

ACCOGLIENZA DALLE SUGGERZIONI INTERNAZIONALI

VUOLE SPINGERSI DECISAMENTE OLTRE I PROPRI CONFINI TERRITORIALI L'ALMAR JESOLO RESORT&SPA, CHE ALL'INTERNO DI UN INVOLUCRO ARCHITETTONICO CONTEMPORANEO SVILUPPA UNO STILE IMPRONTATO AGLI STANDARD PIÙ ELEVATI DI UNA CATENA DI LUSO E ACCOGLIE SERVIZI ASSOLUTAMENTE NON CONVENZIONALI. DIVENTANDO UN CONTENITORE PROPOSITIVO DI BENESSERE E COMFORT O, COME VUOLE IL LOGO DELLA STRUTTURA, " A PLACE TO FEEL GOOD".

Beatrice Vegetti



Sono trascorsi ormai quasi vent'anni dall'approvazione del masterplan di Kenzo Tange per la nuova Jesolo, che avrebbe mutato profondamente il suo territorio, la sua organizzazione, il suo aspetto morfologico e avrebbe scalfito prepotentemente uno stato consolidato da tempo. Le attrezzature infrastrutturali e i nuovi servizi immaginati dal maestro giapponese hanno progressivamente preso piede: le architetture disegnate da Richard Meier sono state recentemente inaugurate; il complesso di Jean Nouvel è ora in cantiere; il visionario progetto di Zaha Hadid per "Jesolo Magica" inizierà presto a dominare, con le sue forme plastiche, il paesaggio del primo entroterra. Agli interventi di alcune delle più celebri archistar internazionali sono stati quindi affiancati i numerosi sviluppi gestiti da progettisti locali, con la conseguenza di una riqualificazione massiccia e pervasiva tesa a conquistare un'immagine urbana il più possibile coerente ed omogenea. Jesolo ha affrontato così con grande enfasi il tema del recupero ambientale, del riassetto urbanistico e ha introdotto oggetti architettonici - alla grande e piccola scala - che hanno saputo diventare straordinario esempio di pianificazione strategica e all'avanguardia. È in questo contesto di colossale trasformazione che si innesta il progetto di Almar Jesolo Resort&Spa, primo cinque stelle del litorale nord-adriatico nato con l'obiettivo di costituire un'assoluta novità di eccellenza per la destinazione veneta. "Almar vuole dare voce ad un nuovo concetto di hotellerie - spiega Luca Boccato, AD di H.&F. e di H.n.H. Hotels&Resorts - che si caratterizza soprattutto per il concept legato alle esigenze moderne di benessere contemporaneo inteso come relax, libertà e varietà di servizi. Un altro elemento fortemente caratterizzante è il posizionamento strategico di Almar. Abbiamo infatti immaginato un prodotto completamente diverso rispetto all'offerta tradizionale di Jesolo, una località turistica che sta vivendo un consistente riposizionamento verso l'alto nella percezione della clientela."

Il progetto architettonico

Potrebbe essere localizzato lungo le arterie pulsanti di Miami Beach, a Sentosa Island o, ancora, in prossimità delle più celebri coste di Sydney l'edificio dell'Almar, assolutamente dinamico nella sua composizione e dall'aspetto decisamente internazionale. Il volume imponente del complesso turistico, realizzato su progetto degli architetti Riccardo Tronchin ed Enrico Pisan, è allineato parallelamente alla lunga distesa bianca della spiaggia cittadina e sviluppa secondo due modalità differenti le facciate: la prima, rivolta verso il mare, è un mosaico di loggiati leggeri, incorniciati da una struttura metallica e da un parapetto in cristallo; la seconda invece, aperta su una delle principali arterie cittadine, coincide con una superficie maggiormente omogenea, rivestita in corten e costellata da aperture di differenti dimensioni. Il lungo parallelepipedo poggia su due basamenti funzionali completamente rivestiti in mattoni e genera una sorta di ponte il cui vuoto, centrale, corrisponde all'ingresso della struttura: è questo il punto nevralgico a multipla altezza dove è accolto il pubblico, arricchito da un minuscolo studio del verde e che prosegue idealmente verso il litorale con un percorso in legno. Tecnologico, controllato nella sobrietà delle proporzioni e dei materiali impiegati, l'involucro contemporaneo dell'Almar non è altro che la prospettiva più manifesta di un dispositivo ricettivo improntato ad un inedito e sofisticato "international style".



