

NEON

123

LIGHT e SIGN



**Assemblea AIFIL e nuova Presidenza
Nuova vita nell'hotel ambiente
La luce crea benessere**

GLI HOTEL HANNO SCOPERTO IL DESIGN E LA LUCE VARIABILE

Il numero di stelle che caratterizza gli hotel di tutto il mondo non si è spento ma sempre di più va subendo una mutazione e si aprono nuovi codici identificativi. Si tratta di aggettivi e sostantivi che fronteggiano la banalità del "comfort" e del "de luxe". Si entra nella sostanza complessa del design, dell'arte, del cinema, del gioco, perché viaggiare è (ancora) un piacere, come diceva Evelyn Waugh. Philippe Starck a New York, Jean Nouvel a Lucerna e Cristina Di Carlo a Milano aprono le porte dei loro hotel dove il concetto di ospitalità si manifesta con nuovi significati.

di Letizia Lionello, architetto

Fusione eccezionale di privato e pubblico, due estremi apparentemente inconciliabili, l'hotel costituisce un macroscopico esempio dell'evolversi dei modi di vi-

vere e delle trasformazioni nei costumi, spesso anticipatrici di nuove mode.

La mondializzazione, che esige spostamenti sempre maggiori e veloci,

obbliga alla dislocazione nei luoghi più vari, diversi e lontani del globo. E mette a confronto culture, costumi, economie, ecc.

Il viaggiatore, che lo sia

per turismo o per lavoro, diventa il protagonista di esperimenti di dimore temporanee che via via cercano di soddisfarne le esigenze e anticiparne i desideri.



Bonsai della città, piccola città in miniatura, l'hotel è un luogo rappresentativo, un simbolo molto particolare della vita più elitaria della città, strettamente legato ai movimenti dell'economia, della cultura, della politica.

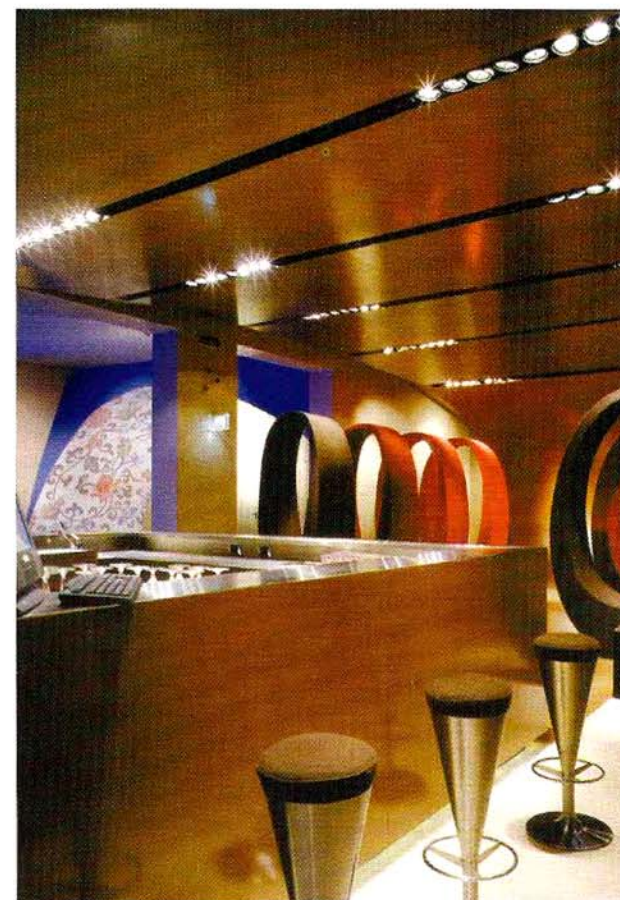
Negli ultimi trent'anni la concezione della struttura alberghiera ha subito impor-

ripetizione della formula "déjà vu", la riconoscibilità del marchio, avrebbe dovuto favorire un senso di familiarità, protezione e sicurezza al viaggiatore neofita, ingenuo e pauroso. Con questo pretesto le formule Holiday Inn e Hilton, Club Mediterané sono state pioniere nel proporre in qualunque città o luogo

di trovare per esempio nella foresta tropicale a sud della Cina un albergo con le stesse caratteristiche di un hotel di Londra. L'exasperazione di questa ripetizione dell'identico più che dare sicurezza a lungo andare ha prodotto effetti di disorientamento e spaesamento.

