

all'utilizzo delle specifiche acque sorgive e all'erogazione di servizi estetici in ambienti quasi paramedici, poco qualificanti dal punto di vista visivo. La svolta, a mio parere, è sopraggiunta col "fenomeno wellness": l'esplosione di uno stile di vita mediaticamente rilanciato in maniera massiccia, ormai diventato moda e tendenza, tanto da riuscire a incanalare nuovi target di clientela verso questo settore. Di fronte a una richiesta in continuo aumento le strutture più qualificate hanno dunque cominciato a fornire un servizio professionale in ambienti sempre più curati, ricchi di stimoli sensoriali all'interno di cornici estetiche".

## Nel segno di Sergio Bizzarro

Dei suoi progetti dice: "Vorrei che colpissero per una bellezza non fine a se stessa ma incontro tra spiritualità e materia". Ha progettato la Spa dell'Hotel Belvedere di Riccione, dall'emozionante effetto night and day, con una grotta blu che riproduce lo scintillare delle stelle, un bagno turco che proietta nelle ombre della notte e un'area relax polisensoriale, ma anche il reparto beauty and wellness del Riviera Golf Resort, incastonato nella dolcezza delle colline romagnole. E poi, il Kevin Wellness & Spa di Medicina (Bologna), l'Ulysse Wellness Experience di Sorrento, e l'Hidron di Campi di Bisenzio. "L'effetto estetico cui ambisco è sempre supportato da una funzionalità che nasce dall'esperienza, basata sulla ricerca di una logistica efficace e di un dettaglio tecnologico spinto alla ricerca della perfezione".



## Il design è forma o contenuto?

*Quanto contano oggi design, arredo e architettura in un centro benessere: sono solo forma o anche contenuto? Cioè l'ambiente è un elemento complementare all'offerta, ai servizi, alla professionalità?* "Per me è focale, viene oramai prima il contenitore del contenuto. Si parla di suggestioni, quindi è l'atmosfera che inizialmente conferisce la connotazione più importante all'esperienza benessere" ritiene l'architetto Pagani.

"Personalmente credo che un grande prodotto di design debba possedere caratteristiche innovative sia di forma sia di contenuto" sottolinea Nunziati. "Gli articoli e gli strumenti destinati al settore benessere si stanno evolvendo tecnologicamente ed esteticamente, questo consente a noi progettisti di utilizzare soluzioni sempre più vicine al relax. Ricerca e innovazione non sminuiscono comunque l'aspetto della gestione e del servizio di un centro, che restano assolutamente fondamentali per il successo di una struttura" replica l'architetto di origini bolognesi, cui fa eco Silvia Giannini: "Sì, il design è effettivamente sinonimo di qualità, non è l'unico elemento di cui tener conto in fase di progetto ma sicuramente un fattore distintivo. La cura del dettaglio, l'emozione sono infatti strumenti di attrazione, capaci di distinguere i progetti più interessanti e caratterizzanti. A mio avviso, faranno anche la differenza e porteranno a una selezione naturale tra gli innumerevoli, e forse troppi, centri benessere sorti in questi ultimi anni".

## Il marketing dell'interior

*Oggi anche l'arredo si basa su un'idea di marketing? Quanto è importante il design per veicolare la filosofia del centro?* "Ogni struttura deve avere caratteristiche che consentano di portare a casa un'emozione" suggerisce l'architetto Giannini, e prosegue: "Una Spa di montagna non può avere marketing e design analoghe a quelle di una Spa marina". "Giusto! - replica Bizzarro - è tempo di finirli con la riproposizione impersonale e stereotipata di docce a spirale, cabine ottagonali e piscine in mosaico, ambientazioni sempre uguali dalle Alpi alla Sicilia.

Ogni progetto deve essere supportato da ambientazioni e design specifici che ne sappiano valorizzare le risorse ed enfatizzare le peculiarità".

