



suite d'autore

*architettura, design e tecnologia
per una moderna cultura dell'ospitalità*

Cesare Spósito

Design **Park**

Collana diretta da
Luigi Patitucci

suite d'autore

*architettura, design e tecnologia
per una moderna cultura dell'ospitalità*



biblioteca del cenide

© 2008

via stazione 10
89010 cannitello (rc)
+39.965.700492 ph/fx
www.cenide.net
infos@cenide.net

Cesare Sposito ©

**suite d'autore
architettura design e tecnologia
per una moderna cultura dell'ospitalità**

ideazione e direzione Luigi Patitucci

grafica ed impaginazione Attilio Patania

responsabile organizzazione e coordinamento Salvo Persano

ufficio stampa e relazioni esterne Massimo Patitucci

Questo progetto editoriale è stato realizzato da:

OHOMe Design Park

Via Landolina, 41 (Piazza Teatro Massimo) – Catania

Tel/fax +39 95 8202509

e.mail: duodesigners@tiscali.it

web: ohomedesignpark.com

Tutti i diritti riservati.

Proprietà artistica e letteraria riservata per tutti i paesi.

Senza il consenso dell'editore non sono consentite la riproduzione, la archiviazione in un sistema di recupero o la trasmissione, anche parziale, in alcun modo e con qualsiasi mezzo (elettronico, meccanico, microfilmatura, fotocopiatura).

Prima edizione italiana: luglio 2008

ISBN 978-88-87669-65-7



VELARREDO

ZERODISEGNO

MADAUDO

ags

NEW STYLE
L'ARTE DEL DESIGN

**design
delux**

La Griffe

Indice

Presentazione	8	
	14	Hotel.Viaggio tipologico attraverso i secoli
Il New Concept Hotel	43	
	95	Il Concept di Suite d'Autore
Tecnologia e Design	125	
	136	Bibliografia
Scheda di progetto	139	



Il "boutique hotel" La Purificadora, nel centro storico di Puebla in Messico (Ricardo Legorreta e Victorio Legorreta con Serrano Monjaraz Arquitectos, 2006).

L'Eso Hotel, nel deserto di Atacama in Cile (Dominik Schenkirz, Philipp Auer, Robert Giessl, Michael Krüger, 2002).

Presentazione

Lo scenario culturale e disciplinare, che oggi dibatte sul tema del rapporto fra città e architettura, richiede svariati approfondimenti tematici e una molteplicità di contributi disciplinari. Per comprendere a fondo l'insieme delle modificazioni che hanno interessato il territorio antropizzato nel corso dei secoli, occorre anche valutare quelle specifiche architetture che sono destinate all'ospitalità; in particolare occorre considerare le loro peculiarità concettuali, spaziali, funzionali e tecnologiche, che si sono lentamente modificate per garantire il raggiungimento di un alto livello qualitativo per l'accoglienza.

Talvolta procedendo di pari passo, altre volte rincorrendosi, il progetto e la ricerca hanno offerto, seppur in modo differente e in relazione ai vari periodi storico-culturali, una varietà infinita di proposte, che nel

tempo hanno concorso all'attuale innovativo e moderno concetto di *ospitalità*: l'architettura delle nuove strutture ricettive, tanto con la sua funzione simbolica quanto con la nuova creatività progettuale esibita, costituisce un valido strumento operativo per attivare quella serie di processi di riqualificazione culturale e urbana che la società, e inevitabilmente i contesti di appartenenza, reclamano a viva voce.

Le ormai consolidate valenze antropologico-scientifiche, che si riconoscono al tema dell'ospitalità, e il ruolo di centro culturale-politico-mondano, spesso assunto dagli hotel nei grandi centri urbani, accreditano l'importanza di una ricerca che miri ad analizzare quei principi e quei sistemi di relazione che l'architettura dell'ospitalità da sempre intesse con il territorio antropizzato. Indagare sui temi della cultura dell'ospitalità, declinandone i contenuti

d'innovazione, progettuale e concettuale, attraverso l'osservazione d'interventi emblematici offerti dal panorama internazionale - tutti comunque riconducibili alle macrotematiche del modernismo, dell'opulenza, dell'originalità, dell'esotismo e del benessere - costituisce indubbiamente un campo di ricerca attuale e complesso, utile al fine di stimolare una dimensione critica al dibattito, circa il ruolo che queste strutture urbane hanno di fatto assunto nella contemporaneità, sotto il profilo sociale, culturale, urbanistico, architettonico e tecnologico. Il fatto è che nella tipologia alberghiera meglio si concretizza l'esperienza creativa più audace e fantasiosa della progettazione, racchiudendo in sé una eclettica varietà di stili, di tendenze progettuali e di approcci concettuali, che forniscono nuove esperienze e diverse chiavi di lettura sul tema dell'ospitalità.

Nel presente volume di Cesare Sposito, l'esigenza di indagare nel campo dell'accoglienza e di ritrovare quei caratteri della ricerca scientifica che ne definiscono la storia, la tecnica, i materiali e non di meno le emozioni, diviene l'obiettivo che l'Autore vuole raggiungere.

Il volume si struttura in quattro parti. La prima parte, *un tour tipologico attraverso i secoli*, per usare un linguaggio più adatto, analizza l'importanza del viaggio come strumento di apprendimento e di svago, documenta come sia cambiata la

tipologia degli utenti e come, di conseguenza, si sia trasformata la tipologia architettonica, in uno alle funzioni che essa accoglie al suo interno. L'*excursus* temporale preso in esame è abbastanza ampio - dalle civiltà arcaiche alla seconda metà del sec. XX - e consente di leggere, in modo succinto attraverso i secoli, le più significative variazioni, relative al rapporto con il contesto urbano e riguardanti le relazioni che si instaurano fra la socialità degli spazi comuni e l'intimità della camera che accoglie l'ospite. L'evoluzione della tipologia architettonica e alberghiera si modifica lentamente, assumendo la connotazione di edificio "ibrido", trasformandosi da edificio con la sola funzione ricettiva a tipologia polifunzionale, teatro della vita pubblica dove politica, affari e cultura si miscelano senza soluzioni di continuità fra lo spazio urbano e quello interno dell'edificio.

Ciò avviene secondo due livelli di scala, distinti ma interconnessi: la scala urbana, intesa come dimensione del lotto caratterizzato dall'alternanza di vuoti e pieni, di spazi pubblici e privati; la scala umana, come sfera dei rapporti di intimità. In entrambe le scale diviene determinante l'elemento "soglia", non a caso il più interessante, inteso come spazio di transizione fra il pubblico e il privato o di separazione delle funzioni, un luogo che richiama all'unità la frammentazione degli spazi serventi e di quelli serviti. Caravanserragli, alberghi dei poveri, *hotel particulier* e club inglesi progressivamente gettano le basi per un rinnovato concetto dell'ospitalità, che troverà nel *Grand Hotel* della seconda metà del sec. XIX prima e nel *Walford-Astoria* del 1931 dopo, il centro della vita mondana urbana: al suo interno si offrono servizi per la ristorazione, spazi per lo spettacolo e centri per il benessere, tutte attività che stravolgono l'antico rapporto fra pubblico e privato, fra visibile e invisibile.

E se la camera da letto rimane il posto votato alla *privacy*, dove l'ospite gode di quelle comodità e di quei ritrovati tecnologici che mancano nella propria abitazione, i primi e gli ultimi piani degli hotel divengono i luoghi della socialità, con quella stessa valenza di relazioni che si riscontrano tanto nei primi transatlantici, quanto nei grattacieli di Manhattan del periodo. Anche le Avanguardie del sec. XX rileggono il tema dell'ospitalità: le opere di Le Corbusier, di Wright, di van Doesburg, con la loro particolare attenzione agli interni, forniscono spunti di riflessione alle generazioni successive, suggerendo quale importante ruolo possa avere, all'interno di un viaggio, l'esperienza vivibile entro le mura di un hotel.

Modelli di studio per l'Astor Hotel a New York (Frank Gerhy).



La seconda parte del volume, sui *new concept hotel*, tralasciando le produzioni alberghiere standardizzate degli anni Sessanta e Settanta, private del ruolo di opere pubbliche e di quella dignità riconosciuta alle appariscenti strutture della *Belle Époque*, si sofferma sull'evoluzione tipologico-concettuale della metà degli anni Ottanta in poi, quando la tendenza all'uniformità sembra esaurirsi, poiché non più percepita come un valore aggiunto, e quando nel 1984 Andrée Putmann inaugura a Manhattan il primo dei *Design Boutique Hotel*, il *Morgans*, pioniere di quel fenomeno che definisce una nuova filosofia dell'ospitalità, legata all'offerta di ambienti unici con allestimenti e arredi che trasformano il pernottamento in un evento, il cui prezzo ele-

vato è ampiamente legittimato dal valore culturale proposto e dalle valenze estetiche espresse. Da questo momento, nel settore dell'ospitalità l'*interior design* trova nuove forme di espressione sotto il profilo della sperimentazione architettonica e dell'innovazione, mentre maggiore attenzione è rivolta agli ambienti e al valore metaforico degli spazi, in cui le esigenze funzionali non limitano l'originalità e la creatività degli artisti e degli architetti: alberghi come *templi del design*, in cui sperimentare e fondere tecnologia, estetica, arte e funzionalità a servizio dell'accoglienza, ma anche luoghi con funzioni fortemente differenziate, che rappresentano il terminale di una fitta rete di relazioni distributive e quindi progettuali.

Container City,
sistemi
prefabbricati per
la residenza
(Nicholas Lacey,
2006).



Un angolo suggestivo
del bar nel Q! Hotel,
Berlino (Ben Reed,
2004).

Le complessità sociologiche, antropologiche e architettoniche nel tema dell'accoglienza contemporanea vengono esposte attraverso la presentazione di una selezione di hotel, che hanno caratterizzato il panorama alberghiero internazionale contemporaneo. Le varie realizzazioni riportate, ciascuna con prodotti chiaramente comunicabili e identificabili, e con una tipizzazione e una caratterizzazione dell'esperienza all'interno dell'hotel, mostrano come il settore dell'accoglienza sia espressione di un neoecclettismo proprio della libertà, interpretativa e creativa, richiesta ai progettisti che, se da un lato sotto il controllo delle componenti tecnologiche gestiscono esigenze di efficienza e di distribuzione, dall'altro sviluppano nuove sperimentazioni linguistiche, dense di contaminazioni formali e funzionali. La terza parte del volume illustra ampiamente un caso di recente ideazione e realizzazione, *Suite d'Autore* a Piazza Armerina, che si caratterizza per la molteplice valenza di galleria d'arte, di laboratorio per la sperimentazione e promozione di giovani artisti, oltre che di museo sulla storia del design. Un hotel dalla forte identità, carico di contaminazioni culturali e ricco di metafore, che prende corpo nel rapporto con l'antico e con la storia, e che già nel nome rende visibili gli spazi e l'unicità dei suoi interni.

Il lounge bar di Suite d'Autore, Piazza Armerina (foto A. Sconrino, 2007).



Un hotel in cui l'ironia talvolta investe la storia stessa, considerata come materiale e spunto per la progettazione. Il contesto, l'architettura, il *design*, la tecnologia, i materiali e il consumatore del terzo Millennio hanno fornito spunto e supporto alla progettazione di questa struttura, chiara esemplificazione di un fenomeno in evidente evoluzione. La storia del *design* viene raccontata attraverso ambientazioni, oggetti, colori e apparati figurativi che, seppur icone nell'immaginario collettivo di molti, non sempre risultano fruibili da tutti.

Ed è proprio nella fruizione che si riscontrano i caratteri innovativi di questo hotel: rifiutando la tradizionale offerta di un prodotto basato sul concetto dell'avere per apparire, *Suite d'Autore* si rifà prevalentemente alle dinamiche dell'essere, come proposizione di un lusso connesso alla distensione fisica e mentale, per esperire, come dimensione del lusso più elaborata e partecipativa, ovvero il lusso di aver fatto delle esperienze che contribuiscono a costruire una parte speciale dell'individuo, accrescendolo culturalmente ed emotivamente. Così, come se *Suite d'Autore* fosse un set cinematografico o un palcoscenico teatrale, gli ospiti divengono attori protagonisti, scegliendo prima la trama del film che più solletica le proprie fantasie e poi l'allestimento vero e proprio, all'interno dei vari repertori stilistici offerti.

Infine la quarta e ultima parte indaga sui processi di trasformazione della materia che portano alla produzione di artefatti e in particolare di oggetti di *design*, (come, ad esempio, quelli che ritroviamo nella camera dei prototipi dell'hotel *Suite d'Autore*). Il processo di formazione dei vari oggetti di *design* si sviluppa all'interno del dibattito e della ricerca nel settore tecnologico, attraverso la fondamentale conoscenza della tecnica, della materia, delle sue caratteristiche fisico-meccaniche e delle sue potenzialità, poiché già il materiale stesso introduce delle intenzioni nell'opera. Solo in un secondo momento si può esercitare l'azione creativa dell'uomo, quando cioè, orientandosi nel vasto panorama che la cultura materiale gli offre, il progettista risolve la dicotomia fra il pensabile e il possibile. Infine, si indaga sul rapporto fra materia e design, ben esemplificato nelle due condizioni che Angelo Mangiarotti ritiene debbano essere rispettate nel fare *design*, ovvero che il progetto serva per ciò per cui è stato concepito, e che l'oggetto appaia per quello che serve e per come deve

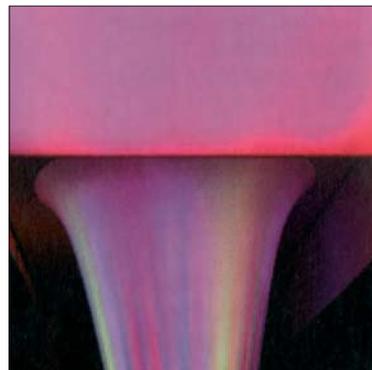
essere usato. La lettura di questo libro stimola molte domande; tra le tante una in particolare: cosa avrebbe pensato e progettato Antonio Sant'Elia per un hotel, trovandosi a vivere in questa attuale realtà, dove tutto sembra possibile e non più futuribile? Al di là delle impossibili risposte, questo tentativo di Cesare Sposito per una lettura architettonica, tecnologica e artistica sul tema dell'accoglienza e del suo spazio costruito non può che apparire un contributo riuscito, utile a quanti si interessino di questo settore, a volte considerato di "nicchia", e vogliono iniziare a intraprendere la strada della conoscenza e della progettazione. Un testo che per la sua originalità e per la ricchezza delle immagini e dei contenuti potrebbe essere

il compagno ideale per un viaggio che ci porterebbe a "sostare" e a leggere questo libro, magari in un hotel, in un luogo "ospitale", dove arte e architettura, natura e artificio convivono nel tentativo di creare dei piccoli paradisi perduti, in cui vivere per un attimo come Adamo ed Eva.

«Il paradiso è un ricordo e, insieme, una promessa»
(Joseph Rykwert, *La casa di Adamo in Paradiso*, Adelphi, Milano 1991)

Giuseppe De Giovanni
Professore Straordinario
Facoltà di Architettura - Università degli Studi di Palermo

La piattaforma The land of Lu di Ross Lovergrove testimonia la tattilità e modellabilità del Corian che può essere realizzato in qualsiasi colore.



I soffitti tesi auto-illuminanti di Prestige Design, realizzati con teli di PVC resistenti alle alte temperature, possono essere modellati secondo qualsiasi forma.

Locandina per la mostra internazionale dal titolo Beyond the Constructivism, organizzata da Suite d'Autore (grafica D. Russo, 2007).



