domus

Un futuro incerto / An uncertain future Liam Young, Angelo Renna, ABIBOO Studio con/with SONet, Alarcón+Fuhrhop+Montalbetti Arquitectos e/and Altos Arquitectos, Sou Fujimoto Architects, Ateliers Jean Nouvel, Refik Anadol / Suchi Reddy, Massachusetts Institute of Technology, Aalto University, Kenzo Tange / Isamu Noguchi, MAD Architects, Harquitectes

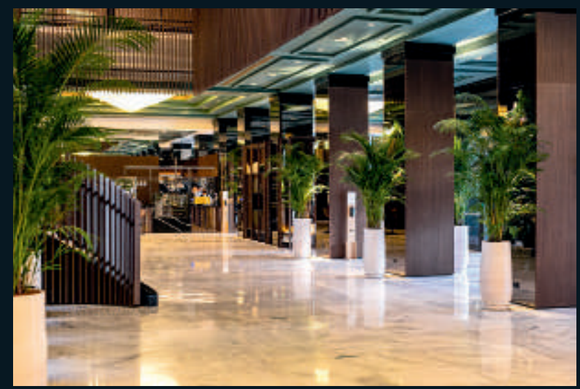
guest editor 2021

Hotel come nuova piazza / Hotels: the new town squares

Una rivoluzione ha coinvolto gli spazi dell'ospitalità. Che hanno cambiato forma, e formula, per aprirsi al territorio, assumere un ruolo pubblico e contribuire al rinnovamento urbano

A revolution has swept through hospitality spaces. In the city, they have broken free from staid formulas to entertain a dialogue with their location and contribute to urban renewal

Testo / Text Valentina Croci



Photos Qatwar

Dopo vent'anni di crescita sostenuta, nel 2020 il mercato globale dei viaggi è precipitato ai livelli del 1990. Secondo i dati raccolti dall'Organizzazione mondiale del Turismo delle Nazioni unite, gli arrivi di turisti sono scesi dal miliardo e mezzo del 2019 a circa 400 milioni, segnando una diminuzione tra il 70 e il 75 per cento (fonte: report 2021 dell'Osservatorio Business Travel del Politecnico di Milano). Nonostante la ripresa recente, il turismo, soprattutto d'affari, stenterà a tornare ai livelli pre-pandemici.
È quindi basilare per il comparto alberghiero ripensare l'offerta, con nuovi servizi, puntando sul digitale e rivolgendosi a clientele nuove. Nelle principali città internazionali, i tradizionali hotel d'affari si stanno trasformando in spazi multifunzionali e aperti alla città. Come nuove piazze urbane, uniscono l'ospitalità alle strutture per il lavoro, lo sport, e l'arte. Nascono nuove formule di ospitalità come il *bleisure* (fusione di *business* e *leisure*), ovvero la possibilità di conciliare affari e relax nel viaggio d'affari, e la *staycation*, la vacanza dietro casa, per godere dei servizi degli hotel di lusso senza muoversi dalla propria città. Non a caso, sempre più spa alberghiere sono aperte alla collettività e sempre più ristoranti stellati, o provvisti di una formula *gourmet* distintiva, sorgono all'interno degli hotel. Le strutture urbane puntano, quindi, su un segmento *lifestyle* che invita tanto i turisti quanto i residenti.
"Gli hotel vogliono tornare a essere protagonisti della vita cittadina", esordisce Cristiano Pistis, già direttore senior del comparto Project & construction di NH Hotel Group e oggi direttore di Eclettico Design, la divisione del gruppo Lombardini22 di Milano specializzata nel progetto dell'ospitalità. "Si propongono ora come luoghi dinamici, polivalenti e flessibili, che vivono di una fortunata contaminazione tra diverse forme di ospitalità. Ambienti statici degli hotel come le sale per colazioni e conferenze vengono trasformati in aree gioco per grandi e piccoli, biblioteche, *pop-up shop*, portinerie di vicinato. La tendenza è creare ambienti più informali e aperti al cambiamento, oltre che fruibili da differenti tipologie di utenti. In parallelo, si tende a valorizzare le aree esterne e portare il verde negli interni".
L'hotel urbano, già all'estero ma sempre più anche in Italia, viene a ricoprire una funzione pubblica. "Gli hotel", aggiunge l'architetto Marco Piva, "non sono più monadi funzionali destinate alla sola ospitalità, ma elementi di interconnessione tra il territorio e gli ospiti che arrivano da luoghi e culture lontane. L'hotel in città diventa un centro di mediazione". Lo studio Marco Piva ha appena inaugurato a Milano il Palazzo Touring

