

TENDENZE

Text by
Alessandra Albarello
Photos by courtesy of
Sia Guest
Teatro 7
Margutta Ristorante
TAD
Spazio Strato

Nuovi incontri

Gli spazi
d'intrattenimento
diventano luoghi non
luoghi dove provare
esperienze
ed emozioni

*New encounters
Entertainment spaces
become places / non-
places where to prove
experiences and
feelings*

↑ Aero caffè - Massimo Iosa Ghini

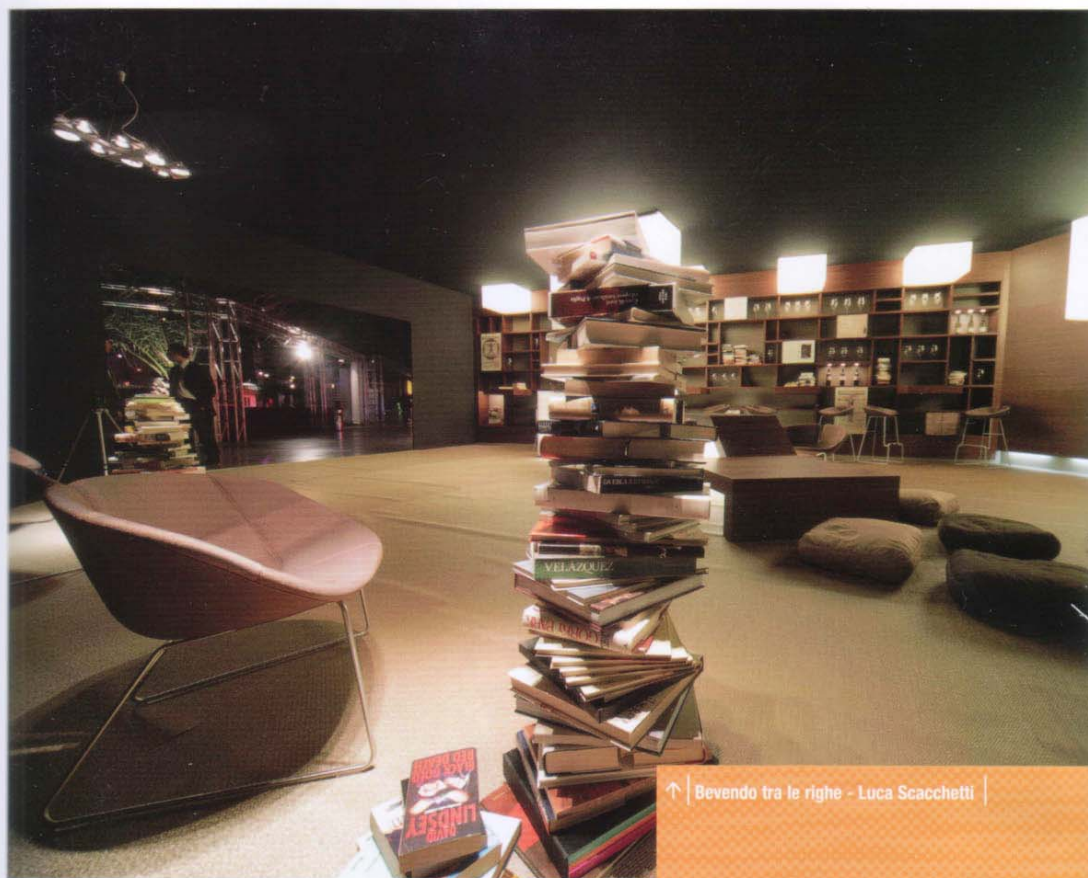
↓ Aero caffè - Massimo Iosa Ghini



Nuove sensibilità s'incontrano. Quelle di chi progetta spazi e di chi ne usufruisce. Pensate forse che sia semplice bere un caffè o consumare un pasto e che basti una tazzina e un bancone per fare un bar, oppure uno spazio più o meno grande e quattro tavoli per diventare un ristorante? Niente affatto, perché ora se manca quel pizzico di emozione in più, quella novità, quel piccolo particolare ripreso dalla storia e dalle abitudini personali del cliente, state sicuri che quel locale non funzionerà mai. E non è un caso che all'ultima edizione di Sia Guest (Salone Internazionale dell'Accoglienza), svoltosi a Rimini dal 26 al 30 novembre, il tema della mostra-evento sia stato proprio "Il caos felice": otto designer e architetti famosi (Aldo Cibic, Renzo Costa, Massimo Iosa Ghini, Marco Lucchi, Simone Micheli, Marco Piva, Luca Scacchetti e Roberto Semprini) si sono confrontati sulla reinterpretazione degli spazi dell'intrattenimento. In realtà quello che sta accadendo attualmente non è unicamente un'operazione estetica, perché altrimenti basterebbe solo un designer di grido, ma un più complesso processo di trasformazione, un vero e proprio cambiamento di prospettiva, che coinvolge diversi attori.

Contaminazioni, sinergie e nuove armonie nascono ora dai ritmi di vita diversi, da nuove esigenze, dall'evoluzione del gusto, dal rinnovato concetto di spazio reale-mentale-temporale. E, per una volta tanto, le mode non c'entrano, come c'entra poco anche il discorso commerciale.