Hotel Commodore
in New York (Warren
& Wetmore, 1919).



Hotel

(Viaggio tipologico attraverso i secoli)

Gli hotel costituiscono una tipologia alquanto complessa, al pari di altre categorie ad uso pubblico, quali ad esempio gli ospedali e i musei, dove il rapporto tra la forma e la funzione, che di solito caratterizza il successo di un'opera architettonica, si definisce attraverso una cultura esigienale-prestazionale e, in particolare, attraverso il soddisfacimento di un insieme di esigenze tecniche, psicologiche ed economiche. Se in generale l'architettura contemporanea esprime l'innovazione attraverso la propria materia e il linguaggio, gli hotel si definiscono per il ricercato rapporto tra la soluzione formale e l'obiettivo funzionale, che è rappresentato dall'ospitalità, funzione antica rivolta a due diversi tipi di utenti, chi viaggia per piacere e chi per lavoro, con esigenze quindi che abbracciano ambiti diversi, dal privato al pubblico, e mete differenti che interessano gli aspetti del benessere fisico e psicologico dei luoghi extraurbani o le questioni legate alla mobilità

delle città. Tale diversità di utenze consente una prima differenziazione dei due tipi edilizi, seppur in molti casi si dimostrerà l'aleatorietà di tale discorso: mentre l'ospitalità urbana è dinamica e si caratterizza per la fruizione in tempi e in spazi compressi, quella vacanziera si esprime attraverso ritmi più lenti e quindi in spazi più idonei a supportare la stanzialità degli utenti. La complessità della tipologia "albergo" consente, comunque, di individuare tre categorie di spazi: quelli pubblici di connessione con l'esterno (ad esempio la hall), quelli comuni ai vari utenti (ad esempio il ristorante), infine quelli privati (le camere). Ognuno di questi ambiti si distingue per dimensioni e funzioni ben precise che, nell'insieme, definiscono l'unicità dell'hotel, il suo carattere, strutturando rapporti percettivo-contemplativi, valorizzando sia l'intorno, urbano o rurale, sia l'interiorità e la personalità dell'ospite. L'individuazione di una tipologia vera e propria per gli alberghi si fa solitamente risalire all'Ottocento, in quanto precedentemente la sua

funzione viene espletata in luoghi le cui caratteristiche differiscono a seconda dei parametri temporali e geografici, variando da cultura a cultura e da periodo a periodo; rimangono pur sempre identificabili alcune tipologie precedenti che riguardano l'ospitalità religiosa (il fabbricato quadrato a servizio del Santuario di Asceplio ad Epidauro) o quella dei monasteri, rivolta essenzialmente ai pellegrini. Se fino al sec. XIX e parte del successivo la cultura dell'ospitalità privilegia la contemplazione del paesaggio, gli hotel contemporanei mirano a soddisfare l'esigenza di autocompiacimento dell'ospite nel trovarsi in luoghi (o forse in "non luoghi") confinati, entro cui si ricerca l'attenzione al dettaglio e al design. La questione cruciale è pertanto capire come muta tale esigenza nel corso dei secoli, in relazione al concetto di viaggio, capire quale siano le dinamiche che generano in particolare il cambiamento dal viaggiatore del Grand Tour a quello contemporaneo, e quindi comprendere, di riflesso, come si evolve la concezione dell'hotel.

Relais de charme, pensione, bed and breakfast, motel, albergo¹, locanda e ostello, sono tutti termini relativi a strutture ricettive, finalizzate all'accoglienza e all'ospitalità per i viaggiatori. L'ospitalità è una forma specifica di civiltà che regola i rapporti tra gli uomini e instaura una relazione di reciproco rispetto. Il lemma hotel, mutuato dalla lingua francese, è tra tutti il termine più diffuso e il più antico, di provenienza sicuramente tardo latina, derivando da "hospitale", la camera degli ospiti presente nella domus romana, anche se l'etimologia è riconducibile ad Haestia, la dea che vigila sul focolare posto al centro della corte interna nelle abitazioni micenee, il megaron². Nell'antichità i rapporti di ospitalità sono la base di qualunque scambio tra le comunità: l'ospitare era ed è considerato un onore e un obbligo da una parte, un diritto dall'altra, regolato da leggi precise e da un sentimento religioso.

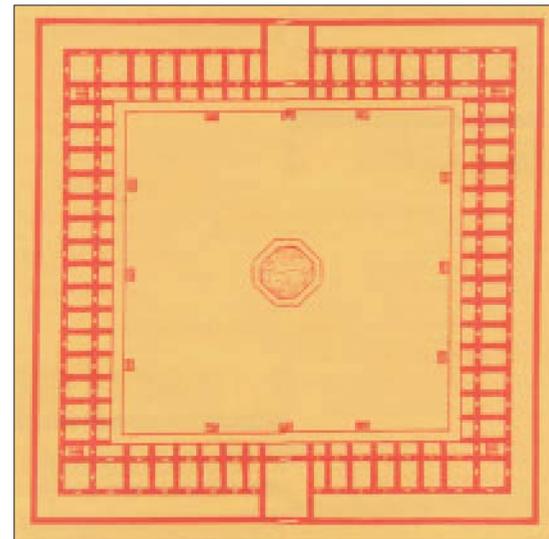
Se in età arcaica la stanzialità caratterizza lo stile di vita delle prime popolazioni, durante le floride e attive civiltà mesopotamiche (egiziane) e cinesi prima, greche e romane poi, iniziano a comparire i primi viaggiatori, solitamente ambasciatori, commercianti, corrieri, militari e pellegrini (non certo turisti) che durante i loro spostamenti, con soste di breve durata, trovano in alcuni casi accoglienza all'interno di dimore temporanee private³, piccole ma comode, attrezzate dai romani con bagni e acqua calda tramite un sistema detto ad "hypocaustum" realizzato con "suspensurae"⁴; in altri casi trovano un semplice riparo, spartano e spesso privo persino dei minimi requisiti igienico-sanitari.

L'ospitalità non esiste ancora come istituzione pubblica e per la limitata frequenza dei viaggi non assume caratteri propri, tali da definire gli edifici specifici destinati a questo uso. Soltanto nelle immediate vicinanze di importanti santuari o delle sedi in cui si svolgono i giochi olimpici, nell'antica Grecia, si trovano edifici destinati esclusivamente ad accogliere i pellegrini, in occasione di feste e celebrazioni sacre, la cui tipologia architettonica riprende quella con corte a peristilio (su cui si affacciano le camere) presa a prestito da altri edifici pubblici.

Il tramonto della civiltà romana segna anche il declino della cultura dell'ospitalità fino all'Alto Medioevo, quando il fenomeno di urbanizzazione porta con sé la

migrazione delle società rurali verso i nuovi centri. Le città mercantili si riuniscono in leghe con finalità commerciali e gli stessi commercianti, per sfuggire al rischio dell'isolamento, costituiscono le prime corporazioni. Si potenziano le vie di comunicazione spesso poco sicure per la presenza di briganti, sempre pronti alle imboscate per derubare i viaggiatori; nuove corporazioni riuniscono studenti, artigiani e viandanti che, con le più diverse finalità, iniziano a viaggiare trovando ristoro in monasteri o conventi (privi di bagni in camera) oppure in alberghi veri e propri. Questi ultimi, al contrario dei primi, vengono per lo più frequentati da benestanti, nobili e cavalieri itineranti, grazie all'alto livello dei servizi offerti che comprendono anche servitori e cavalli. Simile dignità è offerta, nelle civiltà orientali, dai caravanserragli che, lungo i percorsi delle carovane e in prossimità di sorgenti d'acqua, consentono ristoro e riparo sicuro a numerosi viaggiatori.

I viaggi si compiono su barconi a remi, a cavallo o a piedi; i tempi di percorrenza sono alquanto lunghi e per



Pianta di un caravanserraglio, secondo la ricostruzione tipologica fatta da J. N. L. Durand.

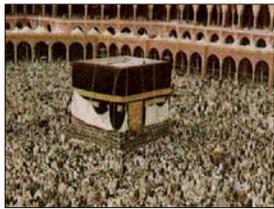
questo, sui principali itinerari e sugli assi viari più battuti, si trovano numerosi luoghi di fermata in cui ristorarsi (le stazioni di Posta) che, al loro interno, presentano sostanziali differenze qualitative. Dal medioevo ospizi e ospedali si diffondono rapidamente in tutta Europa. Per lo più gestiti da ordini religiosi, gli ospedali costituiscono ampliamento di monasteri o conventi, lungo le principali arterie di comunicazione ma anche isolati; essi offrono assistenza ai poveri e ai malati ma consentono anche alloggio a viaggiatori e pellegrini. L'ospitalità si istituzionalizza poiché è sentita come un fatto collettivo e questo nuovo carattere porta alla costruzione di edifici ben riconoscibili nel panorama urbano.

Le notizie desumibili dalle cronache di viaggio forniscono giudizi assai lusinghieri per i servizi ospitalieri inglesi e tedeschi, questi ultimi in particolare decantati, insieme a quelli svizzeri, specialmente per la pulizia.

Gli "alberghi" francesi, come per lo più anche quelli inglesi e italiani, sono celebrati per la cucina, soprattutto per la pasticceria, mentre, con l'eccezione di Siviglia,

Valencia e Barcellona, risulta piuttosto scadente il livello di ospitalità offerta nei paesi iberici e in quelli dell'Europa orientale. La corte è sempre l'elemento generatore dell'impianto, il luogo che riunisce la comunità e che riconduce all'unità la frammentarietà degli spazi che vi si affacciano. Gli "alberghi dei poveri" del sec. XVII sono edifici imponenti e rappresentativi al pari delle reggie, pur mantenendo un carattere più austero, che divengono punti veri e propri di riferimento per lo sviluppo della città.

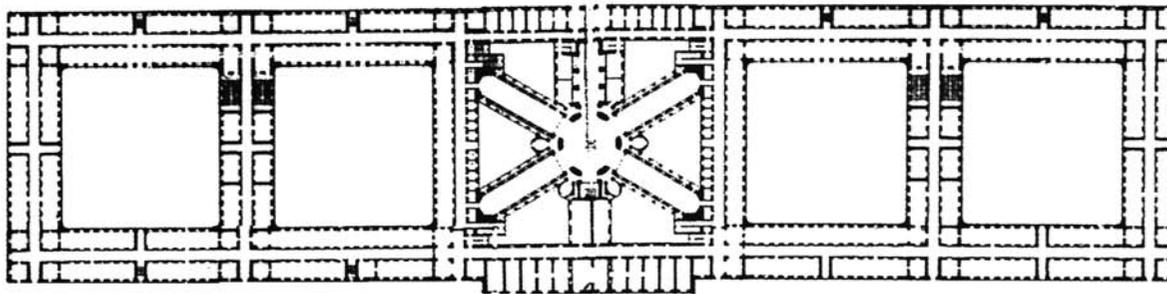
Dal sec. XVI, viaggiare è un mezzo non solo commerciale ma anche per apprendere, un'occasione sia di studio che di svago per le classi più abbienti. Nel 1580 Michel Eyquem de Montaigne (1533-1592), filosofo, scrittore e politico francese, viaggia per l'Europa con la speranza di trovare beneficio nelle acque termali e combattere la calcolosi renale da cui è afflitto. Dopo aver sostato brevemente a Verona e a Venezia, si reca a Roma dove rimane fino all'aprile del 1581; a maggio riparte e visita la Toscana, descritta come la più bella tra le regioni italiane, e vi rimane fino a settembre quando, pervenuta



Pellegrini alla Mecca in una immagine degli anni Ottanta.



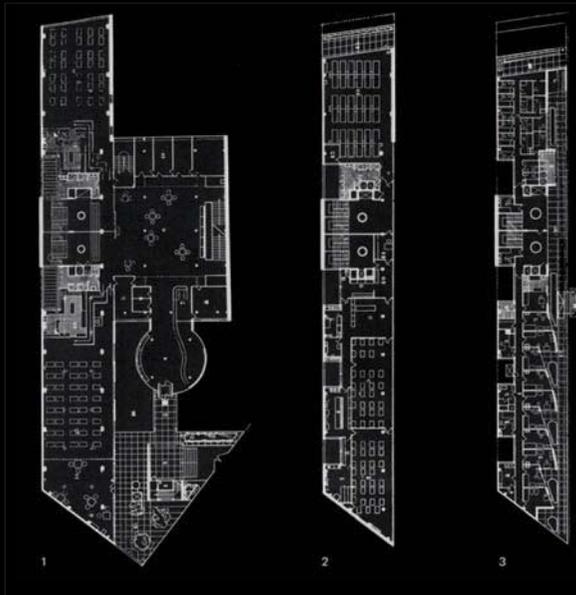
Commerciante in viaggio con muli, in una rappresentazione del XV secolo.



Pianta dell'Albergo dei Poveri di Napoli, secondo il progetto originario di Ferdinando Fuga del 1748.

... continua

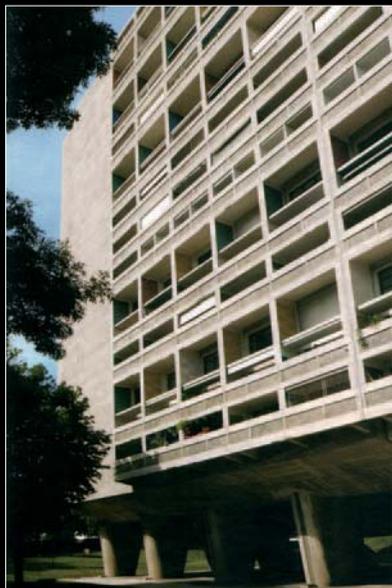
La Cité de Refuge,
Parigi 1929. Piante e
particolare del
prospetto d'ingresso.



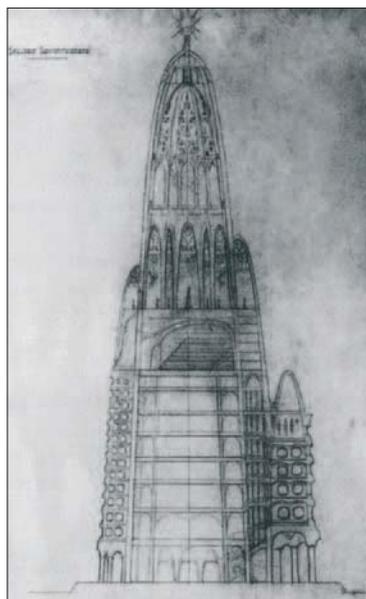
pubblico caratterizzante gli “alberghi dei poveri” seicenteschi, rilegge i sistemi di rapporto tra le varie parti della residenza, senza rinunciare al suo ruolo urbano e a relazionare le parti comuni con il grande volume vetrato delle camere.

