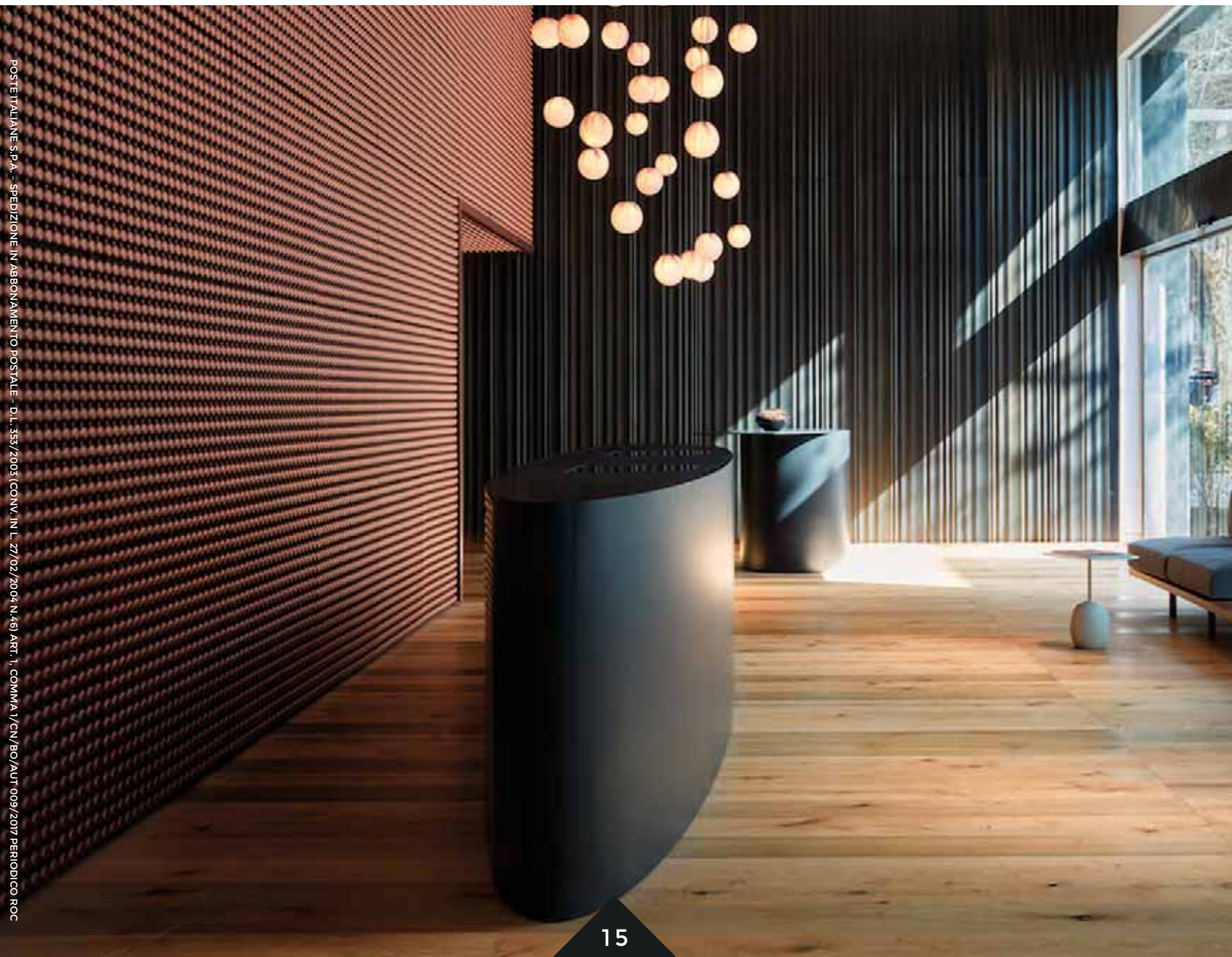


# GUEST

Hospitality | Design | Food | Tendenze



POSTE ITALIANE S.P.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N.46) ART. 1, COMMA 1/CN/BO/AUT 009/2017 PERIODICO ROC

15  
2020

OKKO BY STUDIOPEPE | NH FORI IMPERIALI | SIR VICTOR HOTEL | THE POET | SHERATON SAN SIRO  
BATH HOUSE NEW YORK | VENTURINI BALDINI CHATEAU | GLA GENIUS LOCI ARCHITETTURA



# Colpo di... Genius

La capacità di reinterpretare un impareggiabile patrimonio culturale ed estetico senza scadere nel manierismo citazionista è un'arte difficile.

