PAMBIANCO

WINE&FOOD

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DEL VINO, DEL CIBO E DELLA RISTORAZIONE

INTERVISTA
La ripartenza di Yoji Tokuyoshi

TENDENZE
Il vino va in lattina

SCENARI
Trentino in ripresa

FENOMENI
Arriva la 'micro-delivery'

ORIZZONTE NO-ALCOL

COVER BY ANDREW STEVOVICH

Poste Italiane S.P.A. - Sped. in A.P. 70% LO/MI - in caso di mancato recapito inviare al CMP di Rozzano per la restituzione al mittente previo pagamento resa ANNO IV - N. 4 SETTEMBRE - OTTOBRE 2021

I nuovi SALOTTI delle città

di *Giulia Mauri*

UNA RELAZIONE A DOPPIO SENSO TRA OSPITALITÀ E TERRITORIO. GLI HOTEL SI REINVENTANO E APRONO LE PORTE ALLA CITTÀ, PER ACCOGLIERE I TURISTI CHE VOGLIONO SENTIRSI 'A CASA' SCOPRENDO IL LATO PIÙ VERO DELLA DESTINAZIONE SCELTA, MA ANCHE GLI ABITANTI CHE DESIDERANO PRENDERSI UNA VACANZA, PUR RESTANDO NEI PARAGGI.

Dagli hotel chiusi per la pandemia agli hotel che aprono, porte e spazi, alla città. Progettati in modo da rivelarsi completamente permeabili ed estroversi, sono animati da una relazione osmotica con il territorio che abitano. E intercettano anche chi ha voglia di godersi servizi di lusso, senza allontanarsi da casa.

DISPOSITIVI URBANI

Un esempio di questo cambiamento in atto nel mondo dell'ospitalità porta la firma dello studio **Vudafieri-Saverino Partners**: si tratta di **MIlano Verticale Una Esperienze**, l'hotel quattro stelle superior del **Gruppo Una** collocato tra via De Cristoforis e via Rosales, nel distretto meneghino di Porta Nuova. Il progetto della struttura, che consiste di 173 camere distribuite su 12 piani, circa 600 metri quadrati di spazi ristorativi e 1.000 metri quadrati di giardino interno, si propone di superare la concezione tradizionale di albergo creando uno spazio aperto alla città: allo stesso tempo un hotel urbano, una destinazione food & beverage, un luogo

di incontro per il lavoro, un hub di servizi innovativi. All'origine, "una riflessione sul rinnovato ruolo dell'architettura dell'ospitalità, nella condivisione di esperienze sociali, ludiche e lavorative", spiegano gli architetti **Tiziano Vudafieri** e **Claudio Saverino**. Un albergo "inclusivo e non esclusivo", concepito come un'estensione di Milano, con la progettazione di servizi posti al piano terra che svolgeranno un ruolo attivo nel dialogo con il contesto. Segno di questa predisposizione è il ridisegno della piazza e di tutta via Rosales, che ricuce il rapporto tra facciate ed esterni dando continuità al verde pubblico e privato. All'interno, l'azienda di interior contractor **Concreta**, in sinergia con Vudafieri-Saverino, ha reinterpretato in chiave contemporanea la tradizione del design milanese. "Pensiamo che un hotel contemporaneo debba raccontare il posto in cui si trova, a prescindere dal fatto che faccia parte di una catena – commentano gli architetti –. In un certo senso abbiamo voluto rendere Milano Verticale uno strumento per avvicinare i viaggiatori al racconto dell'identità milanese e lombarda".
Sulla stessa lunghezza d'onda **Marco Gilardi**, operations director di **NH Hotel Group** Italia e Usa, che sta introducendo una filosofia 'esperienziale' per tradurre l'hotel in uno spazio dove si possa entrare e usufruire degli spazi comuni per leggere un libro, riposarsi, ritrovarsi con amici o 'noleggiare' ambienti per lo smart working, e ancora assaporare un coctkail oppure godere di una ristorazione di eccellenza. Ne è testimonianza l'hotel **NH Milano Touring**, le cui aree comuni sono state trasformate in 'lobby alive'. "Dove prima c'era la reception ed era esclusivamente un luogo di passaggio – spiega Gilardi – sono stati creati differenti spazi per vivere forme di convivialità in un contesto che porta la città dentro all'hotel". Infatti, nella 'lobby alive' sono presenti gigantografie di dettagli del Duomo e di altri luoghi della milanesità, che fanno immergere gli ospiti nell'atmosfera della città.
Fondandosi su simili intenti, vedrà la luce entro la fine dell'anno **Martini 17,** un boutique hotel con 21 camere nella vecchia Milano. Studiato nel concept dallo studio **Caberlon Caroppi**, l'albergo si propone non solo nella sua accezione più classica, quella legata all'ospitalità, ma apre le porte delle sue aree comuni al pubblico con un cocktail bar e un giardino d'inverno che si presta a piccoli eventi.
Atteso nel capoluogo lombardo anche l'arrivo, nell'estate del 2022, di una nuova proprietà ad arricchire il portfolio di **Lungarno Collection**, società di gestione alberghiera appartenente alla famiglia **Ferragamo**. All'interno dell'ex Seminario Arcivescovile di corso Venezia 11, nascerà un nuovo Portrait – **Portrait Milano**, per l'appunto –, brand fiore all'occhiello