Il progetto di interior design

La volontà di diminuire le distanze rispetto ai migliori trend architettonici globali e il desiderio di trapiantare in una delle città italiane attualmente più dinamiche sotto il profilo della trasformazione urbana un modello esemplare non hanno certo concluso all'Almar il loro impulso concettuale nella configurazione dell'apparato architettonico. L'hotel nasce, a ogni livello, da una visione evoluta del fatto "hotellerie", che travalica i confini nazionali e cerca spunti e confronti geograficamente lontani ma idealmente affini, diventando un contenitore denso di benessere e di comfort per il cliente. I servizi aspirano infatti ad un target di catena di lusso, ben distanti dai tradizionali episodi italiani certamente di qualità ma eccessivamente contestuali, e gli ambienti interni suggeriscono un'atmosfera sofisticata, dove alla ormai consumata intenzione di personalizzazione si sostituisce piuttosto un'eleganza misurata e senza tempo. In questo senso, la definizione di un fil rouge progettuale che sapesse dare coerenza agli spazi collettivi e privati della struttura e che proiettasse la stessa ad assumere un'immagine esclusiva e riconoscibile è stata la sfida affrontata dalla proprietà e dall'architetto Sergio Bizzarro. Il traguardo comune era dunque la concretizzazione di un'esperienza fluida, priva di discordanze, uniforme e squisitamente cosmopolita, lontana da qualsiasi cenno provinciale: la scelta dei colori - che prevede la prevalenza di tonalità chiare come il sabbia e il panna -, le dimensioni riservate rispettivamente ad ogni funzione, la dotazione tecnologica, l'introduzione di forme lineari e non scultoree negli arredi sono risolte con la consapevolezza di poter immettere nel mercato turistico un prodotto non convenzionale di fascia elevata. Non c'è spazio, negli oltre 12.000 mq complessivi del resort, per un'eccessiva teatralità delle forme e l'unico elemento dall'intento volutamente scenografico coincide con il soffitto a onde della hall, dell'area ristorante e del living, che richiama intenzionalmente, anche se in modo astratto, il tema pregnante del mare, distante solo un centinaio di metri da Almar.



Visti in questo progetto

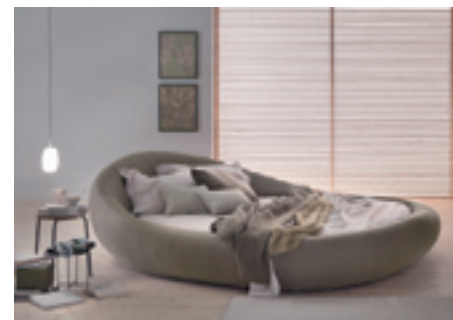
Aemotio spa di Lemi Group/Brusaferrì

Aemotio Spa è la cabina multifunzione di ultima generazione, disegnata da Simone Micheli, che racchiude in un design unico le più moderne tecniche di trattamento: lettino ad acqua regolabile in altezza, materasso ad acqua riscaldato, cromoterapia, bagno di vapore con aromaterapia, doccia vichy, vibromassaggio ad acqua. Permette di realizzare trattamenti relax, anticellulite, drenanti, snellenti, rassodanti, avvolgimenti corpo, scrub, massaggi e trattamenti viso.



Pebble di Dorelan

Né rettangolare né tondo, Pebble è un letto dalle linee morbide, che nella sua forma richiama i ciottoli lavorati dall'acqua di fiume. Un oggetto scenografico, la cui silhouette irregolare sembra disegnata per accogliere la persona, sia nel momento del relax che della lettura. Le dimensioni sono standard fisse e il prodotto è completamente sfoderabile e può essere rivestito in Ecopelle.