**GENIUS LOCI ARCHITETTURA** la domina con una sintassi progettuale di straordinaria freschezza. Che assomiglia molto a uno dei suoi creatori, **ANDREA GRASSI**

| di Roberto Negri |

**I**l racconto è il modo in cui fin dalla notte dei tempi l'essere umano tramanda la sua storia e le sue radici. Non solo per preservarle, ma soprattutto per usarle come trampolino di lancio verso il futuro. E proprio il racconto è al centro della poetica di Genius Loci Architettura, che utilizza uno storytelling saldamente ancorato allo spirito dei luoghi declinandolo all'insegna della contemporaneità. A dirci come è un narratore d'eccezione, Andrea Grassi, che di GLA è fondatore e una delle menti creative.



La sua storia professionale parla fin da subito il linguaggio dell'ospitalità. Cosa l'ha portato in questo ambito?

Un incontro fortunato. Subito dopo la laurea ho ricevuto un'offerta da WATG, un grande studio di architettura statunitense specializzato nel settore hospitality, per cui nei primi anni della mia carriera ho lavorato sia nella sede di Honolulu che in quella di Londra occupandomi di progettazione per conto di grandi catene come Sheraton e Hyatt. La tappa successiva di questa fase un po' nomade della mia vita è stata la Spagna, a Siviglia. E proprio in Spagna si è presentata dopo qualche anno l'occasione per rientrare in Italia, con la proposta di creare uno studio a Milano per seguire la riqualificazione della sede di Meryll Linch a Milano. Affiancare alla progettazione alberghiera l'ambito corporate-office era anche un'occasione di crescita professionale ed è così che nel 1997, insieme ai colleghi e amici fiorentini Stefano Boninsegna e Enrico Santi, ho creato Genius Loci Architettura. Oggi, nelle due sedi di Milano e Firenze, seguiamo un ventaglio di temi progettuali che all'hotellerie e all'office design affiancano gli ambiti residenziale, fashion e retail, industriale e istituzionale.



**MEININGER ROMA SI ISPIRA AL GRANDE CINEMA E A CINECITTÀ PER CREARE UN HOTEL INTERAMENTE DEDICATO AL "SILVER SCREEN", AI SUOI DIVI E AL PITTORESCO MONDO CHE VIVE DIETRO LE QUINTE**



**Il vostro nome richiama le radici più profonde della cultura progettuale, ma dal vostro lavoro emerge anche una straordinaria capacità di rilettura in chiave contemporanea del contesto e delle funzioni...**

Il superamento della rigidità di certe formule dell'ospitalità anni Settanta ha richiesto anche al progettista un salto di qualità culturale. L'ospite dell'hotel è alla ricerca di esperienze individuali, gli operatori e gestori rifuggono di conseguenza la serialità a favore dell'identità, e questo apre straordinarie occasioni di creatività. Un esempio molto efficace in questo senso è un intervento che stiamo curando a Firenze per conto di 25hours,



l'apertura di un nuovo urban hotel negli spazi che un tempo ospitavano il Convento di San Paolino. Qui il tema del dialogo con il contesto storico assume una nuova dimensione ed è incentrato sulla connessione fra l'hotel, il tessuto del quartiere e le sue relazioni. L'apertura dei suoi spazi non solo agli ospiti ma anche ai cittadini, in un'ottica di rigenerazione che sfrutta l'ambito urbano per trasformare le aree comuni dell'hotel in una sorta di grande piazza in continuità con il vicino ex sagrato, che abbiamo riqualificato e riportato al suo assetto originale. Una lettura che è anche un'occasione di riscoperta della dimensione comunitaria dell'agorà, un tema profondamente presente nella storia dei nostri spazi urbani. E che oggi può diventare uno strumento di rigenerazione straordinariamente efficace.

#### **Che prosegue anche negli interni...**

Certamente. E che ha come filo conduttore uno dei più noti simboli della cultura italiana nel mondo, la Divina Commedia. Se le aree comuni dell'hotel, 800 metri quadrati distribuiti al piano terra e nella grande corte interna, costituiscono insieme al nuovo sagrato una sorta di proscenio urbano che verrà utilizzato per eventi e letture dedicate al capolavoro dantesco, il tema guida anche la progettazione degli interni, curati da Paola Navone,

## **Meininger Lambrate ha fatto della Lambretta - lo scooter cult progettato negli anni Quaranta proprio nel quartiere operaio di Lambrate - il filo conduttore del suo interior design**





che ha tratto ispirazione dai canti dell'Inferno e del Paradiso per l'ambientazione delle 172 camere dell'hotel, e dal canto del Purgatorio per i corridoi. Una ricucitura ideale, quindi, fra edificio storico, tessuto urbano e humus culturale che oggi rappresenta un modello di grande efficacia anche per il recupero di aree cittadine sottoutilizzate e immobili di grande valore storico-architettonico.

