

HOTEL
D O M A N I

MARZO

72

UPGRADE

Nemi - Nestin Milan

UBICAZIONE | **Milano**
CATEGORIA | **5 stelle**
SITO WEB | **nemihotelmilano.com**
CAMERE | **49**
PROPRIETÀ | **Antartica Srl**
PROGETTO | **Spagnulo & Partners**

SOTTO
UNA

**nuova
luce**

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

082928



HOTEL
MARZO
73
UPGRADE

Autenticità come parola d'ordine: il nuovissimo Nemi Hotel si presenta come un indirizzo dove trovare comfort e funzionalità, ma anche scoprire il contesto, a partire dal quartiere che lo ospita, nel pieno centro di Milano

L'area reception, snella e contenuta; gli ospiti la trovano sulla sinistra rispetto all'ingresso dell'hotel su via Benvenuto Cellini

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

082928

Rivestimenti espressivi

Le pareti di tutte le camere e dei 49 bagni ospitano rivestimenti a base di resina e cemento, posati in modo da creare superfici continue. Nello specifico, su corridoi, scale e pareti delle camere è stata posata Argil e di **HD Surface**, un rivestimento spatolato naturale, con varie combinazioni di colore. Nei bagni, le pareti e i piatti doccia sono stati rivestiti con GeoTexture sempre di HD Surface, una malta monolitica dall'effetto compatto e sezionata in due tonalità personalizzate, nelle sfumature del verde e dell'azzurro.



di **Antonia Solari**

Nel cercare una definizione accurata che descrivesse il nuovo Nemi Hotel di Milano, l'architetto Federico Spagnolo è stato efficace: "il progetto è eclettico: parte da alcuni elementi molto milanesi, come i colori che richiamano l'esperienza degli anni Sessanta, e li mescola con tanti altri spunti di natura variegata e internazionale". Il Nemi Hotel, inaugurato i primi di febbraio, si presenta quindi come una nuova meta nel panorama in continuo divenire dell'ospitalità milanese; si trova a pochi passi da piazza San Babila e, attraverso il progetto firmato da Spagnolo & Partners e sviluppato da Opera Hotels, ha ridisegnato gli interni di un hotel esistente.

"Abbiamo previsto un rinnovamento integrale dal punto di vista dell'interior design, senza dover cambiare l'assetto strutturale esistente, ma rivoluzionando tutti gli interni, fra spazi comuni, camere e lobby. Abbiamo pensato a un ambiente moderno e aperto alle nuove generazioni", racconta Federico Spagnolo.

Luogo di ispirazione

Ad accogliere gli ospiti, da subito, una facciata che richiama l'attenzione grazie al suo gioco di luci su un decoro che ricorda l'intreccio dei nidi,



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

082928

HOTEL
D O M A N I

MARZO

75

UPGRADE



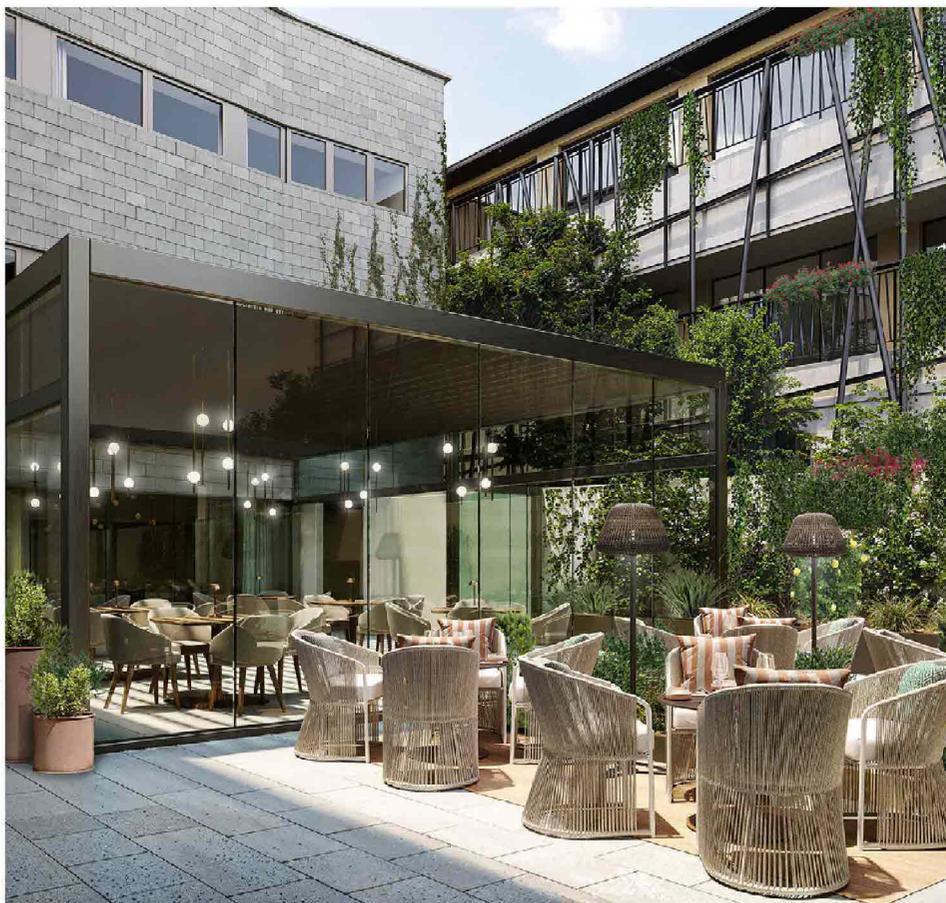
concetto che è stato richiamato come claim dell'albergo: 'Nest in Milan'. "Nemi non è solo un hotel, ma un 'nido' dove ogni ospite può sentirsi accolto e ispirato", conferma Piergiorgio Capozza, direttore marketing di Opera Hotels, che così continua: "il nostro obiettivo è creare un ambiente che trasmetta autenticità, calore e un senso di appartenenza al contesto locale. Ci ispiriamo al quartiere milanese che ci circonda, rendendo omaggio alle sue tradizioni, alla

