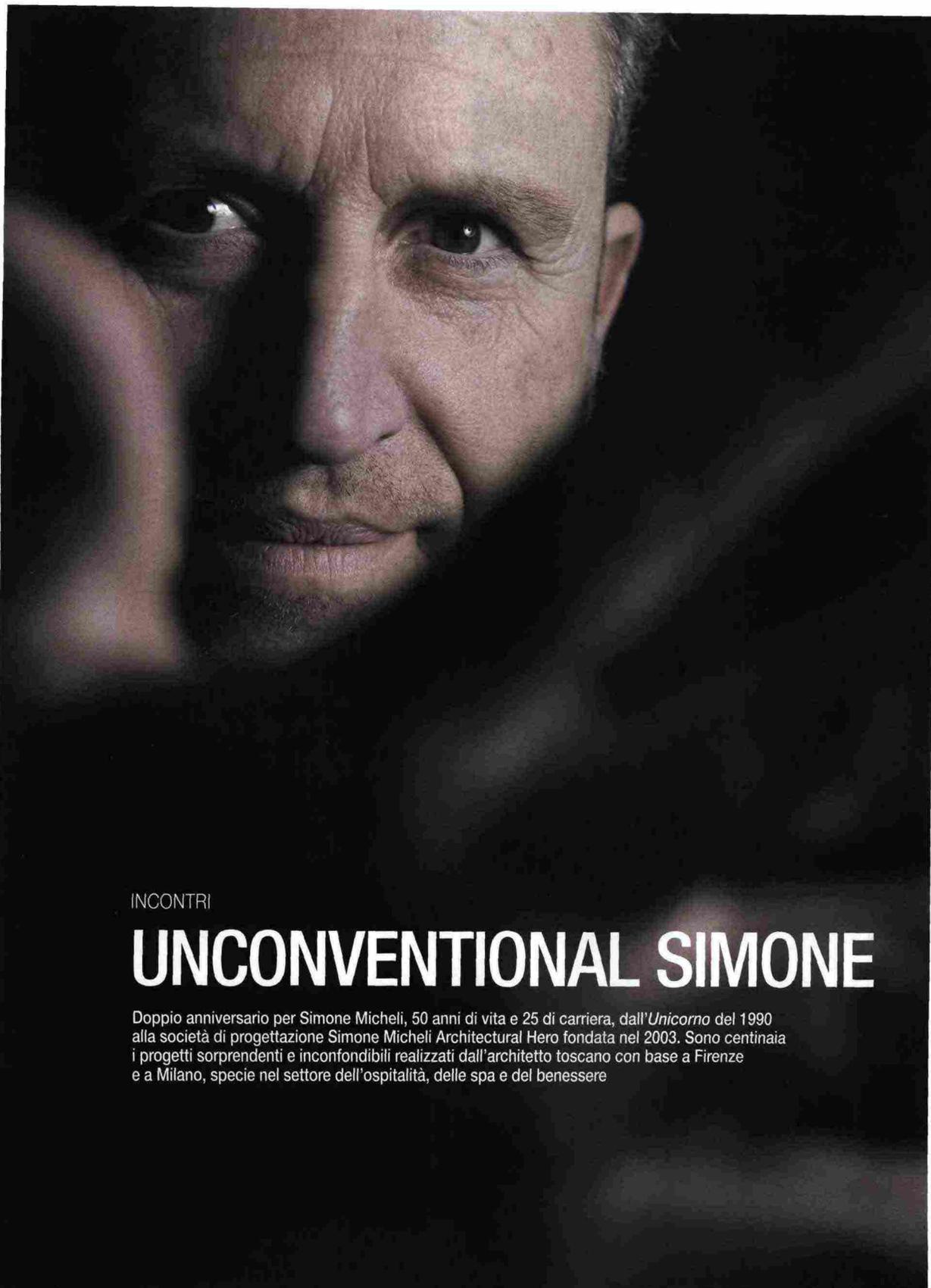


» DESIGN



INCONTRI

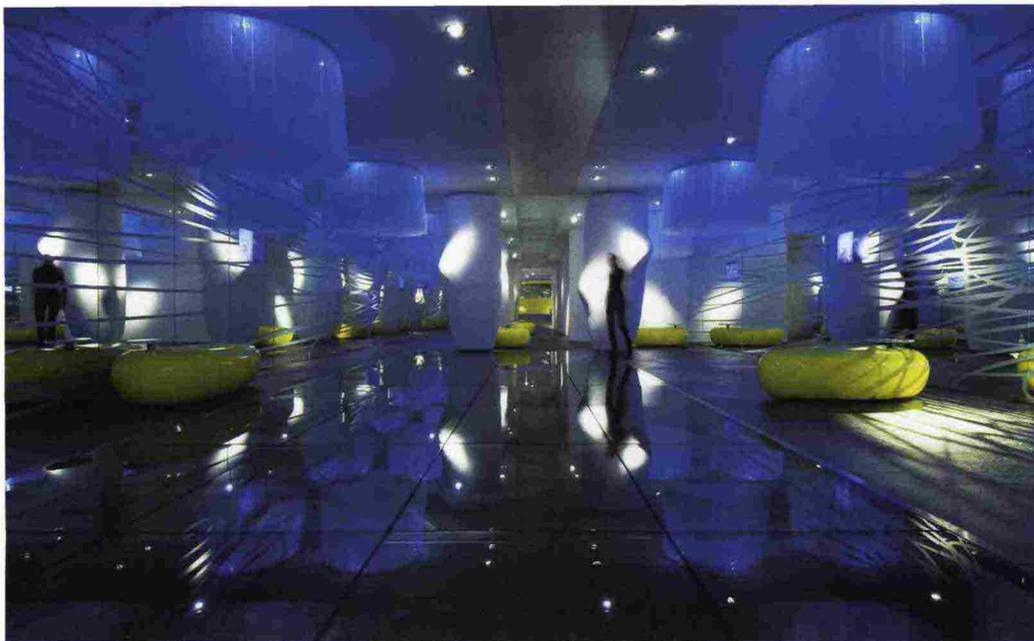
UNCONVENTIONAL SIMONE

Doppio anniversario per Simone Micheli, 50 anni di vita e 25 di carriera, dall'*Unicorno* del 1990 alla società di progettazione Simone Micheli Architectural Hero fondata nel 2003. Sono centinaia i progetti sorprendenti e inconfondibili realizzati dall'architetto toscano con base a Firenze e a Milano, specie nel settore dell'ospitalità, delle spa e del benessere

[78] ioARCH_58

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

» DESIGN



La galleria espositiva New Urban Face realizzata nello Spazio ex Cobiانchi di Piazza Duomo a Milano (foto ©Jürgen Eheim).

Parlaci dei tuoi maestri, di Koenig e di Giovanni Michelucci e della tua collaborazione con Bruno Zevi.

Tre amici e ispiratori. Koenig fu il mio relatore di tesi alla Facoltà di Architettura di Firenze e mai i suoi consigli cesseranno di influenzare la mia filosofia progettuale. La visione secondo cui design e architettura sono creature ibride, per metà calate nella realtà e vincolate ai risultati imprenditoriali e per metà frutto di creatività e di orizzonti ideali, discende dalle intuizioni di Koenig che parlava del design come una strana creatura, simile a "un pipistrello mezzo topo e mezzo uccello".