Cosa ha spinto ad esempio un famoso ed esclusivo fioraio di Milano come Raimondo Bianchi a trasformare nel 2004 il suo negozio in bar e ristorante, senza rinunciare però alla vendita di fiori? Sicuramente anche un piacere personale, la passione di tutta la sua vita che continua a trasferire ai clienti quotidianamente, quando propone la crème brûlée alla lavanda, da gustare appoggiati a un vecchio tavolino da giardino. Non per niente



↑ Bevendo tra le righe - Luca Scacchetti

↓ Ristorante Teatro 7, Milano

prestissimo, ogni mattina, dispone personalmente i fiori nei vasi, creando la scenografia ideale per la giornata.

E spesso il cibo è il tramite per veicolare questo nuovo modo d'incontrarsi, di ridefinire i riti sociali. Il cibo scomposto e ricostruito di Ferrán Adrià, che diventa esperienza multisensoriale unica, è al centro delle architetture dei suoi locali, al centro di progetti di utensili, come il famoso sifone, strumento-chiave nella preparazione della cucina molecolare.

In alternativa, sempre Ferrán Adrià, ha lanciato a Madrid con NH Hotels il Fast-good, un concetto di locale piacevole e confortevole, dove consumare pasti veloci ma buoni, genuini e sempre freschi.

Come genuini e biologici sono i cibi dell'hotel Hi di Nizza, ideato da Matali Crasset, dove non esiste il servizio in camera, e ognuno deve per forza scegliere personalmente il suo tape-ware con il pranzo o la cena ipersalutisti, prendendolo dagli scaffali che ricordano l'interno del frigo di casa e socializzando nel contempo con gli altri ospiti dell'albergo.

E' proprio la casa una delle ispirazioni/aspirazioni più forti dei nuovi luoghi di ritrovo.

A Milano, il ristorante Teatro 7, ideato da Rico Guarnieri e realizzato in collaborazione con Scholtès per gli elettrodomestici, Paderno-Sambonet per il pentolame e attrezzi da cucina e Zwilling J.A. Henckels per i coltelli, offre allo sguardo di passanti e clienti una cucina a vista dove si esibiscono gli chef, protagonisti indiscussi della scena, ma dove anche i clienti possono cimentarsi nella preparazione di cene per amici. Se si vogliono invece evitare figuracce ci si può sempre iscrivere a un corso di cucina, ora disponibile anche per bambini.

L'attenzione quindi si sposta dalla funzione del locale al cliente, seguendo i suoi gusti mutevoli e trattenendolo con argomenti che appartengono alla sua sfera emotiva e

