

# DHD

**HOSPITALITY  
CONTRACT  
2024**

**SVIZZERA  
AW<sup>2</sup>**

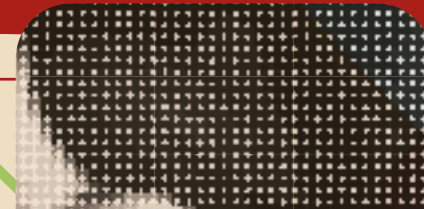
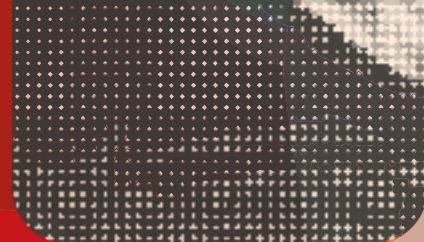
**LONDRA  
STUDIO CONCRETE**

**CANADA  
GIANNONE PETRICONE  
ASSOCIATES**

**ALTO ADIGE  
STUDIO NOA\***

**ROMA  
ANTONIO MARINCOLA**

**URBAN GARDEN  
COLLECTION  
BY SIMONE MICHELI  
FOR LOVELIGHT+39**



Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003  
(conv.in L.27/02/2004 n.46) art.1, comma 1, DCB Milano  
ISSN 1824•3746 - A € 13,50- P € 17 - E € 18 -  
GB BP. 17 - Italy only € 10,00 - B € 13

Direttore responsabile/Editor in chief  
**Carlo Ludovico Russo**

Direttore/Editor  
**Francesca Russo**

Realizzazione grafica/Graphic designer  
**Kristina Bucci**  
**Antonietta Scuotri**

Contributi/Contributors  
**Francesca Casale**  
**Spencer Foil**  
**Isabelle Fournier**  
**Samantha Polvere**  
**Anguilla Segura**

Ufficio traffico/Traffic department  
**Daniela D'Avanzo**

Traduzioni/Translations  
**Chiara Omboni**  
**Erika Serra**

<b>Editoriale</b>	<b>5</b>		Carlo L. Russo
<b>News</b>	<b>8</b>		La Redazione
<b>Progetto cover</b>	<b>14</b>	Lovelight+39	La Redazione
<b>Report</b>	<b>18</b>	Megius. Design confortevole/Comfortable design	Francesca Casale
	<b>20</b>	Pietrelli. Contract design-oriented	Francesca Casale
<b>Sardegna</b>	<b>22</b>	La scintilla dello stupore/The spark of wonder	Spencer Foil
<b>Mestre</b>	<b>28</b>	Anima bleisure/Bleisure soul	Isabelle Fournier
<b>Roma</b>	<b>34</b>	La storia in chiave contemporanea/A contemporary take on history	Anguilla Segura
<b>Nashville</b>	<b>42</b>	Tra musica e cultura country/Between country music and culture	A cura della Redazione
<b>Cortina d'Ampezzo</b>	<b>48</b>	Florae austriacae	Samantha Polvere
<b>Istria</b>	<b>52</b>	Tra lusso, natura e vista straordinaria/Between luxury, nature and breathtaking views	Francesca Casale
<b>Verona</b>	<b>58</b>	L'arte interpreta il made in Italy/Art interprets 'Made in Italy'	Francesca Casale
<b>Roma</b>	<b>64</b>	La terza storia da raccontare/The third story to be told	Spencer Foil
<b>Washington</b>	<b>70</b>	Parisian vibe	Isabelle Fournier
<b>Canada</b>	<b>78</b>	La rinascita del Royal/The Renaissance of the Royal	Samantha Polvere
<b>Londra</b>	<b>86</b>	La vita nella via/Life on the street	Francesca Casale
<b>Dolomiti</b>	<b>94</b>	Una questione di prospettiva/It's a matter of perspective	Francesca Casale
<b>Girona</b>	<b>102</b>	Seducente Costa Brava/The seductive Costa Brava	Francesca Casale
<b>Svizzera</b>	<b>110</b>	Oltre il progetto/Beyond the project	Anguilla Segura
<b>Courmayeur</b>	<b>120</b>	La montagna dentro/The mountain inside	A cura della Redazione
<b>Castiglione della Pescaia</b>	<b>126</b>	L'interprete del design/Design interpreter	Samantha Polvere
<b>R&amp;B</b>	<b>130</b>	Il Pomiroeu sceglie il design iconico/Pomiroeu chooses iconic design	Spencer Foil
	<b>134</b>	Cielo rotondo e terra quadrata/Round sky and square ground	Spencer Foil
	<b>138</b>	Moderne linee austere/Modern and austere lines	La Redazione
	<b>140</b>	Design dal fascino audace/Bold design	La Redazione
	<b>142</b>	Aranzione Aperol/Aperol orange	La Redazione
<b>Project</b>	<b>144</b>	Il sofisticato segno di Aran/Aran's sophisticated mark	
	<b>146</b>	Avanguardia e atmosfera/Avantgarde and atmosphere	
	<b>150</b>	Giorgetti arreda 108 Leonard/Giorgetti decorates 108 Leonard	
	<b>154</b>	No ordinary house	
	<b>158</b>	Partner a cinque stelle/Five-star partner	
	<b>162</b>	Art de vivre	
	<b>164</b>	Architettura tra sacro e profano/Between sacred and profane architecture	
<b>Product</b>	<b>166</b>		A cura della Redazione

#### Copertina/Cover:

Urban Garden by Lovelight+39,  
design Simone Micheli

#### Design Diffusion World srl

Redazioni/Editorial Offices  
Direzione, amministrazione, pubblicità  
Management, Administration, Advertising  
**Via Lucano 3**  
**20135 Milano**  
**Tel. 02/5456102**  
**www.designdiffusion.com**

Pubblicità/Advertising  
**DDA Design Diffusion Advertising srl**  
**Via Lucano 3, 20135 Milano**  
**Tel. 02/5456102**

Advertising director  
**Teo Casale**  
**teo.casale@designdiffusion.com**

Amministrazione/Administration  
**Norberto Mellini**  
**n.mellini@designdiffusion.com**

Ufficio abbonamenti  
**abbonamenti@designdiffusion.com**

Editorial Office, Chicago  
**Judith Jacobs**  
**P.O. Box 3342 Merchandise Mart**  
**60654, 0342 Chicago IL – USA**  
**Tel. 001/3128361005**

Editorial Office, Osaka  
**Intermedia**  
**TS Bldg. 3-1-2 Tenma Kita-ku**  
**Osaka, Japan**  
**Tel. 00816/3571525**

Annuale/Annual magazine  
Prezzo/Price **Euro 10,00**

Stampa/Printer  
**Color Art**  
Via Industriale 24/26,  
25050 Rodengo Saiano (BS)

Spedizione in abbonamento postale – D.L.  
353/2003 (conv.in L.27/02/2004 n.46) art.1,  
comma 1, DCB Milano  
Reg. Tribunale Milano n./Milan Court  
Reg.No. **245 del 13 Aprile 2004**  
Printed in Italy  
**ISSN 1824-3747**

Distribuzione all'estero  
Sole agent for distribution Abroad

A.I.E. – Agenzia Italiana di Esportazione spa  
Via Manzoni, 12 – 20089 Rozzano (Mi)  
Tel. 02/5753911 e-mail: info@aie-mag.com  
www.aie-mag.com

È vietata la riproduzione anche parziale  
All rights reserved

**Testi, disegni e materiale fotografico non  
si restituiscono**  
**Texts, drawings and photographs will not  
be returned**

**Design Diffusion World comprende le testate/  
includes the heads: DDN Design Diffusion  
News – DDB – Design Diffusion Bagno – DHD  
– Hotel Design Diffusion – XTRA – DDN Cucine  
International – DDN Guide fuorisalone.**