Soprattutto di grande la

coglienza si sposta verso un'ospitalità non ripetitiva, più d'eccezione e più attenta ad accentuare le differenze. Divertente, ludica e spettacolare. L'hotel rileverà: ora l'unicità del luogo, ora svolgerà una funzione particolare nel contesto più vasto della città, ora potrà diventare uno straordinario luogo di incontro



(a sinistra) **ES Hotel, Roma di King & Rosselli**
(sopra) **UNA Hotel Vittoria, Firenze di Fabio Novembre: il banco bar.**



Enterprise Hotel, Milano di Cristina Di Carlo: la lobby con i lampadari disegnati da Redfern.

tanti e radicali trasformazioni, interpretate dall'architettura dell'edificio sempre in modo puntuale e attento.

L'estensione del turismo di massa degli anni '70 aveva messo l'accento sul "nome" per caratterizzare e distinguere gli hotel appartenenti alla stessa catena alberghiera nei vari punti del mondo. La

del mondo un modello unico standardizzato: le stesse immagini - se pur di grande qualità - gli stessi spazi, colori, arredamenti, tessuti, perfino lo stesso menù. Familiare doveva essere sinonimo di continuità nelle proprie abitudini a qualunque longitudine e latitudine. Fino a giungere all'assurdo

noia. Finalmente questa "convenzione" della riconoscibilità dell'immagine della catena alberghiera è diventata scomoda anche dal punto di vista economico, rendendo difficile e molto oneroso il mercato e il ricambio da una proprietà all'altra.

Con l'abbandono dell'idea del familiare, il tema dell'ac-

e di socializzazione. Si aprirà alla spettacolarizzazione offrendosi come un palcoscenico sulla città. Di qui le variabili diventano infinite.

Nasce "l'hotel a tema" e l'architettura è chiamata a svolgere il tema del momento e ad esprimere ora l'eccentrico, ora il fantastico, l'estremo, l'esotico, ecc.



Imprenditori come Adrian Zeccarischiano nuove formule. Architetti come Morris Lapidus, Jon Portman, Michael Graves sono chiamati ad inventare luoghi, scenografie sempre più spettacolari, scioccanti e sorprendenti.

Il viaggiatore può scegliere una dimora che offra oltre ai servizi dell'accoglienza soprattutto un'esperienza di vita: unica, ricca, eccezionale – vivere un film – il viaggiatore per un attimo può estraniarsi nella scena di un film (Fontainebleau a Miami o Eden Roc di M. Lapidus) o a evadere in luoghi fantastici (Eurodisney).

Di qui il passaggio all'hotel come "luogo dell'arte" sembra la sublimazione necessaria al troppo ludico, frivolo, superficiale. L'imprenditore Schragger tenta con il nuovo hotel Chambers di New York un'operazione più raffinata

e colta. Che diventi il salotto della città, il luogo più elegante della città. E vi profonde opere quasi fosse una vera galleria d'arte e arredamenti coordinati disegnati da David Rockwell.

Con il designer francese Philippe Stark il processo è estremizzato. In gioco entrano le emozioni, le sensazioni, la sensualità. Gli interni fanno il verso alle installazioni delle biennali, agli artisti contemporanei, le forme e i materiali e gli oggetti sono scelti per le loro valenze simboliche e le suggestioni che suscitano.

Il processo continua di fronte a un viaggiatore sempre più esigente e meno ingenuo.

La competizione per la visibilità è sempre più serrata. Occorre essere protagonisti di nuove mode per emergere dal manierismo che segue la moda.

Il rapporto privato/pubblico si va sempre più specializzando. Il privato si ritrae in una camera più piccola, ma più evoluta nel confort e nella tecnologia, il pubblico si confonde in spazi tipologicamente sempre più differenziati. L'accoglienza inventa e offre nuove funzioni: luoghi di incontro, di intrattenimento, di cultura, centri congressi, centri benessere, sale da ballo, ristoranti di classe, ecc. In miniatura ritorna il tema della città – una città esclusiva – con le sue molteplici funzioni – d'eccezione.

Dopo questo veloce escursus si comprende come la qualità estetica sia il potente motore che oggi guida la costruzione e la proposta di un nuovo hotel.

