

# *Estetica e benessere:* PROGETTARE L'AMBIENTE

**APRIRE UN CENTRO ESTETICO O PER IL BENESSERE È IL SOGNO DI MOLTI OPERATORI DEL SETTORE, MA COME SI AFFRONTA QUESTO PERCORSO: ECCO DATI, INFORMAZIONI, CONSIGLI E UN METODO, SEMPLICE ED EFFICACE, PER RAGGIUNGERE IL PROPRIO OBIETTIVO**

Giuseppe La Franca

Oggi, un moderno centro per il benessere offre a un pubblico dalle inclinazioni estremamente composite prestazioni individuali e sociali legate al benessere corporale e, sempre più spesso, al riequilibrio delle energie interiori, normalmente unite alla possibilità di svolgere attività fisica e di sottoporsi a trattamenti estetici veri e propri. Fra il 2004 e il 2008 la crescita del numero di queste imprese è stata notevole (gli aumenti più rilevanti si sono registrati nel Lazio, seguito da Campania e Puglia), con un incremento del 24% (+ 6.000 imprese circa) a livello nazionale, per un totale stimato di oltre 30.000 ragioni sociali che danno lavoro a circa 70.000 addetti. Le imprese del settore sono prevalentemente

concentrate al Nord (78%), con una netta prevalenza della Lombardia soprattutto per numero dei centri benessere (quasi un terzo del totale), mentre la Campania raggruppa circa la metà dei centri benessere presenti in Meridione.

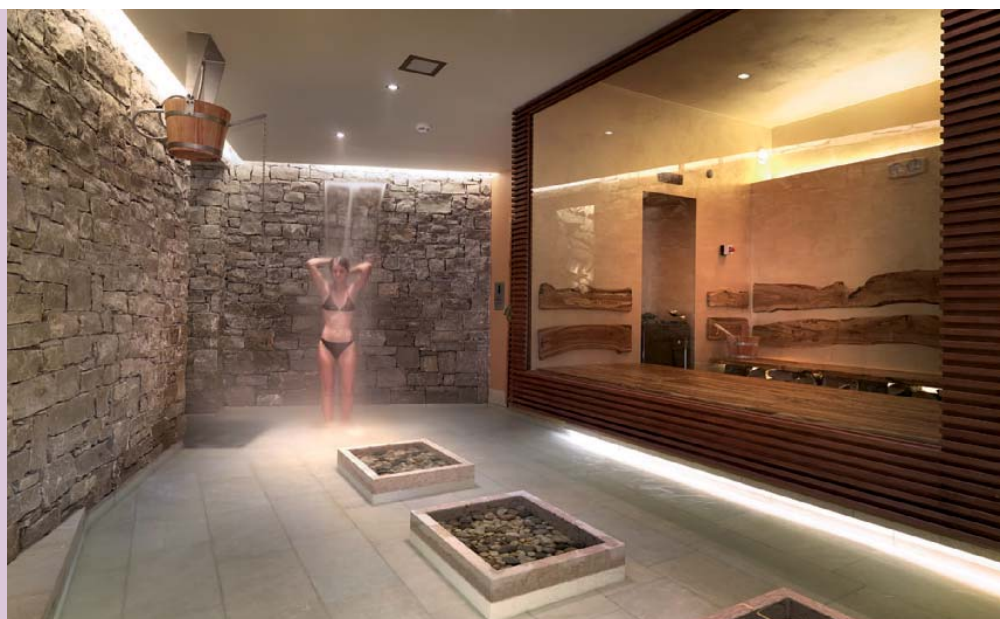
In generale i centri estetici sono la maggioranza (80%), seguono le palestre (12%) e i centri benessere (8%). Nella diffusione dei centri estetici e del benessere, un ruolo determinante è svolto dalle strutture ricettive, allo scopo di soddisfare precise richieste di un mercato sempre più attento ed esigente. Circa 3.800 sono gli esercizi delle località termali e del turismo del benessere, equivalenti al 4,2% delle presenze turistiche stimate nelle strutture ricettive alberghiere ed extra-alberghiere.