# news





## OSPITALITÀ INCLUSIVA

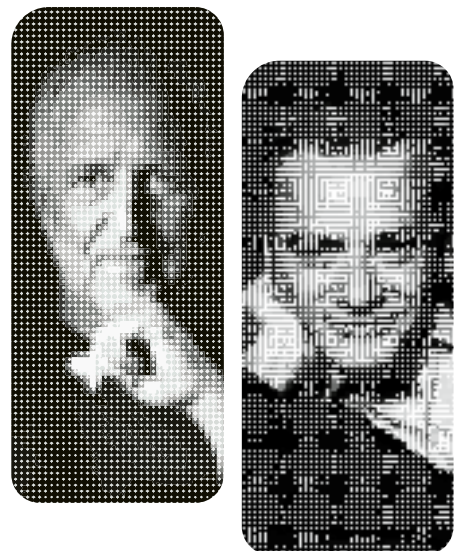
Vicino alla Fontana di Trevi e a due passi dal Pantheon, in un ex monastero risalente al XVI secolo, si trova il JO&JOE, un concetto di ospitalità ibrida concepito per soddisfare le esigenze e le aspettative dei millennial e dei viaggiatori internazionali. Gli spazi comuni sono distribuiti intorno a un cortile centrale e comprendono un cocktail bar, un ristorante e una pizzeria, una sala riunioni, una lounge e un rooftop. Le 49 camere sono arredate con elementi antichi, come i soffitti a cassettoni in legno, e contemporanei, come le opere di street artist locali. La luce filtra ovunque grazie alle grandi finestre. [www.joandjoe.com/it/](http://www.joandjoe.com/it/)

## INCLUSIVE HOSPITALITY

Near the Trevi Fountain and a short distance from the Pantheon, in a former monastery dating back to the 16th century, is JO&JOE, a hybrid hospitality concept designed to meet the needs and expectations of millennials and international travelers. Common spaces are distributed around a central courtyard and include a cocktail bar, a restaurant and pizzeria, a meeting room, a lounge, and a rooftop. The 49 rooms are decorated with antique elements such as wood coffered ceilings, and contemporary pieces such as works by local street artists. Light filters in everywhere thanks to large windows. [www.joandjoe.com/it/](http://www.joandjoe.com/it/)



# COVER



## LOVELIGHT+39 E IL MUSEO IMMAGINARIO CHE DIALOGA CON GLI SPAZI URBANI Lovelight+39 and the imaginary museum that engages with urban spaces

A cura della Redazione

**Giacomo Santucci, alla guida di Lovelight+39, esperto del settore lusso, traccia una strategia che intreccia arte e urbanistica, promuovendo un'esperienza collettiva di bellezza e appartenenza.**

*Giacomo Santucci, leading Lovelight+39, an expert in the luxury sector, outlines a strategy intertwining art and urban planning, promoting a collective experience of beauty and belonging.*

### Qual è l'attività principale di Lovelight+39?

In un'era in cui la cultura si rivela l'ultimo baluardo contro l'indifferenza, il progetto di Lovelight+39 emerge come faro illuminante nel panorama contemporaneo. Non si tratta soltanto di un brand, ma il tentativo di definire un manifesto, un movimento che sfrutta il potere transculturale dell'arte per plasmare percezioni e costruire ponti immateriali tra le persone. La strategia adottata da Lovelight+39 è una sinfonia di intelligenza curatoriale, dove l'arte diviene il veicolo privilegiato per innescare riflessioni profonde e catalizzare trasformazioni sociali. Il nuovo lusso? Non è più una questione di etichette o prezzi esorbitanti, ma di quanto una società sia disposta a investire in cultura per migliorarsi, per elevare la propria coscienza collettiva. Il cuore pulsante di questa rivoluzione creativa ha le sue radici a Milano, crocevia di innovazione e storia, punto di partenza di un dialogo visivo che abbraccia l'evoluzione urbana e sfocia nell'ambito della responsabilità sociale. Un interessante format che può divenire internazionale.

### I vostri prodotti rappresentano il mezzo per far sì che l'arte entri in casa, contaminandola. Ci spiega come ciò avviene?

Quando si parla di arte domestica, molti immaginano quadri e sculture che abbelliscono gli spazi di vita quotidiana. Tuttavia, il fine dei prodotti di Lovelight+39 va oltre l'estetica ornamentale; verranno immaginati come strumenti di una rivoluzione culturale che porta l'arte a contaminare gli ambienti in senso generale. Ma come avviene questa trasformazione? Non è semplicemente un processo decorativo. L'intento è far vivere all'utente, o meglio, all'audience, un'esperienza artistica dinamica attraverso gli oggetti di design e di rafforzare un dialogo.

La strategia del brand si esprime nella creazione di una sorta di museo immaginario all'interno della rete urbana, esattamente come lo scrittore André Malraux concepiva "musei senza pareti". Qui, la tradizione incontra l'avanguardia; la grafica, le innovazioni tecnologiche come la realtà aumentata, le video installazioni e le illuminazioni artistiche, strumenti e attori di questa nuova

narrazione. Ogni pezzo esposto si trasforma cambiando significato e contesto. In questa visione, il museo si estende e si diluisce nel tessuto sociale e digitale. Ogni elemento dovrebbe essere interattivo, fornendo non solo una nuova didascalia al pezzo esposto, ma tessendo un canvas sociale in cui la creatività è diffusa, condivisa e perpetuamente reinventata.

### Come è stato l'incontro con l'architetto Simone Micheli?

Simone Micheli, il nostro primo curatore, si è reso disponibile a questa stimolante opportunità.

Il compito dei curatori diventa quello di trasmettere al pubblico un insieme di esperienze cognitive, estetiche ed emotive che possano restituire a questo "museo immaginario" il significato e il contesto a cui appartengono le opere. In un mondo in cui in tutte le occasioni dell'arte ufficiale i visitatori "non specializzati" possono sentirsi inadeguati, capiamo che c'è una carenza strategica e comunicativa nella progettazione, quindi una grande opportunità. Troppo spesso, infatti, assistiamo ad allestimenti museali autoreferenziali che dimostrano una mancanza di capacità da parte delle istituzioni culturali di relazionarsi con pubblici diversi e di adattare di conseguenza la strategia di comunicazione.

### In cosa consiste Urban Garden, quest'ultima collezione di superfici Lovelight+39?

Urban Garden non è semplicemente l'ultima collezione di superfici proposte da Lovelight+39, è un manifesto, un viaggio che parte dalla rivisitazione dello spazio urbano. Questa innovativa serie si propone di tessere un legame vivo e concettuale tra il nucleo pulsante delle metropoli e le sue periferie spesso trascurate, in un dialogo progettuale che fonde estetica e responsabilità sociale. La collezione apre una finestra sul futuro delle città suburbane, invitando a una riflessione profonda sull'urbanistica e sul concetto di abitazione. Offre una visione dove l'alloggio e il senso di appartenenza acquistano nuove dimensioni dignitose e inclusive. Ogni superficie diventa una tela che racconta storie simboliche e grafiche di come un'area metropolitana può espandersi e fiorire

partendo dal suo centro, irradiandosi in un'eco di comunità e condivisione. Questi 'Giardini Urbani' non sono soltanto degli elementi decorativi, ma frammenti di una rete più ampia, un puzzle di progetti che insieme costituiscono l'immagine di una città rinnovata e dinamica. Il messaggio è chiaro e potente: la città appartiene a chi la abita, e questa proprietà collettiva si esprime non solo in termini di diritti, ma anche attraverso la bellezza e la funzionalità degli spazi in cui viviamo.

**Ma come può questo concetto, relazione arte-società, essere ancora un luogo rilevante per l'esperienza delle persone in una fase storica e sociale in cui siamo immersi in un flusso disordinato di immagini? Quale può essere il suo ruolo in una prospettiva futura?**

In un'epoca in cui la vita quotidiana è saturata da un tumulto visivo senza precedenti, il concetto di arte come entità sociale e il suo impatto sull'esperienza umana rimangono domande pulsanti al cuore della cultura contemporanea. Qual è, quindi, il potenziale dell'arte in un futuro sempre più digitalizzato e visivamente caotico? Lovelight+39 risponde a questa domanda con un'indagine critica. Non si limita a un ruolo passivo di osservatore ma si immerge nei meandri di questa sfida, valutando il divario comunicativo presente negli attuali allestimenti progettuali, artistici e culturali. L'obiettivo è uno sguardo in avanti, una narrazione visiva e tecnologica che possa dialogare efficacemente con il pubblico. Lo storytelling, abbinato a un uso sapiente e innovativo degli strumenti espositivi e delle tecnologie emergenti, viene identificato come la chiave per sbloccare questo potenziale. Con uno spirito di collaborazione inter-

disciplinare, Lovelight+39 intraprenderà un'analisi comparativa coinvolgendo curatori e mediatori culturali, nonché esaminando casi di studio esemplari, come quello per esempio del Politecnico di Milano. L'obiettivo è duplice: da un lato comprendere le dinamiche del processo curatoriale contemporaneo e, dall'altro, identificare soluzioni espositive innovative che possano tessere questo dialogo ripensato tra l'arte e la società, tra il cittadino e il tessuto urbano in evoluzione. [www.lovelight39.it](http://www.lovelight39.it)