Lo stesso maestro dell'architettura francese realizza nel 1952 - dopo mille contrasti - la Cité Radieuse. Sui 18 piani dell'edificio si aprono le porte di 330 appartamenti privati, mentre l'hotel e il ristorante (le ventre de l'architect), alcuni negozi, una libreria d'arte e alcuni studi di architettura occupano il settimo piano; una piscina, una palestra, una pista da jogging, una scuola materna e un cinema-teatro completano l'offerta dei servizi alla comunità, di cui possono fruire anche gli ospiti dell'hotel. La struttura è stata recentemente restaurata e tratta in salvo dall'abbandono, lasciando intatte le camere, le “cellules”, dell'Hotel Le Corbusier. Di forma rettangolare e con lo stile di un monolocale, le camere sono organizzate e arredate (con mobili tutti disegnati da Le Corbusier) in modo semplice (un armadio separa il letto e lo scrittoio dal resto dei servizi), ma risultano indicate soprattutto per chi intende immergersi nello spirito che ha guidato l'architettura del grande Maestro del Movimento Moderno. In America il sec. XX si apre all'insegna dello sviluppo verticale, del distacco tra forma e funzione, e della democratizzazione delle strutture ricettive: l'albergo diviene sempre più il centro della vita mondana e politica, una città nella città, un posto dove puoi incontrare chiunque e chiunque può incontrare te, un luogo idoneo alla sperimentazione geniale e creativa in cui cercare il connubio tra l'isteria di Gaudi e la frenesia di Manhattan²⁵. Il progetto dell'artista-architetto catalano, dalle forti connotazioni simboliche, assurge al valore di cattedrale civica, la cui hall (con sviluppo per un'altezza di otto piani) si caratterizza per l'immagine di caverna urbana e primitiva allo stesso tempo, su cui, con il sottofondo musicale sinfonico, si affacciano tutte le attività della vita sociale; sopra lo spazio aperto verticale, un teatro e una sala espositiva concludono il volume conoide. Se il progetto di Gaudi rimase innovativo solo sulla carta, nell'America degli anni Venti e Trenta si assiste alla realizzazione di nuove tipologie legate all'ospitalità. Le notevoli distanze tra i vari centri urbani favoriscono la diffusione dei motel mentre all'interno delle metropoli si

La Cité Radieuse
e l'Hotel
Le Corbusier,
Parigi 1952.



profila la nuova tipologia del Grand Hotel polifunzionale prima e del Residential Hotel dopo; quest'ultimo, con il Waldorf-Astoria di New York, supera il concetto di hotel in favore di una nuova idea legata alla residenza fissa dove l'individuo «è ospite a casa di se stesso»²⁶. Iniziato a realizzare da William Astor (figlio di Jacob Astor, committente della Tremont House) in un importante lotto di Manhattan dapprima come semplice residenza, con l'ingresso dell'erede, William Walford Astor (influenzato dal viaggio in Inghilterra) l'edificio si trasforma in albergo pur mantenendo le sembianze di quella residenza fortemente legata ai valori della famiglia. Il Walford-Astoria del 1896, seppur con il suo sviluppo verticale, non ha il carattere di un grattacielo: la scelta di apparire come un edificio familiare, con le sue dimensioni contenute, si rileva negli anni Venti inadeguata a un contesto metropolitano come quello di Manhattan, tanto da lasciare il posto al simbolico Empire State Building. La nuova struttura realizzata nel 1931 si configura come un'attrezzatura collettiva, accogliendo al



Sezione del Grand
Hotel di Manhattan
progettato da Gaudi,
New York 1908.

suo interno oltre al residence nelle torri anche sale da ballo, sale espositive e per la lettura, club e centri benessere, ai primi livelli dei corpi bassi, e un hotel sopra di essi, proponendo quel modello di “città nella città” che Gaudi non era riuscito a vedere realizzato.

Rem Koolhaas ne descrive in maniera efficace gli aspetti di interazione tra la sfera privata della residenza e quella pubblica dell’hotel e dei suoi servizi: «i clienti, sia abituali che di passaggio, potranno servirsi non soltanto delle attrezzature domestiche tipiche di un hotel ultramoderno, ma anche dei servizi che permetteranno loro di espandere e integrare rapidamente i loro alloggi, provvedendo così in modo adeguato all'intrattenimento di amici»²⁷.

Gli hotel d’oltre oceano si sviluppano in altezza e incrementano i servizi per i propri ospiti.

Il vecchio Hotel Waldorf-Astoria di New York, 1896.



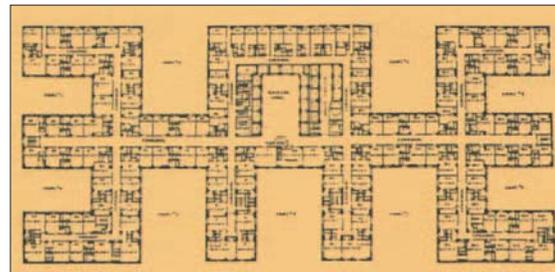
Il nuovo Hotel Waldorf-Astoria di Manhattan, 1931.



Lo Stevens Hotel di Chicago (1923), distinguendo chiaramente le funzioni collettive da quelle private, accoglie nel grande basamento (che occupa l'intero isolato) diversi bar, lobbies e sale congressi, unificando il sistema frammentario delle torri superiori che accolgono le camere. I corpi di fabbrica, orizzontale e verticali, risultano così chiaramente distinti e definiti, composti a formare un edificio unitario che propone (con la sua tipologia) nuove regole per la costruzione della città moderna. Per l'Italia non soltanto le innumerevoli risorse storico-artistiche, ma anche la letteratura italiana influenza notevolmente i viaggi e il pensiero di quegli europei che, a partire dal sec. XIX, si recano nel Bel Paese per visitare i luoghi in cui ha vissuto il Manzoni o sono ambientati i suoi "Promessi Sposi", per seguire le orme del Petrarca, dell'Ariosto o del Tasso. Una sorta di viaggio nella tradizione letteraria italiana, con un itinerario che parte da Dante e ripercorre però questa volta la storia letteraria del nostro paese attraverso gli occhi di viaggiatori stranieri. In quest'ottica Dante acquista perciò un valore particolare. Il viaggio dantesco definisce uno stile di viaggio dal richiamo particolare per i viaggiatori e per gli artisti europei: un richiamo complesso, reso vivo dalle immagini e dalle parole di un autore universalmente amato, e dal fascino dello scenario naturalistico, paesaggistico ed artistico evocato dai suoi versi. Una ulteriore rivoluzione (dopo lo sviluppo delle linee ferrate) è determinata dalla televisione, investendo il



mondo tutto. L'informazione, anzi la visione di contesti diversi e lontani, dislocati in ogni parte del pianeta, solletica curiosità, desideri di nuovi esotismi che interessano ogni Paese, ogni gruppo. Così negli anni Cinquanta iniziano a diffondersi i primi pacchetti turistici con la formula del "tutto compreso" che, grazie ai frequenti e veloci trasporti aerei, raggiungono le più svariate mete esotiche, mentre il turismo "fai da te" mantiene comunque la sua nicchia di mercato. Se negli anni Sessanta si promulgano le prime normative sui diritti dei passeggeri e si emettono le prime polizze assicurative, al 1980 si fa risalire il "turismo moderno" quando cioè, con la sempre maggiore diversificazione dei viaggi tematici (rurale e d'avventura), si abbattano le frontiere, specialmente in Europa, e si internazionalizzano le grandi imprese del turismo. La crescita del turismo e lo sviluppo dell'industria dei trasporti incrementano la produzione dei libri sul viaggio. Nella seconda metà del sec. XX la figura del viaggiatore è radicalmente diversa da quella del passato, ma soprattutto è mutata la prospettiva con cui affronta un viaggio. I luoghi noti vengono visti con occhi diversi: il viaggiatore non è più un avventuriero alla volta di nuovi mondi, ma un visitatore consapevole di ciò che è già stato visitato e descritto dall'uomo. Poiché non esistono più nuovi territori da scoprire, anche la letteratura di viaggio moderna si comporta in modo diverso, creando nuovi modi di vedere il paesaggio e le architetture che caratterizzano una cultura.



Lo Stevens Hotel di Chicago, 1923.

... continua

Hi Hotel in Nizza
(Matali Crasset, 2003).



Il new concept hotel

Dove meglio può concretizzarsi l'esperienza creativa più audace e fantasiosa nella progettazione è senz'altro nel vasto scenario della ricettività alberghiera che racchiude, nel contemporaneo, una eclettica varietà di stili, tendenze progettuali e approcci concettuali: «l'estetica contemporanea va collocata nel quadro dei cambiamenti in atto nell'architettura, nel turismo e nella sensibilità dei clienti»¹. Oggi il carattere esclusivo di un albergo non è più legato ad un marchio di consolidata reputazione o a meri fattori economici, ma alla possibilità di godere di un prodotto di nicchia e delle ultime tendenze del design in anticipo rispetto alla massa. L'offerta alberghiera propone svariati progetti dalla forte personalizzazione tenendo conto delle tendenze predominanti nel campo delle strutture ricettive, riconducibili a poche tematiche: il modernismo, l'opulenza, l'originalità, l'esotismo e il

benessere, elementi che, oltre alla caratterizzazione, ne possano esaltare l'identità e la riconoscibilità. Influiscono poi anche altri fattori, quali la fruizione del "prodotto" a una certa clientela, la necessità della riqualificazione urbana, la riconversione di edifici commerciali o il restauro di antiche dimore, con attenzione al contesto locale e alle peculiarità etnico-culturali. Al fine di comprendere le dinamiche che hanno spinto, dagli anni Novanta, la diffusione dei Concept Hotel nel panorama nazionale ed internazionale del settore ricettivo-alberghiero, appaiono importanti alcune valutazioni sull'evoluzione del concetto di ospitalità, nonché sulla reinterpretazione degli spazi alberghieri tradizionalmente concepiti, relativamente agli ultimi cinquant'anni. Nel secondo dopoguerra la ripresa economica interessa anche il settore ricettivo, in particolare la tipologia degli hotel: le località balneari modificano velocemente il

proprio skyline a favore di un'urbanizzazione spesso selvaggia, ma giustificata dall'esigenza di ritrovare una condizione di benessere perduta per il protrarsi degli eventi bellici. Contestualmente, i centri urbani, e soprattutto le grandi capitali con il proprio patrimonio culturale, si rivelano una ideale scenografia per l'hotel, dove il caffè su strada diventa un motivo ricorrente per le strutture di categoria alta, pur mantenendo, fino agli anni Settanta, quel linguaggio funzionalista che vede in John Portman un personaggio rappresentativo dell'International Style. All'architetto americano si deve l'attuale modo di concepire la lobby: non più l'ambiente del Grand Hotel riservato e definito entro un preciso spazio, ma un luogo che, nel Hyatt Regency Hotel di Atlanta (1967), dialoga con l'intorno urbano attraverso le ampie superfici vetrate della hall. Anche le lounge si trasformano, da banali luoghi di attesa, in quinte sceniche destinate alla socializzazione.





A fronte della dilagante standardizzazione, che caratterizza le catene alberghiere degli anni Sessanta e Settanta, private di quella dignità di opere pubbliche riconosciuta alle appariscenti strutture alberghiere della Belle Époque, l'industria ricettiva dell'ultimo ventennio stravolge la propria filosofia, quella cultura dell'ospitalità così determinante per il suo successo nel passato, e determina moderni criteri per l'affermazione di un nuovo prodotto, il "posto letto", all'interno del mercato globale. La diversificazione e la riscoperta individualità, tanto dei contenitori edilizi quanto dei servizi offerti, è il risultato consapevole di un'analisi psico-sociologica sull'utente finale. Il consumatore non è un soggetto standardizzabile, le cui esigenze e gusti possono essere ricondotti a schemi predeterminati e oggettivi; oltre a differenziarsi per la disponibilità finanziaria, gli ospiti hanno cultura e interessi differenti, fattori decisivi nella scelta della struttura ricettiva in cui risiedere, seppur per brevi periodi. Gli utenti del terzo millennio divengono sempre più esigenti, non ambiscono più a un luogo che ricostruisca scenograficamente la propria abitazione, ma ricercano ambientazioni nuove e atmosfere suggestive, nelle quali immergersi attraverso un'esperienza sensoriale totale. Ciò influisce ovviamente in modo determinante sulla reinterpretazione degli spazi della struttura alberghiera.

In vero la differenziazione del prodotto, e quindi della clientela, è inizialmente un fenomeno di nicchia, promosso nel tempo dalle strutture ricettive di medie dimensioni che, per competere con le grandi catene alberghiere internazionali, ricercano nuovi

posizionamenti nel mercato attraverso proposte progettuali innovative, che possano reinterpretare gli spazi tradizionali dell'albergo. Così, dalla metà degli anni Ottanta la tendenza all'uniformità delle strutture alberghiere sembra esaurirsi in quanto non più percepita come un valore aggiunto: nel 1984 la designer francese Andrée Putmann inaugura a Manhattan il primo dei Design Boutique Hotel², il Morgans, pioniera di quel fenomeno che definisce una nuova filosofia dell'ospitalità indipendente, legata all'offerta di ambienti unici con allestimenti e arredi che trasformano il pernottamento in un evento, il cui prezzo elevato è ampiamente legittimato dal valore culturale proposto e dalle valenze estetiche espresse.



La mostra organizzata da Donald Albrecht nel 2002 a New York, per conto del Cooper-Hewitt National Design Museum, dal titolo quanto mai significativo "New Hotels for Global Nomads", con la sua ragionata e variegata casistica, ben fotografa l'entità del fenomeno, ratificando il diritto di una nuova cultura dell'ospitalità contemporanea, radicalmente differente da quella tradizionale. La locuzione (prettamente editoriale) del termine Design Hotel sancisce la metamorfosi delle strutture ricettive da icona urbana dell'età industriale (funzione espressa dai Grand Hotel) a luoghi ibridi in cui lo spettatore può affrontare un viaggio spazio-temporale nella memoria (il passato) o nella fantasia (del presente) o nell'immaginario (il futuro), simulando identità diverse dalla propria. L'evoluzione degli spazi delle strutture alberghiere è, come accennato in precedenza, strettamente legata al comportamento dell'utente postmoderno, individualista nelle scelte e sempre alla ricerca di nuove esperienze d'acquisto e di consumo. Ciascun individuo alterna diverse interpretazioni dell'essere turista, in funzione dei propri bisogni, degli stati d'animo o di situazioni particolari in costante evoluzione: l'ospite dimostra essere un consumatore eclettico, non solo desideroso di avventura ma anche di benessere, di arte e di eventi culturali, di svago e di novità. Ed è proprio la novità che forse tra tutte le esigenze diviene l'attrattiva principale, novità che caratterizza l'appuntamento annuale del Salone Internazionale dell'Accoglienza "Guest". Protagonista dell'edizione 2006 è la mostra "Dormire altrove: il design dei luoghi inusuali, dall'eros alle suite volanti"; un evento di comunicazione ma essenzialmente un laboratorio di tendenze del medio e lungo periodo, in cui si intrecciano design e progettazione, con una particolare attenzione alle connotazioni socio-culturali, al comfort e ai servizi. Qui design, architettura e tecnologia propongono una serie di risposte alle diverse

esigenze del nuovo viaggiatore, che fugge continuamente da qualsiasi forma di omologazione, alternando, senza apparente contraddizione, le più diverse modalità di soggiorno. Ben lungi dall'essere interpretato come di nicchia ed elitario, tale fenomeno rispecchia il reale bisogno di ospitalità dell'uomo moderno.

Così se Marcello Ceccaroli propone all'interno del Salone il suo "Cielo in una Stanza", ritenendo che le nuove frontiere dell'ospitalità siano lo stupore e che la ricerca del senso della vita passi per il continuo esplorare luoghi fuori dal comune, lo studio King & Rosselli con la "Tree House Suite" interpreta il tema degli alberghi-albero (diffuso in Tanzania e nelle Isole Fiji) quale strumento per allontanarsi dalla globalizzazione e viaggiare per la pura gioia di scoprire.