Pagina a fronte: vedute della lobby e del ristorante Mamì dell'hotel Meliá di Milano, riaperto a settembre 2021 dopo il *restyling* di Álvaro Sans e Vittorio Grassi Architects. In questa pagina, l'SLS Dubai Resort & Residences di Bishop Design, 2021. Dall'alto: la *sky lobby* e il *nightclub* Privilege, con due piscine all'aperto

▪ Opposite page: the lobby and Mamì restaurant in Hotel Meliá, Milan, which reopened in September 2021 after a restyling by Álvaro Sans and Vittorio Grassi Architects. This page: the SLS Dubai Hotel and Residences by Bishop Design, 2021. Top: sky lobby. Above: the Privilege nightclub offers two outdoor pools

Club della Radisson Collection che, al piano terra, è aperto a tutti gli avventori con la *lounge*, il bar, il ristorante, la biblioteca e l'agenzia viaggi, concepiti per far rivivere 150 anni di storia del viaggio italiano. L'hotel diviene un catalizzatore perfino nella produzione culturale. Come avviene con due progetti dello studio newyorkese Stonehill Taylor: l'Ace Hotel Brooklyn, progettato con Roman & Williams, e il Saint Kate-The Arts Hotel a Milwaukee, nel Wisconsin. "Entrambi", racconta Paul Taylor, "tengono conto dell'impatto che le arti hanno sui quartieri circostanti. La struttura ospita eventi artistici e culturali aperti al pubblico e i suoi spazi comuni sono parte integrante della vita locale, grazie alle vicine attrazioni come il Brooklyn Museum e i Brooklyn Botanic Gardens. Nel Saint Kate-The Arts Hotel, il gruppo di progettazione ha lavorato a stretto contatto con la scena creativa locale. L'hotel è un punto di riferimento comunitario, con una hall che presenta installazioni di arte moderna di livello mondiale, mostre e spettacoli dal vivo e tre nuove gallerie d'arte pubbliche".

Nuovi format e servizi per il lavoro

Se l'hotel urbano si trasforma in piazza, allora il turismo si fonde con la vita cittadina, tutto l'anno. Nel settore alberghiero già di si parla di "turismo infinito", inteso come la possibilità di estendere l'esperienza della scoperta di nuovi luoghi dal fisico al digitale, dialogando con il visitatore non solo durante, ma anche prima e dopo il viaggio.
La narrazione di una serie di contenuti e servizi – dalle visite alle principali attrazioni alle attività sportive, dai corsi di cucina alla degustazione dei prodotti del territorio – sono comunicati e distribuiti sui canali digitali: in Italia, nel 2020, la fruizione di contenuti digitali è cresciuta del 40 per cento rispetto all'anno precedente e quella dell'E-commerce dell'8 per cento (Osservatorio Business Travel 2021). Inoltre, la possibilità di lavorare da remoto ha contribuito alla creazione di nuovi servizi legati al lavoro agile. Infatti, il 39 per cento delle strutture ricettive italiane ha ospitato nel 2020 clienti che lavorano da remoto. "Bisogna declinare il concetto di "stare fuori casa", spiega Marco Gilardi, director of operations di NH Hotel Group Italia & USA. "Nel NH Touring Milano abbiamo sperimentato la formula di *lobby alive*, intesa come luogo di condivisione, aperto, in cui si prende un caffè, si gioca o si lavora. Uno spazio che vuole essere per tutti, con camino e sofà e la *reception*, posta in fondo all'area d'ingresso per non essere una barriera. Alcune stanze e sale riunioni sono state trasformate in uffici

