

THE BOX

interview with Marianna Chiaraluce and Alfredo Monetti

MARIANNA CHIARALUCE E ALFREDO MONETTI SONO UNA COPPIA NEL LAVORO E NELLA VITA.

INSIEME HANNO FONDATO E DIRIGONO HOSPITALITY MOOD, UNO STUDIO DI CONSULENZA SPECIALIZZATO NELLO SVILUPPO DI NUOVI HOTEL, IN GRADO DI OCCUPARSI DI OGNI ASPETTO DEL PROGETTO, DAL CONCEPT AL REBRANDING FINO A TUTTE LE ATTIVITÀ CHE PRECEDONO L'INAUGURAZIONE.

Fin dal nome The Box riecheggia l'idea della scatola, la scatola di un regalo, la scatola dei ricordi... Nella vostra presentazione ne parlate come di "una scatola piena di cose che per primi vorremmo trovare in un albergo". L'immaginario è dichiaratamente quello degli anni '50 tuttavia - soprattutto nelle camere - c'è una forte idea di divertimento, di appropriazione degli stilemi Fifties ma usati in totale libertà, creando un linguaggio "ispirato ma nuovo". Come siete arrivati a formulare questo linguaggio?

L'hotel ha una sua storia che inizia proprio negli anni '50, ma nei decenni successivi ha interpretato diversi concept. Nel nostro progetto - che ha visto la ristrutturazione condotta in un tempo record: 8 mesi - non abbiamo voluto dimenticare questo passato, abbiamo voluto ricordare tutte le fasi che ha vissuto l'edificio, conservandone anche alcuni elementi. Farne quasi una somma di quello che è stato ma traducendola in un nostro linguaggio: divertente, differente, nuovo.

L'esperienza si sta affermando sempre di più come il valore aggiunto di un progetto hospitality. In un certo senso, è anche un valore che "esce" dai confini fisici dell'albergo per abbracciare la città intera, il concetto di "live like a local", tuttavia l'albergo resta sempre il fulcro, la lente attraverso la quale si vede, si filtra e si apprezza il tutto... Come avete fatto tradurre in un progetto tutto questo?

Per noi ha una doppia valenza: da un lato incoraggiamo gli ospiti dell'hotel a uscire consigliando luoghi, gite, piccoli scorci inediti. Per questo l'hotel offre tariffe "room only" a fianco della consueta formula con colazione.

Dall'altro lato, ed è una delle cose che ci rende più orgogliosi, l'hotel stesso è diventato un polo d'attrazione per i "local": il piano terra, dedicato alla convivialità nel senso più ampio possibile (con menù fusion a tutte le ore e ben 10 signature cocktail), si è trasformato nel tempo in un riuscitissimo mix di ospiti e persone del luogo. La percezione comune, con riscontri che riceviamo direttamente, è di un luogo che in cui ci si sente a proprio agio, un luogo che sviluppa una grande affettività.