**La superficie "Vintage Weave Silver" della nuova collezione Lovelight+39 suggerisce un richiamo al passato e un'estetica classica che rimanda al processo di tessitura associato alla texture.**

**Sotto: "Beans" è la superficie della collezione Urban Garden di Simone Micheli per Lovelight+39. Un caleidoscopio naturale viene catturato attraverso un disegno di forme arrotondate che si sovrappongono e si fondono in un pattern giocoso e accattivante che ricorda i semi e i legumi nell'arte della natura.**

**The surface "Vintage Weave Silver" from the new Lovelight+39 collection suggests a nod to the past and a classic aesthetic that harkens back to the weaving process associated with the texture.**

**Bottom: "Beans" is the surface of the Urban Garden collection by Simone Micheli for Lovelight+39. A natural kaleidoscope is captured through a design of rounded shapes overlapping and merging into a playful and captivating pattern reminiscent of seeds and legumes in the art of nature.**



### **What is Lovelight+39's main activity?**

In an era where culture proves to be the last bulwark against indifference, Lovelight+39's project emerges as an illuminating beacon in the contemporary landscape. It is not just a brand, but an attempt to define a manifesto, a movement that harnesses the transcultural power of art to shape perceptions and build immaterial bridges between people. The strategy adopted by Lovelight+39 is a symphony of curatorial intelligence, where art becomes the privileged vehicle to trigger deep reflections and catalyze social transformations. The new luxury? It is no longer a matter of labels or exorbitant prices, but of how much a society is willing to invest in culture to better itself, to elevate its collective consciousness. The pulsating heart of this creative revolution has its roots in Milan, a crossroads of innovation and history, the starting point of a visual dialogue that embraces urban evolution and culminates in the realm of social responsibility. An intriguing format that could become international.

### **Your products represent the means by which art enters homes, contaminating them. Can you explain how this happens?**

When it comes to domestic art, many envision paintings and sculptures adorning everyday living spaces. However, the purpose of Lovelight+39's products goes beyond ornamental aesthetics; they are envisioned as instruments of a cultural revolution that brings art to contaminate environments in a general sense. But how does this transformation occur? 'It's not simply a decorative process. The intention is to provide the user, or rather, the audience, with a dynamic artistic experience through design objects and to strengthen a dialogue. The brand's strategy is expressed in the creation of a sort of imaginary museum within the urban network, just as writer André Malraux conceived "museums without walls." Here, tradition meets avant-garde; graphics, technological innovations like augmented reality, video installations, and artistic illuminations are the tools and actors of this new narrative. Each exhibited piece transforms itself by changing meaning and context. In this vision, the museum extends and dissolves into social and digital fabric. Every element should be interactive, providing not only a new caption for the exhibited piece but also weaving a social canvas where creativity is diffused, shared, and perpetually reinvented.

### **What was the encounter with architect Simone Micheli like?**

Simone Micheli, our first curator, made himself available for this stimulating

opportunity. The curators' task becomes to convey to the public a set of cognitive, aesthetic, and emotional experiences that can restore to this "imaginary museum" the meaning and context to which the works belong. In a world where in all occasions of official art, "non-specialized" visitors can feel inadequate, we understand that there is a strategic and communicative deficiency in design, and therefore a great opportunity. Too often, in fact, we witness self-referential museum setups that demonstrate a lack of ability on the part of cultural institutions to relate to different audiences and accordingly adapt communication strategies.

### **What does Urban Garden, this latest collection of Lovelight+39 surfaces, consist of?**

Urban Garden is not simply the latest collection of surfaces proposed by Lovelight+39; it is a manifesto, a journey starting from the reinterpretation of urban space. This innovative series aims to weave a visual and conceptual bond between the beating heart of metropolises and its often neglected peripheries, in a design dialogue that merges aesthetics and social responsibility. The collection opens a window onto the future of suburban cities, inviting deep reflection on urban planning and the concept of habitation. It offers a vision where housing and the sense of belonging acquire new dignified and inclusive dimensions. Every surface becomes a canvas telling symbolic and graphic stories of how a metropolitan area can expand and flourish from its center, radiating into a community echo of sharing. These 'Urban Gardens' are not just decorative elements but fragments of a broader network, a puzzle of projects that together constitute the image of a renewed and dynamic city. The message is clear and powerful: the city belongs to those who inhabit it, and this collective ownership is expressed not only in terms of rights but also through the beauty and functionality of the spaces in which we live. Urban Garden is not simply the latest collection of surfaces proposed by Lovelight+39; it is a manifesto, a journey starting from the reinterpretation of urban space. This innovative series aims to weave a visual and conceptual bond between the beating heart of metropolises and its often neglected peripheries, in a design dialogue that merges aesthetics and social responsibility. The collection opens a window onto the future of suburban cities, inviting deep reflection on urban planning and the concept of habitation. It offers a vision where housing and the sense of belonging acquire new dignified and inclusive dimensions. Every



La superficie "Silkrelic" della nuova collezione Lovelight+39. La delicatezza della seta e la sensazione di antichità e di pregio insieme comunicano un senso di storia e nobiltà.

Nella pagina accanto: "Leathwork blu" la superficie della nuova collezione Lovelight+39 che riproduce l'aspetto e la texture della pelle lavorata artigianalmente.

The surface "Silkrelic" from the new Lovelight+39 collection. The delicacy of silk and the sensation of antiquity and preciousness together convey a sense of history and nobility. On the next page: "Leathwork blue" is the surface of the new Lovelight+39 collection that reproduces the appearance and texture of handcrafted leather.

surface becomes a canvas telling symbolic and graphic stories of how a metropolitan area can expand and flourish from its center, radiating into a community echo of sharing. These 'Urban Gardens' are not just decorative elements but fragments of a broader network, a puzzle of projects that together constitute the image of a renewed and dynamic city. The message is clear and powerful: the city belongs to those who inhabit it, and this collective ownership is expressed not only in terms of rights but also through the beauty and functionality of the spaces in which we live.

**But how can this concept, the relationship between art and society, still be a relevant place for people's experience in a historical and social phase in which we are immersed in a disorderly flow of images? What could be its role in a future perspective?**

In an era where everyday life is saturated with unprecedented visual turmoil, the concept of art as a social entity and its impact on human experience remain pressing questions at the heart of contemporary culture. What, then, is the potential of art in an increasingly digitized and visually chaotic future? Lovelight+39 addresses this question with a critical investigation. It does not limit itself to a passive role as an observer but delves into the depths of this challenge, evaluating the communicative gap present in current design, artistic, and cultural setups. The goal is a forward-looking perspective, a visual and technological narrative that can effectively engage with the public. Storytelling, combined with a wise and innovative use of exhibition tools and emerging technologies, is identified as the key to unlocking this potential. With a spirit of interdisciplinary collaboration, Lovelight+39 will undertake a comparative analysis involving curators and cultural mediators, as well as examining exemplary case studies, such as that of the Politecnico di Milano. The aim is twofold: on one hand, to understand the dynamics of contemporary curatorial processes, and on the other hand, to identify innovative exhibition solutions that can weave this rethought dialogue between art and society, between citizens and the evolving urban fabric. [www.lovelight39.it](http://www.lovelight39.it)



## **GALLERY LOVELIGHT+39**

La sartorialità legata alla tecnica e l'insieme delle abilità artigianali in costante dialogo con le nuove tecnologie di Lovelight+39 sono stati sintetizzati in modo straordinario dall'architetto toscano Simone Micheli, il quale realizza non solo uno spazio espositivo nel cuore di Milano, in via San Damiano 4, ma una 'galleria d'avanguardia' su due livelli: il piano terra accoglie le collezioni principali, mentre quello superiore è dedicato alle esclusive creazioni di Simone Micheli, dove il design diventa espressione di stile personale e inconfondibile. All'entrata, si viene accolti da uno schermo con un volto femminile che dà il benvenuto e, intorno a una sequenza di specchi che riflettono i visitatori facendoli diventare parte integrante del mondo Lovelight+39. "Ho concepito lo spazio espositivo come un ambito volumetrico neutro, nudo, severo, candido, all'interno del quale le "lastre/opera" rappresentano gli attori principali di uno spettacolo caratterizzato da colore e superfici variabili. Nessun disturbo visivo, in questo luogo, si interpone tra l'osservatore e l'opera", afferma l'architetto Micheli. Le luci teatrali, attraverso l'attento studio delle riflessioni e delle ombre, vestono di impalpabile materia la galleria, con la volontà di celebrare ogni singolo lavoro come una preziosa gemma. In questo ambito tridimensionale, il bianco di ogni elemento allestitivo diventa il fondale perfetto per valorizzare contenuti e forme. Profumo e suono completano la sintetica teatralità del luogo. [www.simonemicheli.com](http://www.simonemicheli.com)

