



Simone Micheli

Progettare l'hotel opera

VISIONI, PERCORSI,
DIREZIONI PROGETTUALI
DAL GRAND HOTEL A OGGI

Serie di architettura e design
FRANCOANGELI

Tutto si è trasformato, in senso positivo, a tal punto che il visitatore del 1994 di questo frammento, giungendo a Vals una volta ancora, nel 2013, riconoscerebbe il sito, sepolto negli sconfinati spazi del suo ricordo, solo attraverso l'immagine del naturale circostante.

Allo stesso modo, in termini estremamente simili, l'hotel opera, con la sua possibile presenza simbolica, etica, e il messaggio di "universalità" che è in grado di trasmettere, è capace di coagulare intorno a sé un indotto impenso; la sua peculiarità in relazione a rinnovati pensieri, la sua unicità, la sua bellezza contenutistica ed espressiva, la sua forza propositiva, è capace di originare rilevanti guadagni commerciali e di educare per costruire ambiti volumetrici capaci di qualificare la vita umana determinando un incredibile valore aggiunto a tutti i soggetti che gli ruotano intorno.

Allo stesso modo, **l'hotel concepito come opera iconica è in grado di divenire un efficace volano per favorire rigenerazioni**, emozionanti evoluzioni, complesse e al tempo stesso semplici ibridazioni di campo.

Questo particolare tipo di opera diviene il prezioso humus capace di innescare straordinari meccanismi di positiva trasformazione della materia terrestre.

Turismo, sviluppo urbano e pubblica amministrazione di Susanna Santini - Avv. Studio legale Santini

Secondo i dati diffusi dall'Organizzazione Mondiale del Turismo, il comparto turistico ha vissuto nel 2012 un anno di ulteriore rafforzamento dei turisti internazionali che hanno toccato quota **1.035 miliardi**, con un **incremento pari al 4%** rispetto all'anno precedente. Il modello di sviluppo dell'economia italiana è stato da sempre basato su due motori: quello **dell'esportazione e quello delle costruzioni**, oggi in grave difficoltà, e nonostante il nostro sia un Paese ricco di risorse naturali e culturali, non vi è una cultura di quello che nelle varie accezioni straniere viene definito *leisure, loisir, ocio*. Nell'etimologia dei termini si evidenzia la varietà concettuale dei significati. Nella lingua italiana, per contro, manca un termine ad hoc per designare questa specifica area di comportamenti-significati. L'espressione "tempo libero" può comprendere infatti, piuttosto ambiguamente, tutto il tempo non finalizzato al lavoro retribuito e questa povertà terminologica va ascritta al mancato sviluppo, in Italia, di una **tradizione di studi sul tempo libero**.

L'analisi sociale ha concentrato l'attenzione più su problemi socio-culturali, quali l'industrializzazione e lo sviluppo delle nuove classi urbane, che non su altri di tipo culturale da essi derivati, quali i processi di trasformazione dei consumi e dei comportamenti al di fuori del lavoro. Anche in campo economico e commerciale è stata lasciata alla spontaneità del mercato la possibilità di **definire i consumi del tempo libero**, e in particolare quelli connessi al **turismo e alle vacanze**. E così anche le istituzioni e le pubbliche amministrazioni non hanno mai sviluppato una seria analisi del tema "turismo", dell'impiego del tempo libero che è invece divenuto oggi un momento di **trasformazione delle personalità individuali e dei rapporti sociali**. Il turismo si sta imponendo come perno dell'organizzazione urbana e così nel campo della **pianificazione del territorio e della progettazione architettonica** non si può prescindere dall'analisi dei temi dell'appartenenza e dell'estraneità, dell'incontro e dello scambio tra soggetti e gruppi diversamente qualificati e qualificanti, dal rapporto tra lo spazio ospitante e il territorio. Tipologie di viaggio sempre più eterogenee, personalizzate e di breve durata, hanno generato **nuove forme di ricettività, caratterizzate da una maggiore flessibilità e da un più stretto legame con il territorio**. Da qui la capillare diffusione nel nostro Paese di offerte di ospitalità alternative rispetto al modello alberghiero classico (bed&breakfast, agriturismi, country houses, dimore storiche e di charme), che si sono andati sviluppando con una dinamica che non sarebbe eccessivo definire esplosiva. In questo momento definito da alcuni studiosi "modernità liquida", nonostante lo spazio turistico assuma un'importanza sempre crescente, il turismo non figura tra gli obiettivi strategici delle PA e quando ciò avviene ci si confronta con una pianificazione urbanistica inadeguata. Occorre, quindi, che **il turismo diventi un'occasione per costruire urbanità, che fornisca servizi non solo rivolti al turista ma anche alla popolazione ospitante**.

Si parla di **turismo sostenibile** (nel 2005 dal WTO insieme all'UNEP - United Nations Environment Program) tale da generare un **utilizzo ottimale delle risorse ambientali e da mantenere processi ecologici essenziali**, contribuendo a conservare le risorse naturali e la biodiversità; si deve rispettare l'**identità socio-**

