LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

turismo d'Italia

N. 30 Dicembre 2016

Tendenze

LA RIVOLUZIONE DIGITALE

Lavoro

IL CONTRATTO PART TIME

HOTEL DESIGN

Metropolitan by Como Miami Beach
Country House Ca Blanca • Suite Milano
Hotel Esperia Jesolo

L'OSPITALITÀ ITALIANA
FEDERALBERGHI

Innovazione e creatività

Intervista a Raffaele Carrella Architecture and Design, che dal 1994 traduce consulenza strategica, creatività e funzionalità in progetti unici nell'ambito del retail, del wellness e dell'hotellerie

DI ANTONIA ZANARDINI

Raffaele Carrella nel 1994 consegue la laurea in Architettura presso l'Università Federico II di Napoli e nel 1998, in seguito a diverse esperienze maturate nel campo dell'architettura, del project management e dell'interior design, fonda lo studio Raffaele Carrella Architecture and Design (www.raffaelecarrella.com) la cui attività spazia dall'architettura ai progetti di interni e di arredo su misura per locali, appartamenti, uffici e showroom, al retail design, fino alla progettazione di allestimenti, anche di grandi dimensioni, per eventi, mostre, fiere e spazi espositivi, seguendo tutte le fasi, dalla progettazione alla realizzazione dell'opera. Caratteristica distintiva è la convinzione che l'armonia e la proporzione tra i volumi, la scelta dei colori, dei materiali e della luce siano di fondamentale importanza per creare e dare un'identità a un ambiente o a un'architettura. Lo studio opera anche nell'ambito dell'hotellerie, con progetti che si distinguono per lo stile dinamico, eclettico, fortemente influenzato dalla location e dalle più innovative tendenze nel campo della moda e dell'arte.

Raffaele, quando hai cominciato a occuparti di progettazione alberghiera?

«L'hotellerie ha da sempre un peso notevole all'interno della mia professione e del mio studio. E' un campo che mi piace perché lo intendo ogni volta come una sfida nella quale confrontarmi con situazioni diverse, uno stimolo per

pensare e progettare soluzioni nuove, per studiare contesti differenti. Ogni progetto deve dare vita a luoghi pensati intorno a chi li dovrà vivere. Mi ci immagino le persone: vorrei si emozionassero, si muovessero negli spazi sentendosi in armonia con l'ambiente e con la natura».

Quali sono i principali progetti di hotellerie che hai seguito?

«Tra le ultime esperienze sono è sicuramente da citare il progetto di interior design – hall, bar, sala ristorante, camere e suite – dell'Hotel Giulivo di Baia Domitia, in provincia di Caserta. Qui la filosofia che ha guidato le scelte progettuali è stata quella di non snaturare la tipologia e le peculiarità dell'edificio originario, ma di migliorarla attraverso soluzioni innovative da un punto di vista tecnologico e di design, studiate e realizzate per soddisfare al meglio il cliente in termini di comfort e benessere. Ho poi curato il progetto di ristrutturazione delle camere del Lloyd's Baia Hotel di Vietri sul Mare, sulla costiera amalfitana. Qui la vicinanza al mare e la pavimentazione esistente in ceramica vietrese mi hanno condotto a ideare un progetto moderno e innovativo, che desse al cliente una sensazione di freschezza e benessere. Non sono poi mancati progetti all'estero, come quello delle camere del Grand Hotel Park di Dubrovnik, in Croazia, caratterizzate da un'atmosfera sofisticata e da un'eleganza misurata: forme sinuose, colori chiari, dettagli high tech, preziosi tessuti e morbide texture sono oggi la cifra distintiva della struttura».

Da cosa parti per immaginare un hotel?