L'amicizia e le discussioni che ebbi con Giovanni Michelucci e la seppur casuale quanto intensa collaborazione che mi legò a Bruno Zevi definiscono poi il compimento coerente del mio percorso formativo che da 25 anni è alla base della mia attività progettuale come un filo rosso che attraversa e unisce ogni opera.

Oggi il contesto culturale e sociale è ben diverso da quello in cui operarono i miei mentori e dunque sono evidenti le differenze del mio fare architettonico, ma altrettanto chiare sono le connessioni che avvicinano il mio operato a quella concezione organica dell'architettura che Zevi teorizzò e che Michelucci mise in atto.

Ti senti più architetto o designer? O ritieni che questa distinzione sia superata?

Mi ritengo un progettista globale. La differenza tra design e architettura secondo me risiede nelle regole del gioco, ma il gioco nella sua essenza resta identico: migliorare la qualità della vita accrescendo il benessere, che è più di un fatto fisico: è esperienza sensoriale e mentale, emozione e stupore.

Stupore e curiosità hanno mosso gli uomini fin dagli albori della nostra vita sulla Terra e

sono stati la spinta alla scoperta, all'invenzione e al progresso. Nelle mie opere cerco di ricreare lo stesso stupore e la stessa meraviglia affinché i fruitori si sentano stimolati e liberi di indagare dimensioni nuove per ritrovare se stessi, le proprie riflessioni autentiche, i propri desideri intimi e le originarie emozioni.