... continua

DESIGN HOTEL

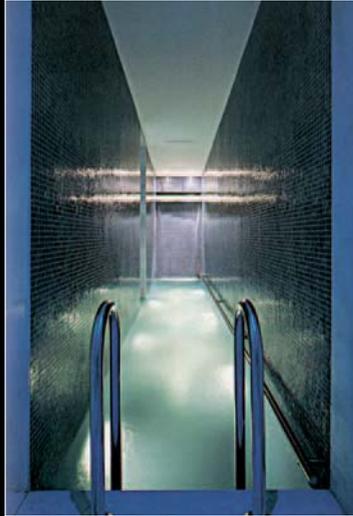
Nel settore dell'ospitalità, l'interior design ha recentemente trovato nuove forme di espressione sotto il profilo della sperimentazione architettonica e dell'innovazione, mentre maggiore attenzione è rivolta agli ambienti e al valore metaforico degli spazi, in cui le esigenze funzionali non limitano l'originalità e la creatività degli artisti e degli architetti: alberghi come templi del design, in cui sperimentare e fondere tecnologia, estetica, arte e funzionalità tutte insieme a servizio dell'accoglienza. Nascono così i Design Hotel che modificano il concetto di albergo in maniera determinante, soprattutto perché sono in grado di dare nuovo slancio alla progettazione delle strutture ricettive, alla loro gestione e al modo di essere percepite dall'utente. L'hotel non è più solo luogo di servizio alla sosta, ma diventa anche luogo di ritrovo, di intrattenimento, uno spazio in cui comunicare prodotti o servizi, un museo, un luogo in cui rifugiarsi ma anche in cui è d'obbligo farsi vedere.

L'Hotel, quale creazione di un unico Autore, non è certo un'idea nuova, eppure riesce ancora a stupire, tanto che gli stessi architetti, promotori della rivoluzione concettuale nella progettazione alberghiera dei primi anni Novanta, continuano a firmare i progetti che riscuotono il maggior consenso, non solo dagli utenti ma anche dai tecnici del settore. Però mentre in passato si rivolgeva maggior attenzione verso le questioni formali, essenzialmente spaziali, oggi i progetti più creativi si distinguono per il carattere dinamico ed emozionale, mediante il ricorso a immagini mediatiche e a mutevoli giochi di luce, che hanno lo scopo di sedurre l'ospite in modo sottile e discreto. Il raggiungimento di questo obiettivo impiega «le strategie metodologiche, più che le

opere, dell'arte contemporanea, creando spazi ispirati a un'estetica minimalista - ma non sempre - che tende a dissolvere i confini tra immagine e spazio, teatro e vita»³. Ed è proprio il carattere dinamico ed emozionale giocato sui contrasti che caratterizza il concept dell'Aleph, hotel romano progettato dallo studio Tihany Design: enfatico ma al tempo stesso ironico, il progetto di interni (vincitore dell'European Hotel Design Awards 2003) miscela archetipi come il bene e il male, design contemporaneo e rivisitazioni classiche, reale e virtuale (nella library lounge, la boiserie è interrotta da stampe illuminate che raffigurano finti libri), attraverso un viaggio sensoriale alla volta di quei luoghi dell'immaginario collettivo che fanno del "piacere" la loro principale attrattiva. Così il rosso "infernale" e il nero, nelle più svariate declinazioni materiche e di tono, divengono i colori dominanti della hall, al piano terra, e dei suoi servizi di bar, enoteca e ristorante che, anche nelle rispettive denominazioni di "Angelo", di "Dioniso" e di "Peccato", rievocano la continua e quanto mai contemporanea dicotomia tra il male e il bene, tra l'inferno e il paradiso. Quest'ultimo paradossalmente è collocato al piano interrato, nel caveau del vecchio istituto di credito che oggi ospita l'hotel, e offre un piacere "divino" attraverso l'azione "purificatrice" della moderna SPA, in cui le tonalità del bianco e dell'azzurro colorano il contenitore e il contenuto. Il tema dei piani superiori, alquanto diverso, è annunciato dalle immagini tratte dai film romani degli anni Cinquanta, che rivestono gli ascensori: vedute prospettiche di Roma divengono la quinta scenografica, in bianco e nero, per le pareti delle camere, arredate con chiari riferimenti linguistici agli anni Trenta e Quaranta.







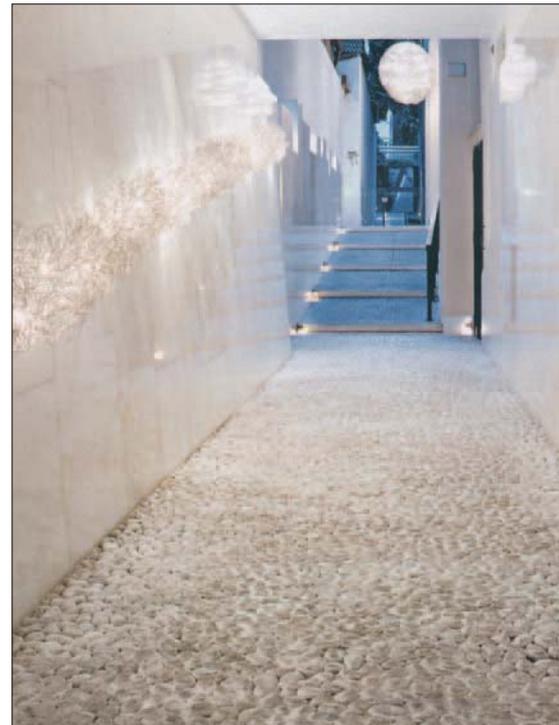
... continua

ART HOTEL

I profondi cambiamenti della domanda, i grandi mutamenti del mercato che richiedono la costante competitività delle aziende, le risposte difficilmente controllabili e prevedibili da parte dell'utenza, la necessità per l'offerta di anticipare le tendenze, sono tutti fattori di cui non è sempre facile tener conto, considerata la rigidità dell'offerta alberghiera e vista la difficoltà di trasformare un prodotto in base alle esigenze della domanda. Tutto ciò ha indotto l'offerta alberghiera nazionale e internazionale ad introdurre forti elementi di novità: una segmentazione dell'offerta più nettamente definita; prodotti chiaramente comunicabili e identificabili; una più facile accessibilità al prodotto alberghiero; l'autenticità dell'offerta; una tipizzazione e una caratterizzazione dell'esperienza all'interno dell'albergo. Ecco che i nuovi concetti di hotel si presentano con una specifica identità che lega l'ospitalità all'arte, alla moda, alla tecnologia e soprattutto al design, consentendo loro di differenziarsi dai tradizionali hotel e di costruire su di essa l'attività di comunicazione sia all'interno sia all'esterno. Oltre ad interessare le strutture ricettive di fascia medio-alta, il fenomeno del Concept Hotel ha ovviamente caratterizzato le strategie commerciali degli hotel di lusso, il cui filone ha avuto come promotori importanti stilisti ed esponenti del "Made in Italy" (come Bulgari e Ferragamo) che, attraverso l'industria dell'ospitalità, rafforzano ed espandono l'immagine della propria azienda e differenziano il business. L'albergo d'arte costituisce una proposta mirata nei confronti di un target attratto da un interesse specifico per il mondo dell'arte. Ovviamente la scelta della localizzazione diventa alquanto importante, poiché il soggiorno in un albergo d'arte è parte della sosta in un luogo che deve costituire un'attrattiva per lo specifico target, in tutti i suoi aspetti. La localizzazione non deve necessariamente essere in una città d'arte famosa; può risultare idonea anche la scelta di una località minore, la cui valenza artistica sia data dalla prossimità di un'importante opera d'arte o di un sito culturalmente rilevante. È però fondamentale che tra la località e l'hotel si creino rapporti sinergici che conferiscano plusvalore all'offerta dell'Art Hotel.

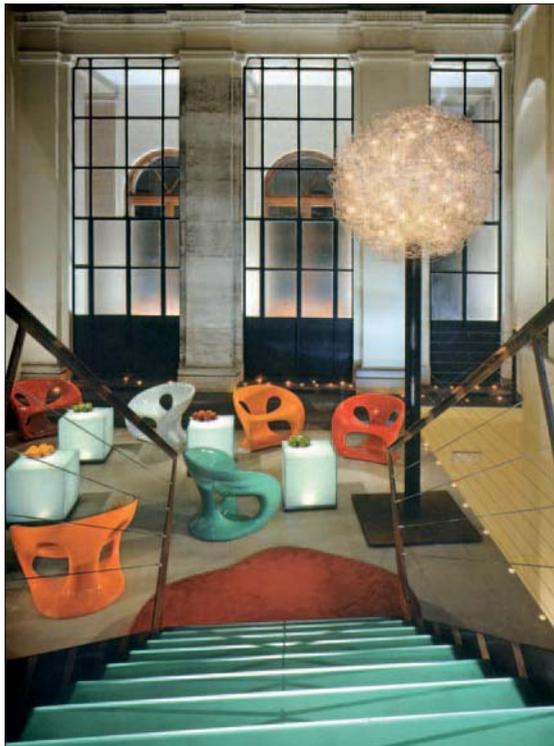
Nel panorama italiano, a Torino, si è concepito un hotel dove design e arte accompagnano l'ospite dal suo ingresso fino alla camera. Il Boston Hotel si caratterizza per una

forma di ospitalità fortemente correlata all'arte che, già nell'intro del sito web, si dichiara con lo slogan "L'Hotel dell'Arte, L'Arte dell'Hotel". All'interno, gli ospiti sono accolti in un'atmosfera che richiama le gallerie o gli atelier di artisti, prima ancora che in un albergo, e percepiscono immediatamente dalle opere d'arte, dallo stile dell'accoglienza, dall'arredo e dalle caratteristiche architettoniche, l'identità particolare che contraddistingue l'art hotel da un albergo tradizionale. Il proprietario della struttura condivide con gli ospiti la propria collezione di una cinquantina di opere, originali, di artisti italiani dal dopoguerra ad oggi, tra cui una delle prime opere fotografiche di Luigi Veronesi del 1938 e una serigrafia di Andy Warhol. L'albergo d'arte offre quindi un servizio innovativo rispetto alla tradizionale proposta di ospitalità, in quanto il cliente sia può usufruire dei consueti servizi di ristorazione e di pernottamento, sia vivere assieme alle opere d'arte, può partecipare a mostre ed eventi culturali, organizzati in aree adibite all'interno dell'hotel, può infine godere di un servizio integrato con la località in cui si trova l'art hotel, anch'essa caratterizzata da valenze artistico-culturali.



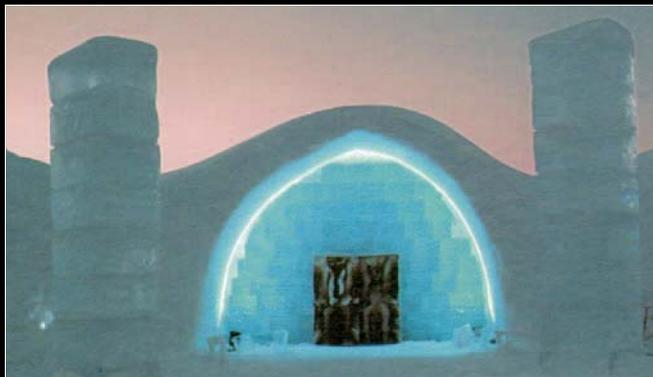


L'Hotel Art, di Raniero Botti e Gianfranco Mangiarotti, propone il proprio concetto di ospitalità, impiegando l'arte nelle sue forme espressive sia storiche che attuali: all'interno di un contenitore dalla forte connotazione storica (un complesso conventuale) trovano armonica collocazione sculture e pitture contemporanee. La cappella sconsacrata ottocentesca, con le sue volte a crociera dal fondo blu cobalto e dalle nervature bianche, contiene al piano terra i servizi di hall e di caffetteria tra cui le scenografiche uova di resina bianca (reception e ufficio), tradizionale simbolo di perfezione artistica. Il vasto spazio della corte viene recuperato e valorizzato attraverso l'inserimento di arredi plastici, ma ancor di più da quella luce e da quel colore che caratterizzano anche gli spazi di servizio (i corridoi) ai piani superiori, dove percorsi luminosi a pavimento riportano versi di poeti.



Se la letteratura è la forma d'arte ricorrente nel precedente hotel romano, la scultura è l'architettura stessa che conforma l'Ice Hotel in Jukkasjärvi, nel circolo polare artico svedese. Concepito dapprima come semplice evento artistico sullo strato ghiacciato del fiume Torne nel lontano 1989, la forma a igloo della grande galleria d'arte invoglia i primi ospiti a calarsi nella cultura lappone e a soggiornarvi. Effimero e quanto mai legato al tempo (non solo cronologico quanto piuttosto meteorologico) questo hotel trova la propria particolarità nell'essere paradossalmente un'architettura-scultura contemporanea di una sola stagione nella quale riscoprire, adattandosi alla ciclicità degli eventi naturali e climatici, il modo primitivo dell'uomo di abitare il pianeta a certe latitudini. Ogni anno, nei mesi che intercorrono tra ottobre e dicembre,

l'Ice Hotel prende corpo attraverso l'impiego di enormi centine in acciaio che vengono rimosse (ogni due giorni) non appena le volte di neve divengono autoportanti, relegando alle colonne di ghiaccio centrali la sola funzione di supporto alla copertura. L'impianto si sviluppa sempre su due assi, il principale dei quali accoglie l'ingresso distribuendo da un lato le camere e dall'altro i servizi (la reception, la hall, l'Absolut Bar e il cinema); ogni oggetto (dalle sedie ai tavoli, dai comodini ai banconi) è realizzato con ghiaccio, scolpito e plasmato da circa trenta artisti di nazionalità diversa, e dove gli unici elementi estranei sono la pelle di renna e il sacco a pelo dentro cui dormire fino ad aprile, quando questa atavica esperienza avrà segnato l'ospite e la struttura ritornerà al suo elemento primordiale, l'acqua.



... continua

BUSINESS HOTEL

Il progresso, le moderne tecnologie e la necessità di dialogare con il mondo intero impongono degli standard di comfort e attrezzature particolari, specie per le strutture ricettive destinate agli uomini d'affari che le trasformano in veri e propri centri business. Tutto ciò non può non influire sulla struttura architettonica, nella organizzazione degli spazi interni o nella scelta degli elementi di arredo, e non può far altresì dimenticare che gli hotel debbano essere anche centri di relax, offrendo servizi rivolti al benessere fisico e alla distensione dello spirito, secondo un costume orientale. La nuova tendenza dei Design Hotel ha quindi interessato anche il settore business dell'ospitalità; d'altronde i Design Hotel si rivolgono alla fascia medio-alta dei viaggiatori, il cui desiderio di cambiamento e di spazi innovativi reinterpretati, attecchisce tanto nel turista che viaggia per piacere, quanto in quello che si muove per affari. La sperimentazione, avviata inizialmente dalle strutture indipendenti, coinvolge lentamente anche quelle grandi catene alberghiere, caratterizzate dalla standardizzazione degli spazi, dei colori e degli arredi, questi ultimi essenzialmente per motivazioni economiche, stravolgendo il teorema che individua nella ripetizione impersonale di uno schema

tipologico-formale la piena soddisfazione dell'utente finale. Sulla base di questa nuova tendenza, la SAS Radisson incarica Matteo Thun di ripensare i nuovi Business Hotel del gruppo, differenziandone il concept in relazione all'eterogeneità delle esigenze e dei bisogni della clientela postmoderna: l'hotel realizzato a Francoforte-Bockenheim, si innova con la proposizione di quattro diverse tipologie di camere dalle atmosfere differenti: la "Fresh", decisamente glamour e anticonvenzionale; la "Fashion", alquanto accogliente e colorata; la "Chic", essenzialmente senza tempo; infine la "At Home", dall'aspetto moderno e creativo. La nuova catena di alberghi "CitizenM" propone invece un ulteriore concetto di ospitalità, dedicato ai viaggiatori più esigenti, a quei viaggiatori nomadi chiamati "Mobile Citizen", estimatori del lusso ma anche attenti al design contemporaneo e alla tecnologia. Ispirato alla filosofia giapponese, lo YoHotel, struttura di fascia alta per gli aeroporti, propone ambienti di piccole dimensioni ma molto accessoriati, dove chi vuole riposarsi, anche per poche ore tra uno scalo e l'altro, può farlo godendo di tutti i comfort in un ambiente esclusivo, il cui arredamento si ispira agli alloggi di yacht e jet privati di lusso.