Photo: George Apostolidis

temporanei, utilizzati perfino da studenti. Sono ambienti *smart*, da affittare anche a giorni: spazi eleganti e attrezzati per un massimo di otto persone ma anche *suite* o camere accessoriate per il lavoro. Abbiamo allestito anche delle stanze fitness sanificate. Siamo in un momento di sperimentazione di servizi, come l'Hybrid meetings by NH: offriamo l'organizzazione di eventi in presenza e in remoto, con connessione veloce e *provider*, per mettere in collegamento più postazioni, anche tra alberghi differenti".
L'Enterprise Hotel di Milano del Gruppo Planetaria Hotels rinnova le proprie stanze immersive con due sale tecnologiche pensate per riunioni a distanza. Nella sala principale, maxi schermi a 360° possono proiettare immagini che avvolgono gli spettatori. Ogni telecamera o luce della sala viene controllata dalla regia che può orchestrare più connessioni sia tra altre sale dell'hotel sia con postazioni in remoto. La sala Nettuno, invece, è stata riconvertita per ospitare eventi *phygital*: in presenza con tavolo, divano e poltrone e proiettati in remoto grazie a sfondi e riprese con *green screen*. "Il cosiddetto hotel ibrido", aggiunge Pistis, "può soddisfare il fabbisogno di uffici per pochi giorni o addirittura per poche ore, entrando in un mercato la cui l'offerta è molto limitata, a fronte di una domanda in forte crescita. Tra i requisiti fondamentali c'è anche la versatilità degli arredi e degli spazi delle camere, in modo da trasformarle velocemente in uffici".

La forza attrattiva della ristorazione di qualità

La cucina è un elemento d'attrazione non solo per gli ospiti dell'hotel, ma anche per la comunità locale. Sono sempre più numerosi i ristoranti stellati e, in generale, cresce l'offerta *gourmet* all'interno delle strutture alberghiere. "Tra hotel e chef ci possono essere varie tipologie di accordo, dalla semplice consulenza all'affitto di ramo d'azienda o l'appalto", spiega Marco Gilardi di NH Hotels. "L'importante è che da parte del professionista ci sia un coinvolgimento profondo e una proposta di valore funzionale, quale l'elaborazione di una formula *ad hoc*, in grado di rappresentare una differenza rispetto al panorama dell'offerta cittadina. Sempre, però, rispecchiando l'identità dell'hotel".
Il *fine dining*, frutto di una sofisticata ricerca, attrae un pubblico attento e appassionato che può trovare a Milano espressioni particolarmente interessanti. È il caso del ristorante Seta, condotto dallo chef bi-stellato Antonio Guida all'interno del Mandarin Oriental Milan. "La maggior parte degli ospiti del Seta è milanese o proviene da zone vicine",

Sopra: il ristorante Seta, gestito dallo chef bi-stellato Antonio Guida, nella seconda corte del Mandarin Oriental di Milano, progetto di Antonio Citterio Patricia Viel, 2015. Pagina a fronte: in alto, il ristorante San Paolino, protetto da una copertura in vetro (in basso a sinistra) nel cortile interno dell'omonimo hotel fiorentino progettato da Genius Loci Architettura, con interni di Paola Navone e Studio Otto, 2021; in basso a destra, la lounge della struttura

▪ Above: Seta restaurant, run by the two-Michelin-star chef Antonio Guida, located in the second court of the Mandarin Oriental, Milan, designed by Antonio Citterio Patricia Viel, 2015. Opposite page: top, the restaurant San Paolino in the court of the homonymous hotel is protected by a glass roof (bottom left). Located in Florence, designed by Genius Loci Architettura, interior design by Paola Navone and Studio Otto 2021. Bottom right, the lounge

commenta Luca Finardi, vice-president operations per l'Italia e general manager dell'hotel. "Questo crea un circolo virtuoso di frequentazione dell'albergo anche da parte della clientela locale, che ci consente di inserirci in modo ancora più armonico nel tessuto cittadino".
Caso analogo è Argo, il ristorante stellato nel Four Seasons Hong Kong. "È diventata una destinazione che serve dalla colazione al tè, fino a tarda sera", spiega Ed Ng, co-fondatore di AB Concept, lo studio che ha progettato il ristorante. "Questo mette a frutto ogni spazio a disposizione, aiutando l'hotel a generare entrate.
Inoltre, per l'hotel la ristorazione di qualità è una nuova frontiera per far evolvere e rinnovare la propria immagine, oltre che un'opportunità per sperimentare e sorprendere, in quanto i ristoranti *gourmet* hanno la possibilità di allontanarsi parzialmente dal DNA del marchio principale".