*The workmanship linked to technique and the set of craft skills in constant dialogue with the new technologies of Lovelight+39 have been synthesized in an extraordinary way by Tuscan architect Simone Micheli. Not only did he create an exhibition space in the heart of Milan, at Via San Damiano 4, but a real "avant-garde gallery" on two levels: the ground floor houses the main collections, while the upper floor is dedicated to Simone Micheli's exclusive creations, where design becomes an expression of a personal and unmistakable style. At the entrance, visitors are welcomed by a screen with a female face and surrounded by a sequence of mirrors reflecting visitors themselves, making them become an integral part of the Lovelight+39 world. "I conceived the exhibition space as a neutral, bare, austere, candid volumetric sphere, within which the 'slabs/works' represent the main actors of a show characterized by color and variable surfaces. No visual disturbance, in this place, comes between the viewer and the work," says architect Micheli. Theatrical lights, through the careful study of reflections and shadows, dress the gallery with impalpable matter, with the intention of celebrating each individual work as a precious gem. In this three-dimensional setting, the white of each installation element becomes the perfect backdrop to enhance content and form. Scent and sound complement the synthetic theatricality of the place. [www.simonemicheli.com](http://www.simonemicheli.com)*



# ROMA



# LA STORIA IN CHIAVE CONTEMPORANEA

## A contemporary take on history

Edificato nel 600 da Camillo Borghese e interamente ristrutturato nell'800 dall'architetto e archeologo piemontese Luigi Canina, questo palazzo si trova di fronte a Palazzo Borghese, nel cuore della Capitale.

*Built by Camillo Borghese in the 17th century and completely renovated by architect Luigi Canina from Piedmont in the 19th century, this building is opposite to Palazzo Borghese, in the heart of Rome.*

A cura di Anguilla Segura  
Ph.: Paolo Fusco

Project: Marincola Architects



**24 tra camere e suite dove si alternano opere di grandi artisti italiani e internazionali. L'hotel, ristrutturato da Marincola Architects, esprime l'animo della Capitale. Ogni ambiente rimanda alla Città Eterna.**

**The 24 rooms and suites are embellished with works by major Italian and international artists. The hotel, renovated by Marincola Architects, expresses the soul of the Capital and each room hints at the Eternal City.**

L'attuale progetto di ristrutturazione dell'hotel, curato dall'architetto Antonio Marincola dello studio di architettura Marincola Architects, insieme alla posizione privilegiata in cui si trova, valorizzano lo spessore storico e architettonico del palazzo che lo ospita. Il Borghese Contemporary Hotel si affaccia sul cortile interno del palazzo romano e si compone di 24 camere e suite accomunate da opere di artisti italiani e internazionali: da Cameron Welch a Ed Ruscha, Sandro Sanna, Diego Miguel Mirabella, Aaron Young, Felix Gonzalez Torres, Travis Fish, Elle De Bernardini, Cristallo, Christina Zimpel, Shadi Al-Atallah, Massimo Listri. Le camere del Borghese Contemporary Hotel raccontano l'antica Roma imperiale attraverso interpretazioni pittoriche moderne. Alle pareti trovano posto paesaggi senza tempo, reinterpretazioni in chiave contemporanea di architetture classiche, ma anche rimandi alla Metafisica di Giorgio De Chirico. Gli imbottiti ricordano i triclini romani e i lavabi in marmo rimandano alle Domus romane e ai celebri "Nasoni" delle fontanelle delle strade della Capitale. A richiamare la romanità, anche i colori e i materiali, con l'utilizzo di velluti, marmi rari e travertino, marmo romano per eccellenza, per le pavimentazioni e i rivestimenti, nei toni caldi e morbidi del velluto bordeaux, verde scuro, l'ottone e il rosso pompeiano. Gli intonaci materici alle pareti mettono in risalto le volumetrie compatte e i colori delle terre utilizzati ricordano i colori dei palazzi della città. Gli spazi comuni evocano la volumetria delle architetture classiche: la lobby anticipa lo stile e l'atmosfera della struttura grazie all'inserimento di una sinuosa e scenografica scala; la zona della reception è un'area in cui fermarsi e godere del proprio tempo con la presenza di un'area libreria. [www.mascagnicollection.com](http://www.mascagnicollection.com); [www.studiomarincola.com](http://www.studiomarincola.com)









The current renovation project of the hotel, undertaken by architect Antonio Marincola from the Marincola Architects architectural studio, enhances the significant history and architecture of the Borghese Contemporary Hotel as well as its ideal location. Overlooking the inner courtyard of this Roman palace, the hotel includes 24 rooms and suites featuring works by Italian and international artists such as Cameron Welch, Ed Ruscha, Sandro Sanna, Diego Miguel Mirabella, Aaron Young, Felix Gonzalez Torres, Travis Fish, Elle De Bernardini, Cristallo, Christina Zimpel, Shadi Al-Atallah, Massimo Listri. The Borghese Contemporary Hotel's 24 rooms pay homage to Imperial Rome. On the walls are timeless landscapes, contemporary reinterpretations of classical architecture, but also references to Giorgio De Chirico's *Metaphysics*. Upholstered furniture is reminiscent of Roman triclinia and marble washbasins in the rooms recall the Roman *Domus* and the famous "Nasoni" fountains in the streets of the capital. The colors and materials also recall the Roman world through the use of velvet, rare marbles and travertine – the Roman marble par excellence – for the floors and walls, in the warm shades of burgundy and dark green, brass and Pompeian red. The textured plasters on the walls emphasize the compact volumes, while the colors of the earths used recall the colors of the city's buildings. The common spaces evoke the volumes of classical architecture. The lobby anticipates the style and atmosphere of the facility, thanks to the inclusion of a sinuous and scenic staircase; the reception zone is an area where one can stop and enjoy one's time with a bookstore area. [www.mascagnicollection.com](http://www.mascagnicollection.com); [www.studiomarincola.com](http://www.studiomarincola.com)

**Elemento che definisce lo stile dell'Hotel Borghese è la particolare scala elicoidale adiacente alla reception. Allo stesso piano, si trovano una libreria, la lobby e una sala modulabile in base alle necessità.**

**An element that defines the style of the Borghese Hotel is the distinctive spiral staircase adjacent to the reception area. On the same floor, there is a bookshop, the lobby and a room that can be adjusted to different needs.**



ANTONIO MARINCOLA

**Come viene espressa in termini progettuali 'la Romanità'?**

Situato di fronte a Palazzo Borghese, l'hotel si ispira alla maestosità circostante nella creazione degli interni. Un'opulenta carta da parati, impreziosita da elementi monumentali di colonne, muri e sfere in pietra dai toni caldi, offre uno sfondo regale alla testata del letto, avvolta in un velluto dai colori che richiamano gli imbottiti dei palazzi nobili di Roma. Le pareti delle camere e dei bagni sono immerse in pitture materiche che evocano gli intonaci dell'antica Roma, mentre il lavabo a colonna di pregiato marmo rosso Levanto e i piatti doccia in travertino romano sono un omaggio alle sontuose fontane della città eterna.

**Arte/architettura: una liason imprescindibile?**

L'arte e l'architettura condividono una connessione intrinseca, poiché entrambe cercano di esprimere e plasmare la creatività umana attraverso forme, colori e strutture. L'architettura può essere considerata un'arte, in quanto unisce estetica e funzionalità per creare spazi unici ed emozionanti. In questo progetto credo di esserci riuscito.

**How is 'Roman-ness' expressed in design terms?**

Opposite Palazzo Borghese, the hotel drew inspiration from the surrounding majesty for the interior. An opulent wallpaper, embellished with monumental elements of columns, walls and stone spheres in warm tones, provides a regal backdrop to the headboard wrapped in velvet in colors that are reminiscent of the upholstered furniture of Rome's noble palaces. The walls of the bedrooms and bathrooms are covered with textural coatings that evoke the plasterwork of ancient Rome, while the pedestal washbasin in fine Rosso Levanto marble and shower trays in Roman travertine are a tribute to the sumptuous fountains of the Eternal City.