La stessa catena ha annunciato che nel 2008 lancerà i nuovi hotel-container; all'interno sempre lusso a cinque stelle ma in un guscio spartano, quello di un container marittimo. Il sistema costruttivo impiegato, denominato "Industrial Flexible Demountable", è un sistema modulare, che consente un rapido premontaggio degli ambienti e quindi permette di abbattere i costi d'impresa, dovuti all'alta qualità dei materiali, degli arredi e delle tecnologie impiegate. Certo, esteriormente i nuovi hotel non si

distingueranno per la raffinatezza architettonica, che risulterà sacrificata dalle esigenze funzionali date dalla sovrapposizione dei moduli; ma al loro interno sarà rispettato lo standard offerto dal marchio, con la possibilità, da parte del cliente, di portare con sé l'atmosfera della stanza in altri alberghi della catena, grazie alla key-card che conserva le impostazioni di personalizzazione delle tecnologie presenti, pronte a essere riattivate automaticamente al momento del soggiorno successivo.



All'interno della variegata offerta ricettiva, occorre pure citare l'Hotel Puerta America di Madrid, realizzato nel 2005, quale occasione di sperimentazione e al contempo di innovazione, luogo d'incontro tra culture e forme diverse di intendere l'hotel, l'architettura e il design. Esso è un'opera capace di introdurre l'ospite d'affari in spazi diversi da quelli comunemente fruibili negli alberghi, un progetto unico nel suo genere che riunisce diciannove tra i migliori architetti e designer del mondo, di tredici nazionalità diverse, al fine di realizzare uno spazio eclettico con un ampio ventaglio di servizi. Qui, ognuno degli architetti coinvolti, sotto il coordinamento di Jean Nouvel, esprime la propria cultura e la personale visione del mondo, anche attraverso altre forme d'arte quali la fotografia e la letteratura. Il motivo conduttore è l'impianto planimetrico e la stessa distribuzione ai vari livelli, con una lobby centrale in prossimità dell'ascensore



e un corridoio dal quale si diramano le camere a destra e a sinistra. Così Jean Nouvel integra la fotografia con l'architettura, foderando le pareti e i soffitti con immagini di donne e fiori; Javier Mariscal e Fernando Salas utilizzano molti colori, specialmente nel pavimento delle camere e nelle pareti, con i quali riescono a trasmettere allegria e inventiva; Arata Isozaki offre all'ospite un'ambientazione dalla chiara influenza giapponese; Richard Gluckman sviluppa il tema della scatola nella scatola, con materiali come il metacrilato; Kathryn Findlay realizza ambienti che conciliano la meditazione; Ron Arad organizza lo spazio con percorsi interni che svelino lentamente i vari angoli della camera; Victorio & Lucchino impiegano diversi tipi di stoffe per decorare le pareti delle camere con motivi diversi; Plasma Studio propone un progetto di stampa molto geometrico; David Chipperfield regolarizza gli spazi abbinandovi rivestimenti fatti a mano, pannelli tappezzati e



marmo bianco; Norman Foster caratterizza gli oggetti con il cuoio, suscitando nuove sensazioni acustiche e tattili; Zaha Hadid propone uno spazio che si distingue per la sua fluidità e per il gioco delle sue linee audaci, attraverso l'impiego di materiali innovatori; John Pawson, nella hall e nei saloni, plasma sapientemente architettura e arredi con l'uso del legno; Christan Liaigre combina nel ristorante diversi aspetti della cultura spagnola; Marc Newson propone ambienti molto moderni, rilassanti e sofisticati, nei quali gioca con l'uso di pochi materiali; infine Teresa Sapey qualifica con l'architettura e con il design il garage, attraverso i colori e una serie di rappresentazioni grafiche che, pur risvegliando la componente emozionale dell'ospite, rispondono adeguatamente alle esigenze funzionali del caso.



... continua

HOTEL ENTERTAINMENT

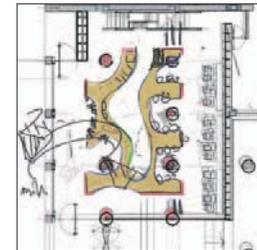
Tutt'oggi, nell'ambito delle catene alberghiere, permangono due tendenze sulla caratterizzazione delle strutture stesse: la prima, legata alla cultura degli anni Settanta, ancora tesa a conservare un'uniformazione di ambienti e di arredi; la seconda che, all'interno dell'identità del proprio brand, dà sempre più spazio alla sperimentazione spaziale e formale ad opera di designer e di artisti d'avanguardia, sia negli spazi comuni che nelle camere, puntando soprattutto sulla costruzione di un linguaggio che, in ogni oggetto e in ogni ambiente, esprima valori estetico-simbolico-funzionali ben precisi. Ogni struttura alberghiera si presenta quindi come polo di attrazione dall'atmosfera particolare, capace di fornire un'esperienza "globale", per la quale assumono un ruolo determinante i colori, i suoni, le illuminazioni, ma anche la scenografia dei servizi offerti e degli spazi comuni. Questi ultimi, in particolare, la lobby, il lounge, il bar e il ristorante si aprono al pubblico esterno, assumendo una centralità urbana per quelle attività culturali, dello svago o

dell'intrattenimento, quali ad esempio l'allestimento di mostre, la presentazione di prodotti o servizi, finanche l'aperitivo o la cena, conferendo una spiccata connotazione sociale alle strutture ricettive definite Hotel Entertainment. I Music Bar e i ristoranti hanno contribuito a valorizzare l'identità globale degli alberghi, puntando su suggestioni visive ed uditive attraverso l'arredo di design e l'utilizzo di sonorità originali. È il caso dell'Hi Hotel a Nizza, progettato nel 2003 da Matali Crasset, con il suo stravagante "Happy Bar", dai colori decisi per una atmosfera suggestiva, dello Straf Hotel, il cui discobar con ingresso indipendente diffonde la musica su strada, e infine del "no.Mi Club & Bar", all'interno del DuoMo Hotel, pensato come filtro tra l'ambiente interno dell'hotel e quello esterno della città: la continuità tra il pubblico e il privato viene realizzata grazie alla continuità del rivestimento in bronzo, ma anche attraverso l'impiego di vetrate mobili che smaterializzano il perimetro del locale, mescolando le presenze interne a quelle della



strada. Il tema della socialità coinvolge pure gli arredi e soprattutto il bancone bar che, con la sua forma sinuosa (ricca di isole e di insenature) avvolge il cliente e ne incentiva l'interazione con il personale (non per niente la denominazione "no.Mi" deriva dall'inglese "know me", conoscimi). Gli eventi e i party si rivolgono essenzialmente al target specifico dei giovani con un interesse per il design.

Progettato da Ron Arad e inaugurato nel 2006, il DuoMo Hotel esprime un nuovo concetto di ospitalità, dove il comfort primeggia sul lusso grazie all'utilizzo di materiali alternativi, acciaio e metallo, colori vivi e forme insolite; questo hotel è un luogo dinamico, in cui al contempo si attenzionano le esigenze di relax degli utenti, un luogo sospeso tra realtà e fantasia, ma strettamente legato allo stile di vita di Rimini sempre in continuo mutamento.



Ristrutturato per intero, l'edificio muta la propria facciata preesistente in favore di una nuova "pelle" che caratterizza la continuità fra la città e l'interno. La "porta-flipper" d'ingresso, che già emblematicamente rappresenta il primo assaggio di stile, fuga la propria prospettiva sulla reception, dove un grande anello cromato, poggiato da un lato a terra e dall'altro in testa a una colonna, introduce al tema onirico. L'hotel si sviluppa su tre piani, il primo dei quali è identificabile per il colore dominante viola, il

secondo per il rosso, mentre il terzo per il verde acido. Le camere dispongono di una wet-room, le cui pareti sono realizzate in Corian, che mantiene uno stretto rapporto visivo con la stanza grazie al grande oblò vetrato.

La scritta posta fuori le stanze - io sto sognando, per favore lasciatemi così - esprime chiaramente il concetto di questo hotel che vuole essere futuristico, tanto nella percezione delle atmosfere, quanto nella funzionalità degli spazi e degli arredi.



Le definizioni, in vero elaborate per delineare e identificare, all'interno del fenomeno dei Concept Hotel, tipi o tipizzazioni delle varie offerte ricettive, per poi univocamente ricondurle a classificazioni come Design Hotel, Art Hotel, Business Hotel, Hotel Entertainment o Boutique Hotel, risultano essere oggi alquanto inappropriate, perché la frammentazione e la varietà delle formule, progettuali e di allestimento, offrono un panorama molto più complesso; è il caso ad esempio dei Sixty Hotel che, sebbene costruiti intorno al mondo dell'arte, del design, della moda e della tecnologia, rientrano essenzialmente nella categoria delle strutture rivolte all'intrattenimento giovanile.

Su progetto architettonico dello Studio 63, vengono coinvolti trenta artisti, italiani e stranieri, per arredare sia le camere che gli spazi comuni, con una serie di oggetti e raffigurazioni artistiche tali da generare nei visitatori stimolazioni sensoriali che si traducono in esperienze emozionali, secondo la logica della comunicazione promossa dall'experience marketing. Ma se il fine dell'operazione imprenditoriale è promuovere l'immagine del brand "Sixty", integrando

moda, design e arte, gli strumenti sono le nuove ambientazioni, nelle quali si può non solo dormire, fare la doccia o colazione, ma conoscersi e interagire grazie alla web-cam presente nelle camere, che mette in comunicazione gli ospiti, ridefinendo il concetto tradizionale della privacy negli hotel. Il fenomeno sociale delle community, quale mezzo per relazionarsi e incontrare nuove persone, è la base dello sviluppo di un nuovo modo di pensare questi hotel. Il Sixty è quindi in primo luogo un Hotel Community, cioè una struttura composta da spazi virtuali, le camere, e fisici, gli spazi comuni, all'interno dei quali poter interagire con altre persone, generando un nuovo modo di vivere l'hotel in maniera attiva. Si tratta, inoltre, anche di una catena di art hotel dedicata agli under trenta, per cui tutto è pensato per soddisfare le esigenze dei giovani, soprattutto frequentatori di locali di intrattenimento notturno. Il Sixty Hotel di Riccione, nei pressi del lungomare, rappresenta il prototipo della nuova catena del gruppo; la scelta della location è strettamente legata alla sua fama, rinomata come luogo di divertimento notturno e non solo.



... continua



SUITE D'AUTORE
art design gallery hôtel

Il concept suite d'autore

(art design gallery hotel)

Suite d'Autore - art design gallery hotel - è un'opera di architettura contemporanea, ma non solo: è un hotel, una galleria d'arte, un laboratorio per la sperimentazione e la promozione di giovani artisti, un museo del design e altro ancora. In primo luogo è però il prodotto di un processo edilizio ovvero il risultato di quell'insieme di attività svolte nel settore delle costruzioni che individua i criteri, struttura i programmi e definisce le procedure fondamentali per la realizzazione di un particolare intervento, attraverso l'analisi sia della domanda, da parte di una

specificata utenza in un particolare contesto sociale, economico e culturale, sia dell'offerta, costituita dalle variabili tecnologiche, economiche e di mercato che sono relative alla produzione.

All'interno della cultura tecnologica contemporanea, il termine processo si riferisce a una successione di eventi unitari omogenei, o una sequenza logica di operazioni o di fasi finalizzate tra cui l'ideazione, la programmazione, la progettazione, la realizzazione e infine la gestione. Tra queste ovviamente, nell'economia del nostro discorso sui Concept hotel, l'ideazione assume un ruolo decisivo, in quanto determina il

carattere innovativo, critico e didattico di Suite d'Autore.

Inizialmente Suite d'Autore era soltanto un'idea, seppur attraente, che prendeva corpo da una serie di analisi, legate allo stato dell'arte dell'offerta alberghiera internazionale, alla tipologia del fabbricato che doveva accoglierla, alla location di Piazza Armerina e infine alle esigenze del consumatore contemporaneo. In primo luogo quindi si è presa in esame l'offerta dei concept hotel, già ampiamente descritta in precedenza: essi coprono oggi una buona fetta del mercato dell'ospitalità, con un trend di crescita più che positivo, in risposta alla sempre maggiore

richiesta di hotel dall'impronta personale che, se in passato si esprimeva attraverso materiali costosi e grande formalità, oggi è sinonimo di comfort e carattere - in alcuni casi eccentricità - all'interno di ambienti altamente tecnologici, ritmati da atmosfere al confine tra la realtà e la fantasia, senza spazio né tempo. Ma una nuova struttura per l'accoglienza deve necessariamente inserirsi nel mercato, esprimere forti elementi di caratterizzazione e fornire un prodotto

che non sia necessariamente concorrenziale, quanto piuttosto alternativo, perché possa essere competitivo. Lo dimostrano i numerosi siti web dedicati al tema, i saloni dell'accoglienza di Rimini e di Roma, le numerose pagine dedicate sulle riviste di architettura e di design, oltre che l'attenzione rivolta dai vari quotidiani verso le inaugurazioni di nuove strutture dal carattere particolare.

Se per il concept di Suite d'Autore il primo elemento di analisi è stato fornito dallo studio di un'ampia casistica di progetti alberghieri, realizzati in varie parti del mondo, il secondo elemento doveva necessariamente essere la location, Piazza Armerina. La cittadina medioevale, sita nel cuore della Sicilia, è rinomata per la presenza della Villa Romana del Casale, patrimonio mondiale dell'umanità che, con le sue settecentomila presenze annue, risulta uno dei luoghi più visitati dell'Isola. Il sito archeologico UNESCO non è però l'unico bene culturale in cui ci si può imbattere percorrendo il territorio del comune: oltre al Castello Aragonese (fine sec. XIV), svariati palazzi nobiliari e numerose chiese dallo stile rinascimentale e barocco arricchiscono la Città, tutti comunque dominati dalla scenografica Cattedrale (sec. XVII), dal Palazzo Trigona (sec. XVIII) e dalla loro piazza antistante.

Piazza Armerina, Villa Romana del Casale (sec. III-IV d. C.). Veduta aerea dell'impianto architettonico, il peristilio e il mosaico con le donne in bikini.



Il fabbricato esistente, in cui insediare la nuova struttura ricettiva, è stato individuato, d'intesa tra lo studio di progettazione e la proprietà, proprio in piazza Duomo, all'interno di un isolato che delimita la stessa piazza, frontalmente all'imponente edificio religioso. Esempio di edilizia popolare risalente alla fine del sec. XVIII, il corpo di fabbrica si sviluppa su quattro livelli e distribuisce con un'unica scala ai vari appartamenti, dislocati nei diversi piani, ristrutturati nel secondo dopoguerra. Già al primo sopralluogo, lo stato di conservazione lasciava presagire la necessità di pesanti consolidamenti strutturali, ma la presenza di una grande volta affrescata (presumibilmente della fine del sec. XIX), insieme alle ineguagliabili vedute sulla città (a nord) e sul paesaggio (a sud), risultavano condizionanti per la sua scelta.