Defense di Corradi

Realizzato in acciaio inox, Defense è un ombreggiatore realizzato in acciaio inox e dotato di vela orientabile a 360°. Il telo, in Dacron®, si avvolge in pochi secondi manualmente o mediante un motore azionato da telecomando. Nella versione motorizzata, Defense è dotato di anemometro per la chiusura automatica della vela in caso di vento forte.



I servizi

Volersi spingere oltre i propri limiti territoriali non è solo un fatto di stile ma anche e soprattutto di servizi offerti e l'Almar acquista un target allargato grazie ad straordinaria dotazione di programmi ambiziosi, introdotti con il mirato proposito di far divenire il complesso ricettivo un vero e proprio punto di riferimento per tutto il nord Italia. Un primo e sintetico elenco numerico che sappia riportare dei singoli quantitativi offerti alla clientela basta da solo per raccontare un luogo di enorme potenziale: oltre alle 197 camere, l'hotel include un ristorante con 300 posti a sedere, un lounge bar al livello inferiore della hall, un apparato congressuale con una capacità di 550 posti, una piscina estesa per oltre 80 metri, una spiaggia attrezzata a disposizione dei clienti ed un centro benessere di circa 2000 mq. E'

quest'ultimo, battezzato come "Almablu", il vero e proprio fiore all'occhiello della struttura: affacciato direttamente sul mare e articolata su due piani, la spa prevede una zona trattamenti in cui sono alloggiati l'area beauty, le funzioni del fitness e gli spogliatoi e una zona "umida" in cui si concentra tutto ciò che è legato all'elemento acqua, attrezzata con idromassaggi, vasche e giochi d'acqua. Qui sono presenti anche bagno turco, sauna, percorso kneipp ed emozionale, fino alla "stanza del temporale", una cabina centrale dove l'acqua scende come una doccia torrenziale e dalla quale si può osservare tutto lo spazio circostante. Numeri e servizi che fanno coincidere il progetto con una vera e propria macchina dell'ospitalità: una macchina logica, sistematica e conforme che al dato razionale affianca sempre una grande poeticità.

Sergio Bizzarro

Architetto fondatore dello Studio Bizzarro & Partners, Sergio Bizzarro ha accumulato una vasta e specifica esperienza nel campo della progettazione di strutture alberghiere di prestigio, per le quali cura con attenzione ed eleganza l'architettura e l'interior design. Vanta conoscenze approfondite nel campo della progettazione e realizzazione di terme, spa e centri benessere ed in questo campo è considerato uno dei maggiori riferimenti a livello internazionale. Realizza progetti affidabili ed efficaci, basati sulla massima funzionalità nella distribuzione degli spazi, innovazione impiantistica, facilità nelle manutenzioni, massima attenzione ai costi ed al ritorno dell'investimento, durabilità nel tempo. L'immagine dei suoi progetti è sempre ammantata dal fascino di un'eleganza ed uno stile inconfondibile, che coniuga impatto emozionale, scenografia e sogno. I suoi lavori sono pubblicati sulle più prestigiose riviste e pubblicazioni internazionali.





LUCA BOCCATO



AD di H.&F. e di H.n.H.
Hotels&Resorts

/// Suite: Primo cinque stelle del litorale jesoiano, l'Almar Jesolo Resort & SPA introduce un nuovo concetto di hotellerie sulla costa nord adriatica. Qual è stato l'obiettivo dell'operazione?

Luca Boccato: Obiettivo dell'investimento è stato quello di assecondare un'evoluzione già in atto nel territorio jesoiano. Da meta di massa per le vacanze, la città si sta progressivamente tramutando in destinazione di un turismo di elite, richiamato dai nuovi servizi e dal pervasivo comfort garantito dagli stessi. L'importante trasformazione urbana, avviata qualche anno fa, si è focalizzata sull'inserimento di complessi firmati da architetti di fama internazionale, tra cui Richard Meier, Zaha Hadid, Jean Nouvel. Progetti che hanno saputo rilanciare l'immagine del territorio e proiettarlo in una nuova stagione, volta ad una maggiore esclusività. La domanda sta così migrando prepotentemente verso quella direzione: noi siamo stati i primi ad inaugurare un cinque stelle, che sarà seguito l'anno prossimo da una nuova struttura ricettiva del medesimo target.