«C'è sempre qualcosa di magico e molto raffinato nel tipo di accoglienza che immagino per gli hotel dei miei clienti. Il calore, gli ambienti costruiti per la comodità delle persone, la funzionalità e la bellezza che invitano a una lunga e dolce permanenza sono le qualità che preferisco. Lo stile dinamico, eclettico, fortemente influenzato dalla location e dalle tendenze più innovative sono gli elementi che caratterizzano i miei

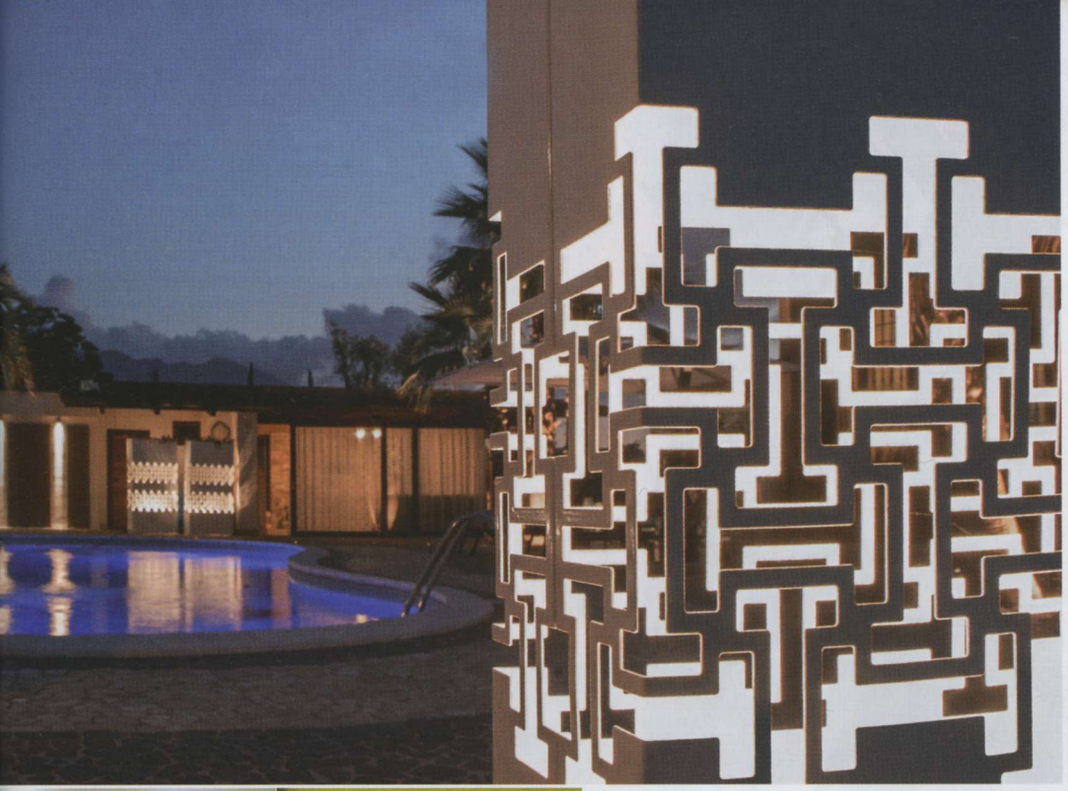
progetti. Il concept che guida il mio studio, insolito per il mondo del turismo, trae ispirazione dalla contemporaneità e, in particolare, dal mondo della moda e dell'arte. Lascio sempre che siano i miei progetti a parlare, perché ognuna delle realizzazioni che curo vibra di passione, di creatività e di funzionalità, sempre cercando di conferire un tocco di internazionalità».

A quale aspetto dedichi maggiore attenzione?

«È mia opinione credere che viene prima di tutto il comfort: camere e letti comodi, una buona illuminazione, bagni grandi e facili da riordinare. Oggi le persone hanno quasi tutto nelle loro case e da un albergo si aspettano qualcosa di extra a livello di comfort o di dotazioni, e questa è la direzione da seguire. Ora, ad esempio, cerco sempre di progettare bagni che abbiano sia la doccia, sia la vasca, magari ideando una camera open space, senza le tradizionali divisioni in ambienti differenti. La sfida che mi pongo sempre è quindi realizzare spazi in cui trovare il comfort di casa... e anche qualcosa in più. Spazi in cui venga voglia di tornare».

