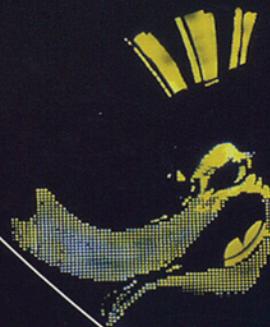


PROGETTO

COMFORT E SICUREZZA PER L'OSPITALITÀ

n.1 febbraio 2007



Arriva
il Sixty



Speciale
ristorazione



E-mail
marketing



I beni
in custodia



È di moda
il vetro



H

storia di copertina

di Margherita Toffolon - foto di Yael Pincus

emozionare

ad arte



O cchi sulla città, curiosi, penetranti, grandi, capaci di osservare da vicino, ma anche di guardare lontano. Di abbracciare il presente per impostare il futuro partendo dalla riviera romagnola, osservatorio privilegiato della realtà giovanile. Già dalla facciata principale, disegnata a grandi ellissi, il Sixty Hotel mostra chiaramente i propri intenti nei confronti di Riccione e dei suoi ospiti.

E' un luogo vivo, animato da continue sollecitazioni visive, sensoriali, emozionali. E' un luogo strutturato per l'accoglienza a tutte le ore del giorno e della notte con le forme d'intrattenimento richieste dalla clientela giovane a cui è dedicato. Ecco quindi che il piano d'accesso, rialzato rispetto a via Milano, accoglie contemporaneamente lo store Sixty e Energie, la hall dell'albergo con bar aperto anche agli esterni.

E pubblica è diventata, secondo il progetto dello Studio 63 Architecture+Design, anche la grande terrazza antistante l'ingresso, una sorta di piazza raggiungibile da un'ampia scalinata, che viene completamente illuminata di notte per facilitare l'andirivieni durante tutte le ventiquattrore. Ecco il motivo per cui è stata scelta Riccione, dove alta è la concentrazione di discoteche e locali notturni, per il primo design hotel della catena Sixty, con prossime aperture in Italia e all'estero, l'unico della città rivolto a un target under 30.

Un hotel quattro stelle capace di attrarre un pubblico



GIOVANE PER CONCEZIONE, AMBIENTAZIONE, STRUTTURA, CLIENTELA. COSÌ SI PRESENTA IL PIÙ TRENDY HOTEL DI RICCIONE, IL PRIMO DI UNA CATENA DI HOLIDAY RESORT DAI CONNOTATI IMMEDIATAMENTE IDENTIFICABILI. FRA I TANTI, L'ARTE CONTEMPORANEA "A PORTATA DI TUTTI", GRAZIE ALL'APPORTO DI 30 GIOVANI ARTISTI E DEL DIRETTORE CREATIVO DEL GRUPPO DA CUI PRENDE NOME.

storia di copertina

In queste pagine: ogni ambiente è stato studiato per rispondere alle esigenze e ai gusti di un pubblico giovani, under 30.



giovane, dedito ai riti mondani dell'aperitivo e della disco, attento alla forma fisica e alle ultime tendenze modaiole, sin dalla location e dalla posizione strategico-commerciale all'angolo fra viale Ceccarini e via Milano. Dell'anonima struttura costruita negli anni '50 tutto è stato cambiato, eccezion fatta per parte dell'involucro esterno, tenendo conto delle esigenze e della passione per l'arte contemporanea di Vicky Hassan, presidente e direttore creativo del gruppo Sixty. Nell'arte si vive e si soggiorna al Sixty Hotel, in quanto tutte le 40 camere, distribuite su quattro piani secondo tre diverse tipologie (deluxe, superior, suite), sono concepite come vetrina di performance artistiche. 30 giovani artisti, italiani e

stranieri, selezionati dalla galleria Neon Campobase di Bologna, hanno interpretato creativamente i numeri delle camere, il soffitto a volta del terrazzo del quinto piano che ospita il ristorante, le scale di emergenza e le casse del negozio. Vi hanno realizzato interventi murali e wall painting nella più completa libertà espressiva, riproponendo il colore del piano dell'hotel in cui sono intervenuti e ispirandosi al mondo della pop-art, che poi hanno sovrapposto alla struttura seriale progettata dagli architetti Pier Angelo Orecchioni e Massimo Dei, dove ogni spazio è disegnato nei minimi particolari, attraverso moduli identici su quattro piani, allineati parallelamente a psichedelici passaggi di transito.

tecnologia

Luce sul corridoio. Nella progettazione complessiva del Sixty Hotel, l'illuminazione riveste un ruolo di primo piano, artistico, come molti degli elementi appositamente studiati per questa struttura. All'esterno come all'interno, NordLight ha progettato e realizzato, su precisa indicazione dello Studio 63 Architecture+Design, una serie di sistemi tecnologicamente avanzati di grande impatto scenografico.