Laconicamente insiste anche Nunziati: "Purtroppo una sorta di omologazione globale sta rivestendo gli spazi di ambientazioni fortemente impersonali che ripetono stancamente certi stereotipi contemporanei, perdendo il contatto con le caratteristiche del territorio e con le persone che ne saranno fruitori. Noi progettisti cerchiamo di creare spazi innovativi e fortemente personalizzati, in cui molti elementi rimandano ai colori, le tradizioni, le magie della cultura locale. La sfida del design italiano sta proprio nella ricerca e nell'esaltazione di queste peculiarità".

## Il trend del futuro

Quali saranno le tendenze cavalcate nel prossimo futuro? Guai a parlare di mode e dettami del benessere con Silvia Giannini, che tuona: "L'ultima cosa di cui c'è bisogno è la "trovata" suggestiva di qualche azienda produttrice di articoli o attrezzature destinati al settore wellness che fa parlare di sé per un anno e poi si rivela priva di sostanza!". "Forse più che parlare di moda dovremmo parlare di tendenza, di ricerca di materiali naturali e ambientazioni morbide e rassicuranti legati e agli scenari della natura" suggerisce Sergio Bizzarro. "Certamente finirà l'era dell'iper-design, dei dogmi

internazionali legati al minimalismo formale e allo scetticismo più totale, e ci sarà una caratterizzazione molto più legata ai luoghi attraverso una ricerca di decorativismo maggiore, e una forte connotazione data dall'imprinting dell'architetto, che userà un linguaggio architettonico altamente personalizzato" anticipa Giò Pagani. "Si – concorda l'architetto Nunziati – la strada può essere questa, ma in generale il centro benessere diventerà sempre più disegnato attorno alle persone, perché possano riceverne trattamenti e servizi pensati e progettati per rispondere al loro personale e intimo desiderio di benessere e armonia".

## Il glamour di Silvia Giannini

Ha rivisitato completamente il concetto termale all'interno del reparto fanghi delle Terme di San Giovanni, annegando i camerini nei riflessi di mosaici iridescenti, cornici in gesso, lunghe tende fino a terra, vasche termali assolutamente originali, con il mosaico incorniciato da una voluta di gesso realizzata su disegno. "Ogni volta che devo lavorare su un progetto in cui patrimonio e storia sono una risorsa fondamentale, non mi sottraggo mai". Alle Terme Villa Borri ha addirittura inscenato il rituale del "bucato dell'anima" con differenti e suggestivi passaggi tra vasche d'acqua termale, collegate da pontili sospesi, e ambientato i massaggi in stanze affrescate e dotate di antichi caminetti. "Non riesco a procedere senza dare un vestito agli spazi, ma quando progetto valuto contemporaneamente i percorsi, le esigenze tecniche degli impianti, i protocolli di lavoro degli operatori. L'integrazione di tutti questi aspetti assicura la buona riuscita del progetto".



## La vision internazionale di Giò Pagani

Ha progettato case e recuperato edifici di industrial design, disegnato show room e rivoluzionato head quarters di importanti marchi del Made in Italy, allestito spazi privati e caratterizzato l'immagine di alberghi, coprendo con le sue realizzazioni le piazze di mezzo mondo: Francia, Grecia, Germania, Inghilterra, Turchia, Russia ed Emirati Arabi.



In Italia portano la sua firma la Wave Urban Spa, centro wellness a Povegliano Veronese (Vr), distribuito su due livelli collegati da uno scenografico scalone elicoidale, con una piscina affacciata su un giardino zen e un grande hammam completamente rivestito in travertino. Ma anche l'Altafiumara Notos Spa, immersa nello splendido scenario della Costa Viola, sulla sponda calabrese dello Stretto di Messina. Nella Spa, ambientata in 800 mq e arricchita di materiali naturali come il legno palissandro, la pietra di Beola, il marmo nero del Brasile e il mosaico Bisazza, si ritrova l'essenzialità di forme, colori e materiali ispirati a un caldo minimalismo, dove immediata è la percezione di relax e armonia.

