Poste Italiane spa - Sped. Abb. Post. D.L. 353/2003
(Convertito in legge 27/02/2004 n. 46),
art. 1, comma 1 - LO/MI/ - euro 10,00
In caso di mancato recapito rinviare
all'ufficio CMP Roserio (MI) per la restituzione
al mittente che si impegna a pagare la relativa tariffa
editrice WebandMagazine s.r.l.
Via Valla, 16 - I-20141 Milano
www.webandmagazine.media

ISSN 2284-3442

www.webandmagazine.media/contract/
www.webandmagazine.media

divisione contract

33
2022

Futura
your world

architectural.interpon.com/it

Interpon®

AkzoNobel

RESTAURANTS: BETWEEN DESIGN AND FOOD EXPERIENCE

R Collection Hotels.
Hotel Villa Cipressi, Varenna.
La Sala degli Stemmi

di Mauro Spinelli
CSIL, Centro Studi Industria Leggera

According to the most recent estimates, in Europe there are almost one million companies operating in the food sector and more than half are concentrated in France, Italy, Germany and the United Kingdom. The turnover estimated by Deloitte is equal to 517 billion Euros (2019) for the entire sector, which is made up of Restaurants (full service) for 41% and Cafes and Bars for 32%. A quarter of the market it is represented by 'Quick Service Restaurants' (fast food and take-away) followed by 'Street Food' activities.
Even in absence of official data, it is easy to imagine how the market trend recorded a dramatic slowdown in the pandemic years 2020 and 2021, which also led to the closure of many businesses. Never as in this case, however, is it interesting to analyze the transformation patterns concerning the restaurant business, to understand if and where we will find it different from here on out.
Accompanied by a strong push from new technologies, we are witnessing a sort of polarization towards two major macro-trends. On the one hand, we see fast service and take-away formulas growing significantly, attracting consumers who are attentive to the properties of food, the sustainability of packaging, the international / ethnic cuisine and, last but not least, the budget.
On the other hand, the demand for consolidated 'full-service' formulas seems to increase and even to expand beyond the mere supply of food, giving life to true experiential moments, where elements such as the concept of the venue - whether a prestigious manor, a historic building, a former industrial laboratory or a mountain cottage - become essential elements of the proposal.
In this sense, a predominant role is played by materials, surfaces, colors, furnishings, fabrics, lighting fixtures and all those elements that mix together to create the identity of the venue. New layouts of the interiors combine with the enhancement of outdoor spaces such as dehors, terraces, verandas and gardens. The Genius Loci is completed with a high-level service, where the food and wine offer is often closely linked to the extraordinary resources of the Territory.
When you manage to combine the 'food culture and experience' with other major topics like design, art, nature and the history of a given place, it is easy to understand how the food & beverage offer still has enormous potential, especially in a market like the Italian one.

