione artigianale di carte menù alla fornitura completa di oggettistica, skincare e amenities per hotel di alto livello, l'azienda altoatesina ha costruito un modello fondato su ascolto, cura e una cultura del dettaglio che appartiene al suo territorio d'origine.

COSA DISTINGUE PRIMA DAI COMPETITOR?
Il nostro vero tratto distintivo è il tempo. Tempo come velocità di reazione al mercato, per intercettare tendenze e proporre soluzioni innovative; e tempo dedicato al cliente, inteso come atto di cura. Ogni hotel ha una voce propria e noi lavoriamo per aiutarlo a esprimerla. Siamo cresciuti molto, ma non abbiamo mai perso lo spirito artigiano delle origini, quando la famiglia fondatrice assemblava a mano i primi set da cucito.

AMOUAGE È UNA DELLE LINEE PIÙ ESCLUSIVE DEL VOSTRO CATALOGO. COME GESTITE UNA COLLABORAZIONE COSÌ SELETTIVA?
Amouage rappresenta l'eccellenza assoluta: il suo posizionamento è molto esclusivo. È un brand che può essere proposto solo su invito e solo a strutture che rispecchiano criteri estetici e qualitativi rigorosi. A volte dobbiamo comunicare ai clienti che la casa madre non approva la collaborazione: è delicato, ma fa parte dell'identità stessa del marchio. Quando l'abbinamento funziona, però, nasce una sinergia di altissimo livello.

COME COSTRUITE UN PROGETTO REALMENTE SU MISURA?
È un lavoro relazionale: incontri, fiere, visite, ascolto. Molto ascolto. A volte il cliente ha le idee chiare, altre si affida completamente a noi. Il nostro ufficio stile disegna proposte, seleziona materiali, crea narrazioni coerenti. Tutto nasce dalla sinergia tra sales, stile e marketing: la personalizzazione non è un gesto estetico, ma un processo condiviso.





LA SOSTENIBILITÀ È UN TEMA CENTRALE PER L'HOTELLERIE. COME LA INTERPRETATE?
Per noi non è un trend, ma un'attitudine naturale: vivere nelle Dolomiti significa sviluppare un rispetto profondo per l'ambiente. Investiamo in soluzioni che migliorano l'impatto in modo misurabile, come l'ottimizzazione della logistica e l'adozione di tecnologie all'avanguardia. Utilizziamo materiali riciclati e riciclabili o progettati per una lunga durata, come tubetti in alluminio, dispenser in resina o in monomateriale. Privilegiamo partner locali e interventi concreti,basati su soluzioni reali e verificabili.

QUALE DIREZIONE STA PRENDENDO L'HOSPITALITY?
La direzione dell'hospitality è sempre più legata al concetto di longevity, inteso come benessere che accompagna l'ospite durante e oltre il soggiorno. Non si tratta solo di cura del corpo e della mente, ma di esperienze in grado di generare benefici duraturi. In questo contesto cresce l'importanza delle proposte su misura: un hotel diventa un ecosistema integrarto, che crea valore nel tempo e invita l'ospite a ritornare.

PRIMA
Scopri di più