**Art/architecture: an unbreakable relation?**

Art and architecture share an intrinsic connection because they seek to express and shape human creativity through forms, colors and structures. Architecture can be considered an art, since it combines aesthetics and functionality to create unique and exciting spaces. I think I have succeeded in that in this project.

Ogni camera porta la firma di nomi autorevoli dell'arte. Gli arredi sono pregiati e i complementi unici. Dalle stoffe di Loro Piana ai sistemi di Flos, ogni dettaglio racconta la tradizione romana.

Each room bears the mark of influential names in contemporary art. The furnishings are fine and the accessories unique; from fabrics by Loro Piana to systems by Flos, every detail recalls the Roman tradition.





# VERONA



# L'ARTE INTERPRETA IL MADE IN ITALY

## Art interprets 'Made in Italy'

Una vera e propria opera d'arte dedicata alla street art e all'ospitalità. 50 street artist che si sono cimentati per acclamare, evidenziare, sostenere e interpretare il made in Italy.

*Street art meets hospitality. 50 street artists did their best to highlighting, supporting and interpreting Made in Italy.*

A cura di Francesca Casale

Project: Chiara Canali



Quella che offre il Muraless Art Hotel di Verona è una sorprendente e unica esperienza immersiva, un inno alla bellezza e all'eccellenza dell'Italia in ambiti quali il vino, l'opera lirica, il cinema, i motori, l'arte, l'architettura e il design, la storia, la scienza, il cibo, la moda e la musica. Il progetto curato da Chiara Canali, con la collaborazione di Deodato Arte, ha visto la partecipazione di 50 street artist tra esponenti delle nuove generazioni e storiche firme, come Thierry Guetta in arte Mr. Brainwash che ha realizzato la facciata, compiendo così la sua prima opera muraria in Italia. Il progetto, nato da Gianmaria Villa, vuole ridare vita all'ex Hotel Cristallo, avviando una radicale riqualificazione nel segno del linguaggio e dei caratteri espressivi dell'Arte, per esaltare l'eccellenza italiana. Grazie all'amicizia con l'Art Advisor Luigi Leardini si è intrapreso un percorso che ha portato allo studio e allo sviluppo di questo progetto legato alla Street Art. Un viaggio tra strumenti e tecniche creative (dall'aerosol art

allo stencil, dal paste up alla pittura a mano libera), tra stili e forme espressive (dal lettering al modelling 3D, dalla grafica alla fotografia digitale, dal fumetto all'illustrazione), tra linguaggi e codici moderni (dal figurativo all'astratto, dall'iperrealismo fino all'anamorfose). L'hotel offre 94 stanze, distribuite su tre piani, arredate in stile urban e dotate di tutti i comfort. Ogni camera è diversa dall'altra e permette a ogni soggiorno di immergersi in una nuova atmosfera che alterna mood rilassanti ad altri energizzanti a seconda del tema. Moda, musica, motori, vino e design, ciascuno ha la possibilità di abbracciare la propria passione e di viverla in una dimensione inedita. L'albergo offre anche due sale riunioni con adiacente un Lounge Bar, per un servizio di welcome e coffee break, oltre che di aperitivi pre e after dinner. Spazi ideali per ospitare convention aziendali o per ispirare attività di workshop e coworking. [www.muralessarthotel.com](http://www.muralessarthotel.com)



*What Muraless Art Hotel in Verona offers is an amazing and unique immersive experience, a hymn to Italian beauty and excellence in sectors such as wine, opera, cinema, engines, art, architecture and design, history, science, food, fashion and music. The project curated by Chiara Canali, in collaboration with Deodato Arte, involved 50 street artists among exponents of the new generations and historical signatures such as Thierry Guetta in art Mr. Brainwash who designed the facade, which is his first wall work in Italy. The project stems from the will of Gianmaria Villa to revive the original Hotel Cristallo with a radical redevelopment, through the art language and expressive character, while at the same time enhancing Italian excellence. The street art theme is also originated from the close friendship between the owner with the Art Advisor Luigi Leardini. A journey between creative tools and techniques (from aerosol art to stencil, from paste up*

*to freehand painting), between expressive styles and forms (from lettering to 3D modelling, from graphic design to digital photography, from comics to illustration), between modern languages and codes (from figurative to abstract, from hyperrealism to anamorphosis). The hotel offers 94 rooms, spread over three floors, decorated in urban style and equipped with every comfort. Each room is different from the other and allows an immersive atmosphere, between relaxation e revitalization, depending on the theme. It offers fashion, music, engines, wine and design: everyone has the opportunity to embrace their passion and live it in an unprecedented dimension. The hotel also offers two meeting rooms with an adjacent Lounge Bar, for a welcome and coffee break service, as well as pre and after dinner aperitifs. It is the ideal spaces to host corporate conventions or to inspire workshops and coworking activities. [www.muralessarthotel.com](http://www.muralessarthotel.com)*

**GIANMARIA VILLA**  
**PRESIDENTE DI VELOX SERVIZI E**  
**TITOLARE DI MURALESS ART HOTEL**



### **L'unicità dell'arte contemporanea espressa in questo modo: perché?**

Il Muraless Art Hotel è un'innovativa struttura alberghiera, unica al mondo nel suo genere, interamente dedicata alla Street Art.

Il concetto alla base del Muraless Art Hotel è quello di offrire a ogni ospite un'esperienza immersiva e un viaggio senza precedenti attraverso le diverse eccellenze dell'arte e della cultura italiana. La nostra struttura ha una duplice anima: da un lato, si presenta come un'accogliente destinazione con camere singole, doppie e triple, pronta ad adattarsi alle esigenze dei viaggiatori; dall'altro, è un autentico santuario della Street Art, un museo dedicato all'Arte Urbana e ai suoi talentuosi artisti italiani. Questo progetto è nato dalla volontà di rivitalizzare l'ex Hotel Cristallo a Castel D'Azzano, nelle vicinanze di Verona, tramite una radicale trasformazione improntata all'arte e all'eccellenza italiana. Con una visione innovativa, ci siamo resi conto di come l'arte sia un linguaggio universale capace di resistere al trascorrere del tempo. Ho scelto di portare questa concezione in una città culturalmente ricca come Verona, offrendo una formula nuova, moderna, carica di energia e creatività.

Con il Muraless Art Hotel, si cerca di fondere la freschezza dell'arte contemporanea con la ricchezza storica del territorio locale e nazionale, creando così una nuova proposta per la città di Verona, tradizionalmente associata all'arte classica. Il nostro hotel, il cui nome stesso sottolinea la mancanza di confini nell'arte, aspira a diventare un quadro senza cornice, un contenitore leggero e trasparente ma al contempo potente e vibrante, rappresentando l'ingegno italiano in tutte le sue sfaccettature. Un aspetto fondamentale di questo progetto è la dimensione sociale. Abbiamo creato uno spazio di coesione e benessere condiviso, coinvolgendo i migliori street artist italiani, che hanno lavorato in team per realizzare un progetto unico nel suo genere. Il valore culturale e sociale del Muraless Art Hotel è intrinseco nel suo stesso concetto, diventando un polo per eventi culturali e meeting aziendali che utilizzano l'arte come veicolo per messaggi importanti. Il nostro obiettivo è creare un nuovo concetto di ospitalità e ricettività alberghiera, in grado di far comprendere il valore dell'arte urbana e di sostenere il Made in Italy in tutte le sue forme.

### **Sono previsti altri artisti e altre opere?**

Ci sono dei progetti in corso. Muraless Art Hotel è una struttura pienamente integrata nel piano di sviluppo industriale di Velox Group, azienda di servizi che nei prossimi sei anni mira a posizionarsi tra le prime 15 aziende del panorama italiano di settore. Questo slancio coinvolge tutti gli ambiti di attività dell'azienda, dall'academy a Il Cairo per la realizzazione di corsi di alta formazione per il personale a Muraless Art Hotel, dove queste persone vengono accolte per perfezionare i diversi percorsi professionali intrapresi. Stiamo quindi valutando importanti azioni su tutto il territorio nazionale, con particolare riferimento al Centro e Sud Italia, dove la chiave artistica, come elemento differenziante e caratterizzante, potrebbe essere un fattore distintivo e sicuramente avvalorante. Segnalo in anteprima che ci sarà a Verona l'apertura di una nuova formula, Muraless in the city, un modello di struttura alberghiera per il centro cittadino, dove andremo a selezionare e coinvolgere alcuni degli artisti di punta per creare anche in questo caso una ricettività unica e originale, con un hotel contestualizzato nel centro città.