sua modernità e al suo spirito. Ogni dettaglio è pensato per sorprendere e al tempo stesso far sentire gli ospiti a casa".

Il legame con la città

La relazione con il quartiere può essere rappresentata dal modo in cui il progetto ha trattato il cortile interno della struttura: è infatti collegato sia fisicamente che concettualmente alla città. È immediatamente visibile dall'ingresso, e vi si accede superan-

Sul cortile dell'hotel affacciano la maggior parte delle camere e i servizi f&b



La facciata e l'ingresso dell'hotel: la rete di decori composta dalle cornici delle finestre e dagli aggettì è stata interpretata come la trama di un nido

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

082928

HOTEL
D O M A N I

MARZO

76

UPGRADE

do sulla sinistra la reception, snella e funzionale, e sulla destra la lobby intesa come un soggiorno di casa; sono rivolte sul cortile sia la maggior parte delle camere che le proposte di food&beverage. Come filosofia, queste ultime sono aperte anche agli ospiti che non pernottano, sottolineando quindi nel programma funzionale la relazione con la città e chi la attraversa. Da qui il concetto di genuinità caro a Opera Hotels: "la nostra differenza rispetto al panorama esistente sta nell'autenticità. Mentre molte strutture si concentrano su un lusso più tradizionale, Nemi punta a un lusso esperienziale e connesso al territorio. Dalla scelta dei fornitori lo-

cali al design che celebra il quartiere, fino alle esperienze personalizzate per gli ospiti, ogni elemento è un invito a scoprire la vera essenza di Milano. Siamo un 'nido' urbano che unisce lo spirito internazionale al carattere locale. Oltre a un'accoglienza impeccabile e spazi pensati per il massimo comfort, infatti, proponiamo esperienze che permettono di vivere Milano in modo autentico e originale. Il nostro concierge è a disposizione per creare itinerari personalizzati, portando gli ospiti a scoprire angoli nascosti, botteghe storiche e gemme architettoniche lontane dai percorsi turistici tradizionali", conferma Piergiorgio Capozza.

Eclettismo e funzionalità

Le camere e le suite che compongono il Nemi Hotel sono 49 e sono distribuite su quattro piani; per ciascuna è stato studiato un progetto specifico seguendo la filosofia voluta da Spagnolo & Partners e che si esprime nell'abbinare la funzionalità con lo stile eclettico. Trasversale, la creazione di un'atmosfera accogliente, raggiunta sia attraverso le ricercate palette di colori che lo studio della luce, integrato nel progetto di interior design e determinante per valorizzare materiali, arredi e dettagli. William Bertolazzi, vice presidente engineering di Opera Hotels,