Piazza Armerina, Il Duomo (sec. XVII). Con la sua mole, l'edificio religioso domina il contesto urbano.

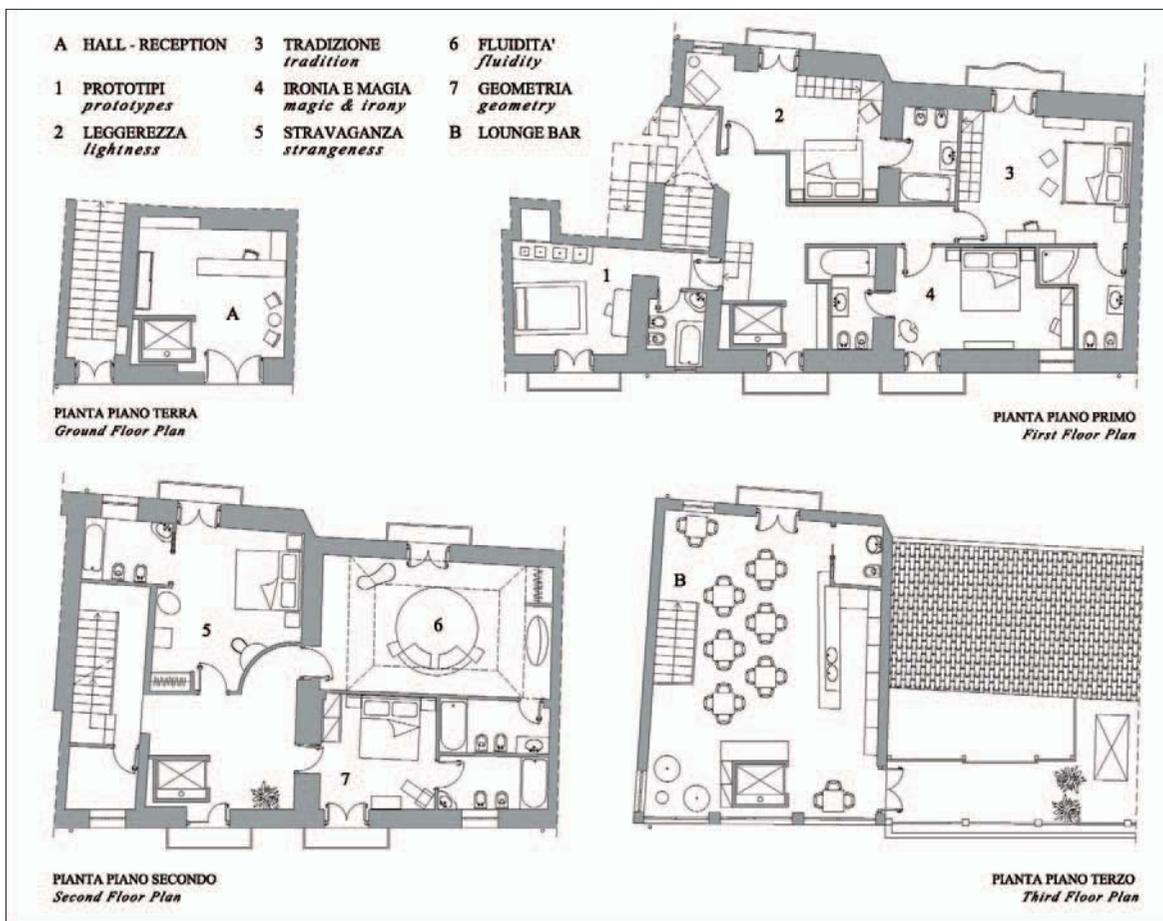


Piazza Armerina, il Castello Aragonese (fine sec. XIV). Una delle torri sul fronte meridionale.

Piazza Armerina, Palazzo Trigona (sec. XVIII).

Infine, per determinare il tipo di accoglienza da sottoporre alla committenza, si è riflettuto sul soggetto-consumatore, l'utente del terzo millennio, la cui propensione al consumo è fortemente caratterizzata dal sempre maggiore grado d'istruzione e quindi dalla sua maggiore consapevolezza e selettività. Il "signor Rossi" non si lascia più conquistare dalla sola apparenza, da una semplice immagine, seppur potenzialmente virtuosa, se essa non è veicolo di un altrettanto consistente contenuto. La consapevolezza del proprio livello d'istruzione porta poi il consumatore ad attribuire un crescente valore all'apprendimento, che

diviene uno dei principali motivi di attrazione per alcune categorie di beni e servizi consumabili, di cui desidera conoscere la cultura che permea il brand e la sua storia, il rapporto tra i prodotti e i servizi, oltre che l'azienda che lo produce. In particolare, la curiosità e la propensione culturale all'apprendimento da parte del consumatore trasformano il viaggio, e quindi anche il soggiorno in albergo, in uno strumento insostituibile di arricchimento, attribuendo alla nuova esperienza un valore formativo piuttosto che semplicemente ricreativo. Così, all'iniziale richiesta della committenza di realizzare



un bed & breakfast strettamente legato alla città d'arte di Piazza Armerina, si sostituiva la proposta dello studio di progettazione che era essenzialmente animata dal desiderio di sperimentare un nuovo concetto di hotel, un luogo che, accanto alle funzioni connesse all'ospitalità alberghiera, fosse l'occasione per l'incontro di culture, per la sperimentazione artistica e per l'apprendimento. L'idea di base era quella dell'opera d'arte totale, del Gesamtkunstwerk di stampo ottocentesco, dove ogni singola parte di un edificio era progettata in rapporto armonico col tutto, per simulare quelle suggestioni straordinarie che derivarono dall'incontro illuminato tra Josef Hoffmann e Monsieur Stoclet. Quest'ultimo, agli inizi del Novecento, si recò dall'artista-architetto della Secessione viennese, per richiedere la progettazione integrale della propria abitazione. Palazzo Stoclet fu prodotto nei laboratori viennesi da una schiera di artigiani e di artisti capitanati dal grande architetto austriaco: quello che ne risultò fu un'opera d'arte totale, con pitture di Klimt, opere di Olbrich e arredi dello stesso Hoffmann. Monsieur Stoclet aveva dato carte blanche: «lei pensi al progetto, al resto ci penso io». Facendo propria l'istanza della suddetta committenza "illuminata", e quindi l'opera prodotta da Hoffmann (e dagli altri artisti), rifiutando inoltre ogni soluzione progettuale che rimandasse alla produzione industriale di massa e alla standardizzazione degli arredi, per la nuova struttura di Piazza Armerina si decideva di valorizzare l'ingegno e la creatività dell'essere umano, in tutte le sue manifestazioni artistiche: architettura e design, pittura e scultura, grafica e fotografia.

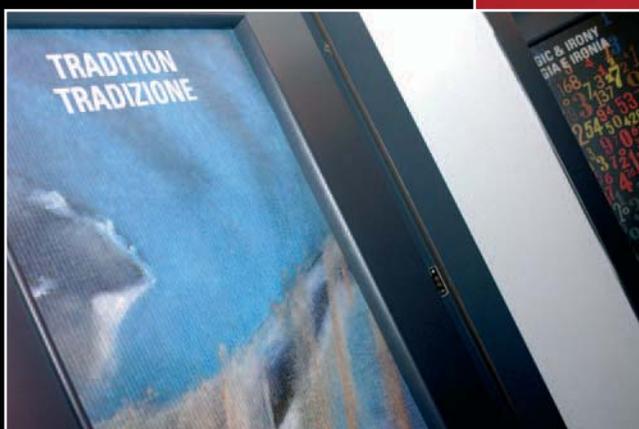
Ciò definiva quindi l'identità del nuovo albergo, sviluppando le basi per l'individuazione del nome. Il processo di definizione dell'identità di un'impresa alberghiera è, in generale, un'operazione strategica fondamentale, perché individua quei principi di unicità e di permanenza, che rimarranno tali nel tempo e che devono determinare ogni comportamento e decisione dell'impresa stessa. L'identità, in quanto sistema costruito su più fattori, è definita anche attraverso gli ambienti delle strutture alberghiere, e quindi l'architettura e l'arredamento che, nello sviluppo dei concept hotel, svolgono un ruolo assolutamente determinante. L'identità della nuova struttura in Piazza Armerina è

strettamente legata alla storia come espressione del fare umano; pertanto il nome Suite d'Autore esprime da un lato l'ingegno e la creatività propri degli artisti in quanto autori di arte-fatti, dall'altro il particolare contenuto (più che la conformazione e la dimensione) degli spazi. In generale quindi il nome già rende "visibili" gli spazi, l'unicità degli interni dell'hotel, consentendo al target di identificarsi con l'identità della struttura e di percepire così l'esperienza che gli ospiti potrebbero vivere al suo interno.

Contrariamente a quanto spesso accade in altri hotel, Suite d'Autore non crea aspettative che poi saranno disattese: l'immagine attesa, ossia il modo in cui la committenza spera che sia interpretato il nome attraverso cui comunica la propria identità, coincide con l'immagine percepita, ossia con l'interpretazione che di essa è fatta dagli ospiti della struttura. Ebbene, già nella fase di prenotazione sul web, il potenziale utente percepisce, ancor prima di diventare ospite della struttura, che Suite d'Autore propone un prodotto nuovo rispetto alla già variegata offerta alberghiera, che è unico nel suo genere e che, pur legato strettamente alla cultura locale, diviene l'occasione per una nuova sperimentazione sia concettuale che materica.

I Design Hotel in molti casi hanno l'imperativo di suggestionare l'ospite, stupendolo con l'impiego di colori brillanti o stravaganti, con un'illuminazione di tipo "emozionale", con gli ultimi ritrovati della tecnologia moderna e ovviamente con arredi dal design contemporaneo, principale attrattiva per il consumatore comune, inseriti secondo semplici criteri di gusto o di economicità. Ma tali hotel risultano quasi sempre dei semplici contenitori, delle scatole ben confezionate all'interno di contesti urbani o balneari, dove il rapporto con la storia, con la produzione culturale e artistica, locale e dell'umanità, è posta in secondo piano se non spesso trascurata. Suite d'Autore si riappropria della storia non soltanto come generatrice di luoghi e di oggetti, ma soprattutto come espressione di eventi culturali e del pensiero umano; in tal senso la scelta di una location dalle forti valenze storico-culturali, architettoniche e urbanistiche, quale la piazza Duomo, risulta la migliore scelta per una scenografia che sia coerente con l'ambizioso progetto.

TRADIZIONE - tradition



Un hotel a tema quindi, dove caratterizzante è la storia del luogo, con le sue architetture, i suoi spazi antropizzati e i suoi paesaggi, ma soprattutto dove il trait d'union è la storia del design, raccontata attraverso ambientazioni, oggetti, colori e apparati figurativi che, per quanto icone nell'immaginario collettivo di molti, non sempre risultano fruibili da tutti. La fruizione assume quindi una valenza didattica poiché, più che sulla tradizionale offerta di un prodotto basato sul concetto dell'avere per apparire, Suite d'Autore si rifà prevalentemente alle dinamiche dell'essere, come proposizione di un lusso interiore, strettamente connesso alla distensione fisica e mentale, per esperire, come dimensione del lusso più elaborata e partecipativa, ovvero il lusso di aver fatto delle esperienze che contribuiscono a costruire una parte

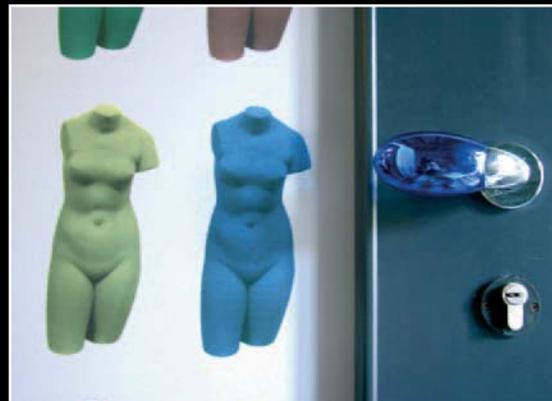


speciale dell'individuo, accrescendolo differentemente da chiunque altro e costruendo una parte importante del suo stile personale. Ecco che l'ospite vive in una sola notte una serie di esperienze che coinvolgono la percezione sensoriale (sense experience); le emozioni e i sentimenti (feel experience); la fisicità, mostrando stili di vita diversi per un cambiamento fisico mentale (act experience); gli aspetti cognitivi e creativi che accrescono culturalmente (think experience); infine la relazione con un gruppo o con una cultura diversa (relate experience)¹.

Il modello comportamentale che identifica l'attuale viaggiatore con Alice nel paese delle meraviglie, rifiuta il concetto dell'ospitalità standardizzata per immagine e servizi (ricorrente fino alla metà degli anni Ottanta), in luogo di un'idea più fantasticamente vicina all'avventura simulata di evasione, dove il lusso non è certamente riferito ai modelli classici. La comprensione dell'esperienza maturata avviene attraverso il filtro dei miti prodotti dai media e dall'industria dell'intrattenimento, che esercitano sull'ospite un fascino quasi ossessivo: la sua immaginazione è confinata entro cliché mediatici, poiché nella realtà l'ospite ricerca esperienze che corrispondano alle illusioni create dal cinema, dalla televisione e dalla pubblicità. Tanto ispirata al "sogno hollywoodiano" quanto affidata alla creatività dell'equipe di progettazione, Suite d'Autore si fa interprete delle parole di Conrad Hilton, fondatore dell'industria alberghiera moderna: «in un albergo gli ospiti dovrebbero trovare ciò che sognano quando sono a casa»².

Il successo riscontrato dal concept di Suite d'Autore nella clientela, che già da un anno è stata ospite dell'albergo, può essere facilmente compreso se molte strutture ricettive determinano un'atmosfera simile a quella descritta dallo scrittore viennese Joseph Roth in occasione di un suo pernottamento in un hotel a Las Vegas: «In questa camera non vi è il minimo oggetto su cui lo sguardo indugia con nostalgia. Quando non guarderò più fuori da questa finestra, altri lo faranno. Questa camera non crea illusioni - per sé, per te, per me. Quando me ne andrò e la guarderò per l'ultima volta, non sarà già più la mia camera. La giornata è lunga poiché non vi è malinconia che la riempia».

LEGGEREZZA - lightness



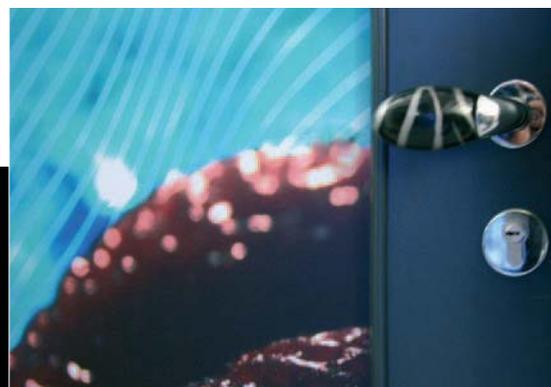


GEOMETRIA - geometry





STRAVAGANZA - strangeness







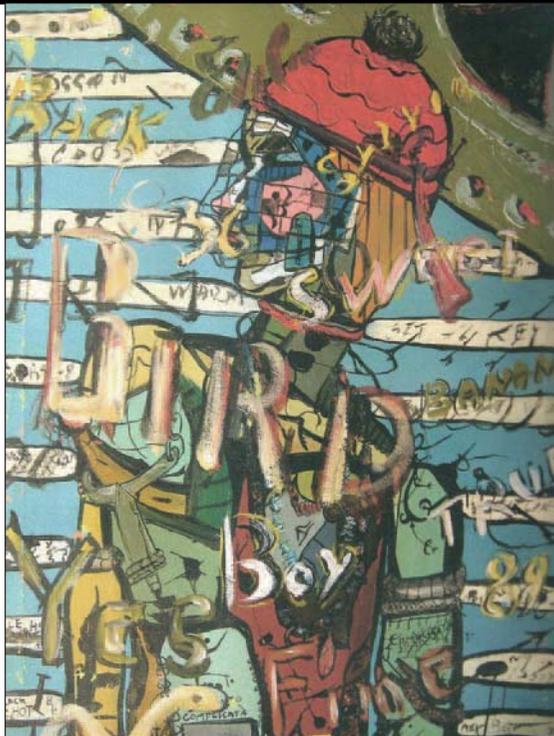
Andrea Chisesi completa il suo Amore e Vortice all'interno di Suite d'Autore.