Suite: Con quali strumenti progettuali avete lavorato al fine di ottenere un'ottimizzazione degli obiettivi e dell'investimento?

Luca Boccato: Sul piano progettuale dimensioni, servizi, comfort e tecnologia - ispirati ai più alti standard internazionali di catena - sono stati associati ad una precisa volontà di personalizzazione degli spazi. Abbiamo voluto dare vita ad un cinque stelle improntato non tanto ad un concetto di lusso tradizionale ma assolutamente contemporaneo dove ogni elemento introdotto è finalizzato al soddisfacimento del comfort del cliente. Abbiamo cercato di rendere coerente l'ammontare dell'investimento rispetto alla domanda di mercato emergente di Jesolo e alla sua inedita immagine di "design".

Suite: Un hotel che propone servizi avanzati, tra cui un centro benessere di oltre 2000 mq. Quanto i servizi creati costituiscono un volano per promuovere l'immagine della struttura? Come funzionano i servizi per gli utenti esterni?

Luca Boccato: Il focus del progetto è incentrato sul benessere tanto che Almar è dotato appunto di una SPA di oltre 2000 mq che contiene una piscina riscaldata in parte interna ed in parte esterna. L'introduzione di questa tipologia di servizi all'interno dell'hotel è conseguenza dell'obiettivo di superare il concetto tradizionale di stagione estiva, secondo il quale gli alberghi di Jesolo lavorano da giugno a settembre. Il periodo di apertura è così esteso da marzo a novembre e tutto l'hotel è aperto al pubblico: anche chi non è cliente può utilizzare la SPA, il ristorante e i differenti servizi presenti.

Suite: Qual è il target della vostra struttura? Quale il cliente tipo?

Luca Boccato: Ci sono due tipologie di clientela all'Almar. Da un lato la struttura è scelta dalle tradizionali famiglie che soggiornano a Jesolo per un periodo medio-lungo durante la stagione estiva e che provengono dal nord Italia, dall'Austria, dalla Germania, dalla Russia e dai paesi dell'est. Esiste poi, parallelamente, un pubblico interessato agli short break durante la primavera o l'inizio dell'autunno: in questo caso le famiglie lasciano spazio alle coppie, spesso provenienti da un territorio più vicino. La vicinanza dell'aeroporto internazionale Marco Polo, che dista una trentina di chilometri dall'Almar, agevola infine l'arrivo di una cospicua clientela estera.

Suite: L'hotel si configura come un prodotto assolutamente all'avanguardia, tecnologicamente avanzato, che può definire il punto di appoggio ideale per percorsi turistici alternativi nella laguna veneta. Che tipo di strumenti di comunicazione utilizzate per promuovere la vostra struttura?

Luca Boccato: Almar cerca di offrire e di mettere a disposizione del cliente un prodotto assolutamente più ampio e si proietta ben oltre lo stato di hotel di una cittadina di vacanza. Venezia è la città d'arte più nota all'interno territorio circostante ma la nostra volontà è quella di proporre, soprattutto per chi soggiorna da noi più a lungo o per le iniziative "incentive" di promozione delle aziende, escursioni mirate alla laguna veneta.

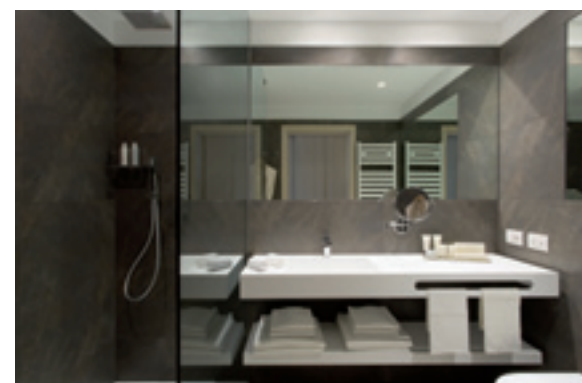
Suite: Parliamo invece della vocazione MICE. Quali sono le funzioni congressuali attive all'Almar e quale bacino di utenza intendete richiamare?