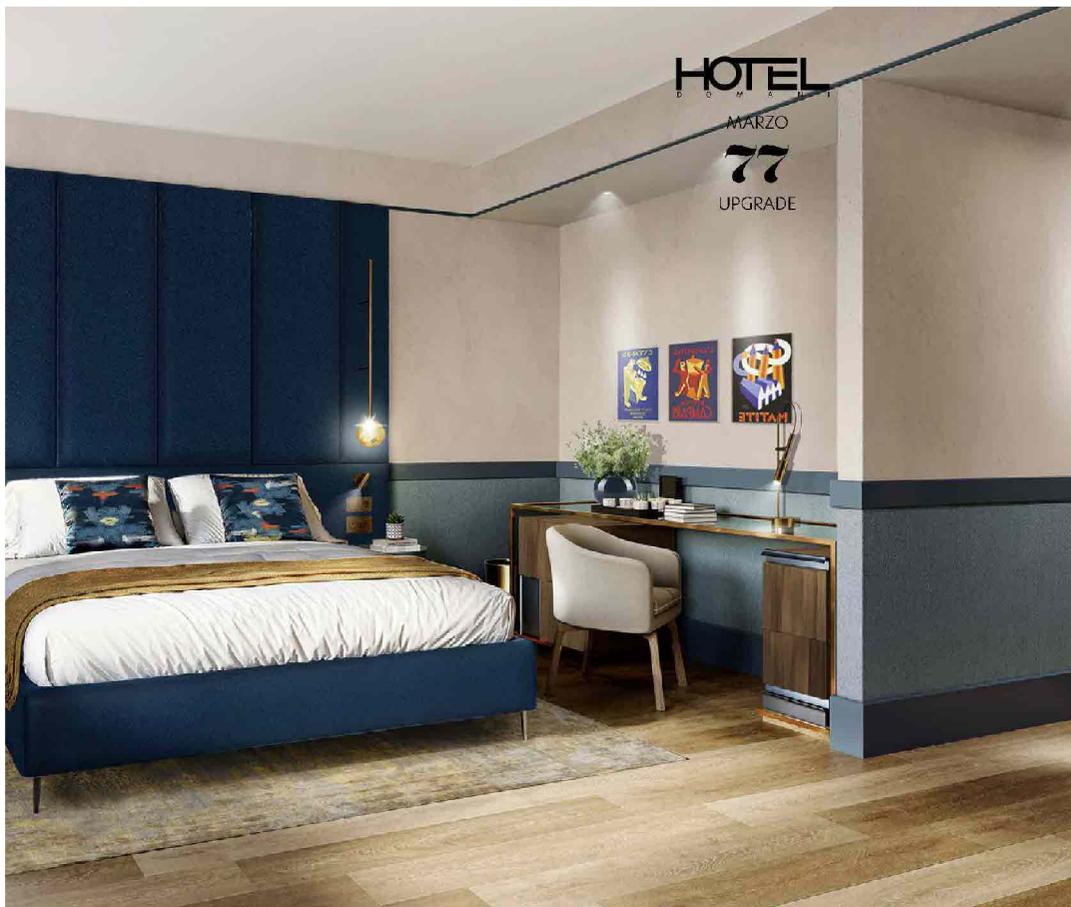
**Il ritmo della facciata**

Il progetto di lighting design sviluppato da Opera Hotel ha riguardato anche l'illuminazione della facciata e del giardino interno, con l'obiettivo di riqualificare gli impianti per ridurre il consumo energetico. La collaborazione con **iGuzzini** ha portato alla scelta del modello Trick a lama di luce in facciata, utilizzato all'interno delle finestrate per sottolineare la ritmicità del prospetto in modo discreto. La discrezione è stata una linea guida

anche per l'illuminazione del giardino, spazio concepito come zona per il relax e la tranquillità, con una luce mai eccessiva e diretta, ma soffusa e che si basa su giochi di luce e ombra e bassi livelli di illuminamento. In questo contesto, sono stati inseriti le soluzioni Typha all'interno dei vasi e i modelli Palco InOut a picchetto nascosti fra le piante. Un'atmosfera soft in cui anche i segnapassi Walky illuminano in maniera discreta.