**Architettura e interior design come elementi di una narrazione coerente, legata ai luoghi e al loro patrimonio?**

Un paese ricco di tradizione e stagioni culturali di straordinaria vitalità come il nostro offre innumerevoli spunti. Spunti che come progettisti e interior designer dobbiamo però utilizzare non in senso museale o celebrativo, ma come filo conduttore di un racconto capace di legare passato, presente e futuro. Un passato di cui spesso, e un po' paradossalmente, è più consapevole la committenza internazionale. Prendiamo un esempio

A Firenze lo studio sta curando l'apertura di un nuovo 25hours nell'ex Convento di San Paolino. Qui il dialogo con il contesto storico è incentrato sulla connessione con il quartiere e le sue relazioni: le aree comuni dell'hotel saranno una sorta di grande agorà, in continuità con il vicino ex sagrato che sarà riqualificato e riportato al suo assetto originale



relativamente vicino nel tempo, gli anni Sessanta. Anzi, i “fabulous Sixties”, come li chiamano gli stranieri che negli occhi hanno - a volte anche più di noi italiani - alcuni capolavori del design, del cinema e dell’arte che il nostro paese ha prodotto in quell’epoca. Di alcuni di essi abbiamo fatto i protagonisti di due interventi capaci di dialogare anche con un pubblico giovane, che quegli anni non li ha vissuti ma di cui percepisce il valore culturale, estetico, trasformativo. E ne fa non a caso uno straordinario successo. Anche commerciale.

**Ce li racconta?**

Il primo è il Meininger Lambrate, un urban hotel che ha fatto della Lambretta - lo scooter cult progettato negli anni Quaranta proprio nel quartiere operaio di Lambrate - il filo conduttore del suo interior design. Il Lambretta Café Racer, le aree comuni e le 131 camere riprendono il gusto e l’atmosfera delle vecchie officine di riparazione e quelle dei raduni dei milioni di appassionati di questo iconico scooter, e le declinano con formule, servizi e modelli di soggiorno capaci di rivolgersi a una clientela eterogenea, dalle famiglie ai backpacker, creando un ambiente dinamico e animato in tutte le ore della giornata. Un esempio straordinariamente efficace di come la vocazione storica di un territorio possa essere utilizzata per far ritornare protagonista una zona rimasta per anni ai margini, facen-







done un modello di rigenerazione urbana.

Il secondo progetto, sempre curato per il gruppo Meiningner, riprende un altro simbolo della cultura italiana, il grande cinema, e uno dei suoi luoghi iconici - Cinecittà - per creare a Roma un hotel il cui interior design è interamente dedicato al "silver screen", ai suoi divi e al pittoresco mondo che vive dietro le quinte. Spazi comuni e camere compongono una sorta di backstage arricchito da oggetti e arredi usati sui set. Mentre i corridoi riproducono i red carpet delle kermesse cinematografiche, e a ricomporre la narrazione la lounge, dall'interior che riproduce il foyer delle sale cinematografiche. Insomma, una full immersion nella magia del cinema. Anche per noi che l'abbiamo progettata.

**Questi esempi raccontano la trasformazione radicale vissuta dal mondo dell'hotellerie. Qual è il prossimo passo?**

Senza dubbio l'ibridazione delle forme dell'ospitalità, di cui il cosiddetto co-living è una delle espressioni che già oggi stanno entrando nell'offerta dei grandi gruppi dell'hotellerie. Una formula che è soprattutto una risposta agli stili di vita delle nuove generazioni, per le quali non è così importante il radicamento quanto piuttosto la possibilità di spostarsi, viaggiare, conoscere il mondo. Bisogni a cui, più che l'albergo tradizionale, rispondono meglio contenitori concepiti per soggiorni di lungo periodo e improntati a una dimensione comunitaria, che consenta di creare un tessuto di relazioni sociali senza essere necessariamente legati alle formule abitative e di soggiorno tradizionali. ◆