Hotel Helvetia & Bristol, Firenze. Bristol Winter Garden. Design Andrea Auletta

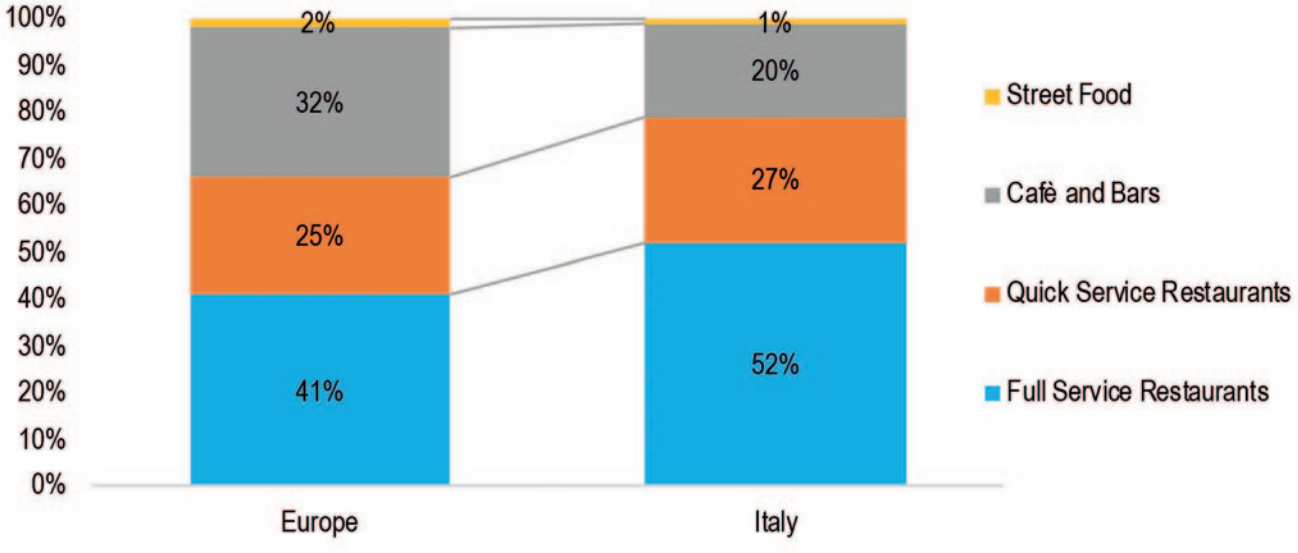
RISTORANTI: FRA DESIGN E FOOD EXPERIENCE

Secondo le stime più recenti, in Europa esistono quasi un milione di imprese che operano nel settore della ristorazione e per oltre la metà sono concentrate in Francia, Italia, Germania e Regno Unito. Il giro di affari stimato da Deloitte è pari a 517 miliardi di Euro (2019) per l'intero comparto, che è costituito per il 41% da Ristoranti (Full Service) e per un 32% da Café e Bar. Un quarto del mercato è rappresentato invece dai 'Quick Service Restaurants' (fast food e take-away) seguiti dalle attività di 'Street Food'.
Anche in assenza di dati ufficiali, è facile immaginare come l'andamento del mercato abbia registrato una drammatica flessione nei due anni di pandemia 2020 e nel 2021, che ha portato anche alla chiusura di molte attività.
Mai come in questo caso, però, risulta interessante analizzare le traiettorie di trasformazione che riguardano il business della ristorazione, per capire se e dove lo troveremo diverso da qui in avanti.
Accompagnati da una forte spinta impressa dalla tecnologia, stiamo assistendo a una sorta di polarizzazione verso due grandi macro-trend. Da una parte vediamo crescere significativamente il servizio veloce e il take-away, che attira il consumatore attento alle proprietà dei cibi, alla sostenibilità del packaging, alla cucina internazionale/etnica e, last but not least, al budget.
Dall'altra parte, sembra aumentare la domanda del 'full-service' consolidato, che tende a crescere e ad allargarsi oltre la sola offerta di cibo, proponendo la creazione di un momento esperienziale, nel quale elementi come i concept della struttura - che si tratti di un una residenza di prestigio, di un palazzo storico, di un ex laboratorio industriale o di un cottage di montagna - diventano elementi essenziali della proposta.
In questo senso, giocano un ruolo predominante i materiali, le superfici, la scelta dei colori, l'arredamento, i tessuti, l'illuminazione e tutti gli elementi che concorrono a creare l'identità del locale.

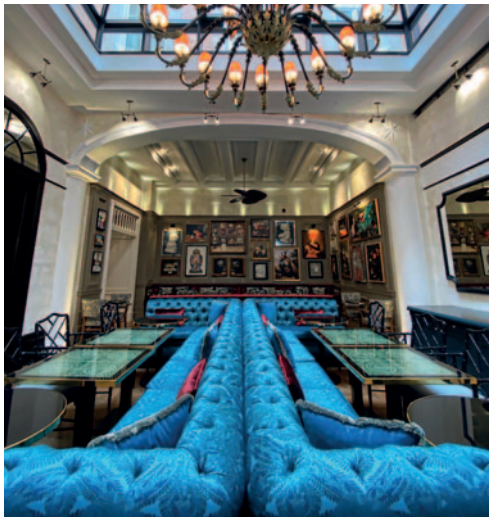
A sinistra: Quartino, Enoteca con Cucina, Roma by RPM Proget
Sopra: Radisson Hotel Palazzo Nani Venezia. Bar Ground Floor
Studio Marco Piva. Photo credit Andrea Martiradonna