I risultati più eclatanti sono riscontrabili in facciata e nei corridoi, trasformati da anonimi disegni distributivi ai piani a promenade sensoriali. Lo spazio viene dilatato il più possibile in senso longitudinale attraverso una serie di elementi cilindrici, accorpatisi

due a due, che sporgono dalla cellula bagno delle camere per formare delle corolle colorate, in una diversa tonalità a seconda dei piani. Il progetto illuminotecnico, predisposto dall'ingegner Bueno, è stato impostato tenendo conto di determinati requisiti, ma anche di precisi vincoli quali: i pannelli in vetro opaco piegati dovevano essere retroilluminati con un sistema a cambio di colore con effetto scenografico, che non richiedesse una continua manutenzione; l'illuminazione doveva essere omogenea per tutti i 200 mq di pannelli di vetro, suddivisi sui quattro piani dell'albergo; la presenza ad ogni piano di 14 pannelli di vetro piegati, ciascuno con un raggio differente;

la distanza di soli 10 cm fra la colonna e il vetro piegato; la postazione dell'illuminazione d'emergenza (T5-Fluo) dietro i pannelli di vetro; il controllo individuale a ogni piano direttamente dalla reception nel pianterreno. In primo luogo, è stato realizzato un prototipo di colonna in scala reale (1:1), puntando su un'illuminazione omogenea ad alto risparmio energetico realizzata, con il sistema Nordlight Coldiod con led da 5 mm. Le lampade RGB, con struttura tubolare in metacrilato trasparente (diametro 25 mm e lunghezza 236 cm), sono state installate verticalmente a una distanza di alcuni centimetri dalla colonna. Per ottimizzare l'effetto, è stato inserito un foglio di

alluminio, con speciale parabola riflettente martellata, sopra la colonna (sotto i tubi RGB). Così facendo è stato possibile, nello stesso tempo, proiettare la luce del sistema Coldiod in un angolo piano verso l'alluminio e ottenere una ottima diffusione della luce riflessa dall'alluminio verso il pannello in vetro opaco. La distanza ottimale e l'angolo di illuminazione esatto sono stati ottenuti direttamente in cantiere attraverso specifiche prove manuali.

Per ogni piano sono stati posizionati 7 Nordlight Led Drive (da 150 watt ciascuno) completi di un'interfaccia DMX (DMX-Controller) che ne permette il controllo e le luci di emergenza T5 in 12 punti differenti.

La filosofia

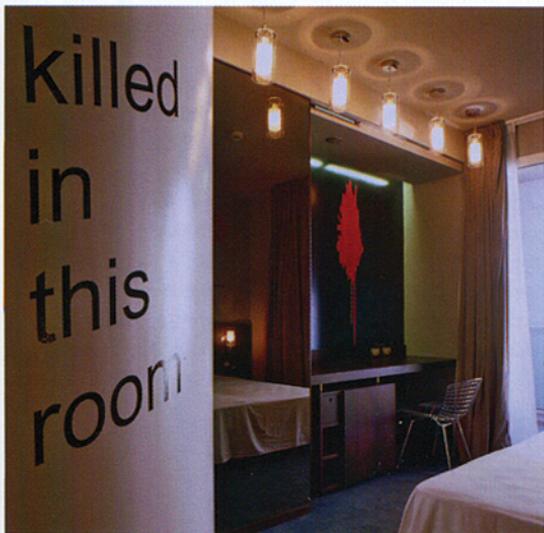
IN SIMBIOSI, DALL'ESTERNO ALL'INTERNO

Da subito il Sixty Hotel si identifica per la facciata: al posto dell'elementare scansione di balconi rettangolari, tipica delle strutture alberghiere costruite alla fine degli anni '50 nelle zone balneari, una doppia pelle con diversa consistenza: all'esterno, una superficie lucida con grandi aperture di forma allungata, che lasciano intravedere quella completamente trasparente dell'interno. Una quinta scenografica che mimetizza la nuova impostazione degli affacci aggettanti delle camere e che rappresenta il primo marcatore del progetto dello Studio 63 Architecture+Design di Firenze.