culturale delle comunità ospitanti, conservando le costruzioni tipiche, l'ambiente culturale e i valori tradizionali; **si devono assicurare operazioni economiche a lungo termine** fornendo benefici socio-economici discretamente distribuiti a tutti gli stakeholder. Ma a fronte di diagnosi condivise, non vi è ancora la capacità di attivare politiche e procedimenti in grado di dare risposte, di soddisfare le esigenze e le criticità rilevate in termini di sostenibilità. **La scarsità di risorse pubbliche è una ragione in più per riordinare "il sistema turismo" e non un motivo per non investire.** Servono, quindi, disegni di legge indirizzati al riordino della disciplina delle attività ricettive che attuino un completo ripensamento della configurazione delle aziende ricettive e della pianificazione urbanistica. Servono **strumenti normativi innovativi che consentano di cogliere i mutamenti del settore in tempo reale e di superare vincoli e schemi** derivanti da una cultura e tecniche urbanistiche superate. Zygmunt Bauman² conferma che le **politiche locali debbono necessariamente andare oltre le particolarità e riproporre un modo diverso di affrontare i problemi dell'urbanità**, dove privato e pubblico possano dialogare e produrre una evoluzione. Già Campos Venuti nel suo *Amministrare l'urbanistica* affermava che assistiamo a processi di trasformazione economico-sociale che ci costringono a rivedere le cognizioni tecnico-normative cui siamo abituati e che non è più sufficiente garantire l'effettiva dotazione di standard; il problema non è più di quantità e la qualità va riletta alla luce delle trasformazioni che hanno modificato la domanda sociale³. Già nella fase preliminare della pianificazione urbanistica, le opere pubbliche, ma **soprattutto le opere private di interesse pubblico quali sono le strutture ricettive**, devono rappresentare elementi di "polarità urbana", la loro collocazione deve seguire percorsi preferenziali; **intorno al progetto-opera di fatto devono essere riorganizzati i "sistemi urbani"** (viabilità – residenziale – industriale ecc). Un ruolo significativo, e sempre più strategico, di **catalizzatore e di rigenerazione urbana viene riconosciuto dunque al progetto-opera**

2. Z. Bauman, *Vita liquida*, Laterza, Roma-Bari, 2006.
3. G. Campos Venuti, *Amministrare l'urbanistica*, Einaudi, Torino, 1997.

che diviene così "progetto-piano" migliorando la qualità del contesto in cui si sviluppa e stimolando l'economia simbolica di una città. L'opera architettonica, attraverso il proprio valore intrinseco, trasmette un messaggio che genera risorse intellettuali ed economiche e nuovi canali imprenditoriali. All'interno di questa logica l'hotel opera rappresenta un nuovo modo di interpretare l'ospitalità e il turismo postmoderno, espressione della nostra società.

Se il potenziale urbanistico proprio dell'hotel opera si raggiunge attraverso la compenetrazione di strategici nodi economico-imprenditoriali con componenti poetico-compositive, d'innovazione tecnologica, di sostenibilità, di ottimizzazione prestazionale e logistico funzionale; e se tra i capisaldi dell'hotel e di ogni progetto opera c'è la convergenza fra committente e progettista, non può aver vita una riqualificazione urbana se anche la pubblica amministrazione che tiene le fila dei procedimenti amministrativi e della crescita urbanistica non esce dai rigidi schematismi di controllo, se non muta l'atteggiamento di burocrazia sterile e si inserisce tra gli attori dei procedimenti di sviluppo. L'hotel opera rappresenta l'eccellente esempio di una lettura sintonica e consapevole del tema immaginario dell'ospite e così diviene metodo creativo e matrice da replicare nel rapporto di scambio necessario tra pubblico-privato.

Il lavoro di lettura e di analisi dei mutamenti di esigenze, che rende lo spazio hotel non pura operazione di valorizzazione immobiliare ma oggetto/soggetto di un dialogo imprenditore-architetto-realtà circostante fisica e sociale, può essere seme di una nuova cultura del progettare. Stimolare una nuova cultura del pianificare coordinata con una valorizzazione sociale in grado di catturare e incrementare processi economici integrati.

Un'analisi di ampio respiro sugli sviluppi presenti e futuri dello spazio ospitale contemporaneo; uno spazio la cui fisionomia è in forte mutamento e che per imprimersi nella memoria del visitatore dovrà essere dotato di **identità, unicità, straordinarietà e coerenza configurandosi sempre più come "opera"**.

Nel suo percorso intorno ai vari temi caratterizzanti l'hotellerie contemporanea, l'autore riflette su come fare **progettazione illuminata e non convenzionale a 360 gradi** in un settore che deve essere sempre più capace di accogliere e interpretare al meglio la complessità dei mondi dell'utente-cliente contemporaneo.

In primo piano nell'analisi del nuovo concetto di realtà ospitale incontriamo temi come **la sostenibilità di sistema e di processo, il rapporto fra progettazione di interni e architettura, l'utilizzo trasversale e "sociale" delle tecnologie, le nuove tematizzazioni dei centri benessere, le forme emergenti di ospitalità destinate alle varie "tribù", che cos'è l'hotel opera e il suo impatto sul territorio**, mentre la comunicazione è il fil rouge che lega le varie componenti dell'universo ospitale e turistico-ricettivo.

Il libro è arricchito da numerosi interventi su temi specifici del settore hotellerie italiano e internazionale scritti da personalità del mondo accademico, imprenditoriale, manageriale.

Simone Micheli ha fondato l'omonimo Studio d'Architettura nel 1990 e la società di progettazione "Simone Micheli Architectural Hero" nel 2003. Le aree d'intervento della società di progettazione, con sede a Firenze, Milano e Dubai, si articolano in plurime direzioni: architettura, interior design, design, visual design, comunicazione. È docente presso il Polidesign di Milano e presso la Scuola Politecnica di Design di Milano. I suoi lavori sono stati presentati nelle maggiori rassegne espositive internazionali e ha tenuto conferenze e lectio magistralis presso università, istituti di cultura, enti e istituzioni di varie città del mondo. Molte sono le pubblicazioni su riviste italiane e internazionali, le interviste televisive dedicate alla sua opera e le monografie. www.simonemicheli.com

 **FrancoAngeli**
La passione per le conoscenze

ISBN 978-88-917-0506-8