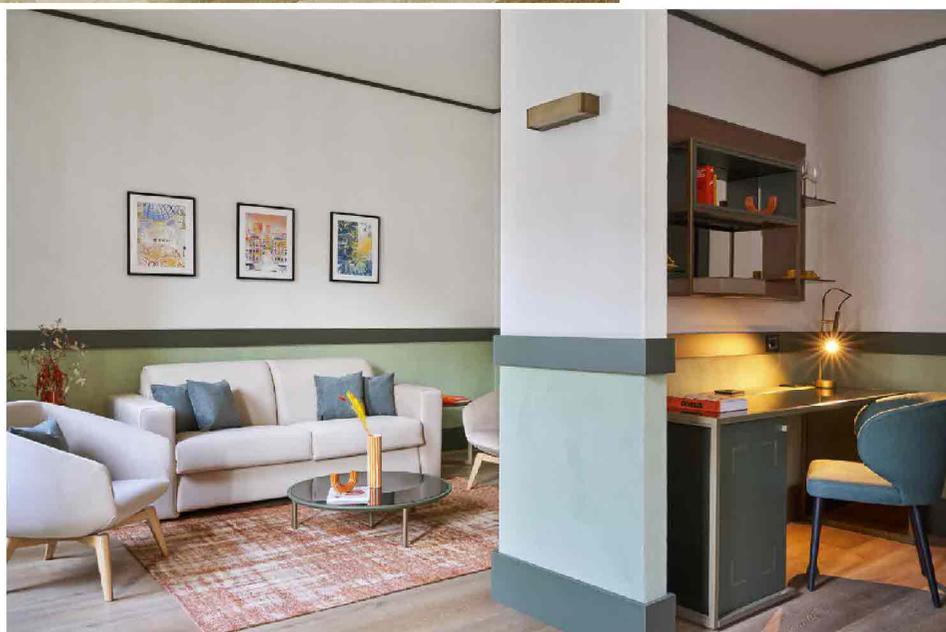


DALLA SCELTA DEI FORNITORI LOCALI AL DESIGN CHE CELEBRA IL QUARTIERE, FINO ALLE ESPERIENZE PERSONALIZZATE PER GLI OSPITI, OGNI ELEMENTO È UN INVITO A SCOPRIRE LA VERA ESSENZA DELLA CITTÀ



I colori scelti per le camere si ispirano alla Milano degli anni Sessanta; gli arredi sono nella maggior parte realizzati su misura utilizzando materiali certificati eco

spiega più approfonditamente qual è stato il peso della luce nel progetto: "l'illuminazione, sia naturale che artificiale, ha giocato un ruolo centrale sia nella progettazione funzionale sia in quella estetica. Negli interni, gli apparecchi di Panzeri sono stati scelti per la loro capacità di creare atmosfere calde e accoglienti grazie all'utilizzo di sorgenti luminose a led dimmerabili. L'illuminazione è studiata per valorizzare i materiali e per garantire il massimo comfort visivo in ogni ambiente. Per quella esterna sono stati utilizzati corpi illuminanti di iGuzzini, che coniugano estetica e alte prestazioni tecniche, resistendo agli agenti atmosferici grazie a un elevato indice di protezione (IP). Le luci esterne mettono in risalto la vegetazione e le facciate rinnovate, contribuendo alla percezione di sicurezza e accoglienza. La luce naturale è stata poi ottimizzata mediante l'uso di ampie superfici vetrate e schermature regolabili per ridurre il consumo energetico".



Efficienza migliorata

Una chiave di lettura del progetto riguarda anche l'attenzione verso la sostenibilità, perseguita sia a livello di interior design che di politiche di gestione, confermata da alcuni esempi concreti: tutti gli impianti termici sono stati rifatti, garantendo emissioni nulle nel luogo d'uso e

un'efficienza energetica supportata all'80% da fonti rinnovabili; le facciate dell'edificio sono state rinnovate, migliorando l'efficienza termica complessiva e il verde esterno è stato riqualificato per integrare piante autoctone, migliorando il microclima e l'estetica delle corti interne. Per gli interni, sono stati privilegiati materia-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

082928



li naturali e gli arredi su misura sono stati realizzati dall'artigiano locale Gabana che vanta diverse certificazioni ambientali, garantendo alti standard di qualità e rispetto per l'ambiente. Non ultimo, le pareti sono rivestite in argilla, in modo da contribuire attivamente al comfort ambientale attraverso la regolazione dell'umidità. "Per noi la sostenibilità è un valore trasversale, che si traduce in azioni concrete. Dal design degli interni, che utilizza materiali riciclati e locali, alla riduzione degli sprechi alimentari, fino alla scelta di fornitori che condividono i nostri valori. Crediamo che il futuro dell'ospitalità debba essere responsabile, e per questo investiamo in soluzioni innovative che rispettano l'ambiente senza compromettere l'esperienza degli ospiti", chiude Piergiorgio Capozza.