Suite d'Autore non è più solo un posto in cui semplicemente stare, un luogo dove dormire, come dichiarato dalla serie di specchi con lo slogan "nessun dorma"; l'ospite è al contempo un attore sul suo palcoscenico e uno spettatore in platea, recatosi nella struttura per essere stimolato su tutti i livelli esperienziali, pronto a conservare un ricordo più nitido, ricco e carico di significati, una volta ritornato a casa. In linea con quanto dichiarato dall'architetto svizzero Jacques Herzog, secondo cui la principale preoccupazione degli architetti dovrebbe essere quella di creare un edificio che stimoli una risposta emotiva piuttosto che rappresentare questa o quella idea, l'intera vacanza nella Città di Piazza Armerina, e in Suite d'Autore come sua componente, saranno percepiti come fattori positivi, avendogli suscitato nuove sensazioni e ampliato il proprio bagaglio culturale in un clima di familiarità rassicurante, senza aver rinunciato a esperienze che lo hanno fatto sentire un viaggiatore reale, piuttosto che un semplice turista. Suite d'Autore fa quindi propria la filosofia bauhausiana espressa dall'artista ungherese Laszlo Moholy-Nagy, nel

suo testo "Vision in Motion", già nel 1947: gli oggetti, gli artefatti comunicativi e l'hotel si leggono come esperienze dei sensi ricreate artificialmente, poiché l'intendimento dell'intera équipe era dare forma alle emozioni, «registrare i sentimenti mediante i propri mezzi creativi, conferire una struttura, cogliere l'essenza e guidare la vita dei propri contemporanei». Quindi, alla stessa stregua delle opere del movimento moderno, Suite d'Autore è pensata come un "pezzo unico", un luogo scenografico originale, spettacolare e carico di rimandi alla cultura popolare. E se l'imperativo condiviso di "stupire", fare e dare spettacolo, crea frequentemente quelle che l'architetto tedesco Axel Schultes definisce "presuntuose creazioni di individui egocentrici", Suite d'Autore si avvicina alla tanto ricercata democratizzazione bauhausiana delle arti, rifiutando la prassi diffusa che si traduce in una semplice volgarizzazione dello stile o nella stereotipa realizzazione di semplici contenitori di oggetti, privi di relazione con il contesto urbano, dove l'architettura e l'interior design sono relegati ad una dimensione prettamente virtuale.

Così, come se Suite d'Autore fosse un set cinematografico o un palcoscenico teatrale, gli ospiti divengono attori protagonisti, scegliendo prima la trama del film che più solletica le proprie fantasie e poi l'allestimento vero e proprio, all'interno dei vari repertori "stilistici" offerti. Sono stati pertanto individuati sette temi principali, uno per ciascuna delle camere in cui accogliere gli ospiti: cinque riflettono momenti importanti della storia del design (geometria nelle avanguardie costruttive, leggerezza nel movimento moderno, fluido-organico, stravaganza tra pop e postmodern, magia e ironia nel design italiano), uno è dedicato alla tradizione locale a cui fa da contro altare l'ultimo tema, espressione del futuro attraverso prototipi dei giovani designer. La storia del design è raccontata attraverso l'allestimento di camere, arredate secondo un tema stilistico-formale, e non temporale. In Suite d'Autore il progetto dello spazio si caratterizza per uno studio sempre vicino al dettaglio, a partire dai materiali e dall'illuminazione, mentre l'allestimento si allontana dal suo significato etimologico originario³.

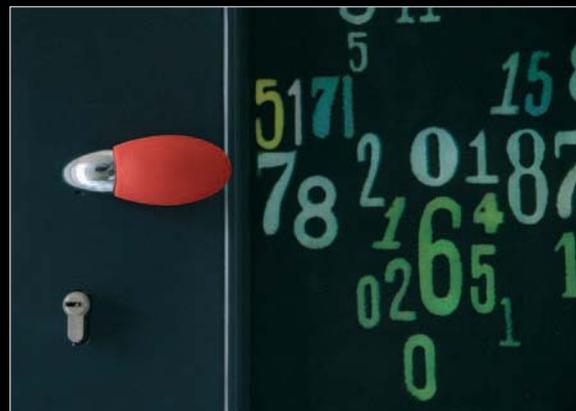
Edilio Riccini,
Bird, 1974.



Edilio Riccini,
Uova
strapazzate,
2004.

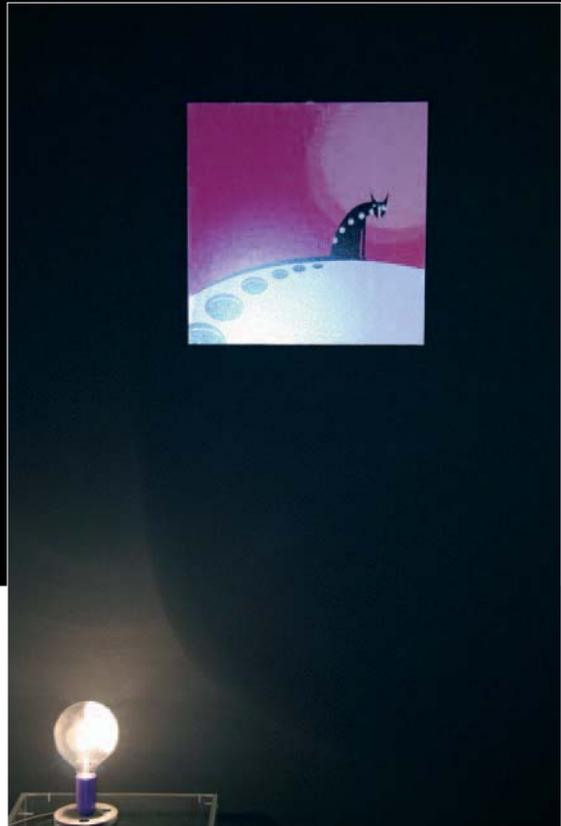


IRONIA E MAGIA - magic &



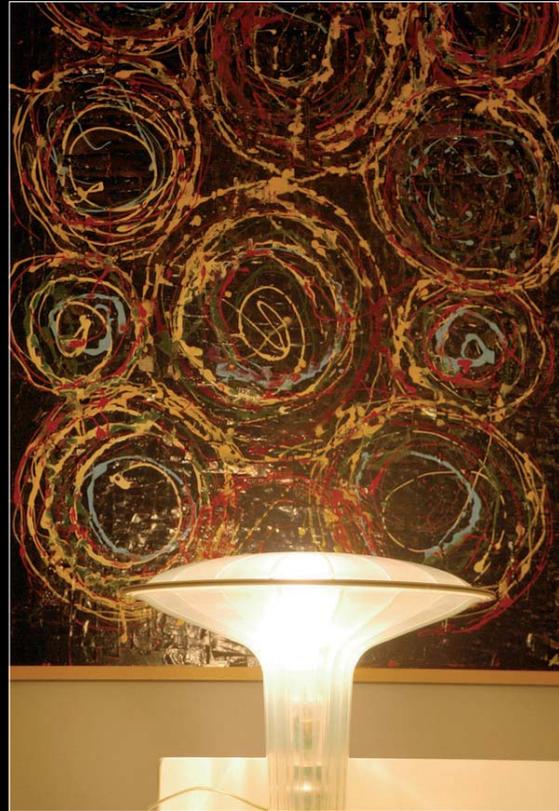
irony





FLUIDITÀ - fluidity





PROTOTIPI - prototypes





Il progetto per l'allestimento di Suite d'Autore esula dal carattere dell'effimero originario; d'altra parte, l'associazione del termine allestimento al concetto di esposizione, nella civiltà moderna e industriale, ha dato luogo a una nuova forma di rappresentazione visiva, generalmente definibile come il fenomeno che è in grado di rendere percepibile, visibile, evidente, l'oggetto da mostrare. Si ricreano ambientazioni sufficientemente scenografiche, seppur improbabili, incorrendo nel rischio che assumano un ruolo prevalente sugli oggetti esposti. I colori che caratterizzano le varie camere, sia alle pareti che a pavimento, vengono scelti perché richiamano ed esprimono la cultura del tema esposto. Le tonalità delle cromie impiegate, quasi sempre tenui, ricoprono l'interno del contenitore che mantiene in gran parte l'organizzazione funzionale e distributiva dell'impianto originario, valorizzando le superfici voltate e lignee, e reimpiegando i tradizionali pavimenti in cotto.

Piazza Armerina, il
Duomo (sec. XVII).
Il fronte sud-est sulla
piazza.



Suite d'Autore.
Il prospetto
su piazza Duomo.

E se il trattamento multicolore di questi ultimi è una spiritosa e stravagante citazione delle opere dei maestri del De Stijl, tutto l'allestimento di questo museo del design trova la propria unicità nell'integrazione tra la scenografia creata e la giustapposizione degli arredi, con una ricerca progettuale contemporanea in continuo dialogo fra la tradizione storica e architettonica del costruire sul costruito.

Suite d'Autore diviene così uno strumento di trasformazione e conoscenza di storia, spazi, oggetti e materia, capace di diffondere e ridefinire anche un nuovo equilibrio tra il progetto degli interni e la sua funzione museale, tra i fruitori e le opere.

L'art design gallery hotel di Piazza Armerina quindi si propone come museo del design, ma non trascura l'idea di arricchirsi della produzione intellettuale di giovani artisti e designer siciliani, esponendo come in una galleria la loro produzione.

Le camere, in quanto spazio in cui mostrare, costituiscono dunque un luogo privilegiato del progetto, un organismo in evoluzione, che arricchisce continuamente il proprio patrimonio con nuove acquisizioni, nonché varia la

collocazione delle opere e la stessa configurazione degli spazi espositivi. Suite d'Autore è quindi un progetto carico di contaminazioni culturali, che prende corpo nel rapporto con l'antico e con la storia, ricco di metafore, in cui l'ironia talvolta investe la storia stessa, considerata come materiale e spunto per la progettazione.

La sua architettura contemporanea si relaziona e s'insedia in un contenitore modesto per la dimensione ma storicizzato, secondo una progressione armonica che raggiunge il proprio apice al piano del lounge bar, dove le ampie vetrate favoriscono il dialogo con il contesto urbano, dalle forti valenze storico-architettonico-culturali, e con il paesaggio collinare.

La veste diurna di Suite d'Autore è discreta, suggestionata dalla mole del monumento religioso antistante; essa cambia d'abito dopo il tramonto, rivendicando la propria presenza con la varietà dei colori caratterizzanti le camere e i loro temi, chiaramente percepibili anche dall'esterno. Questa contaminazione favorisce il gioco dei riconoscimenti: l'architettura in questo modo, mescolandosi con l'antico, riconosce la legittimità della propria tradizione.

Suite d'Autore.
Il prospetto su
piazza Duomo,
di notte.



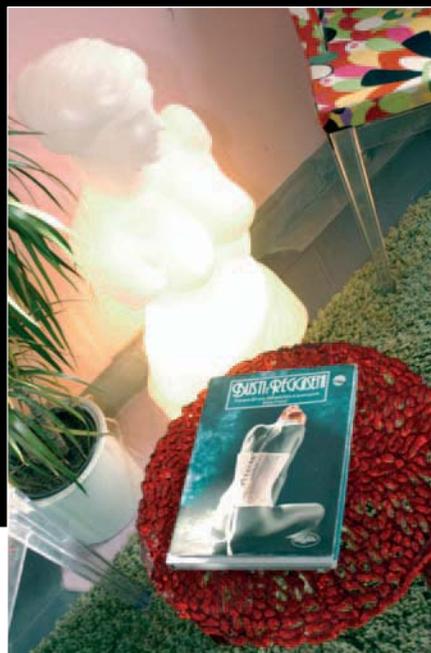
Nella fase progettuale, definiti i temi e gli arredi principali delle varie camere, è stato bandito un concorso di idee aperto ai professionisti e ai giovani che, seppur nell'inesperienza, riportano spesso la ricerca sui corretti binari della sperimentazione e dell'innovazione. Il concorso era composto di tre sezioni significative: la prima relativa alla configurazione e agli arredi per la camera dei prototipi; la seconda relativa agli apparati figurativi (sculture, pitture, fotografie e grafica digitale) che rispondevano al tema dei singoli ambienti; la terza e ultima sulla progettazione di oggetti, dalla valenza tanto formale quanto funzionale, a supporto dell'arredo di base per le varie camere. Il concept di Suite d'Autore e le finalità del bando sono stati integralmente recepiti da una cinquantina di giovani artisti e designer, ognuno stimolato su un tema di questo ambizioso disegno. Scultori, pittori e fotografi hanno lavorato con il coordinamento dello studio di progettazione, producendo una serie di opere a tema da esporre all'interno dell'albergo-galleria, "artefatti" di notevole interesse progettuale come ad esempio le maniglie di Gianni Razzeto, ognuna diversa dall'altra in quanto espressione di un tema specifico, o le porte contrassegnate da un motivo figurativo, che introduce al tema della stanza su metalcristallo retroilluminato con led, in luogo di banali e asettici numeri. Suite d'Autore diviene quindi un incubatore di artisti e designer, un laboratorio di sperimentazione in cui confrontare modi differenti di leggere e di comunicare un tema specifico, ma anche e soprattutto una galleria

d'arte-fatti, una vetrina tanto per i professionisti affermati quanto per chi si affaccia timidamente al mondo dell'arte e della produzione industriale, grazie alla quale è possibile farsi conoscere e vendere le proprie opere. Oltre alle varie camere, dove i temi sono univocamente definiti e dichiarati sulle porte di accesso, gli spazi comuni del primo e del secondo piano accolgono una serie di oggetti che anticipano i contenuti delle stanze.

La hall e il lounge bar meritano un discorso a parte. La hall di Suite d'Autore accoglie gli ospiti in un ambiente dalle dimensioni volutamente ridotte, per ricreare quel clima di familiarità, offerto dalla gestione al cliente che potrebbe sembrare, a primo impatto, molto lontano dalla tipologia alberghiera proposta. È quasi sempre il proprietario ad accogliere il cliente, ad introdurlo nel suo hotel e soprattutto a illustrare il concept della struttura, l'organizzazione degli spazi e gli orari in sono cui visitabili le varie stanze. La parallela attività del proprietario, guida turistica presso gli scavi archeologici, ha ispirato il tema di questo ambiente, consentendo agli ospiti, essenzialmente turisti interessati alla visita degli antichi mosaici policromi, di ritrovare quella femminilità che, grazie alle donne in bikini, è divenuta l'icona dei mosaici della Villa Romana del Casale. Così si inseriscono armonicamente nello spazio la "mademoiselle" di Philippe Starck, le due opere di Beppe Madaudo, la "farfalla" e i "lottatori di sumo" che, con i loro corpi arrotondati richiamano le curve sinuose delle donne.