Nuove configurazioni degli ambienti interni si accompagnano alla valorizzazione degli spazi outdoor in forma di dehors, terrazze, verande e giardini. Il Genius Loci si completa con un servizio di alto livello, dove la proposta eno-gastronomica è spesso strettamente legata alle innumerevoli risorse del Territorio.
Quando si riesce a coniugare la 'food experience' e la cultura del cibo con altri elementi come il design, l'arte, la natura e la storia di un luogo specifico, si comprende facilmente come l'offerta della ristorazione abbia ancora delle potenzialità enormi, soprattutto in un mercato come quello italiano.

EUROPE AND ITALY FOODSERVICE MARKET BY TYPE OF RESTAURANT AND GEOGRAPHY, 2019. PERCENTAGES



Source: Deloitte 'Foodservice Market Monitor'



Maalot Hotel,
Don Pasquale Ristorante & Bar, Roma by RPM Proget

IL **RADISSON COLLECTION HOTEL PALAZZO NANI**
È FIRMATO DALLO **STUDIO MARCO PIVA** E REALIZZATO DA **CONCRETA**

THE **RADISSON COLLECTION HOTEL PALAZZO NANI IN VENICE**,
SIGNED BY **STUDIO MARCO PIVA** AND REALIZED BY **CONCRETA**

SOLTANTO A VENEZIA

Il **Radisson Collection Hotel Palazzo Nani**, realizzato da **Concreta**, azienda specializzata nel contract, si trova nel cuore del sestiere di Cannaregio, una zona di Venezia particolarmente suggestiva e 'autentica', un percorso fondamentale per l'impianto urbanistico della città fin dal Medioevo: il Canale di Cannaregio costituiva infatti l'ingresso alla città per coloro che vi giungevano da terra, da Padova o da Treviso, attraverso i percorsi lagunari.
L'edificio che ospita l'hotel è un palazzo storico del Cinquecento appartenuto all'antica famiglia Nani, attiva nella vita politica, sociale e culturale della Serenissima. Nel corso degli anni, si sono succedute varie proprietà e il palazzo ha cambiato più volte destinazione d'uso. Durante i lavori del cantiere sono stati rinvenuti oggetti e documenti che testimoniano le vite precedenti del palazzo. Alcuni dei reperti recuperati sono andati ad arricchire l'arredo delle sale e del giardino. La facciata è scandita da un gioco di archi ed eleganti stemmi in pietra d'Istria, che sembra siano dovuti all'intervento di Alessandro Vittoria, che ha contribuito a sottolineare e a valorizzare la preziosità del palazzo.
Radisson Group ha voluto trasformare questa dimora storica in un hotel di 52 camere e suites e tre appartamenti privati, entrato a far parte della catena Radisson Collection, dove l'ospitalità trova la sua massima espressione nell'offerta di strutture iconiche, che riflettono il carattere del territorio e del luogo, coniugando le atmosfere di un soggiorno dal sapore 'autentico' con il comfort di un design di alto profilo.

STORIA E CONTEMPORANEITÀ

Concreta ha realizzato tutti gli spazi comuni su progetto dello **Studio Marco Piva**, che ha ideato un concept di arredo 'box-in-the-box', teso a mantenere intatta la forte identità storica del palazzo, arricchendola con un linguaggio contemporaneo.
Gli spazi sono ampi e luminosi, alcuni hanno l'affaccio sul Canale di Cannaregio e propongono tonalità cromatiche che richiamano le nuances dei soffitti affrescati, in combinazione con sedute dai colori intensi, che rimandano alle espressioni e ai valori del territorio, alle cromie dell'acqua, ai riflessi del vetro, agli interni delle gondole.
La realizzazione delle aree comuni assume un significato del tutto particolare, in quanto l'hotel è stato concepito come un luogo di ospitalità non chiuso ed esclusivo ma aperto alla città e fruibile da parte di coloro che desiderano godere del ristorante, del giardino 'segreto' - come lo sono molti dei giardini veneziani - e del relax del lounge bar e delle lobby.