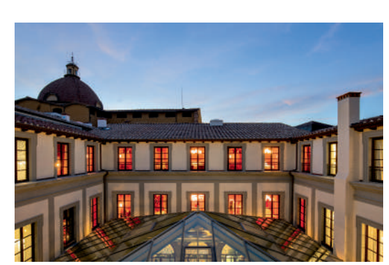
Senso del luogo e rigenerazione urbana

Sebbene sia imprescindibile rispettare le linee guida per mantenere l'immagine delle catene di hotel, il design dell'ospitalità è alla ricerca di autenticità e di una maggiore relazione con il luogo. Situato all'interno di Business Bay, nel centro di Dubai, l'SLS Dubai Hotel & Residences di Bishop Design mostra un'esplorazione insolita del massimalismo attribuito al gusto degli Emirati Arabi. "Non abbiamo voluto semplicemente creare un altro hotel a Dubai", commenta Paul Bishop, fondatore dello studio, "ma sfoggiare lo spirito malizioso e la personalità audace del marchio nell'esplorare soluzioni uniche. Lo spazio incoraggia uno stile di vita libero, di festa e divertimento. Abbiamo interpretato in chiave ironica la reputazione di Dubai legata al lusso, quell'immagine di ricchezza esagerata, mettendola in contrasto con finiture grezze e minimaliste che diventano lo sfondo per elaborare dettagli opulenti. Creare destinazioni invitanti – come anche nel caso di Studio One Hotel, sempre a Dubai – consente di distinguersi nell'ambiente circostante, in una zona priva di attrattiva".
Concept internazionali, declinati in un linguaggio locale. Nel caso dello storico Palazzo Touring di Milano, le scelte progettuali di Marco Piva sono all'insegna del "grande rispetto, della conoscenza della struttura preesistente e di quello che è il suo spirito originale"; all'hotel Meliá di VGA Architects, sempre a Milano, soluzioni di design e riferimenti alla specificità del luogo sono finalizzate a "rendere l'hotel un vero e proprio *landmark* urbano". In casi come il Renaissance New York Chelsea di Manhattan, lo studio Stonehill Taylor ha posto particolare attenzione

Photos Dario Gamboni

Nonostante la ripresa, il turismo difficilmente tornerà ai livelli pre-pandemici. Per questo, gli hotel stanno modificando la propria offerta, aprendosi anche ai residenti con la ristorazione, il *co-working* e l'arte

Despite the upswing, tourism is not yet back to pre-pandemic levels. In the meantime, hotels are changing their offerings and opening up to neighbourhoods with restaurants, co-working spaces and art shows



Photos Chester Ong

Ospitare uno chef stellato e, in generale, una proposta di ristorazione di alto livello, consente all'hotel di rinnovare la propria immagine, anche attraverso soluzioni che si distaccano parzialmente dal DNA del marchio

A talented chef or specialty restaurant can energise a hotel's attractiveness. Sometimes this means straying from the brand's corporate image