Per certi versi è un po' un ritorno al mondo di Warhol o di Hemingway,

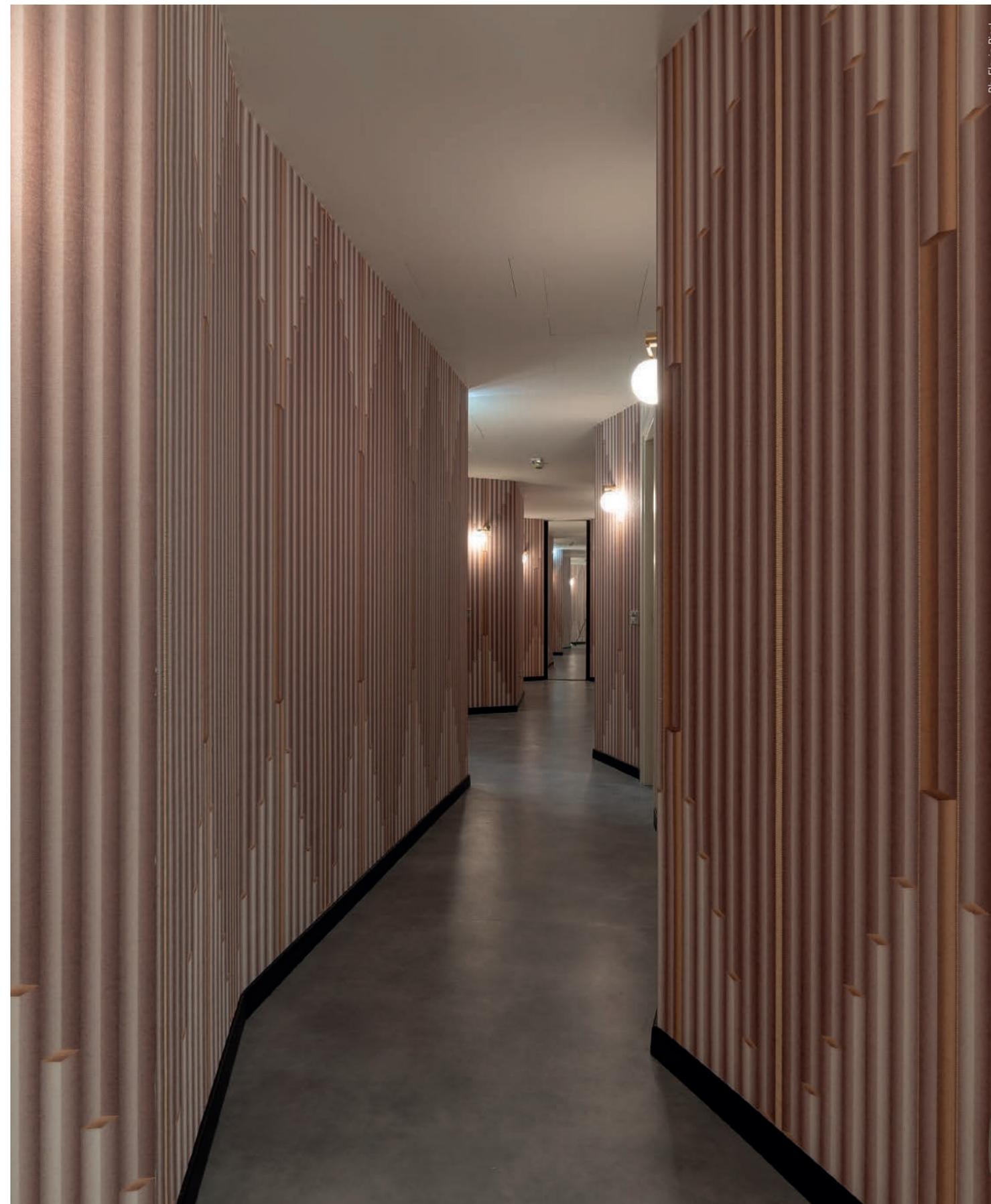
quando nel caffè dell'albergo si ritrovavano fianco a fianco artisti, intellettuali, professionisti, viaggiatori... Come noi amiamo dire, l'unico modo di essere veramente "social" è quando stringi la mano a nuovi amici appena incontrati.

Quando si è trattato di rivestire la vostra scatola, avete fatto ampio uso dei decori Wall&decò. Come avete esplorato la collezione? Quali sono state le linee guida, le ispirazioni che vi hanno guidato?

Siamo da sempre grandi appassionati delle carta da parati. La collaborazione con Wall&decò è iniziata già in fase di progetto: è la migliore azienda che potesse entrare a far parte della nostra squadra! La partnership è stata molto stretta: i decori sono stati scelti insieme, in molti casi customizzati proprio per noi. Avevamo l'idea di dare ad ogni piano dell'hotel una propria personalità, con i corridoi definiti da decori differenti. La nostra ispirazione di partenza erano dei disegni geometrici: lavorando fianco a fianco con Wall&decò siamo riusciti ad espandere questa idea, dalle texture "optical art" del secondo piano alle ispirazioni più vicine all'Arte primo XX secolo del terzo.

Riprendendo il discorso iniziale, a livello progettuale fino a che punto la scatola dell'hotel va "riempita" e fino a che punto va "lasciata vuota" affinché l'ospite possa completarla con la propria esperienza, con il proprio vissuto? È un punto di equilibrio difficile da raggiungere per un designer?

Noi amiamo definirla "libertà dei luoghi". Creiamo spazi che possono essere fruiti in modo differente in base all'occasione e al tipo di pubblico. Per esempio, la "Ping-Pong Room" di The Box è una vera sala multitasking, riempita sì ma con elementi che possono essere utilizzati con modalità diverse: dalla convivialità al puro gioco, fino alla riunione d'affari. È il concetto di flessibilità: all'ospite diamo degli input, delle possibilità, ma è sempre lui, in ultima istanza, a scegliere come vivere il luogo.