La tua notorietà comincia con le installazioni di Abitare il Tempo. Ci vuoi parlare di quell'esperienza?

Riaffiorano antichi ricordi. *Abitare il tempo* mi ha tenuto a battesimo. Nell'89 partecipai alla prima conferenza stampa chiedendo a Carlo Amadori, poi diventato mio grande amico, se ci fosse spazio per un giovane come me, desideroso di creare e presentare il suo credo emotivo al mondo. A quei tempi l'entusiasmo veniva apprezzato e così, coinvolto in una mostra per la Regione Toscana curata da David Palterer e grazie alla collaborazione della Marioni Ceramiche di Calenzano, nac-

que il mio primo vaso, l'*Unicorno*. Negli anni seguenti incontrai numerosi compagni d'avventura (da Fumio Shimizu ad Alessandro Mendini, Achille Castiglioni, Ettore Sottsass e molti altri) e si susseguirono senza soluzione di continuità le mostre che ho curato a Verona e in giro per il mondo. Il mio rapporto con Verona è quindi inevitabilmente ricco di ricordi felici e momenti di magica condivisione, come quella che mi lega a Maurizio Marcato, abile interprete di molte mie architetture e grande amico sempre pronto a emozionarsi, a capire, indagare, scoprire.

Sei molto conosciuto per l'architettura dell'ospitalità. Quali sono a tuo avviso le "varianti universali", quelle valide a Gubbio come a Dubai, a Milano o a Macao, di un'efficace progettazione alberghiera?

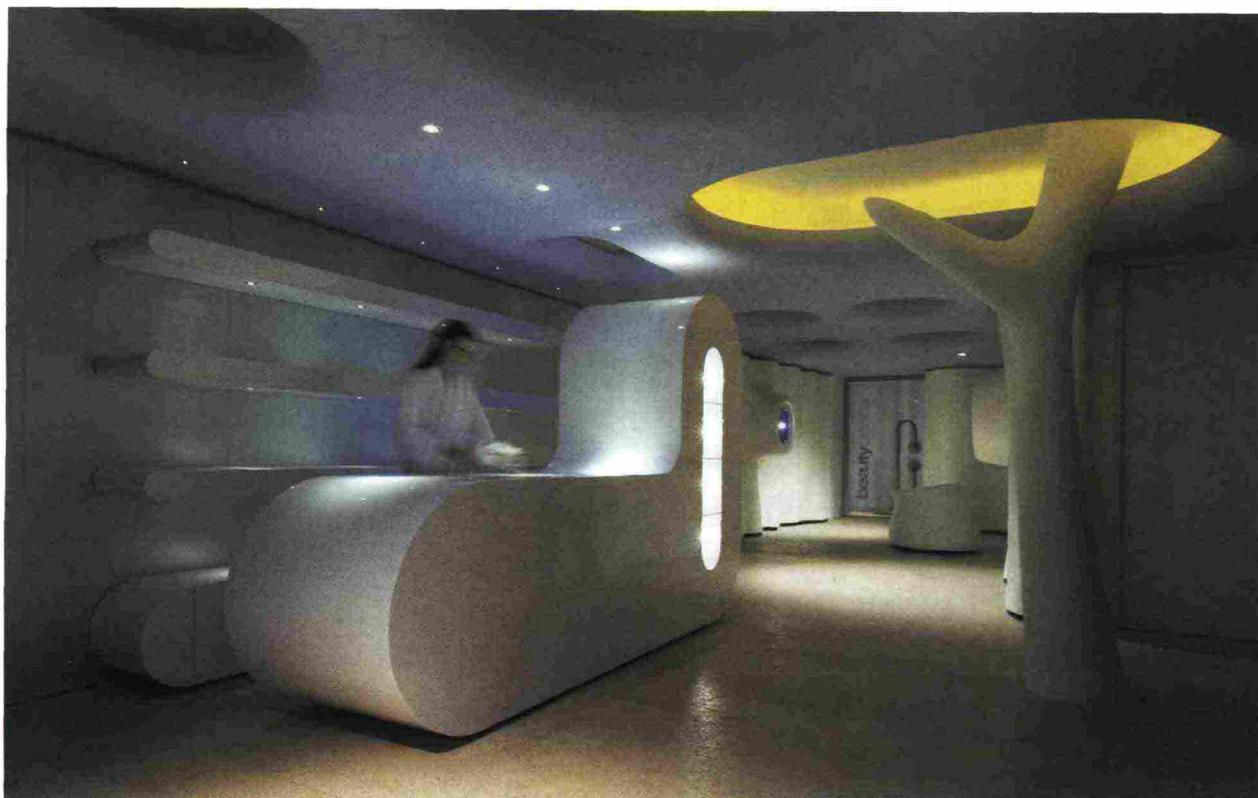
Credo che la risposta a questa domanda risieda nel far sì che ogni progetto sia concreta soluzione delle necessità reali e proprie dell'uo-