Per viaggiatori curiosi

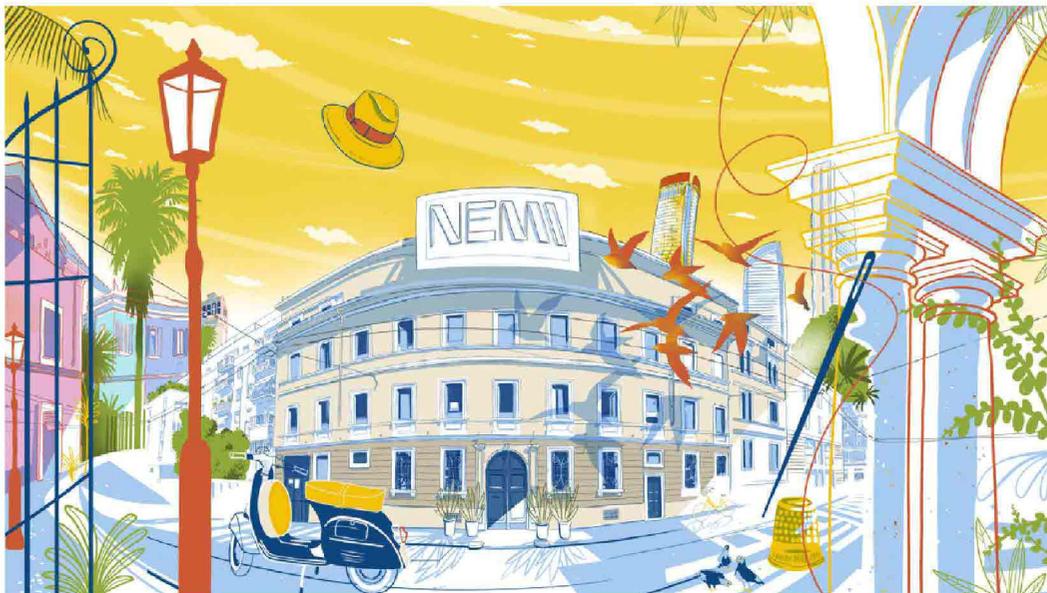
Ad oggi, considerata l'inaugurazione recentissima, non è possibile avere dati relativi, ad esempio, alla permanenza media degli ospiti, ma per il management il target a cui si rivolge l'hotel è chiaro; lo specifica Piergiorgio Capozza: "il nostro pubblico è composto da viaggiatori curiosi ed esigenti, che cercano un luogo capace di offrire esperienze autentiche e

Riflessi luminosi

Forme ovali, cornici in metallo nero e luce led sul lato superiore sono le tre caratteristiche della specchiera Dafne di Arbi, a cui fornitura per il Nemi Hotel ha previsto 81 elementi. Disponibile anche in metallo bianco, la specchiera misura 50x100 cm e il suo spessore è di 6,5cm. Il progetto di Spagnuolo & Partners ha previsto in quasi tutti i bagni la presenza di due moduli, in modo che ciascun avbo potesse avere il proprio specchio di riferimento.

Concepita come un accogliente soggiorno di casa, la lobby del Nemi-Nest invita gli ospiti al puro relax





Le camere fanno spazio a opere di Drogheria Studio, con grafiche che celebrano le icone di Milano, fra moda, design, architettura e musica



Alte prestazioni

Il progetto di lighting design per gli interni ha avuto come mission la creazione di un'atmosfera calda e accogliente; l'obiettivo è stato raggiunto anche attraverso l'inserimento di soluzioni proposte da **Panzeri**, ciascuna con led ad alte prestazioni in termini di resa cromatica e risparmio energetico. Fra queste, la sospensione **Candle**, costituita da un rosone in metallo ed elementi in vetro borosilicato filettato, o la **Murané**, corpo illuminante installabile a sospensione o come elemento singolo. In questo caso, come luce per il comodino, è prevista come elemento singolo con diffusore sferico in vetro e con effetto superficie ondulato. La sorgente led è qui mascherata da una copertura in policarbonato, pensata anche per ottimizzare la diffusione della luce.

su misura. Che si tratti di professionisti in viaggio di lavoro, coppie alla ricerca di un weekend speciale o appassionati di design e cultura, il nostro obiettivo è soddisfare chi cerca un lusso moderno e accessibile, che parla un linguaggio globale ma con un cuore locale". Per promuovere la struttura, Opera ha abbracciato una filosofia di marketing 'esperienziale' e iniziative di varia tipologia: "collaboriamo con partner strategici e utilizziamo campagne digitali mirate per raggiungere un pubblico internazionale, combinando performance e creatività. Inoltre, abbiamo sviluppato uno studio sulla brand identity unico ed esclusivo, con l'obiettivo di trasformare il marchio Nemi in un vero e proprio brand.

Questo si riflette nell'utilizzo di illustrazioni d'autore e nella creazione di oggettistica studiata ad hoc, che racconta l'essenza e il carattere distintivo della nostra struttura".