Come gestisci il rapporto con la committenza?

«Il motto del mio studio è "concretizziamo con creatività", cercando di soddisfare il cliente al di là dei materiali e dei prodotti che cerca. Parto



dall'ascolto attento delle idee, dei progetti, delle aspettative e dei bisogni per fornire, innanzitutto, una consulenza tecnica qualificata fino ad arrivare all'intera gestione della commessa. Quello a cui punto è cambiare il volto del loro hotel, contenendo i costi, ma al tempo stesso minimizzando il risultato, attraverso il sapiente impiego di tessuti, rivestimenti, lampade e finiture che sappiano riqualificare, con stile ed eleganza, qualsiasi ambiente dell'hotel.

Siamo pronti a suggerire i prodotti e i materiali migliori, a studiare soluzioni alternative che possano migliorare il risultato al di là delle aspettative di chi si rivolge a noi».

Materiali, luce e colore: quanto incidono nel tuo lavoro?

«Ssono gli elementi che concorrono, attraverso un'attenta e studiata progettazione, alla massima sensazione di comfort e benessere. Prediligo sempre materiali naturali, superfici con texture morbide e innovative, che stimolino la vista e anche il tatto. Il colore è una costante dei miei progetti: mi piace rendere ogni ambiente unico e personalizzato, in grado di colpire e appagare completamente la vista, sorprendendo gli ospiti. Trovo poi assolutamente necessario enfatizzare colori, materiali e arredi attraverso l'uso sapiente e puntuale della luce».

Che rapporto c'è fra il progetto di un hotel e il suo territorio?

«Vado nella città dove si trova l'albergo e mi immedesimo nel turista. Per esempio, per il progetto del Lloyd's Baia Hotel di Vietri sul Mare, ci siamo ritrovati a lavorare nella città della ceramica per eccellenza. Fil rouge dell'intervento è stata la volontà di esaltare e preservare le tradizioni locali, fatte di artigianato e antichi mestieri, di arte del decoro ed eccezionale manualità. Il design delle camere risulta innovativo e moderno, con arredi in legno di rovere sbiancato realizzati su disegno che si affiancano con leggerezza e armonia al prezioso pavimento in ceramica vietrese».

Ecologia, risparmio energetico, sostenibilità: quanto pesano nel tuo fare architettura?

«La sostenibilità è una questione molto ampia, che implica non solo aspetti tecnici, ma prima di tutto culturali, etici, sociali. È un modo di pensare alla nostra realtà, al modo in cui viviamo, a cui dobbiamo appassionarci. Come architetto penso che tutti siano gli obiettivi a cui tendo ogni volta che ho l'opportunità di realizzare una nuova architettura. Quindi uso soluzioni per l'efficientamento energetico, sistemi di controllo intelligente degli impianti di condizionamento e scego illuminazione a Led anziché di quella tradizionale».

Quali tendenze di sviluppo vedi per l'hotellerie del futuro?

«Il mondo dell'hotellerie è complesso ma stimolante e qui in Italia potrebbe esprimere enormi potenzialità. Credo che il turismo sia una risorsa fondamentale di questo Paese e gli hotel potrebbero essere tranquillamente la prima vetrina del Made in Italy. Dalle mie recenti esperienze noto che la tendenza sembra premiare le strutture che propongono un servizio diversificato e di qualità. Le aspettative dei visitatori sono cambiate, gli ospiti sono diventati molto più esigenti. Oggi è importante dare un carattere all'hotel, personalizzandolo, e molte strutture andrebbero riqualificate. Abbiamo elementi culturali e urbani di grande interesse, aziende e artigiani di alto livello, e ciascuno di questi elementi suscita risonanza mondiale. Perciò è fondamentale puntare sulla forza del Made in Italy, sulle risorse delle aziende, da promuovere con energia come ho fatto per il progetto del Grand Hotel Park di Dubrovnik e come sto facendo in altri progetti oltre i confini italiani». ✖