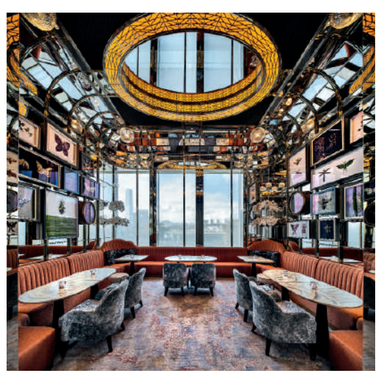


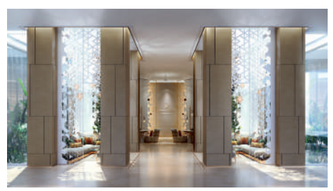
Photo Sol Morston

all'ingresso. "È invitante e collegato direttamente al marciapiede, a richiamare sia gli ospiti sia la gente del posto", racconta Paul Taylor. "Abbiamo progettato un porticato simile a una serra, con posti a sedere e una vegetazione lussureggiante per dare la sensazione di un'oasi. Il Renaissance New York Chelsea Hotel crea un senso del luogo: all'interno, in collaborazione con un consulente d'arte, abbiamo ideato un'installazione a parete con oltre 2.000 oggetti antichi e una raccolta di fotografie dell'ex Chelsea Antiques Garage".
Ben lontane dagli anonimi ostelli della gioventù, le catene di hotel rivolte a una clientela giovane e con bassa capacità di spesa stanno alzando gli standard di qualità e il livello di design, imponendo un nuovo modello a stretto contatto con la città. In alcuni casi, con un ruolo di riqualificazione urbana, con esternalità positive perfino in termini di sicurezza. Si veda il caso di The Student Hotel di Firenze con i suoi molteplici servizi di palestra, *co-working*, parrucchiere, gallerie d'arte e spazi comuni gratuiti, aperti fino a tarda sera, che è diventato un punto di ritrovo per i residenti. "TSH si sta concentrando sui luoghi centrali della comunità più che sui semplici hotel", spiega lo scozzese Charlie MacGregor, fondatore della catena. "Offriamo alle persone molto di più di un semplice posto dove dormire. Che si tratti dei nostri eventi a sostegno della salute mentale, dell'impatto positivo e sostenibile sul nostro pianeta, della diversità e dell'inclusione o degli spazi di *co-working* a sostegno di imprenditori locali e start-up, TSH celebra la comunità locale. Sappiamo anche che i viaggiatori d'affari *next gen* viaggeranno più lentamente e più a lungo, alla ricerca di un'esperienza e di una comunità con cui condividere e connettersi".
Il brand 25Hours si distingue per la ricerca di edifici storici nelle città più ambite. Proprio perché fedele all'impegno di rigenerazione urbana, il marchio punta spesso sulla riqualificazione di edifici storici, luoghi che stimolano la creatività e consentono di rinnovare il patrimonio architettonico. L'ultimo hotel inaugurato è il Piazza San Paolino, progettato da Genius Loci Architettura (interni di Paola Navone e Studio Otto) nel centralissimo quartiere fiorentino di Santa Maria Novella, con un nucleo di camere nell'antico convento adiacente alla chiesa che dà il nome alla struttura. "Un hotel è sempre per il quartiere", sostiene il suo co-fondatore Christoph Hoffmann. Un pensiero testimoniato dal programma del 25Hours San Paolino, rivolto pure al pubblico fiorentino con il bar-alimentari, il ristorante aperto fino a tarda sera e il cinema Paradiso, affittabile anche per occasioni speciali. ◉

Pagina a fronte: tre scorci dell'Argo, il ristorante progettato da AB Concept all'interno del Four Seasons di Hong Kong e ispirato a un giardino d'inverno, 2021. Tra le soluzioni d'arredo, piccoli terrari (in alto), quadri a soggetto naturalistico (in basso a sinistra) e fogliame inciso al laser sulle pareti (in basso a destra). In questa pagina: l'atrio di The Student Hotel a Delft, 2020. Il progetto degli interni è realizzato in collaborazione con The Invisible Party, che ha utilizzato materiali di riciclo ed elementi facilmente disassemblabili. La scala gialla lunga 30 m è utilizzata per incontri informali e studio, ma anche come auditorium

▪ Opposite page: three views of Argo restaurant, 2021, designed by AB Concept inside the Four Seasons Hong Kong. The winter-garden décor includes suspended terrariums (top), pictures of naturalistic subjects (bottom left), and laser-engraved foliage on the walls (bottom right). This page: spacious atrium at The Student Hotel in Delft, 2020. Its interior by The Invisible Party uses recycled materials and easily disassembled elements. The 30-metre-long yellow steps are used for informal gatherings, studying 0and auditorium seating