Fronte mare, quindi una superficie cangiante, con un particolare intonaco bianco lucido, che di giorno riflette la luce del sole, mentre di notte quella artificiale proveniente dalle camere, 10 per ciascuno dei quattro piani, caratterizzati da un colore dominante (giallo, verde, arancio e nero partendo dal primo piano). L'impatto visivo ed emozionale dell'esterno viene reiterato all'interno, lungo tutto il percorso che conduce al roof garden del quinto piano con vista panoramica sulla città, attraverso la scoperta di sempre diverse opere artistiche e non per la ricercatezza dei materiali.

"Abbiamo voluto espressamente realizzare una struttura basica - come chiarisce l'architetto Pier Angelo Orecchioni - con lo scopo di dar risalto all'anima artistica dell'hotel.

Le fonti di richiamo dovevano essere l'arte e il design contemporaneo, i più vicini al target under 30, e la tecnologia, come la webcam in camera per permettere agli ospiti di comunicare tra loro, abbattendo ogni isolamento e trasformando l'hotel in community friendly e vacanziera". Tutto inizia dalla hall, strutturata su due



Sixty Hotel

Via Milano, 54- Riccione

ELENCO PARTECIPANTI AL PROGETTO

Progetto impianti elettrici e speciali

ESA Progetti, Sant'Arcangelo di Romagna (Rn)

Impianti elettrici, impianti speciali

Elettroline, Dogana-Rep.San Marino

Impianti termosanitari, meccanici, condizionamento

Boschetti Impianti, Fidenza (Pr)

Impresa edile

Dalav, Rimini

Ascensori

L'Ascensore, Riccione (Rn)

Illuminazione

NordLight, Sieci (Fi)

Arredi su misura

Ceccotti Spa, Cascina (Pi)

Arredo bagni e accessori

Giulio Tanini Spa, Firenze

Rubinetterie

Cristina Rubinetterie, Gozzano (No)

Sanitari

Nic Design, Castel Sant'Elia (Vt)

Rivestimento bagni

Friul Mosaic, S. Martino al Tagliamento (Pn)

Vasche

Hoesch, Spinea (Ve)

Moquette

Radici Pietro Industries & Brands, Cazzano S. Andrea (Bg)

Cucina

Gifar Group, Rimini

Domotica e serrature elettroniche

Onity Italia, Roma

Sistemi informatici e di gestione

Micron-Fidelio Italia, Monza (Mi)

Serramenti e balconi

Metra, Rodengo Saiano (Bs)

Porte tagliafuoco

Fael Security, Brindisi

Serramentista

Infissi Giorgetti, Borgo a Buggiano (Pt)

TV interattiva, internet nelle camere

VDA Multimedia, Pordenone

Sedute, divani, tavoli

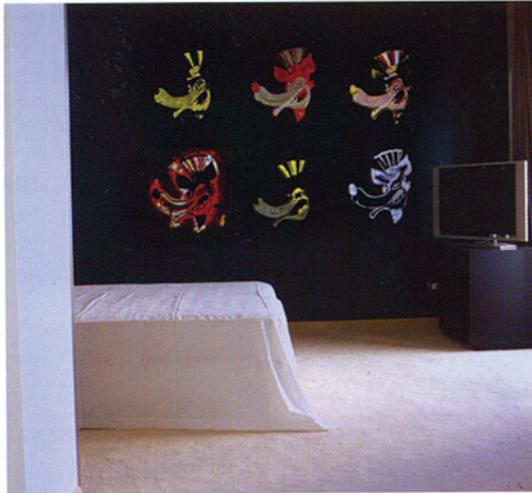
Knoll International, Milano
B&B Italia, Novedrate (Co)
Danese, Milano
Moroso, Udine

Sedute esterne

Paola Lenti, Meda (Mi)
B&B Italia, Novedrate (Co)

storia di copertina

L'arte è la grande protagonista del Sixty Hotel. Tutte le 40 camere, infatti, sono concepite come vetrina di performance artistiche.



elementi: il semplice bancone in acciaio e il rivestimento delle pareti, una particolare carta da parati con base a specchio e finitura a rilievo in velluto bianco, che incornicia l'installazione mutevole di Matteo Basile. Un'opera



stampata su un materiale tridimensionale che cambia a seconda del punto di vista.