Dall'alto, Portrait Firenze; una delle ventuno camere di Martini 17

In apertura, Milano Verticale Una Esperienze

della compagnia che arriverà così a quota tre hotel dopo Roma e Firenze. "Ciò che contraddistingue questi alberghi è il legame a filo doppio che instauriamo tra i nostri ospiti e la città che li accoglie", afferma il CEO del gruppo **Valeriano Antonioli**. A partire dalla location, strategica: al centro del Quadrilatero a Milano, così come di fronte a piazza di Spagna, nel fashion district di via Condotti a Roma; accanto a Ponte Vecchio, affacciato sull'Arno a Firenze, a due passi dalle boutique di via dei Tornabuoni. "Altro tratto distintivo del brand è la capacità di costruire il 'ritratto del proprio cliente' e metterlo in contatto con il ritratto della città, creato su misura per lui, in base alla sua cultura, conoscenza e aspettative", prosegue Antonioli. Un'ospitalità tailor-made perché "una stanza confortevole, un design raffinato, un servizio impeccabile oggi per il viaggiatore di alta gamma non possono più prescindere da un legame e un rispetto per il luogo in cui si trovano". Questo significa anche sostegno ai progetti della città, oltre che collaborazione con le realtà culturali e le autorità locali. Le proprietà del gruppo sono aperte anche agli 'ospiti senza valigia', come li definisce Antonioli. A Milano, infatti, tutto il piano terra ospiterà una galleria commerciale, ristoranti, bar, spa e rooftop terrace, nonché una piazza centrale di oltre 2.800 metri quadrati, aperta per la prima volta alla città e ai suoi ospiti internazionali. "Tutto ciò senza impattare sulla privacy e la tranquillità della dimensione-hotel, che si svilupperà dal primo piano in su", precisa il CEO.

Su piazza Santa Maria Novella si apre The Terrace, il nuovo e scenografico dehor di The Place Firenze

CHIAVI DI ACCESSO

Per soddisfare le esigenze di una moderna generazione di turisti consapevoli e globali, che cercano non soltanto un luogo dove soggiornare, ma una 'chiave di accesso' che permetta loro di entrare intimamente nella vita e nelle pieghe della città, ha inaugurato nel capoluogo toscano un nuovo hotel dedicato al 'transformative travel'. Originariamente aperto sotto il brand J.K.Place nel 2003, e da allora di proprietà di **Carlo Babini** e della sua famiglia, **The Place Firenze** si presenta con un progetto d'interni centrato sul recupero di un rapporto diretto e aperto con piazza Santa Maria Novella in cui l'hotel sorge, anzitutto tramite il nuovo dehor 'The Terrace'. "Avevamo già da tempo percepito la necessità di affinare il nostro modello di ospitalità 'su misura', per adeguarlo a nuovi profili di ospiti", spiega Babini. Gli hotel, infatti, "devono evolvere divenendo soggetti attivi a supporto di progetti mirati e a favore di comunità locali – prosegue l'imprenditore italiano –. Vorremmo essere fertilizzatori, supporto e 'patron' di progetti, piccole comunità che producono bellezza e del tessuto locale che Firenze non può permettersi di perdere". Un 'portale' di accesso alla città dietro le quinte degli artigiani, direttori di musei, chef, designer, artisti, enologi e talenti creativi "grazie alla rete, personalissima, creata dal nostro general manager **Claudio Meli**, che nasce concierge, è fiorentino al 200% e ha davvero 'le chiavi' della città, ne conosce i segreti".
A sostegno del made in Italy si è schierato anche **Starhotels**. Il gruppo alberghiero specializzato nei segmenti upscale e upper-upscale & luxury, con 30 hotel situati nelle migliori destinazioni italiane, oltre a Londra, Parigi e New York, ha fatto in modo che nel