### **You chose an original way to express the uniqueness of contemporary art. Why?**

*Muraless Art Hotel is an innovative hotel facility - the only one of its kind in the world - entirely dedicated to Street Art.*

*The founding element of Muraless Art Hotel is to give each guest an immersive experience and an unprecedented journey through the different excellences of Italian art and culture. Our facility has a double soul: on the one hand, it looks a welcoming destination with single, double and rooms for three, ready to adapt to the needs of travelers; on the other, it is an authentic temple of Street Art, a museum dedicated to Urban Art and its talented Italian artists.*

*This project stems from the desire to revitalize the former Hotel Cristallo in Castel D'Azzano, near Verona, through a radical transformation based on Italian art and excellence. Starting from an innovative vision, we have realized that art is a universal language capable of facing time passing.*

*I chose to bring this concept into a culturally rich city such as Verona, offering a new, modern formula, full of energy and creativity. At the Muraless Art Hotel, we try to merge fresh contemporary art with the historical richness of the local and national territory, thus creating a new proposal for the city of Verona, traditionally associated with classical art.*

*Our hotel, whose very name stresses the lack of boundaries in art, aims at becoming a white canvas, a light and transparent container but at the same time powerful and vibrant, representing Italian talent in all its facets.*

*A key feature of this project is the social dimension.*

*We have created meeting space focused on sharing and well-being, involving the best Italian street artists, who have worked as a team to create a unique project of its kind. The cultural and social value of Muraless Art Hotel can be seen its very concept, becoming a hub for cultural events and business meetings that use art as way to convey important messages.*

*Our goal is to create a new concept of hospitality and hotel accommodation, able to make people understand the value of urban art and to support Made in Italy in all its forms.*

### **Are there other artists and other works planned?**

*Ci Some projects are ongoing. Muraless Art Hotel is a facility fully integrated into the industrial development plan of Velox Group, a service company that over the next six years aims to reach the top 15 Italian companies in the sector. This enthusiasm involves all areas of the company's activity, from the academy in Cairo for the creation of advanced training courses for staff, to Muraless Art Hotel, where these people are welcomed to improve the different professional paths they took.*

*We are therefore considering important actions throughout Italy, paying particular attention to Central and Southern Italy, where the artistic key, as a differentiating and characterising element, could be a distinctive and certainly reinforcing element.*

*I would like to anticipate that in Verona the opening of a new formula is soon to start, Muraless in the city, a hotel facility model for the city centre, where we will select and involve some of the leading artists to create a unique and original accommodation in the city centre.*



In alto: il David di Michelangelo interpretato da Dem125.  
 Al centro: Chill Surrealism per il tema Piero Fornasetti.  
 In basso: la Lambretta di Max Gatto (TDK – CBS).

Top: Michelangelo's David interpreted by Dem125.  
 At the centre: Chill Surrealism in Piero Fornasetti theme.  
 Bottom: Max Gatto's Lambretta (TDK – CBS).





In alto: Tackle Zero ha interpretato Amedeo Modigliani.  
 In basso: nella sezione Motori, PandOne esprime la velocità.

Top: Tackle Zero who interpreted Amedeo Modigliani.  
 Bottom: in the section Motori (engines) PandOne expresses the idea of speed.



# WASHINGTON

## PARISIAN VIBE

Il Pendry Hotels and Resorts spinge ad attrarre ospiti di fascia alta, e lo fa attraverso l'espressione di un nuovo linguaggio di ospitalità. Il Pendry Washington DC – The Wharf ne è la prova.

*Pendry Hotels and Resorts pushes to attract high-end guests by expressing of a new hospitality language. The Pendry Washington DC – The Wharf is clear expression of this.*

A cura di Isabelle Fournier  
Ph.: Christian Horan

Project: DesignAgency







Da poco costruito, il Pendry Washington DC -The Wharf, si trova in un quartiere multifunzionale che si affaccia sul Washington Channel e sul fiume Potomac. DesignAgency, oltre a progettare le 131 camere e suite, ha realizzato gli spazi comuni con cocktail bar, una terrazza adiacente alla piscina, la Spa, il centro fitness e un'area eventi, oltre al ristorante Flora Flora e al lounge panoramico Moonraker.

Al posto del bancone del check-in sono state inserite scrivanie in stile vintage accompagnate da mensole in quercia a doppia altezza. Per le camere DesignAgency ha scelto letti a baldacchino e poltrone profonde e curve per il loro classico stile parigino confortevole. Le curve si ripetono sulle porte ad arco e sui tappeti rotondi con bordo floreale, aggiungendo un senso di movimento agli interni eseguiti su misura.

Nascosto dalla hall, il Bar Pendry è immerso in una tonalità blu profondo e cremisi, il moderno ambiente speakeasy del cocktail bar offre un senso di fuga e un luogo dove gli ospiti e i locali possono gustare le bevande artigianali dell'hotel. Al contrario, il ristorante Flora Flora, orientato verso il verde, è leggero, arioso e luminoso. Tessuti intrecciati e una palette terrosa suggeriscono la raffinatezza informale del ristorante, creando uno spazio rilassante dove gli avventori possono riunirsi comodamente per affari o piacere. Situato al dodicesimo piano, Moonraker è un ristorante e bar panoramico glamour per tutte le stagioni con bancone bar circolare che sfrutta al massimo l'ambientazione spettacolare offrendo viste panoramiche sull'acqua. [www.thedesignagency.ca](http://www.thedesignagency.ca)





Newly built, the Pendry Washington DC -The Wharf is sited in a multi-functional neighborhood overlooking the Washington Channel and the Potomac River. In addition to designing the 131 rooms and suites, DesignAgency has envisaged the common areas with cocktail bar, a terrace adjacent to the pool, the Spa, the fitness centre and an events area, as well as the Flora Flora restaurant and the Moonraker panoramic lounge. The check-in counter has been replaced by vintage-style desks with double-height oak shelves. For the guests' room DesignAgency picked canopy beds and deep, curvy armchairs with a classic, comfortable Parisian style. Curves can also be seen on arched doors and round carpets with floral trim, adding a sense of movement to the custom-designed interiors. Bar Pendry is positioned just off the lobby, awash in moody blue and crimson hues, with a modern ambiance reminiscent of a speakeasy, where guests and locals can enjoy the hotel's crafted drinks. In contrast, the greenery-facing Flora Flora restaurant is light, airy and bright. Woven fabrics and an earthy terracotta palette introduce the informal yet sophisticated restaurant, a relaxing space where customers can meet comfortably for business or pleasure. Located on the 12th floor, Moonraker is an all-season glamorous panoramic restaurant and café with a rounded bar counter which maximally enhances the amazing setting, offering panoramic views of the water. [www.thedesignagency.ca](http://www.thedesignagency.ca)

La hall del Pendry Hotel ricorda una casa ben arredata. Ispiratosi al design residenziale classico, il caminetto in marmo francese Luigi XVI è incorniciato da mensole e funge da punto di incontro.

The lobby of the Pendry Hotel evokes a stylish home. Inspired by classic residential design, the fireplace in Louis XVI French marble is framed by shelves and is the home's core.

Le camere del Pendry DC offrono un rifugio elegante. DesignAgency ha scelto letti a baldacchino e poltrone profonde e curve per il loro classico stile parigino e comfort intransigente.

Rooms at Pendry DC offer a fancy retreat. DesignAgency chose canopy beds and deep, curved armchairs featuring classic, Parisian style and uncompromising comfort.