▪ After 20 years of continuous growth, the 2020 world travel market has plummeted back to its 1990 levels. According to data gathered by the United Nations World Tourism Organization, 1.5 billion international tourist arrivals were recorded in 2019, globally. In 2020, the number shrank to 400 million, dropping by 70–75 per cent. Despite the current uptick, tourism – and above all business travel – is not anywhere near pre-pandemic levels. In the meantime, the hotel sector is rethinking its offerings with services that involve digital technology and new types of customers.
In major international cities, traditional business hotels are being turned into multifunctional spaces open to the locals. Much like urban plazas, they unite hospitality with infrastructure for work, sports and art. New formulas cater to longer trips where people work and play at the same time (called "workcations", "flexcations" or "bleisure", for business + leisure), and staycations (spent at home or in one's country of residence) where guests enjoy luxury hotel amenities without having to travel. A growing number of hotel spas is open to the public, and a growing number of Michelin-star or distinctly gourmet restaurants is found in-house. Hotels in the city are adopting lifestyle-related attractions for travellers as well as neighbourhood residents. "Hotels want to go back to being the protagonists of city life," says Cristiano Pistis, a former senior director of the project and construction department at NH Hotel Group, and currently the director of the hospitality design department Eclettico Design, part of Gruppo Lombardini22, a Milanese office for real-estate services. "They are now dynamic, polyvalent and flexible, positioned at a happy intersection of different types of hospitality. Static areas such as breakfast rooms and conference rooms are being transformed into play areas for young and old, libraries, pop-up shops and 'neighbourhood concierge' stations that offer services to locals. The trend is to create more informal interiors that are open to change and can be used by diverse types of clients. At the same time, outdoor areas are becoming fancier, and greenery is brought indoors," says Pistis.
Abroad, the urban hotel already has a public function, but now this is happening in Italy, too. The architect Marco Piva from Milan says: "Hotels are no longer single-cell organisms just for hospitality but elements of interconnection between their location and guests arriving from faraway lands and cultures. In the city, hotels are a place of exchange." Piva's architecture office has just inaugurated the



Palazzo Touring Club in Milan, a Radisson Collection hotel where the ground floor is open to the public with a lounge, bar, restaurant, library and travel agency – all designed to breathe life into 150 historic years of Italian travel.
In two projects by the New York firm Stonehill Taylor, hotels are catalysts of local cultural production. The firm's founding partner, Paul Taylor, explains the approach behind The Ace Hotel Brooklyn, designed with Roman & Williams, and the Saint Kate-The Arts Hotel in Milwaukee, Wisconsin. "Both hotels channel the impact that the arts have on their surrounding neighbourhoods. The Ace Hotel Brooklyn hosts artistic and cultural events open to the public. Hotel guests and local residents are encouraged to mingle in the lobby, restaurant and bar. This is facilitated by the hotel's location near local attractions such as the Brooklyn Museum and the Brooklyn Botanic Gardens. For the Saint Kate-The Arts Hotel, the design team worked closely with Milwaukee's creative scene and institutions. The hotel is a community hub whose lobby hosts world-class modern art installations, exhibitions, live performances and three public art galleries," says Taylor.

New features and services for work

When urban hotels turn into piazze, tourism melds with city life all year round. The hotel sector speaks of "never-ending tourism" to indicate the extension of the experience of discovery from the physical realm to the digital world, by offering visitors dialogue before, during and after their trip. Communication regarding background information and services (visits to major attractions, sports activities, cooking classes, local specialties) is distributed through digital channels.
In Italy, the use of digital content grew by 40 per cent from 2019 to 2020. By comparison, e-commerce grew by 8 per cent, according to Osservatorio Business Travel 2021, a bureau of the Milan Polytechnic. The possibility of working remotely has contributed to the creation of new services linked to agile working. In 2020, 39 per cent of Italian hospitality venues hosted remotely working guests.
"We need variations on the theme of getting away," says Marco Gilardi, an operations manager with NH Hotel Group Italy and USA. "At the NH Milano Touring hotel, we designed a formula we call 'lobby alive', an open meeting point where you can drink coffee, play or work. We want the space to be for everybody, with a fireplace, sofas, and a reception desk that is placed to the rear of the entrance area, so it is not a barrier.