In tutte le aree comuni del Radisson Collection Hotel Palazzo Nani si legge il segno di un equilibrio formale di decorativismo, per lasciare la vista libera di fruire di questi spazi e di raccogliere le infinite suggestioni che provengono dalla città lagunare.
L'ingresso principale dell'hotel situato al piano terra accoglie la consolle-reception e dà accesso ai due ristoranti e al lounge bar/breakfast room.
Per il Private Restaurant è stata scelta una boiserie in vetro cannettato bianco latte, per ritmare lo spazio fra le sedute, rivestimento impreziosito da una retroilluminazione integrata. Nel ristorante principale il focus point è costituito da uno scultoreo monolite-filtro, una grande panca in marmo con interno imbottito in un morbido velluto color ottanio. Un bancone bar curvilineo domina la scena e segue le isole a pavimento. Il rivestimento è un tappeto materico di marmo bianco Venezia e marmo Paradigma che lo contrasta in una tonalità più scura. La dominante cromatica degli spazi è il verde laguna declinato nelle sue varie sfumature.
Nel lounge bar – che è anche sala colazioni – si è optato per colori molto scuri che corrono da parete a soffitto per creare un'atmosfera immersiva, avvolgente e per enfatizzare preziosi elementi custom in metallo – come la bottigliera a parete – con una boiserie in legno scuro cannettato che dà ritmo alla parete, il cui motivo viene ripreso dal rigato dell'imbottito color rubino che ricorda l'interno di una barca.
Le due lobby nei 'saloni nobili' al piano B e C si caratterizzano per essere spazi elegantemente affrescati, con marmorini, muse dipinte negli ovali sopra le porte del salone del secondo piano, soffitti con Apollo, Venere e Cupido ed Orfeo in Olimpo. Spazi che hanno richiesto particolare impegno per armonizzare l'intervento attuale con le esigenze di una dimora storica, che esprime le sue bellezze e le sue fragilità. Così, al pavimento in seminato storico recuperato e ripulito, si è affiancato un arredo mobile custom-made disegnato dallo Studio Marco Piva, della medesima tipologia, ma in colori diversi in dialogo con i cromatismi degli affreschi, con sedute lounge realizzate in collaborazione con Natuzzi, affiancati da tavolini, tavoli da lavoro e da meeting sempre su disegno dello Studio Marco Piva.
In prospettiva, anche il grande giardino di 350 metri quadri in dotazione all'hotel diventerà uno spazio tutto da godere con banco bar esterno e aperto alla città. Nel verde, sono posizionate sculture, statue, panche e divanetti e due grandi vasche da bagno in pietra recuperate durante i lavori – provenienti da una cava non più attiva – e oggi ritornate a nuova vita per raccontare di un lontano passato.