Un'immagine del MiSha, il ristorante del luxury hotel Seven Stars Galleria di Milano (foto ©Jürgen Eheim). In apertura, un ritratto di Simone Micheli di Maurizio Marcato.

ioARCH_58 [79]

DESIGN



mo; ogni progetto deve porsi l'obiettivo di generare benessere e di accrescere la qualità della vita di chi lo abiterà, anche solo temporaneamente. In questo consiste l'universalità del progetto, dal momento che anche l'essenza dell'uomo è universale. È poi necessario adattare l'obiettivo generale al contesto locale: non solo le caratteristiche del territorio o le esigenze del committente ma anche il background culturale di ogni diverso Paese, in modo che ogni fruitore possa dentro di sé pensare che "il progettista ha pensato proprio a lui, ai suoi bisogni e desideri specifici". Bada bene, non si tratta di limitazioni ma di stimoli creativi.

Ogni anno appaiono nuovi materiali di elevata qualità e prestazioni che facilitano il compito di disegnare lo spazio. Quanto ti hanno aiutato nel tuo lavoro di progettazione e quanto viceversa il progettista aiuta l'industria a fare ricerca e innovazione? Come vivi questa simbiosi, se esiste?

Certo che esiste! L'attenzione verso i materiali è essenziale per la riuscita del progetto. La sua forma così come le sue capacità di svolgere la funzione propria sono intrinsecamente legate al tipo e alla qualità dei materiali utilizzati. Ogni materia ha caratteristiche peculiari, prestazioni particolari, qualità specifiche e situazioni in cui riesce meglio a tirar fuori i tratti distintivi. È compito basilare del progettista conoscerle e utilizzare i materiali che meglio rispondono alle esigenze dell'opera. Ogni materiale ha un'anima che legandosi agli altri spiriti deve conferire vita al progetto. I materiali sono i principi

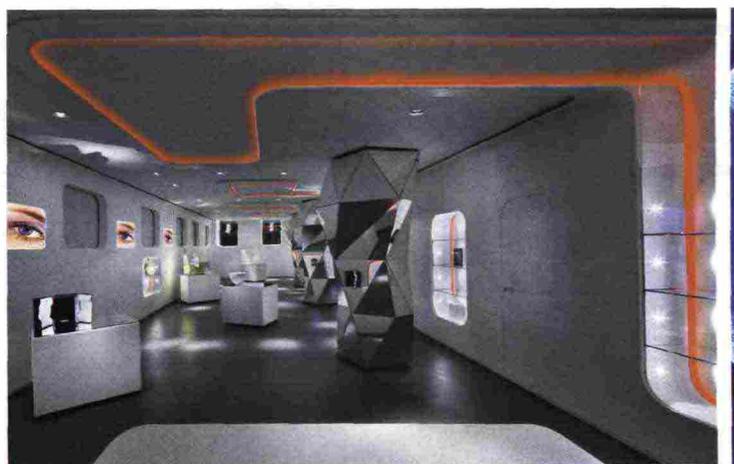
primi di ogni progetto ed è attraverso le loro combinazioni e relazioni che l'opera architettonica prende vita. La ricerca industriale amplia le possibilità di scelta del progettista. Nello stesso tempo però è proprio al progettista che spetta il compito di conoscere e interpretare i bisogni degli uomini trasformando una richiesta in un oggetto concreto che la soddisfi. È in questo processo di interpretazione dei sogni, dei desideri, delle volontà anche più intime dell'uomo che si verifica la simbiosi. Riferendo all'industria le richieste degli utenti, guidando e contribuendo alla ricerca e al progresso scientifico, il progettista si pone al centro di un sistema di scambi e relazioni, portando l'umanità a scoprire nuovi orizzonti e nuove possibilità

di espressione e cultura. Spesso il progettista deve osare, squarciare il velo delle consuetudini affinché gli spiragli del prossimo futuro illuminino già frammenti del presente.