**Dhara Wellness Center (progetto arch. Alberto Apostoli) occupa un intero piano presso il Belfiore Park Hotel a Brenzone, sulla riva veronese del lago di Garda (foto Maurizio Marcato)**

**L'offerta del Dhara Wellness Center è basata su massaggi ayurvedici personalizzati che, oltre ai trattamenti estetici tradizionali, restituiscono benessere ed equilibrio nei più diversi casi di stress (foto Maurizio Marcato)**

In questo settore prevalgono gli alberghi a 5 e 4 stelle, ma sono presenti anche campeggi e agriturismi. Il mondo del benessere si presenta perciò estremamente vario e vitale, al punto da aver saputo tenere testa alla crisi economica meglio di altri comparti produttivi. La crescita registrata nella seconda metà dello scorso decennio è solo attenuata, con un decremento del 7% circa di clienti e dei trattamenti. Ciò nonostante, nel 2009, le strutture per il benessere hanno sostanzialmente mantenuto il medesimo giro d'affari degli anni precedenti, grazie soprattutto al successo di quelle presenti nelle località termali anche per effetto dell'apporto (+ 4,4%) offerto dai turisti stranieri. (dati Aiceb 2010)

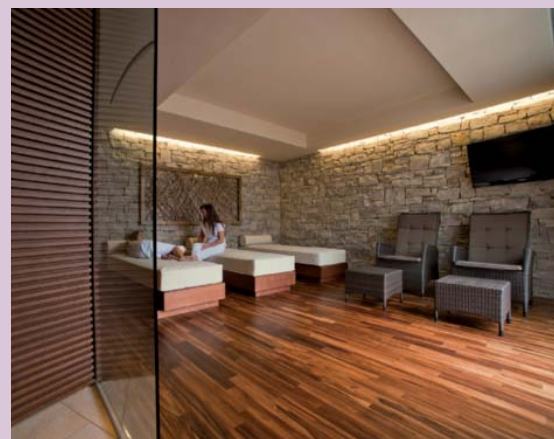
Proprio questo momento di congiuntura potrebbe rivelarsi ideale per avviare una nuova attività, mettendo perciò a frutto il proprio spirito imprenditoriale e le professionalità acquisite con l'innata



sensibilità verso gli aspetti estetici e l'innovazione tipici di questo ambito professionale: esistono infatti ancora ampi margini per raggiungere risultati di assoluto rilievo.

### Il ruolo dell'imprenditore

Ma come si affronta la realizzazione di un centro estetico o di un centro benessere? Il mercato propone una gamma di soluzioni estremamente differenziate: numerose società di servizi e progettazione offrono consulenze con le più diverse formule, ma anche nel caso di un progetto «chiavi in mano» l'imprenditore svolge un ruolo centrale per definire le scelte e indirizzare l'intero intervento. Un progetto ben sviluppato permette infatti di raggiungere un importantissimo



**Una delle aree è concepita come una suite-spa per consentire il pernottamento di una coppia per una notte: si tratta di un'opportunità offerta dalle sinergie con il servizio alberghiero (foto Maurizio Marcato)**

### Creatività e metodo

Differenziarsi dalla concorrenza è indispensabile, perciò nella definizione del vostro stile date libero sfogo alla creatività, ma utilizzate sempre un metodo. Il più semplice ed efficace è quello dell'elenco: iniziate individuando quanti saranno gli spazi e i locali (funzioni) del vostro centro e scriveteli in colonna su un foglio. Per ciascuno di questi potrete poi specificare tutte le loro caratteristiche, aggiungendo altre colonne, ad esempio per:

- ➔ attività che vi si svolgono;
- ➔ colori (pavimento, pareti e soffitto, porte, zoccolini);
- ➔ pavimentazione (materiale, finitura, posa

degli elementi);

- ➔ pareti (materiale, finitura, presenza di bioserie);
- ➔ illuminazione (naturale e/o artificiale, tipologia corpi illuminanti, posizione corpi illuminanti, etc.);
- ➔ impianti (climatizzazione, idraulico, controllo illuminazione, diffusione sonora, etc.);
- ➔ ausili e tecnologie (arredi, tipologia macchine, etc.).