Photo: Andrea Martiradonna

**Pagina a fronte, dall'alto: piscina all'aperto, spazi comuni e ristorante dell'hotel Pestana CR7 di Eclettico Design, Marrakech, 2020.
In questa pagina, dall'alto: sala ristorante e atrio al piano terra di Palazzo Touring Club a Milano, progetto dello studio Marco Piva, 2021, aperti a residenti e ospiti dell'hotel**

**■ Opposite page, from top: outdoor pool, common areas and restaurant at the Pestana CR7 hotel in Marrakesh, by Eclettico Design, 2020.
This page: dining room and ground-floor atrium at the Palazzo Touring Club in Milan by Marco Piva, 2021, both open to hotel guests and tourists**

Some hotel rooms and meeting rooms were turned into temporary offices. Even students use them; they can be rented per day. They are elegantly appointed for up to eight people. The hotel suites and rooms are equipped for working. We outfitted sanitised fitness rooms. We are in a phase of experimenting with services such as 'Hybrid Meetings by NH', where we offer to organise events that are attended in-person and remotely, with a fast connection and provider to connect more than one location, for instance multiple hotels."
The Enterprise in Milan (a Planetaria Hotel) has two technological rooms for video conferencing. In the main room, 360-degree screens project imagery around participants. Each camera and light is controlled to orchestrate several connections – with rooms in the hotel and with stations elsewhere. The other room, Sala Nettuno, was converted to host "phygital" events (physical and digital coming together). A real table, couch and armchairs are projected remotely using backgrounds and the green-screen technique. "The hybrid hotel can satisfy the need for an office, for a few days or a few hours," says Pistis, the hospitality designer. "We are entering a market whose offer is very limited, and whose demand is growing hard. One fundamental requirement is versatility in the configuration of the furniture of the hotel rooms, so that they can transform quickly into offices."

Specialty restaurants as a magnet

Restaurants are an attraction for hotel guests and the local community. An increasing number of Michelin-star restaurants and gourmet offerings are found in hotels. "There are many business agreements possible between chefs and hotels, from simple consultancy to the chef renting the restaurant from the hotel, or the chef working as an employee of the hotel," says Gilardi from NH Hotels. "The important thing is a deeply committed chef with a functionally valid proposal, a specially made restaurant formula that is different compared to what the city already offers, while still reflecting the hotel's identity."
Fine dining attracts an attentive and enthusiastic clientele. Milan possesses particularly interesting expressions of quality food. See Seta, run by the two-Michelin-star chef Antonio Guida inside the Mandarin Oriental hotel. "Most Seta guests are Milanese or from areas close by," says Luca Finardi, vice-president of operations for Italy and the hotel's general manager. "This creates a virtuous circle of

frequentation of the hotel by a local clientele, which allows us to insert ourselves harmoniously into the city fabric." The same thing is the case at Argo, the restaurant inside the Four Seasons Hong Kong, which also employs a Michelin-star chef. "Argo has become a destination that serves guests from breakfast to high tea and all the way to the late-evening night cap. This maximises every square foot of the hotel to help generate revenue," says Ed Ng, a co-founder of AB Concept, the firm that designed the restaurant. "Restaurants can be a frontier for a brand to deviate from the hotel's commonly known image, a chance for a hotel to explore and create surprise. We are convinced that gourmet restaurants don't have norms needing to be followed. We are licensed to jump out of the core-brand DNA," says Ng.