HALL



LOUNGE BAR

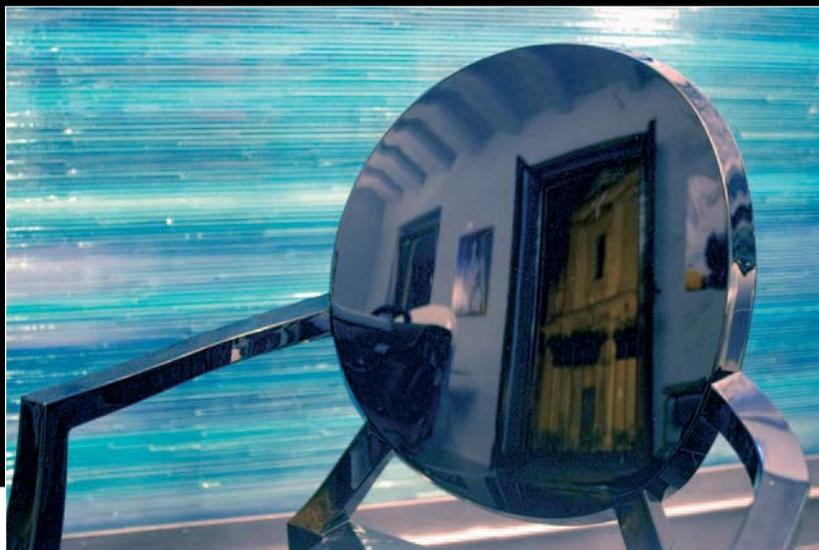


Il lounge bar all'ultimo piano, invece, fa della "mobilità" il tema ricorrente e ispiratore degli ambienti: chiaro riferimento alla mobilità del sec. XXI, il tema si riallaccia anche al viaggio che nel corso dei secoli è stato sempre strumento di apprendimento e di svago. Tra i vari arredi presenti il più rappresentativo, se non altro per la sua dimensione, è il banco bar di Cesare Sposito che sovrappone a una struttura tecnica di produzione industriale un telaio in acciaio con una nuova "pelle", realizzata con lastre di vetro disposte a taglio e a sbalzo, e un pannello retrostante con la stampa digitale di uno scatto in movimento. Da questo volume orizzontale sembra alzarsi in volo la farfalla, scultura realizzata per l'occasione da Beppe Madaudo, quasi a raggiungere gli uccelli





“illuminati” del lampadario a soffitto “Bird, Bird, Bird” di Ingo Maurer, la cui configurazione è periodicamente modificata, grazie alla flessibilità dei bracci illuminati. E se i tavoli “Aida Table” di Sapper richiamano il tema caro ai futuristi del “mondo in corsa”, attraverso le due ruote che permettono di spostarli a seconda delle esigenze d’uso del locale, le sedie “Louis Ghost” e “Victoria” di Philippe Starck, con la forma sinuosa e la lucidità del materiale, si prestano a riflettere, senza mai dare la stessa prospettiva, le immagini del contesto - interno ed esterno - come se fosse l’intorno a muoversi e non le sedie stesse, mentre la “Sella” di Achille e Pier Giacomo Castiglioni oscilla liberamente non appena sfiorata dagli ospiti dell’albergo. Il lounge bar, più che ogni altro ambiente, è il luogo in cui si sviluppano le dinamiche sociali e culturali dell’hotel, con

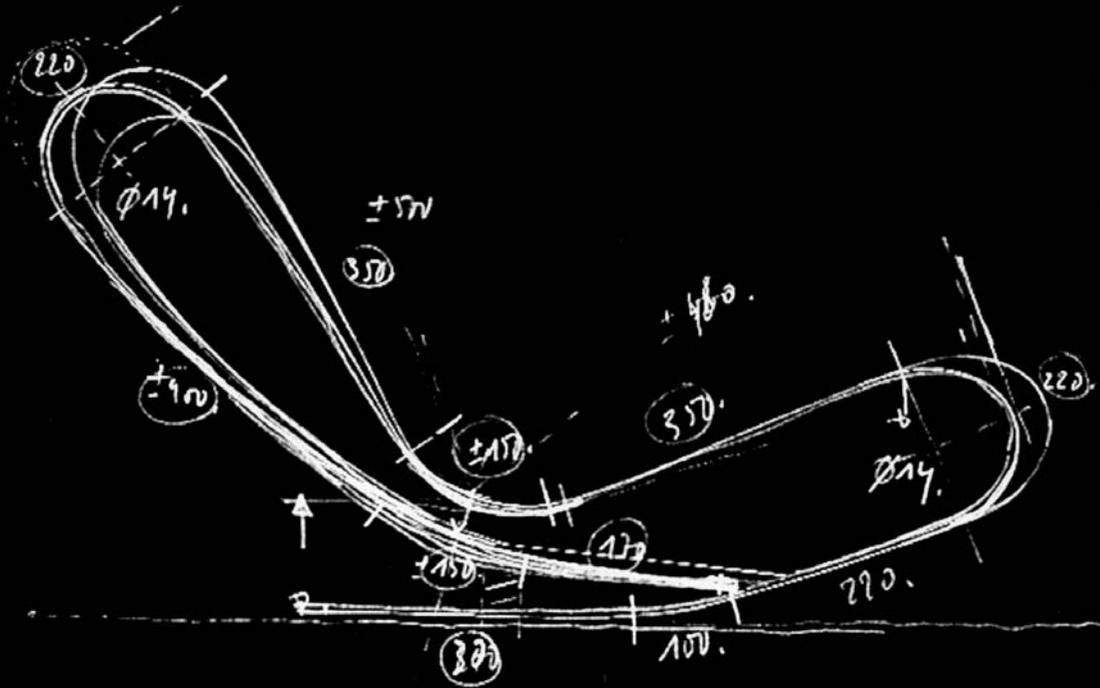




quella quinta scenografica che, degna delle migliori cartoline, è rappresentata dalla Piazza Duomo: all'ultimo piano gli ospiti provenienti da varie parti del mondo partecipano a eventi come la "cena al buio", durante la quale l'artista non vedente Felice Tagliaferro plasma, nell'assoluta penombra, le proprie sculture; ma è anche qui che si espongono le temporanee personali di artisti, come la mostra fotografica dell'italo-americano Tony Scontrino, sulle contaminazioni del paesaggio newyorkese, o la mostra internazionale del 2007 dal titolo "Beyond the Constructivism", realizzata con il patrocinio dell'Istituto Industriale "Ettore Majorana" di Piazza Armerina, nella quale, studenti del Dipartimento di "Arte e Design" dell'Università bielorusca di Minsk, hanno potuto mostrare e mostrarsi, comunicare la propria visione del tema e proporsi al mercato.



Sedia LC95A Lowe Chair
Aluminium (Maarten Van
Severen, 1995).



Tecnologia e design

Abbiamo già accennato alle molteplici valenze di Suite d'Autore, e, tra queste, a quella che vede l'Hotel come laboratorio in cui sperimentare non solo linguaggi e forme di espressione, ma anche metodi, tecniche e nuovi materiali. In quest'ottica il gruppo di progettazione incaricato dell'intervento, Atelier x 4, ha ritenuto che tra i progetti presentati e selezionati, all'interno delle varie sezioni del concorso di idee, quello proposto da un gruppo di giovani designer per la stanza dei prototipi, fosse il più rispondente alle finalità della gara. L'idea iniziale di Atelier x 4 era ispirata ai principi di basso costo, facilità di montaggio, numero minimo di componenti,

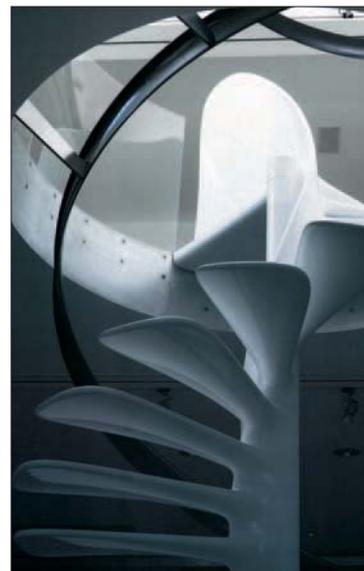
peso limitato e ingombri ridotti. In vero, le tecniche avanzate dai designer proponenti e i materiali non erano abbastanza chiari nella fase iniziale; ad esempio, l'ampia gamma di soluzioni offerte e la non facile reperibilità di artigiani, capaci di realizzare la proposta progettuale, inizialmente aveva scoraggiato le giovani leve. Prodotto artigianale o industriale? Fare realizzare i componenti da un artigiano o da una azienda del settore? Materiali tradizionali o innovativi? Alla fine, i prototipi realizzati in Suite d'Autore sono stati di due tipi, con funzioni pluriuso e di diversa dimensione: un tipo presenta forma cubica, impiegata come comodino, sgabello e contenitore; l'altro tipo è un

parallelepipedo che può essere usato come scrivania, armadio o libreria. Sulla base di un progetto 3D, i vari componenti sono stati realizzati in poliestere espanso resinato. Il taglio dei modelli è stato eseguito con macchinari a taglio termico tridimensionale e a controllo numerico. Dopo l'assemblaggio, i diversi elementi sono stati prima resinati e poi trattati con poliuretano a spruzzo, per conferire indurimento e resistenza. Le fasi di stuccatura e di tinteggiatura a forno hanno completato il processo di lavorazione, con il risultato di prodotti con ingombro ridotto, con un numero limitato di componenti, leggeri, di facile montaggio ed economici.

Elementi di arredo per la stanza dei prototipi, in Suite d'Autore (progetto di Andaloro M., Caruso L., Li Volsi B., Massaro G. e Vitrano M.; realizzazione New Style, 2007).

A questo punto è da chiedersi: quali sono state, e quali sono, le relazioni fra la materia da formare e i prodotti formati, fra la materia e la creatività, intesa come capacità produttiva della ragione o della fantasia di un autore, di un designer? Per procedere alla formazione o alla trasformazione della materia, ovvero per attivare quel processo tecnologico che produrrà generi di consumo o manufatti utili alla vita quotidiana, bisogna anzitutto valutare la materia da utilizzare che, a seconda delle sue caratteristiche, si presta alla realizzazione di un prodotto anziché di un altro; è necessario inoltre conoscere le norme e gli strumenti relativi a ogni processo di trasformazione; infine è indispensabile utilizzare quei mezzi che sono adeguati alla trasformazione della materia in prodotto. In altri termini e in primo luogo, si viene a creare uno stretto rapporto tra l'homo faber e la materia, che con la sua fisicità sollecita un lavoro interiore della ragione e della fantasia, capace a produrre una forma. Così con artificio, ciò che è naturale e informale, ovvero

la materia prima di essere "forma formata", attraverso moduli e processi, diviene un artefatto, un prodotto tecnologico in quanto frutto di scienza applicata. E non è casuale che, partendo da un pensiero, da uno slancio interiore o da uno stimolo percettivo, un autore preferisca una materia piuttosto che un'altra; la preferenza del materiale fa presagire l'opera compiuta'. Come ha osservato Alberto Sposito, «la materia, puro ostacolo, costituisce il materiale sul quale si esercita l'attività inventrice, che risolve le necessità dell'ostacolo in leggi dell'opera [...] La materia, quale complesso di leggi autonome da interpretare e ridurre a leggi artistiche, è uno degli stimoli per formare. Le possibilità offerte dal materiale, antico o nuovo non importa, si traducono in operazioni formative che non lasciano la materia alla sua bruta condizione di vaghezza o di naturalità, ma la trasformano, la rendono con artificialità sovrapponendo ad essa moduli formatori diversi, che sono i determinanti della forma del prodotto»².



Prototipo di scala in fibra di vetro e di corrimano in fibra di carbonio.

... continua



SUITE D'AUTORE
art design gallery hôtel

Scheda di progetto

Committente	Ettore Messina
Progettazione integrale e coordinata	Atelierx4 (Cesare Sposito e Dario Russo)
Anno di realizzazione	2004-2006
Importo di progetto	€ 650.000,00
Artisti e designer	2c workshop, Monica Andoloro, Alessandro Arena, Gaetano Arioti, Pierfrancesco Arnone, Angelo Arrigo, Salvatore Buda, Giovanni Cangemi, Fulvio Carmagnola, Luca Caruso, Andrea Chisesi, Alessandra Dolce, Igor Dukhan, Maria Fernet, Maria Fratusco, Elena Gemma, Silvia Gentile, Raffaella Giamportone, Andrea Gianni, Angela Giarratana, Enzo Germanà, Daniele Grande, Emanuele Laspada, Benedetto Li Volsi, Andrea Liguori, Beppe Madaudo, Onofrio Magro, Renato Marsala, Xevier Masmitja Vila, Giuseppe Massaro, Oscar Mazza, Alexei Mihailove, Concetta Modica, Daniele Orlando, Alice Panepinto, Irina Ruhlya, Gangi Razeto, Maria Pina Romano, Esther Roca Vila, Olga Rudenka, Riccardo Scalisi, Andrea Sciascia, Antonio Scontrino, Julia Ulyanova, Ludmila Vaitsehovich, Manfredi Vitrano, Veronica Voronova
Fotografia	Oscar Mazza e Maria Pina Romano (La Griffe, Piazza Armerina) Antonio Scontrino (CCSU) Veronica Voronova
Impresa esecutrice	Corrado Monasteri (Piazza Armerina)
Realizzazione camera dei prototipi	New Style (Enna)
Realizzazione arredi in legno	Salvatore Zuccarella (Piazza Armerina)
Fornitura arredi	Velarredo (Palermo) ZeroDisegno (Torino)
Tipografia e stampa	AllGraphicService (Piazza Armerina)
Patrocinio mostre temporanee	Istituto Industriale "Ettore Majorana" (Piazza Armerina)

Ai miei genitori
con affetto,
per aver sempre
condiviso le mie scelte.

REFERENZE FOTOGRAFICHE

Le foto alle pp. 97, 100, 101, 109, 112c, 113, 114, 115, 116,
117, 119, 121b e 122 sono di "La Griffe" (Piazza Armerina)

Le foto alle pp. 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 110, 111,
112a, 112b, 118, 120 e 121a sono di Antonio Scontrino

Cesare Sposito



(Enna, 1972) architetto, è ricercatore e docente del "Laboratorio di Costruzioni I" presso la Facoltà di Architettura dell'Università degli Studi di Palermo. Già Dottore di Ricerca in "Recupero del Patrimonio Edilizio ed Ambientale" e docente a contratto per il Corso di "Progettazione dei Sistemi Costruttivi", svolge attività di ricerca, nell'ambito della cultura architettonica, sul tema del "Recupero e della Fruizione" nel settore dei contesti antichi, e sulle questioni di matrice tecnologica. Ha partecipato a diversi concorsi di architettura, ricevendo premi e menzioni per l'alto livello compositivo e concettuale espresso. Da diversi anni opera nel settore delle strutture alberghiere, caratterizzando sia l'ideazione che la progettazione con una forte spinta innovativa e sperimentale, nonché con la ricerca e la cura del dettaglio architettonico.

Ha pubblicato vari articoli e monografie sul tema del Recupero dell'architettura antica, tra cui i volumi *L'Anfiteatro romano di Catania: conoscenza, recupero e valorizzazione* (2003), *I siti*

Hotel. Viaggio tipologico attraverso i secoli

Il New Concept Hotel

Il Concept di Suite d'Autore

Tecnologia e Design

Bibliografia

Scheda di progetto