Scoprirete presto che per gestire la mole delle informazioni che compongono il vostro elenco non basterà più un semplice foglio: probabilmente dovrete dedicare un foglio a

ciascun locale, creando una sorta di scheda delle sue proprietà. Utilizzando un semplice programma di videoscrittura o, meglio, un foglio di calcolo (molto diffusi anche in versione gratuita, scaricabile da internet) potrete creare e conservare uno o più scenari fra i quali scegliere. Questa attività può essere supportata con altre informazioni. Materiali e prodotti innovativi vengono continuamente presentati sul mercato, perciò è importantissimo selezionare a priori un repertorio di soluzioni di proprio gradimento (foto di viaggio, ritagli di giornale, siti web, etc.) da presentare al progettista affinché possa sintetizzare le vostre aspettative in un disegno coerente.



## FOCUS ARREDI E DESIGN

Durante i sei mesi di realizzazione, i committenti hanno dedicato tutto il tempo disponibile a seguire personalmente le grandi scelte e i piccoli imprevisti che si presentano in corso d'opera (foto Maurizio Marcato)



**Arch. Simone Micheli – Architectural Hero** (foto Maurizio Marcato)

Simone Micheli, architetto, designer e docente, è a capo dello studio di progettazione Architectural Hero ed è specializzato nella realizzazione di centri benessere e spa dalla forte personalità formale, grazie ai quali è stato ripetutamente insignito di importanti riconoscimenti internazionali. Ecco il suo punto di vista sull'architettura del settore. «Gli spazi realizzati negli ultimi 20 anni sono stati e sono indubbiamente inadeguati dal punto di vista comunicativo rispetto al loro principale ruolo di stimolatori sensoriali! Se è vero che i trattamenti, le terapie, i macchinari, i prodotti, legati a questo particolare ambito professionale si sono sviluppati in maniera superba e hanno raggiunto livelli "tecnologici" d'eccellenza, è altrettanto vero che gli ambiti architettonici della totalità dei centri benessere del nostro presente non evidenziano marcate interconnessioni con l'effettivo senso di questa realtà appartenente al benessere globale. I centri più evoluti, più curati nei



### Lo stile del benessere

dettagli, per timore di allontanarsi da una "inesistente tradizione" formale raccontano storie più o meno kitsch mediante decori parietali, rivestimenti pseudo musivi o altre diavolerie interconnesse a una dimensione di pensiero a metà strada tra la romanità e il fumetto. Questa tendenza crea ambienti statici, prigionieri della propria definizione. Nella stragrande maggioranza dei casi, il cliente, dopo essere passato attraverso una mini area reception, si trova quasi sempre immerso in realtà volumetriche connotate da segni di una banalità sconvolgente e dai tristi cromatismi. Questi luoghi interattivi invece, si meriterebbero di essere altro! Quali novità sono all'orizzonte nel settore? «Negli spazi legati alla rigenerazione psicofisica, dai materiali utilizzati agli effetti ricercati, ciò che predomina è il totale eclettismo: il più rigoroso minimalismo convive con un richiamo più o meno esplicito alla classicità, l'estremo purismo si affianca al più spinto plasticismo. Se l'obiettivo è unico e consiste nel risveglio della dimensione polisensoriale, i tragitti che si possono compiere sono innumerevoli, perché infinite sono le combinazioni degli elementi che concorrono a questo risveglio: materiali naturali si fondono con quelli più

dichiaratamente artificiali, luci e colori dai toni caldi e accoglienti si sovrappongono a quelli dai toni più freddi, perfino glaciali, e nessuno di questi accostamenti può definirsi casuale.

La sapiente commistione di superfici, luci, colori, suoni, profumi che trova forma in un perfetto connubio tra architettura, sensorialità e benessere, determina l'equilibrio tra le parti e l'armonia che ne risulta è la chiave d'accesso che consente di varcare la soglia dell'emotività».

Quale metodologia di progetto utilizzate nell'approccio a una nuova realizzazione?

«Per me ogni progetto è diverso e sempre diverse sono le problematiche e le risposte da costruire. Quando inizio a immaginare una nuova opera, cerco sempre consciamente di dimenticare quanto fatto, dal punto di vista iconico, in precedenza, per iniziare con desiderata libertà una nuova scommessa funzionale, di contenuto ed estetica. Le parole chiave per la definizione di ogni nuovo progetto sono: intelligenza, sogno, tecnologia, funzionalità, meraviglia, straordinarietà, unicità». Quale consiglio darebbe a una persona che intendesse aprire un nuovo centro estetico e per il benessere?