Da luogo dell'arte a hotel d'autore – alberghi come opera d'arte. Il lusso nasce e si associa alla ricchezza

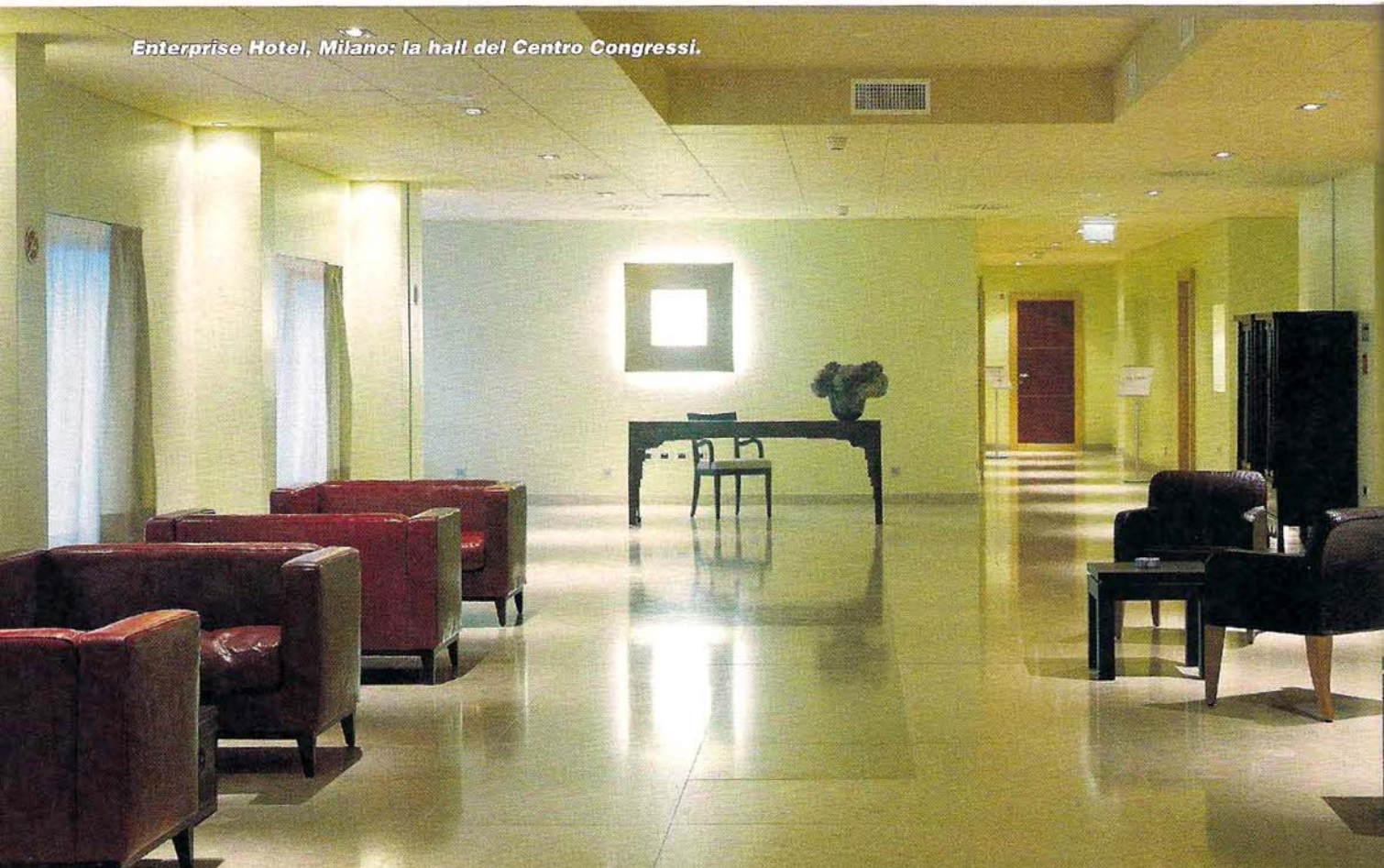
dell'invenzione formale. Ne ricordiamo alcuni recentemente ultimati senza far torto ad altri sempre di grande valore: St. Martins Lane di Philippe Stark a Londra, il Virgilius Montain Resort di Matteo Thun a Merano, il Solana Marriott di Riccardo Leggoreta a Dallas, il The Hotel di Jean Nouvel a Lucerna, l'Hotel Il Palazzo di Aldo Rossi a Fukuoka, L'Es Hotel di King & Rosselli a Roma, in cui gli architetti – star del momento – competono.

Attenzione al dettaglio, valorizzazione dell'aspetto sensoriale dei materiali, ricercate invenzioni compositive, giochi spaziali con effetti di dissoluzioni, inganni, sfumature, riflessioni, ecc.

Invenzione, design e ora... il più impalpabile degli elementi costruttivi – la luce.

Un'attenzione più evoluta alla psicologia delle perce-

Enterprise Hotel, Milano: la hall del Centro Congressi.