Intervenire sull'esistente è difficile ma necessario. Come sono i tuoi "innesti", come si relazionano con il luogo, la cultura che "incorpora" e le mutate esigenze che impongono un uso diverso degli spazi?

Come Baudelaire, anch'io sostengo che ogni epoca ha la sua forma di bellezza, manifestazione effimera di una bellezza eterna universale e inafferrabile.

Dal passato si deve apprendere e trarre insegnamento senza replicarlo passivamente ma ogni tentativo di riportarlo in vita è vano. Le grandi cattedrali medievali mostrano il sudo-



In alto, la spa dell'Hotel Exedra a Milano (foto ©Jürgen Eheim). A destra, lo spazio espositivo L'Archivolto Events realizzato nel 2010 per l'omonima casa editrice milanese (foto ©Alberto Ferrero).

DESIGN



re e la fatica impiegata per realizzarle; riprodurle oggi significherebbe soltanto realizzare contenitori vuoti e falsi. Nelle fattezze irregolari e mai identiche del mattone è presente il lavoro degli uomini; pretendere di raggiungere lo stesso risultato attraverso le tecniche seriali della moderna industria equivale a raccontare una menzogna.

I miei "innesti" manifestano la volontà di riportare in vita il passato in maniera anticanonica e innovativa, affinché esso dialoghi e si confronti con il presente, mostrando inoltre i frammenti di visioni future. Le differenze e le peculiarità di ogni epoca devono essere esaltate, i materiali e le tecniche differenti vanno messe a confronto. Prendi ad esempio *RubensLuciano Offices & Showroom*, una vil-

la veneta sulla Riviera del Brenta trasformata in spazio di lavoro. Nel mio progetto di interior design e illuminotecnico la simmetria e l'ordine settecentesco si amalgamano armonicamente e organicamente con la fluidità e la purezza delle forme nuove, la consistenza materica dei dettagli in pietra e il meraviglioso soffitto a cassettoni dialogano per aperto e manifesto contrasto con il rigore degli spazi interni, con il parapetto in cristallo e con l'elevato gradiente tecnologico che in ogni ambiente favorisce l'interazione con l'uomo. Il candore e la trasparenza in alta definizione permettono di leggere il passato, valorizzandone e ripercorrendone l'antica intensità, in uno spazio adatto alle richieste contemporanee del committente ■

Dall'alto in senso antiorario, il Barceló Milan Hotel, il ristorante Aquadulza a Maccagno, Varese (foto ©Ulrich Eheim) e il Wellness & Beauty Center realizzato all'interno del New York Palace Hotel di Budapest (foto ©S.M.A.H.).



IMMAGINAZIONE E COERENZA

Un hotel competitivo deve stupire, offrire benessere e attrarre. Ma per gli investitori la sperimentazione è un rischio da evitare, spesso semplicemente cambiando nome a modelli superati che anche le catene internazionali stanno ormai abbandonando. Secondo Simone Micheli l'hotel di successo dovrà assomigliare sempre più a un'opera d'arte: per unicità, straordinarietà, coerenza. Ma a differenza di un'opera d'arte dovrà essere progettato con precisione millimetrica, come si fa con il design industriale. Tutto conta: gli aspetti prettamente architettonici come lo spazio, la luce, i colori, e quelli gestionali, del servizio al cliente, della tecnologia e le strategie logistiche. Fare contract significa sviluppare un processo propositivo globale con una regia intelligente che eviti incongruenze e inefficienze economiche.

Basato su decenni di esperienza dell'autore nel settore e con il contributo di 26 esperti (docenti, manager, imprenditori, gestori di patrimoni alberghieri e consulenti di marketing), *Progettare l'hotel opera* è un testo prezioso per chiunque, progettista o manager, operi nel settore alberghiero.

Progettare l'hotel opera
Visioni, percorsi, direzioni
progettuali dal Grand Hotel a oggi
 Simone Micheli
 Editore **Franco Angeli**
 192 pp - euro 25,00
 ISBN 978-88-917-0506-8