Luca Boccato: La sezione MICE, in questa fase di apertura dell'hotel, è stata indubbiamente la sorpresa più grande. Abbiamo ricevuto una domanda importante di utilizzo degli spazi e delle funzioni congressuali, che contemplano un auditorium di 550 posti suddivisibile in sale modulabili. Questi spazi sono dotati di attrezzature e di dotazioni tecnologiche all'avanguardia, della possibilità di una traduzione simultanea in quattro lingue e di una cabina di regia. Uno degli aspetti più interessanti della parte congressuale dell'Almar è che è dotata di luce naturale a differenza della maggior parte delle altre location della zona.

I programmi "incentive" di promozione aziendale costituiscono attualmente la voce più significativa all'interno del comparto MICE e il bacino di utenza si identifica con tutta l'Europa.

Suite: Avete in programma altri investimenti rispetto alla struttura oggi esistente ed appena inaugurata?

Luca Boccato: Sono ora in fase di completamento alcuni lavori di cantiere, indirizzati ad aumentare la capacità congressuale per un'ulteriore superficie di 500 mq. Per il resto la struttura è completa, perfettamente pronta per il suo utilizzo.



Le camere

Ci sono il paesaggio del litorale nord-adriatico, i colori candidi della sabbia, la luce del sole, l'atmosfera notturna e i colori del tramonto nelle 197 camere, che fanno del rapporto tra interno ed esterno il motivo dominante della loro configurazione. Grandi vetrate delimitano ciascuna unità e i profondi loggiati con parapetto in cristallo che articolano il fronte sud, rivolto verso il lungo arenile, ne divengono il naturale prolungamento. Tutto è misurato e risolto in funzione dell'affaccio e della possibilità di avere un contatto di tipo percettivo sullo scenario circostante: nelle stanze si riconosce infatti una successione di diaframmi trasparenti appositamente disegnati al fine di incrementare la possibilità di veduta da ogni punto. Così, la zona bagno è spesso separata dall'area di riposo mediante pareti in vetro per consentire all'utente di poter godere del panorama anche nella cabina doccia e, allo stesso modo, dal letto è possibile guardare fuori senza essere minimamente ostacolati. Ma il legame con il paesaggio non si risolve esclusivamente in un fatto di tipo visuale e influisce sulle tonalità prevalenti degli elementi di arredo e delle finiture: le pareti, la testiera imbottita del letto e le sedute sono in color crema così come gli infiniti granelli che compongono la battigia antistante. Una cromia alla quale si aggiunge quella del legno chiaro dei mobili su misura e dei pavimenti in gres porcellanato ad effetto rovere, che introducono una nota calda negli spazi delle stanze, la cui superficie complessiva varia dai 26/28 mq ai 50 mq delle suite, fino ad arrivare agli 80 mq delle due executive suite, che nascono dall'accorpamento di 3 moduli camera e rappresentano il massimo livello di comfort. Collocate all'ultimo piano e corredate di Jacuzzi e spa privata, queste ultime beneficiano infine della migliore posizione e trovano nel letto centrale il fulcro dello spazio, concepito come ambiente da sogno, in totale affaccio sul mare.

ALMAR JESOLO RESORT & SPA

Progetto

Architettonico

Interior Design

Fornitori

Arredo camera

Letti

Arredo lounge

Arredo auditorium

Arredi per esterno

Arredo bagno

Arredo magazzini,

uffici e spogliatoi

Cassaforte

Domotica

Frigobar

Illuminazione

Linea cortesia

Pareti mobili

Segnaletica

Stoviglie

Tendaggi per esterni

Tendaggi per interni

Wellness

Riccardo Tronchin

ed Enrico Pisan

Sergio Bizzarro

Tino Sana

Dorelan

Tino Sana, Moroso, Cizeta

AresLine

Hotelmarket, Corradi

Porcelanosa, Sibox, Inda

Fantin

Indel B

VDA Elettronica

Vitrifrigo

Macrolux, Artemide,

GSC Hotel Lighting

Marie Danielle Linea Hotel

Anaunia

Apir

Broggi

Facchin

Gamba

Lemi Group, Pevonia Italia,

Pi.Co Wellness, Jacuzzi,

Starpool, Technogym