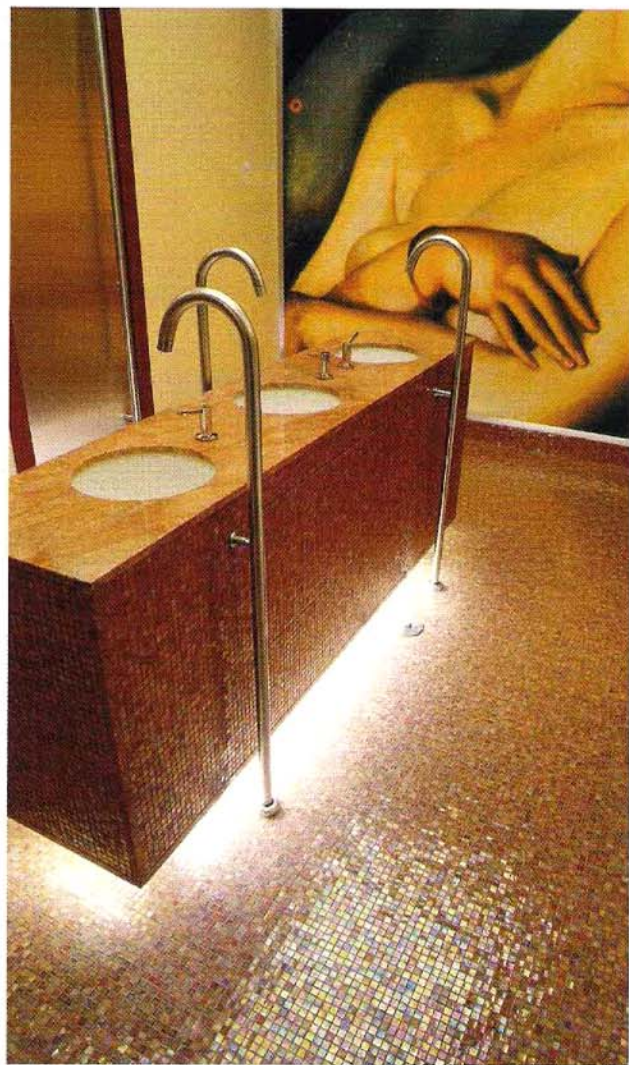
zioni così che il "passeggero abitante" possa incontrare una domesticità seduttiva più inconscia.

Una felicissima fusione tra design e uso artistico della luce ce lo offre l'hotel St. Martins Lane di Londra (2000). Ricavato dal recupero di un edificio degli anni 1960, è lavorato da Philippe Stark con grande libertà e spregiudicatezza: è un caleidoscopio di invenzioni. A cominciare dalla facciata in calcestruzzo sulla quale si aprono grandi finestre a

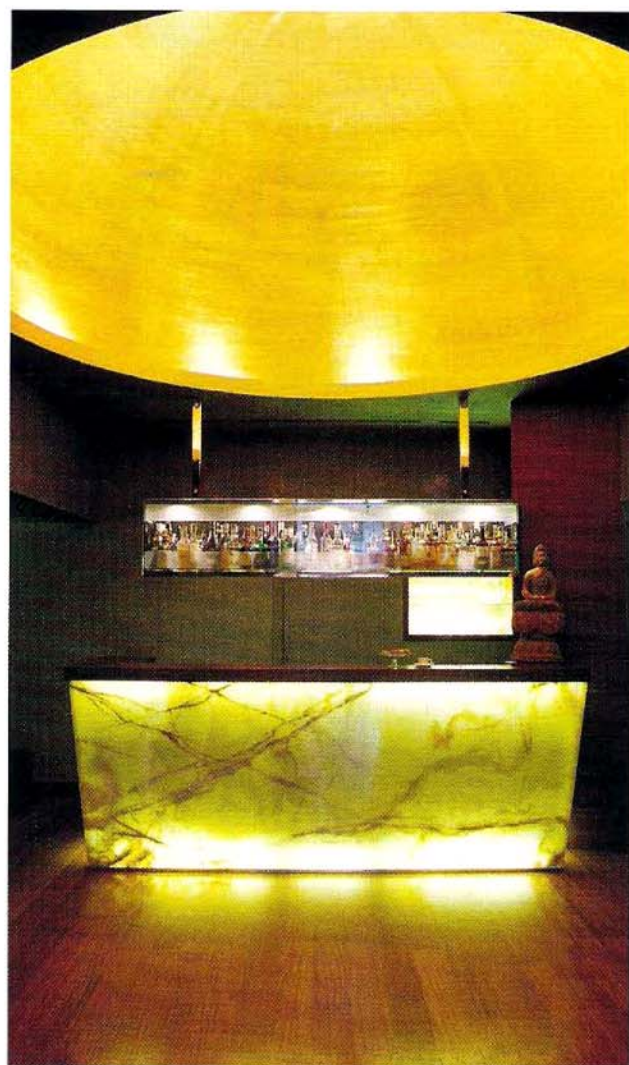
pannello una per camera. Ogni una delle 204 camere è completamente bianca, ma può prendere colore attraverso l'illuminazione con luce colorata, variabile e regolabile direttamente dall'ospite. La facciata così prende colore, come un'enorme tavola cromatica in movimento. Una lanterna magica sulla quale scivolano le ombre. L'umore, la sensibilità dell'ospite si riflette all'esterno e costruisce un'immagine sempre sfuggente, ricca di valenze oniriche.