Right from the name, The Box echoes the idea of a gift box or a keepsake box... In your own words "filled with everything we expect to find in a hotel". The inspiration clearly draws from the 50s, although - especially in the rooms - we got more the impression of you freely taking from the period textbook and having fun with it, creating a new visual language. So how did you come up with it?

The hotel has its own history, going back exactly to the 50s. In the following decades, its design changed many times, to reflect different concepts. In our project - which started with an impressively fast renovation: just 8 months! - we chose not to forget this past, we wanted to remember all the different "faces" the hotel had worn in time, even preserving some details. Like a sum of all that has been but played to our own tune: funny, different, new.

Experience is becoming a paramount feature in hospitality. As a value, it merges the hotel into the city, following the "live like a local" trend. Yet, the hotel will always be the lens through which the experience is focused. How did you translate all this into your design?

We adopted a double approach. On one side, we encourage the hotel guests to venture out into the city, recommending small trips, cool venues, unusual corners. That is why the hotel offers "room only" accommodations along the usual all-inclusive formulas.

On the other side, and this is the thing that makes us most proud, the hotel has become the "go-to-place" for locals as well. The ground floor, dedicated to food and conviviality (with a fusion menu and 10 signature cocktails, kitchen open at all hours), is now a true mix of travellers and locals, all enjoying each other's company. We get direct feedback and everyone tells us that it is a place that makes you feel so very welcome... It is like going back to the days of

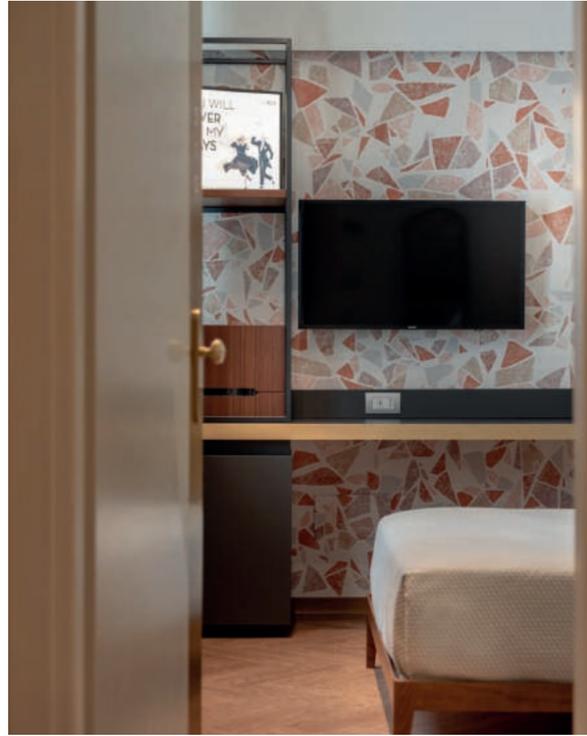
Warhol or Hemingway, when in the hotel lobby you could find artists, entrepreneurs, travellers, all socializing. As we love to say: an hand shake with new friend is the only way to get back to being really "social".

Let's talk about the decoration of your box. You made a really good use of the Wall&deco collection: how did you explore it? Did you have any guidelines or inspirations leading you?

We have always been great fans of wallpapers. Working with Wall&deco was something that we decided in the early stages of our work: simply the best player we could hope to get into our team! We worked very closely, choosing the designs together and many were customized especially for us. We had this idea of giving every floor of the hotel a different personality, with a different design for every corridor. We were thinking "geometric patterns", but once we began working with Wall&deco this idea grew exponentially, so we got from the "Optical art" 2nd floor to the "Early 20th century art" 3rd floor and so on.

Going back to the beginning. If the hotel is a box, how much of it should be "full" and how much should be "left empty" for travellers to fill with their own experience? Is it a difficult balance point for a designer to achieve?

We call it "places with freedom". We create spaces that can be lived and enjoyed in different ways, based on the occasion and the kind of public they accommodate. For example, The Box's "Ping-Pong Room" is truly a multitasking room, filled yes but with transformable furniture that can be used to play a game, to dine or even to hold a business meeting. It is a concept of flexibility: we love to give our guests inputs, suggestions, possibilities, but in the end they are the ones who choose how to enjoy their stay. As it should be!



MARIANNA CHIARALUCE AND ALFREDO MONETTI ARE A COUPLE ALSO IN REAL LIFE. TOGETHER THEY CREATED AND RUN HOSPITALITY MOOD, A COMPANY SPECIALIZING IN THE DEVELOPMENT OF NEW HOTEL CONCEPTS, REBRANDING AND PRE-OPENING ACTIVITIES.