promenade

ONLY IN VENICE

THE **RADISSON COLLECTION HOTEL PALAZZO NANI**, BUILT BY **CONCRETA**, A COMPANY SPECIALIZING IN CONTRACTING, IS LOCATED IN THE HEART OF THE CANNAREGIO DISTRICT, A PARTICULARLY SUGGESTIVE AND 'AUTHENTIC' AREA OF VENICE, A FUNDAMENTAL ROUTE FOR THE URBAN LAYOUT OF THE CITY SINCE THE MIDDLE AGE, WHEN THE CANNAREGIO CANAL WAS THE ENTRANCE TO THE CITY FOR THOSE WHO CAME FROM PADUA OR TREVISO THROUGH THE LAGOON ROUTES.
THE BUILDING THAT HOUSES THE HOTEL IS A SIXTEENTH-CENTURY HISTORIC BUILDING THAT BELONGED TO THE ANCIENT NANI FAMILY, ACTIVE IN THE POLITICAL, SOCIAL AND CULTURAL LIFE OF THE SERENISSIMA. OVER THE YEARS, VARIOUS PROPERTIES HAVE TAKEN OVER AND THE BUILDING HAS CHANGED ITS INTENDED USE SEVERAL TIMES. DURING THE WORK ON THE SITE, OBJECTS AND DOCUMENTS WERE FOUND THAT TESTIFY TO THE PREVIOUS LIVES OF THE BUILDING. SOME OF THE FINDS, RECOVERED AND APPROPRIATELY TREATED, HAVE ENRICHED THE FURNISHINGS OF THE ROOMS AND THE GARDEN. THE FAÇADE IS PUNCTUATED BY A GAME OF ARCHES AND ELEGANT COATS OF ARMS IN ISTRIAN STONE THAT SEEM TO BE DUE TO THE INTERVENTION OF ALESSANDRO VITTORIA, WHO HELPED EMPHASIZE AND ENHANCE THE PRECIOUSNESS OF THE BUILDING.
RADISSON GROUP WANTED TO TRANSFORM THIS HISTORIC HOME INTO A HOTEL OF 52 ROOMS AND SUITES AND THREE PRIVATE APARTMENTS, PART OF THE RADISSON COLLECTION CHAIN, WHERE HOSPITALITY FINDS ITS HIGHEST EXPRESSION IN THE OFFER OF ICONIC STRUCTURES THAT REFLECT THE CHARACTER OF THE TERRITORY AND THE PLACE, COMBINING THE ATMOSPHERE OF A STAY WITH AN 'AUTHENTIC' FLAVOR WITH THE COMFORT OF A HIGH-PROFILE DESIGN.