Gli spazi interni non sono da meno. C'è chi dice che questo è il luogo della messa in scena del viaggio di "Alice nel paese delle meraviglie". E a che cosa d'altro alludono gli elementi che lo arredano come quelli fuori scala, o troppo grandi o troppo piccoli, gli oggetti surrealisti, pop o dada che li compongono? Ambienti per intrattenere non per riposare, non un rifugio per il viaggiatore, ma un luogo in cui il viaggio continua e l'albergo è una delle sue possibili mete.

Un altro esempio. The Hotel di Lucerna. Qui Jean Nouvell fa del suo amore per il cinema e la sensualità erotica un'attrattiva molto particolare dell'hotel. La luce è dominante, in questo caso la luce cinematografica. Sui soffitti delle camere da letto trattate come grandi schermi l'ospite può proiettare scene erotiche tratte dai film che preferisce. L'interno e l'esterno entrano e escono attraverso le grandi finestre in un gioco di riflessioni misteriose. L'ospite che non conosce nulla della vita della



Enterprise Hotel, Milano: il bagno, realizzato tutto in marmo, pelle e seducenti riproduzioni d'arte.



Enterprise Hotel, Milano: oro, alabastro, mosaico verde smeraldo, illuminano e decorano il riservato e opulento bar.



Enterprise Hotel, Milano: il banco reception introduce al design diffuso che caratterizza l'hotel. L'illuminazione dà continuità di lettura a tutti gli ambienti.

città, trasmette attraverso le immagini le sue sensazioni più intime, il cittadino che nulla sa dell'ospite intreccia le sue fantasie. L'edificio appare quasi la casa dei fantasmi. Gli interni sapientemente controllati nei materiali e negli arredi con predominanza di superfici lucide, riflettenti, trasparenti ricordano il set cinematografico. Una ingegnosa macchina-finestra utilizza un particolare sistema ottico tecnico per giochi di trasparenze e riflessioni che mettono in rapporto tutti i piani interni con l'esterno, creando impressioni visuali moltiplicate all'infinito. Il passante è intrappolato in questo gioco di immagini, l'ospite viceversa dall'interno è spaesato dalla percezione di una città che vede riprodotta, moltiplicata e deformata.

A Milano un albergo di recente costruzione fa tesoro delle esperienze internazionali più evolute senza giungere agli estremi dei due esempi precedenti.

L'Enterprise deriva dal recupero di un edificio industriale dismesso posto lungo l'unico viale napoleonico di Milano, il corso Sempione, in posizione centrale rispetto all'area fieristica e alle nuove

espansioni della città. È un albergo solare: un salotto elegante con una vasta area aperta alla città.

Luogo di incontro per la vita lavorativa e il tempo libero dei milanesi. Su una superficie di circa 1500 mq - l'area della preesistente fabbrica - si sviluppano spazi congressuali, un ottimo ristorante, il Sophia's, l'Wine & Whisky Bar, un bar ambizioso con la cupola d'oro.

Spazi che sono una prerogativa essenziale per un albergo che vuole offrire un servizio alla città oltre all'ospitalità rivolta a un flusso continuo di ospiti con qualche esigenza di stile.

La ristrutturazione risente decisamente della collaborazione tra l'architetto Cristina Di Carlo e l'industrial designer Christopher Redfern che hanno fatto parte dello studio Sotsass Associati. Colori decisi e raffinati, attenta scelta dei materiali, cura dei dettagli: un prezioso sistema di illuminazione curato da Flos, arredi Cassina che convivono con mobili etnici.

Tra design, luci, ombre, impreviste scenografie, il tutto con una firma top class, viaggiare è più di un piacere, è un lusso.