«Di guardare fuori dalla scatola!»

obiettivo: differenziare la propria offerta rispetto al contesto socio-territoriale. La ricerca del luogo più adatto è un fattore importante al pari della superficie a disposizione, a sua volta influenzata dalla disponibilità economica dell'imprenditore. Se opportunamente organizzati e attrezzati, in teoria per realizzare una spa bastano anche 40 metri quadrati (all'incirca la dimensione media di uno spazio commerciale con vetrina unica). In generale, infatti, due sono i fattori determinanti:

- ➔ la rispondenza dell'immagine del centro alle aspettative e ai gusti della potenziale clientela (architettura d'interni);
- ➔ il rapporto diretto fra operatore e cliente (funzionalità), che dev'essere facilitato nel caso delle parti a uso libero come per quelle dedicate ai servizi personalizzati. L'ambientazione è perciò fra le caratteristiche che più influiscono, fino a decretare il successo di un centro estetico e per il benessere.

L'individuazione del proprio «stile» è infatti uno dei primi problemi da affrontare per chi desidera intraprendere nel settore, poiché è intimamente legata a diversi aspetti dell'attività: dalla qualità formale alla distribuzione dei locali, che a loro volta vincola l'organizzazione delle attività, fino alle soluzioni tecnologiche e impiantistiche che, in generale, supportano il funzionamento delle apparecchiature e dalle quali possono dipendere alcune delle proposte (ad es.: cromoterapia, aromaterapia, etc.).

In questo percorso, le scelte legate all'architettura degli interni rappresentano il momento più delicato. Colori e illuminazione svolgono un ruolo determinante nell'elevare il livello di benessere percepito dai clienti, come peraltro insegnano i numerosi studi clinici al riguardo. La qualità dei materiali, dei



**Exedra Hotel Milano ospita una spa creata da Simone Micheli al fine di trasportare il visitatore in una dimensione surreale e metafisica (foto Jurgen Eheim)**



**Secondo Simone Micheli, se l'obiettivo consiste nel risveglio della dimensione polisensoriale si possono compiere innumerevoli tragitti e infinite combinazioni degli elementi (foto Jurgen Eheim)**



**L'equilibrio tra le parti e l'armonia che ne risulta sono per Simone Micheli la chiave d'accesso che consente di varcare la soglia dell'emotività (foto Jurgen Eheim)**



## FOCUS ARREDI E DESIGN



Per Simone Micheli gli spazi per il benessere sono veri e propri luoghi interattivi, che meritano un approccio differente, dal punto di vista iconico, da quanto fatto in precedenza (foto Jurgen Eheim)



rivestimenti e delle rifiniture concorre inoltre alla definizione di un ambiente percepito come riservato e sicuro.

### La centralità del progetto

Una volta individuato il vostro «stile», il progetto vero e proprio (architettonico, tecnologico, organizzativo) è il passo successivo, nel quale convergono:

- ➔ la conoscenza del settore e del mercato (know-how) per individuare la corretta distribuzione delle funzioni e delle loro relazioni (layout) in rapporto alle possibili soluzioni e attività accolte (concept);
- ➔ alcune delle discipline di base che compongono la professionalità tipica degli operatori del settore (estetica, ergonomia, psicologia, etc.);
- ➔ le competenze specifiche d'ambito tecnico (architettura e tecnologia dei materiali edili, impiantistica elettrica, illuminotecnica, termomeccanica e idronica, etc.).

Si tratta del momento più delicato, durante il quale si prendono decisioni che influenzeranno l'attività per anni. Per questo motivo, in fase di progettazione e costruzione, il ricorso a tecnici capaci e a imprese esperte specializzate nella posa in opera costituisce una garanzia rispetto agli orientamenti progettuali, in grado di enfatizzare la qualità del progetto e di valorizzare gli investimenti compiuti. Ad esempio, in questa fase è opportuno valutare tutte le implicazioni legate alla versatilità d'uso dei singoli ambienti (possibilità di eventuale uso differenziato dei locali) e alla flessibilità complessiva dell'intero centro (possibilità di facili modifiche della forma e delle funzioni degli ambienti).