HISTORY AND CONTEMPORANEITY

CONCRETA CREATED ALL THE COMMON AREAS ON A PROJECT BY **STUDIO MARCO PIVA**, ACCORDING TO A 'BOX-IN-THE-BOX' FURNISHING CONCEPT AIMED AT KEEPING INTACT THE STRONG HISTORICAL IDENTITY OF THE BUILDING, ENRICHING IT WITH A CONTEMPORARY LANGUAGE. SPACES ARE LARGE AND BRIGHT, SOME OVERLOOKING THE CANNAREGIO CANAL AND OFFER CHROMATIC SHADES RECALLING THE NUANCES OF THE FRESCOED CEILINGS, IN COMBINATION WITH SEATS WITH INTENSE COLORS THAT REFER TO THE EXPRESSIONS AND VALUES OF THE TERRITORY, THE COLORS OF THE WATER, THE REFLECTIONS OF THE GLASS, THE INTERIORS OF THE 'GONDOLAS'.
THE REALIZATION OF THE COMMON AREAS IN THIS PROJECT TAKES ON A VERY PARTICULAR MEANING, AS THE HOTEL WAS CONCEIVED AS A PLACE OF HOSPITALITY THAT IS NOT CLOSED AND EXCLUSIVE BUT, ON THE CONTRARY, OPEN TO THE CITY AND USABLE BY THOSE WHO WISH TO ENJOY THE RESTAURANT, THE ENCHANTING 'SECRET' GARDEN - AS ARE MANY OF THE VENETIAN GARDENS - AND THE RELAXATION OF THE LOUNGE BAR AND LOBBIES. IN ALL COMMON AREAS OF THE RADISSON COLLECTION HOTEL PALAZZO NANI YOU CAN READ THE SIGN OF A FORMAL BALANCE OF DECORATIVE EFFECTS, TO LEAVE THE VIEW FREE TO ENJOY THESE SPACES AND TO COLLECT THE INFINITE SUGGESTIONS COMING FROM THE LAGOON CITY.
THE MAIN ENTRANCE OF THE HOTEL LOCATED ON THE GROUND FLOOR HOUSES THE CONSOLE-RECEPTION AND GIVES ACCESS TO THE TWO RESTAURANTS AND THE LOUNGE BAR/BREAKFAST ROOM. FOR THE PRIVATE RESTAURANT, A MILKY WHITE RIBBED GLASS WALL PANELING WAS CHOSEN TO GIVE RHYTHM TO THE SPACE BETWEEN THE SEATS, A COVERING EMBELLISHED WITH AN INTEGRATED BACKLIGHT. IN THE MAIN RESTAURANT, THE FOCUS POINT IS MADE UP OF A SCULPTURAL MONOLITH-FILTER, A LARGE MARBLE BENCH WITH UPHOLSTERED SEATS IN A SOFT TEAL VELVET. A CURVILINEAR BAR COUNTER DOMINATES THE SCENE AND FOLLOWS THE FLOOR ISLANDS. THE COVERING IS A TEXTURED CARPET OF WHITE VENEZIA MARBLE AND PARADIGMA MARBLE WHICH CONTRASTS IT IN A DARKER SHADE. THE CHROMATIC DOMINANT OF THE SPACES IS THE LAGOON-GREEN DECLINED IN ITS VARIOUS SHADES.
IN THE LOUNGE BAR - WHICH SERVES ALSO AS BREAKFAST ROOM - VERY DARK COLORS HAVE BEEN SELECTED RUNNING FROM WALL TO CEILING TO CREATE AN IMMERSIVE, ENVELOPING ATMOSPHERE AND TO EMPHASIZE PRECIOUS CUSTOM METAL ELEMENTS - SUCH AS THE WALL BOTTLE HOLDER - WITH A RIBBED DARK WOOD THAT GIVES RHYTHM TO THE WALL, THE MOTIF OF WHICH IS TAKEN UP BY THE STRIPED RUBY-COLORED UPHOLSTERY THAT RECALLS THE INTERIOR OF A 'GONDOLA'.
THE TWO LOBBIES IN THE 'NOBLE HALLS' ON FLOORS B AND C ARE CHARACTERIZED BY BEING ELEGANTLY FRESCOED SPACES, WITH 'MARMORINI', MUSES PAINTED IN THE OVALS ABOVE THE DOORS OF THE SECOND FLOOR HALL, FRESCO CEILINGS WITH APOLLO, VENUS AND CUPID AND ORPHEUS IN OLYMPUS. THESE SPACES HAVE REQUIRED PARTICULAR EFFORTS TO HARMONIZE THE CURRENT INTERVENTION WITH THE NEEDS OF A HISTORIC HOME THAT EXPRESSES ITS BEAUTY AND FRAGILITY. THUS, THE RECOVERED AND CLEANED HISTORIC 'SEMINATO' FLOOR WAS JOINED BY A CUSTOM-MADE MOBILE FURNITURE DESIGNED BY STUDIO MARCO PIVA, OF THE SAME KIND BUT IN DIFFERENT COLORS IN DIALOGUE WITH THE COLORS OF THE FRESCOES, WITH LOUNGE CHAIRS CREATED IN COLLABORATION WITH NATUZZI, ALONGSIDE TABLES, WORK TABLES AND MEETING TABLES ALWAYS DESIGNED BY STUDIO MARCO PIVA.
IN PERSPECTIVE, EVEN THE LARGE 350 SQUARE METERS GARDEN OF THE HOTEL WILL BECOME A SPACE TO BE ENJOYED WITH A BAR OUTSIDE AND OPEN TO THE CITY. IN THE GREEN, THERE ARE SCULPTURES, STATUES, BENCHES AND SOFAS AND TWO LARGE STONE BATHTUBS RECOVERED DURING THE WORKS - COMING FROM A QUARRY THAT IS NO LONGER ACTIVE - AND TODAY RETURNED TO NEW LIFE TO TELL THE STORY OF A DISTANT PAST.

TWO WORDS ABOUT CONCRETA

CONCRETA IS AN INTERIOR CONTRACTOR BASED IN POSTALESIO (SONDRIO) IN VALTELLINA THAT EXPRESSES ITS EXCELLENCE IN THE REALIZATION OF CUSTOM HOTEL FURNITURE FOR HOTELS AND ACCOMMODATION FACILITIES, AND MORE GENERALLY, IN CONTRACT SOLUTIONS AT NATIONAL AND INTERNATIONAL LEVEL.