BUN - Torino

AUGUSTO
interior general contractor

AUGUSTO contract - hospitality & foodservice general contractor – è una società di arredamento e il primo general contractor specializzato nella realizzazione "chiavi in mano" di spazi per la ristorazione, in Italia e all'estero.
Affianca i brand del settore food & beverage nella crescita ed espansione nazionale ed internazionale.

www.augustocontract.com

Da sinistra, il LightBlue Bar, dove trova spazio l'offerta culinaria di Almar Jesolo Resort & Spa; il Bristol Winter Garden all'interno dell'hotel Helvetia & Bristol

2020 tutto lo speso in beni e servizi (75 milioni di euro l'anno) fosse destinato a fornitori e prodotti esclusivamente italiani. Inoltre, per il progetto di ampliamento e ristrutturazione di **Helvetia & Bristol** a Firenze, il gruppo si è avvalso del contributo di maestri artigiani locali, espressione del 'sense of place' che crea una connessione intima con il territorio. "La stessa che esprime la proposta di ristorazione del Cibrèo Caffè, prima parte del progetto Cibrèo all'Helvetia & Bristol, inaugurato in occasione della riapertura lo scorso aprile – precisa **Elisabetta Fabri**, presidente e AD di Starhotels –. Una collaborazione esclusiva con un'icona dell'enogastronomia toscana che punta ad arricchire l'identità locale dell'Helvetia & Bristol e a diventare il nuovo 'salotto' del centro storico di Firenze". Tra le novità più attese, anche per i fiorentini, c'è la nuova spa di 500 metri quadrati, che sarà completata entro il prossimo settembre.

STRUTTURE PERMEABILI

A un pubblico sempre più attento alla salute e all'equilibrio psico-fisico si rivolge **Almar Jesolo Resort & Spa**, resort cinque stelle sul Lido di Jesolo, ora parte della collezione Preferred Hotels & Resorts. In 2.000 metri quadrati, Almablu Wellness & Spa conta nove cabine, una private spa e un'ampia zona umida con saune, bagni di vapore, docce emozionali, area relax e idromassaggio affacciata sul mare. Un tunnel in vetro conduce, inoltre, alla piscina esterna lunga 70 metri, parzialmente coperta e riscaldata. Aperta anche a una clientela locale, a cui è consentito l'ingresso nelle aree comuni e la prenotazione di trattamenti beauty e benessere, la spa "è molto apprezzata dai residenti del triveneto", dichiara il general manager **Igor Chinellato**. "Stiamo lavorando molto a livello di comunicazione sul segmento delle staycation. Per dare valore a questo tipo di offerta abbiamo incrementato il nostro impegno nella ricerca e valorizzazione di realtà locali, dall'artigianato all'offerta enogastronomica – aggiunge –. Il nostro intento è quello di far riscoprire il territorio ai turisti di prossimità".
In modo singolare lo fa anche **Palazzo Avino** a Ravello, che ha dato vita alla boutique **The Pink Closet** e al suo Lab, laboratorio creativo guidato dall'occhio di **Mariella Avino** e nutrito dal dialogo con artisti e creativi di tutto il mondo. Frutto di queste collaborazioni sono pezzi da collezione, immaginati come creazioni site specific: gli esemplari unici in sete vintage di Caterina Gatta, le mule rosa acceso di Giannico, i preziosi di Gala Rotelli, le corone di Bluetiful, il bon ton punk di House of Mua Mua, i capi sartoriali di Vernisse, le creazioni custom di Leontine Vintage.