Non bisogna trascurare l'importanza degli spazi operativi a disposizione del personale (legati anche a precisi aspetti normativi), né di quelli riservati agli impianti tecnici (illuminazione, climatizzazione, idraulica

## Un esempio recente

Giorgio Consolini e Marcella Gagliardi hanno recentemente inaugurato il nuovo Dhara Wellness Center, un ambiente interamente dedicato al benessere all'interno del Belfiore Park Hotel. Il nome del centro è ispirato dalla presenza di una sorgente («dhara» in sanscrito) che nasce proprio nel sito, alle pendici del Monte Baldo, per riversarsi nel Lago di Garda: «Da anni - racconta Marcella Gagliardi - volevamo realizzare questo intervento, non solo per qualificare l'offerta alberghiera ma anche per mettere in pratica le conoscenze apprese dal nostro maestro Antonio Ranalli della Scuola Mekong di Padova».

Il centro è composto da 4 suites di ispirazione ayurvedica differenti per materiali, forme e colori, ciascuna dedicata alle diverse tipologie di dosha, oltre al centro benessere vero e proprio con sala polivalente per il benessere servita da spogliatoi, box per i trattamenti personalizzati, vasca d'acqua salata, bio-sauna che impiega legno d'ulivo, bagno di vapore ai limoni, etc., più una zona relax rivestita di teak e pietra locale, con area giardino esterna. Un'area è concepita come una suite-spa per consentire il pernottamento di una coppia per una

notte. La qualità degli ambienti, enfatizzata dal lussureggiante giardino circostante, e la sua invidiabile posizione, lungo il litorale gardense a Brenzone, in provincia di Verona, si coniugano al meglio con la cura del servizio offerto ai clienti, basato sulla specializzazione in pratiche di benessere di origine orientale e sull'impiego esclusivo di prodotti rigorosamente naturali.

Quali sono state le principali difficoltà che avete incontrato durante la lunga gestazione del centro e come le avete risolte?

«Ci siamo affidati allo studio dell'arch. Alberto Apostoli, specializzato in progetti di questo tipo, dedicando tutto il nostro tempo disponibile a seguire personalmente la realizzazione del centro, per affrontare dalle grandi scelte ai piccoli imprevisti che si presentano durante la costruzione di uno spazio così esclusivo. Le imprese principali (edile, idraulica, energia e condizionamento, etc.) erano di nostra fiducia, mentre l'architetto ha selezionato quelle specializzate più idonee per concretizzare le nostre aspettative grazie alla sua notevole esperienza nel settore».

Dopo questa lunga esperienza, quale consiglio si sente di dare ai lettori?



**Marcella Gagliardi, ideatrice e responsabile Dhara Wellness Center**

«Il mio consiglio è di sforzarsi di fare qualcosa di nuovo e diverso rispetto ai molti centri estetici e benessere esistenti e di non lasciare nulla al caso: bisogna trovare un settore specifico e di specializzarsi, cercando di realizzare qualcosa di unico nel suo genere, nel quale si crede veramente, antepo- nendo la passione alla professione».

e trattamento dell'acqua, audio e video, etc.) la cui distribuzione comprende normalmente una o più centrali e dei terminali in ambiente, da organizzare anche per facilitare le attività di manutenzione.

L'obiettivo finale del progetto è di ottenere il corretto bilanciamento fra le aree più rappresentative, normalmente meno redditizie ma fondamentali per assicurare comfort e qualità architettonica, e quelle che producono i maggiori risultati economici ospitando gli spazi per i trattamenti e i massaggi.

Il progetto dev'essere integrato con un piano finanziario dell'attività, che contem- pli tutti gli aspetti economici, e da un cronoprogramma di realizzazione, attraverso il quale scandire la corretta durata delle diverse fasi dei lavori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Superfici, luci, colori, suoni, profumi: la loro sapiente commistione trova forma in un perfetto connubio tra architettura, sensorialità e benessere nelle opere di Simone Micheli (foto Jurgen Eheim)**