**ANWAR MEKHAYECH**  
**FOUNDING PARTNER, DESIGNAGENCY**  
**PH.: SATY+PRATHA**



**Quali sono gli elementi comuni tra Parigi e Washington DC che hanno dettato il design degli interni di Pendry Washington DC – The Wharf?**

Referred Definita "la Parigi d'America", Washington DC ha molto in comune con la Ville Lumière. La capitale degli Stati Uniti è stata infatti progettata dal franco-americano Pierre Charles L'Enfant, il quale trasse ispirazione dalle distese di Versailles e fu proprio la tradizione francese di pianificazione lineare a guidare il barone Haussmann nella progettazione urbanistica di Parigi, sotto Napoleone III. Entrambe le metropoli presentano ampi viali a raggio che collegano diversi punti della città; tutte e due sono città dotate di grandi ponti che attraversano corsi d'acqua peculiari; entrambe celebrano la propria grandezza storica con edifici e monumenti grandiosi; ed entrambe sono state meta di personaggi internazionali che hanno contribuito a forgiare un'atmosfera vibrante, intellettuale e multiculturale. Ispirato da queste similitudini tra Washington, DC e Parigi, DesignAgency ha saputo esprimere quel tocco un po' classico e un po' moderno di Pendry con interni in stile "grandeour" e ricco di ornamenti, ma allo stesso tempo alla mano, in perfetto stile moderno parigino. Con un approccio originale a elementi intramontabili, il team ha creato interni ricchi di storia ma al contempo contemporanei, freschi. Tanto negli spazi condivisi che in quelli privati, il tratto distintivo del design residenziale e del lusso di ispirazione europea mette insieme in modo bilanciato il desiderio di comfort col piacere della sorpresa. Per esempio: anziché fare il check-in in un lungo banco della reception, gli ospiti vengono accolti in una postazione raccolta, in stile retro. La mensola del camino in marmo di Carrera Luigi XVI della hall, chiusa da mensole di rovere che siglano il tocco di classe del Pendry, nonché le opere d'arte con tecniche miste agiscono da scossa elettrica alla nostra percezione, ribaltando i parametri. Nascosta nella hall, la zona camino del Bar Pendry è caratterizzata da una mensola retrò in marmo scuro Emperador, pavimenti in parquet, uno specchio con cornice dorata e il rivestimento del camino a pannelli - tutti tributi ai gran salotti europei. Una particolarità: la carta da parati a sfondo paesaggistico di Flora Flora dona un tocco moderno agli affreschi antichi.

**Cosa si intende per ospitalità di lusso?**

Pendry si rivolge a color che cercano un'ospitalità di lusso di oggi ma un design contemporaneo, una cultura da boutique hotel, e un servizio altissimo: "Comfort raffinato in chiave moderna". Nel mercato competitivo degli hotel di lusso, Pendry riempie il vuoto tra esperienze di lusso incentrate sul servizio e boutique hotel focalizzati solo sul design. Dalla collaborazione tra DesignAgency e Pendry Hotels and Resorts è nata una direzione creativa e un linguaggio progettuale che definisce cosa sia esattamente l'ospitalità di lusso. Oltre a progettare le 131 camere e suite, DesignAgency ha realizzato le frizzanti zone comuni e i servizi di lusso dell'hotel. Sia negli spazi condivisi che nelle camere, gli ospiti si sentono coccolati, in un ambiente caldo e premuroso.

**What is the connection between Paris and Washinton D.C. that informed the interior design of Pendry Washington DC – The Wharf?**

Referred to as "America's Paris," Washington D.C shares several characteristics with The City of Light. Indeed, the U.S. capital was designed by French-American Pierre Charles L'Enfant, who took inspiration from the grounds of Versailles and the same French tradition of axial planning that informed Baron Haussmann's city building efforts in Paris under Napoleon III. Both metropolises feature wide, radiating avenues that connect different points of the city; both are cities of great bridges that arch across their signature waterways; both celebrate their history and stature with grand buildings and monuments; and both attract a large population of expatriates who have helped to build vibrant, cultured and international scenes. Inspired by these connections between Washington, D.C. and Paris, DesignAgency expressed Pendry's classic-meets-modern sensibility with interiors that draw on the grandeur and ornamentation, and simultaneously relaxed and lived-in feel of Parisian Modern style. By taking a fresh approach to timeless elements, the design team created interiors that are rich in history yet look contemporary and new. In both the public and private spaces, hallmarks of residential design and European-inspired luxury balance the desire for comfort with the delight of surprise. For example: rather than checking-in at a long reception counter, visitors are welcomed at intimate, vintage-style desks. The lobby's Louis XVI Carrera marble mantel bookended by oak shelving signals Pendry's luxurious approach, and mixed-media art electrifies the aesthetic, upending expectations. Tucked off the lobby, Bar Pendry's fireplace area features a vintage mantel carved from dark Emperador marble, parquet floors, a gilt-framed mirror and panelled chimney-breast — gestures that pay homage to Europe's grand parlour rooms. One story up, restaurant Flora Flora's landscape wallpaper is a modern take on historic murals.

**What is meant by luxury hospitality?**

Pendry appeals to today's luxury hospitality guest with contemporary design, boutique culture and elevated service — "Polished comfort, modern edge." In the competitive market of upscale hotels, Pendry fills the void between service-focused luxury experiences and design-oriented boutique hotels. DesignAgency partnered with Pendry Hotels and Resorts to craft a creative direction and design language that defines this new expression of luxurious hospitality. In addition to designing the 131 guestrooms and suites, DesignAgency realized the hotel's lively public spaces and upscale amenities. In both the public and private spaces, guests enjoy a feeling of being personally cared for in a warm, attentive environment.

# LONDON

## LA VITA NELLA VIA

### Life on the street

Il BoTree Hotel si trova a Marylebone, uno dei quartieri più alla moda di Londra fin dal XVII secolo. Personaggi come Sherlock Holmes e Charles Dickens, i Beatles e Madonna hanno apprezzato l'atmosfera e la tranquillità di una zona ai margini di west London.

*BoTree is sited in London's Marylebone District, one of trendiest since the 17th century. People like Sherlock Holmes and Charles Dickens, the Beatles and Madonna enjoyed the atmosphere and tranquillity of an area on the edge of West London.*

A cura di Francesca Casale

Copyright: concrete and The BoTree  
Project: concrete architectural associates bv



Boiree

Boiree

Boiree

Lo studio di Amsterdam Concrete ha collaborato con il team di The BoTree per progettare gli interni dell'hotel, inclusi il bar, la hall, le 199 camere e le 30 suite. Le camere degli ospiti presentano tessuti su misura e una vasta gamma di texture e materiali, tutti realizzati in modo unico per l'hotel dal team creativo di Concrete.

The Amsterdam-based Concrete studio collaborated with The BoTree team to design the hotel's interior, including the bar, lobby, 199 rooms and 30 suites. Guest rooms feature bespoke fabrics and a wide range of textures and materials, all uniquely crafted for the hotel by Concrete's creative team.



CONCRETE ARCHITECTURAL  
ASSOCIATES BV

### **Gli spazi comuni e le camere sono diversi quanto a stile?**

Volevamo si passasse dagli uni agli altri in modo fluido, disegnando una sorta di parallela tra la reception e le camere. La hall dell'hotel - una veranda fatta da una serie di aree living, racchiuse all'interno di un grande spazio, si presta a momenti più raccolti. Tale atmosfera intima si ritrova nelle camere standard, dotate di controsoffitto con finitura in legno che crea un ambiente living confortevole. L'etica progettuale punta su materiali naturali tra cui, in modo particolare, marmo verde e legno, presenti sia all'ingresso sia nelle camere. Noi di Concrete ci siamo lasciati ispirare dai motivi floreali, interpretati in modo astratto nelle camere, mentre nella hall sono stati aggiunti fiori e piante veri.

### **Siete parte di un quartiere particolare. In che misura questo ha influenzato il vostro approccio progettuale?**

Before Prima di addentrarci nel progetto, abbiamo esplorato a fondo i quartieri intorno, assorbendo le caratteristiche uniche di ciascun luogo. Quest'analisi ci ha poi permesso di integrare alla perfezione nei nostri spazi l'essenza locale, creando atmosfere accoglienti che riflettono la diversità del territorio. Il nostro obiettivo era estendere in tutto il progetto quell'atmosfera vivace londinese dei numerosi negozi. All'ingresso è stata inserita una veranda che aggiunge all'ambiente un tocco di natura. E per coloro che ricercano un'esperienza chic, vi è il nostro bar, molto elegante, il luogo perfetto per rilassarsi dopo una giornata di shopping. Proseguendo il nostro viaggio, ci lasciamo ispirare da Marylebone Lane, con tutti i suoi contrasti, come la frenetica Oxford street.