Sense of place and urban regeneration

Hospitality design is searching for authenticity and a better relationship with the local setting while enhancing the corporate image of the hotel chain. Lying in the Business Bay financial district in Dubai, the SLS Dubai Hotel and Residences by Bishop Design flaunts an unusual exploration of over-the-top interiors found in the United Arab Emirates. "This wasn't just another hotel for Dubai. The brand parades a mischievous spirit and bold personality. It encourages a lifestyle of freedom, partying and excitement," says the founder of Bishop Design, Paul Bishop. "Our approach was a tongue-in-cheek rendition of Dubai's luxurious reputation, the image of exaggerated richness. We manipulated this, creating minimalist luxury where raw finishes become the backdrop to elaborate details, a hybrid of two conflicting styles. Creating an attractive destination, something we also did for Studio One Hotel in Dubai, means standing out from the surroundings in a city previously absent from any alluring traits," says Bishop.
International concepts channelled through the visual language of the local area is a methodology also followed by the architect Marco Piva. "For the Palazzo Touring Club hotel in Milan, we designed with great respect for the historical building, the previous structure, and its original spirit," he says. It is seen in the Meliá hotel in Milan, designed by Vittorio Grassi Architects, who say that the references to local specificities aim to make the hotel a point of social convergence. Stonehill Taylor, the architects from New York, pay special attention to the entrance design. "One of our top considerations for a hotel in an urban setting is to make an entranceway that is inviting and connects directly with the sidewalk, inviting guests and locals alike," says Paul Taylor. "For the Renaissance Chelsea Hotel in Manhattan, we designed a greenhouse-like arcade at the entrance with lounge seating and lush greenery to give the feel of an oasis, a sense of place. Inside, we worked on the creation of a wall installation featuring over 2,000 antique objects, such as cuckoo clocks, keys and unique ephemera, and a collection of photographs taken at the former Chelsea Antiques Garage."
Gone are the days of anonymous youth hostels. Hotel chains aimed at a young clientele with limited means are elevating their standards of quality and design, offering a new model of hospitality closely linked to the city. In some cases, they rehabilitate not just the architecture, but an urban area, with positive results in terms of safety. The Student Hotel in Florence is a case in point, with its multiple facilities – fitness centre, co-working, hairdresser, art galleries and free common areas open until late at night. The hotel has become a hot spot for local residents and reduced petty crime in the neighbourhood. "TSH is focusing on community hubs more than just hotels," says Charlie MacGregor, the Scottish founder of The Student Hotel. "We offer more to the community than just a place to sleep. Whether it's our events supporting mental well-being, sustainable positive impact on our planet, diversity and inclusion, or co-working spaces supporting local entrepreneurs and start-up businesses, TSH celebrates the local community. We know that the next generation of businesspeople will travel slower and longer. They will be looking for an experience and a like-minded community to share and connect," says MacGregor.
The hotel brand 25hours is distinguished by its taste for historical sites in the most popular metropolitan cities, preferring existing buildings that spark creativity as opposed to new builds. Its recently opened Hotel Piazza San Paolino in Florence, designed by Genius Loci Architettura (interior design by Paola Navone and Studio Otto), is located in the downtown area of Santa Maria Novella, with a nucleus of rooms situated in the ancient convent next to the San Paolino church. "A hotel is always for the neighbourhood," says Christoph Hoffmann, CEO and co-founder of the 25hours hotel company. This is seen in the range of offerings at this new branch, meant for Florentine citizens, too. The hotel has its own alimentari (small grocery store) on the piazza, a classic bar, a restaurant open 7 days from 11:30 to 23:00, and a cinema called Paradiso that can be rented for special occasions. ⓓ

In questa pagina: la sala immersiva nel centro congressi dell'hotel Enterprise a Milano. La stanza è avvolta da 250 m² di schermo continuo. L'albergo è stato progettato nel 2002 da Sofia Gioia Vedani, che ha realizzato la sala nel 2020. Pagina a fronte: Caberlon Caroppi, NH Hotel Touring a Milano, 2020. In alto e in basso a destra: il ristorante e il bar Camelia. In basso a sinistra: il banco reception, collocato in fondo alla lobby per invitare a entrare

■ This page: immersive projections at the convention hall inside the Enterprise hotel in Milan. The room is walled with 250 square metres of continuous screen. The hotel, designed in 2002 by Sofia Gioia Vedani, built this room in 2020. Opposite page: the NH Milano Touring hotel by Caberlon Caroppi, 2020. Top and bottom right: the Camelia bar and restaurant. Bottom left: check-in counter located in the rear of the lobby to invite people in

Gli hotel di nuova concezione non sono soltanto posti nei quali dormire, ma punti di riferimento per il quartiere, che influiscono sull'attrattività della zona e arrivano, in certi casi, ad accrescere i livelli di sicurezza

The latest hotels are no longer just a place to sleep, but points of congregation that improve a neighbourhood's liveliness, sometimes even making it safer