Un enorme "ex-voto" che riproduce un volto di giovane donna fotografato in tre dimensioni, che pulsa, vive, si espande in funzione di chi lo guarda. Il lay-out delle camere è stato invece sviluppato su dimensioni minime e sulla cellula bagno. La struttura è molto semplice e si conforma su un modulo impostato su tre elementi (doccia, wc e bidet), come una sorta di fiore a tre petali di cui due invadono parte del corridoio.

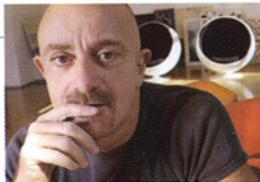
Così facendo, la camera, che si differenzia per tipologia in base alla presenza o meno della vasca idromassaggio nella cellula bagno, ed è arredata con elementi essenziali di design contemporaneo (letto, mensola che funge da scrivania, un sistema appendiabiti alternativo al tradizionale armadio), forma un corpo unico con la zona di distribuzione, quella solitamente meno studiata in questo tipo di strutture.

Il corridoio diventa un luogo di transizione: dopo la serata in discoteca, l'ospite viene proiettato in una nuova dimensione video attraverso elementi cilindrici luminosi, che conformano spazi funzionalmente diversi, accompagnano e indirizzano il percorso in camera e cambiano colore in funzione del piano e dell'orario. Delle specie di grandi lampade sempre accese sulla particolare entità-realtà del Sixty, priva di qualsiasi barriera temporale, spaziale, mentale, capace di generare una continua commistione, empatia, scambio relazionale. Attraverso l'arte o la comunicazione interpersonale.

gestione

Sull'onda degli under 30. Innovazione tecnologica, design e arte contemporanea trovano luogo dove il turismo è giovane, frenetico, eccitante, notturno e dove l'ospitalità è concepita in modo nuovo, non più attraverso strutture "mordi e fuggi", ma attraverso luoghi concepiti come occasione per conoscersi, incontrarsi, quasi "spiarsi".

Così, le stanze sono attrezzate di webcam e di postazione internet per chattare, per stabilire una relazione diretta tra gli ospiti. È questo il concept del Sixty Hotel di Riccione, il primo della catena alberghiera fortemente voluta da Vicky Hassan, presidente e direttore creativo del gruppo Sixty. Input su cui è stata impostata anche la gestione dell'hotel, con l'apporto del gruppo Boscolo, a cominciare dall'importante evento inaugurale, nello scorso mese di giugno, un vero e proprio happening con performance di artisti e musica. Un'apertura in stile Sixty che ha anticipato quanto verrà organizzato in collaborazione con i principali locali della riviera romagnola: eventi strutturati su contaminazioni tra musica e fashion, con lo scopo di stabilire un forte legame con il mondo musicale e notturno che è proprio di questa zona costiera. L'hotel di Riccione rappresenta la punta di diamante di un'importante esperienza di "brand stretching" su categorie di prodotto/servizio diverse da quelle "core" dell'azienda, ma è anche un interessante contenitore che raccoglie e amplifica i valori del marchio (arte, musica, design, store, moda ecc.). Da questo momento in poi, un percorso in progress che interessa il rendimento e la manutenzione della struttura, in outsourcing alle aziende fornitrici degli impianti, ma anche i corsi di aggiornamento e formazione che coinvolgono tutto lo staff, giovane come la clientela dell'hotel: dopo quelli obbligatori di prevenzione incendi e primo soccorso, un programma di formazione step by step attraverso Mystery Guest, che di volta in volta soggiornano in albergo. Quindi, corsi di Globetrotter, Brand Identity e Comunicazione e gestione dell'autonomia. L'hotel, concepito in toto come spazio di ritrovo, presenta una struttura flessibile, dinamica, con store plurimarca al piano terra e roof garden al quinto piano, adibito principalmente a ristorante, ma anche per organizzare piccoli eventi business o leisure.



"...UN HOTEL QUATTRO STELLE CAPACE DI ATTRARRE UN PUBBLICO GIOVANE, DEDITO AI RITI MONDANI DELL'APERITIVO E DELLA DISCO, ATTENTO ALLA FORMA FISICA E ALLE ULTIME TENDENZE MODAIOLE..."