### **Is there a difference in style between the common areas and the rooms?**

*We aimed for a seamless transition between spaces and draw parallels between the lobby and the rooms. The lobby - conservatory, functioning as multiple cozy living rooms within one expansive area, sets the tone for intimate gatherings. This cozy atmosphere is seamlessly carried into the Standard Rooms, where a lowered ceiling and wooden framing evoke the feeling of a comfortable living space. The design ethos revolves around the use of natural materials, prominently featuring green marble and wood in both the lobby and the rooms. Concrete took inspiration from floral motifs, where they are abstractly interpreted in the rooms while in the lobby real flowers and plants are incorporated.*

### **How much did being in a particular neighborhood of London influence your design approach?**

*Before delving into the project, we took the time to explore the surrounding neighbourhoods, absorbing the unique characteristics of each place. This exploration allowed us to seamlessly integrate the local essence into our spaces, creating cozy atmospheres that reflect the diversity of the area. With a diverse range of shops and a vibrant London vibe, we aimed to extend this feeling throughout our design. Our lobby features a conservatory, adding a touch of nature to the space. And for those looking for a sophisticated experience, our posh bar is the perfect spot to unwind after a day of shopping. As we continue our journey, we draw inspiration from Marylebone Lane, embracing its contrasts with the bustling streets of Oxford.*



Ciò che differenzia il BoTree Hotel da altri non è solo il contesto ma anche il suo interno. Infatti, evoca il vero lusso ma anche la vita di quartiere. Entrando nell'hotel, diventi parte del quartiere di Marylebone e del suo stile di vita bohemien. Entrando dalle doppie porte, gli ospiti sono accolti da un elegante e spazioso ambiente, completo di finiture in marmo, specchi e dettagli in ottone. L'ingresso crea un senso di eccitazione e anticipazione, dando il tono al resto. Questo layout offre la flessibilità di fondersi senza soluzione di continuità nella stanza, contribuendo a un'atmosfera spaziosa e loft-like, o di garantire una maggiore privacy e intimità grazie all'uso di porte scorrevoli traslucide. Concrete, la società di progettazione multidisciplinare con sede ad Amsterdam, ha collaborato con il team di The BoTree per progettare gli interni dell'hotel: il bar The BoTree, la hall, le 199 camere e le 30 suite. Le camere presentano tessuti progettati su misura e una vasta gamma di texture e materiali, tutti realizzati in modo unico per l'hotel dal team creativo di Concrete. Ogni camera presenta un pannello a testiera progettato su misura con un motivo floreale, ispirato alle esposizioni floreali che si possono trovare fuori da molti negozi del quartiere. L'intricato design della testiera è elevato dall'uso di tecniche di tessitura jacquard. Ciò che distingue queste testiere è la meticolosa tecnica di intreccio impiegata, che conferisce un sottile effetto tridimensionale con una piacevole qualità tattile. Le Suite toccano un tema unico, ispirato sia ai fiori che alla moda e includono anche bagni più spaziosi con vasche da bagno e un minibar ampliato. Il pavimento è in parquet di legno Hakwood, duoplank e intrecciato a spina di pesce, le piastrelle nere sono le Marvel Atlantis di Atlas Concorde; piano in marmo verde, pannelli specchianti in argento, pannelli in rovere bianco laccato e porte scorrevoli.  
[www.thebottree.com](http://www.thebottree.com); [www.concreteamsterdam.nl](http://www.concreteamsterdam.nl)







What makes BoTree stand out is not only the context, but also its interior design. In fact, it expresses true luxury but also neighbourhood life. Upon entering the hotel, you become part of the Marylebone district and its bohemian lifestyle. Entering through double doors, guests are welcomed by a luxurious and spacious lobby, complete with marble finishes, mirrors and brass touches. The entrance creates a feeling of excitement and anticipation, setting the tone for the rest of the space. This layout offers the flexibility to blend seamlessly into the room, resulting in a spacious and loft-like atmosphere, or to ensure greater privacy and intimacy through the use of translucent sliding doors. Concrete, an Amsterdam-based multidisciplinary design firm collaborated with The BoTree team to design the hotel's interiors, including The BoTree bar, the lobby, 199 rooms, and 30 suites. Guest rooms feature bespoke fabrics and a wide range of textures and materials, all uniquely crafted for the hotel by Concrete's creative team. Each room features a custom-designed headboard panel with a floral motif, inspired by the floral displays that can be found on the street's shops. The complex headboard design is enhanced by the use of jacquard weaving techniques. What make these headboards unique is the meticulous weaving technique used, which gives a subtle three-dimensional effect with a pleasant feel to the touch. The Suites feature a unique them, inspired by both flowers and fashion, and also include more spacious bathrooms with bathtubs and a larger minibar. The floor is a Hakwood parquet, duoplank and braided with herringbone, the black tiles are the Marvel Atlantis by Atlas Concorde; top in green marble, silver mirror panels, lacquered white oak panels and sliding doors.  
[www.thebotree.com](http://www.thebotree.com); [www.concreteamsterdam.nl](http://www.concreteamsterdam.nl)

**Le camere si ispirano a uno stile di vita 'alla moda', prendendo spunto direttamente dal quartiere Marylebone.**

**The rooms are inspired by a 'fashionable' lifestyle, drawing inspiration directly from the Marylebone district.**



L'ingresso delle camere è luminoso e molto ampio e il lusso è percepibile fin dall'ingresso: finiture di marmo, specchi in ottone, testiere progettate su misura.



The entrance to the rooms is bright and very spacious and the luxury can be seen from the entrance: marble finishes, brass mirrors, custom-designed headboards.



PROJECT



## AVANGUARDIA E ATMOSFERA Avant-garde and atmosphere

Arredi studiati con la massima attenzione in modo da adattarsi in ogni ambiente, disegnati dal designer François Champsaur che, insieme all'architetto britannico John Pawson, hanno concepito anche il design degli interni dell'hotel.

*Furniture studied with a keen attention to any detail, to suit any space, designed by François Champsaur who, together with the British architect John Pawson, also conceived the hotel's interiors.*

Cassina Custom Interiors ha sviluppato arredi studiati per inserirsi armoniosamente all'interno delle aree comuni, disegnati da François Champsaur e dal britannico John Pawson, che ha concepito anche il design degli interni dell'hotel.

Cassina Custom Interiors has developed furnishings conceived to fit harmoniously into the common areas, designed by François Champsaur and the British John Pawson, who also developed the hotel's interior design.



Cassina Custom Interiors, specializzata nello sviluppo di progetti per l'hospitality, si è occupata del The Madrid EDITION, un hotel situato in un edificio nel cuore di Madrid. La lobby bar ospita una serie di mensole retroilluminate in rovere naturale che abbraccia comodi divani. Il ristorante Jerónimo è un susseguirsi di colori dove trovano spazio comode poltrone e panche imbottite rivestite in pregiata pelle gialla. Confortevoli e accoglienti, queste sedute sono state abbinare a tre tipologie di tavoli sviluppate da Cassina Custom Interiors con il piano in marmo bianco arabescato, in marmo Grand Antique, e in una versione con il piano in rattan. Al quarto piano, il ristorante Oroya è caratterizzato da un lungo tavolo in rovere, che percorre il centro dello spazio. Proseguendo all'esterno della terrazza, cinque gazebo alti due metri in legno massello di iroko, offrono il posto perfetto per rifugiarsi e ammirare una vista unica sui tetti rossi di Madrid. Le doghe inclinate dei gazebo schermano i raggi del sole senza bloccare completamente la luce, mentre le tende in tessuto possono essere chiuse per una maggiore privacy. Cassina Custom Interiors ha sviluppato inoltre vari loose items per la Punch Room, un'area intima e accogliente dove rilassarsi. (Ph.: Nikolas Koenig) [www.cassina.com](http://www.cassina.com)

Scorcio della sala del Ristorante Jerónimo.

View of the Jerónimo Restaurant.



*Cassina Custom Interiors, specialized in hospitality projects, has developed The Madrid EDITION, a hotel located in a building in the heart of Madrid. Shelves made in natural oak give shape to the rear of the comfy sofas that furnish the Lobby Bar. The Jerónimo restaurant is a sequence of colours, comfortable armchairs and padded benches upholstered in a precious yellow leather. Relaxed and cosy, these seats have been combined with three types of tables produced by Cassina Custom Interiors, with the top in white arabesque marble, in marble Grand Antique, or with the top in rattan. The Oroya restaurant on the fourth floor of the hotel, features a long oak table that has been developed for the centre of the space. Moving outside onto the terrace, five gazebos placed alongside the city's largest rooftop pool provide the perfect place to shelter and admire a unique view over Madrid's red roofs. The inclined slats of the gazebos shield the sun's rays without completely obscuring light, while the fabric curtains can be closed for improving privacy. Cassina Custom Interiors has also developed several loose items for the Punch Room, a cozy and welcoming area to relax in. (Ph.: Nikolas Koenig) [www.cassina.com](http://www.cassina.com)*



In alto: la tranquilla terrazza dell'Oroya.

Accanto: il Lobby Bar con divani circondati da mensole in rovere naturale retroilluminate.

Top: the quiet terrace of the Oroya.  
Next to it: the Lobby Bar with sofas surrounded by backlit shelves in natural oak.