

FASHION HOTEL

**UN NUOVO CONCEPT  
DI OSPITALITÀ PER CASA  
CAMPER. QUI I VALORI DI  
ELEGANZA, RAFFINATEZZA,  
ESCLUSIVITÀ LASCIANO  
IL PASSO ALLA RICERCA DI  
SEMPLICITÀ, DI SOLUZIONI  
INGENUE E AL CONTEMPO  
INNOVATIVE COMBINATE  
A UNA BUONA DOSE  
DI HUMOR.**

Luisa Collina

“ f ‘La Rambla’ is the tracks, Raval is the wrong side of them”. ovvero: “se “La Rambla” è la strada, il quartiere Raval è il suo lato sbaigliato” così, in estrema sintesi, Andrei Losowsky ci introduce al Raval, quartiere multietnico, localizzato nel cuore di Barcellona, in cui i venditori di kebab convivono con librerie di architettura e design, barbieri d'altri tempi confinano con bar e locali alla moda e dove la densa trama medievale del tessuto urbano si interrompe per fare posto ad un grande spazio aperto su cui si affaccia il nuovo museo di arte contemporanea MACBA di Richard Meier.

E' in questa zona, il vero “Barrio Chino”, dove i marinai andavano in cerca di prostitute e di vino, che è sorta Casa Camper, primo hotel che porta il nome della famosa azienda di calzature spagnola, inaugurato ventidue anni dopo l'apertura del primo negozio del gruppo a Barcellona. Percorrendo la carrer Elisabets, si incontra un edificio del XIX secolo con un'anonima insegna luminosa Hotel sormontata da biciclette appese al soffitto: dieci bici a disposizione dei clienti per visitare la città. Una parete traslucida mostra in filigrana la sagoma delle valigie del deposito bagagli.

Superata la soglia, una lunga vetrata e un bancone che raccoglie souvenir e oggetti kitsch provenienti da tutto il mondo chiudono l'atrio d'ingresso: diversamente da molti alberghi recenti, in cui le lobby si configurano come veri e propri spazi pubblici, l'accesso è riservato ai soliti ospiti, muniti di badge, o ai curiosi che vengono accompagnati in un tour architettonico.

**CASA CAMPER**



co. La hall dell'albergo, lontana dagli sfarzi e dalle scenografie ricorrenti nei design hotel, è quasi austera: le superfici scure del pavimento in piastrelle e delle pareti si accompagnano a lunghe panche, tavoli e sedie stile bistrot, rigorosamente bianchi; dal soffitto nero scendono piccoli drappaggi volti a "vestire" la copertura e, in parte, a celare l'impiantistica lasciata prevalentemente a vista; al lato della reception, in legno e marmo, è disposto un banco refrigerato che funge da espositore per il merchandising, per le guide e i libri sulla città, ma anche per gli alcolici e gli articoli da toilette. L'unica nota di colore è data dalle gigantografie alle pareti, firmate da Hannah Collins, che riproducono le facciate dei vecchi negozi del quartiere Raval. Dalla hall si accede allo spazio "Tentempié", snack in spagnolo, reinterpretazione contemporanea dello spazio bar. L'odiosa domanda "entro quando si può fare colazione?" è qui superata da un servizio self service aperto 24 ore al giorno, a cui i clienti possono accedere gratuitamente: drink, frutta fresca, yogurt, insalate e panini sono a disposizione degli ospiti lungo tutto l'arco della giornata. "Niente conto, niente mancia" (no bills, no tips) è il principio che regna in questo spazio. Al piano inferiore, seminterrato, sono dislocati gli spazi destinati a convegni ed eventi, mentre all'ultimo piano, in terrazza, è localizzato un bar da cui si gode una splendida vista sul quartiere Raval (dal Museo MACBA al CCCB) e sul Tibidaba.

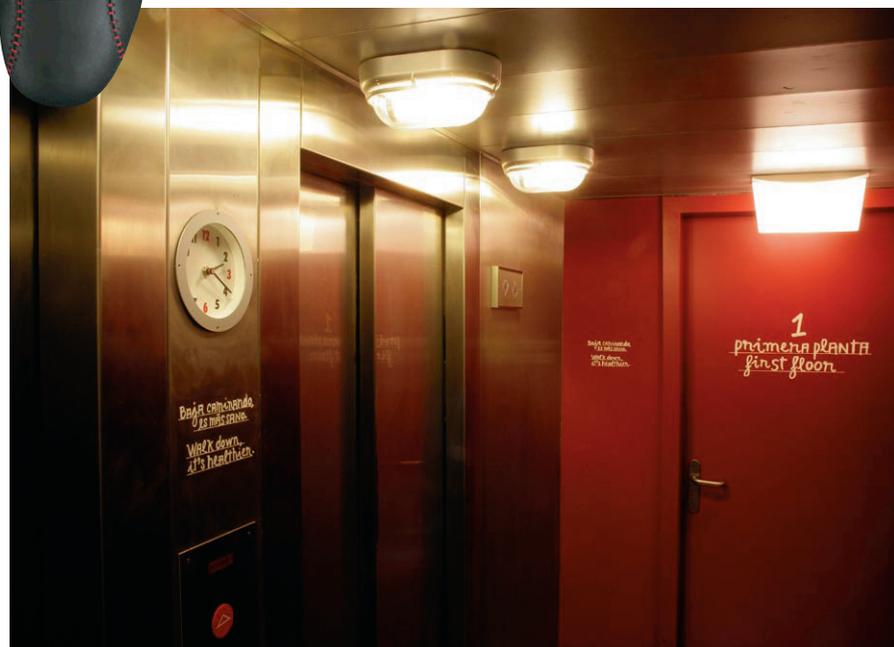
I piani delle camere, generalmente poveri di sorprese, offrono le soluzioni più interessanti. L'ascensore, rivestito in acciaio, immette in un corridoio tinteggiato da un lato di rosso e dall'altro di bianco, mentre i pavimenti, la parete di fondo e il soffitto sono neri. Un gioco di contrasto di colore (bianco e rosso sono i colori dell'immagine coordinata Camper), ma non solo. Le porte rosse e bianche che si giustappongono hanno infat-

**Camper sceglie per il suo primo Hotel un ingresso inusuale: una semplice insegna con scritto Hotel sormontata da dieci biciclette appese al soffitto e una lobby schermata da una lunga vetrata con un bancone, che raccoglie souvenir e oggetti kitsch provenienti da tutto il mondo e riservata ai soli ospiti.**

*Camper has chosen an unusual hall for its first Hotel: a simple luminous Hotel sign surmounted by ten bicycles hanging from the ceiling. The lobby is reserved to hotel customers only. It is screened by a long glass window and it is fitted with a counter displaying souvenirs and kitsch objects coming from around the world.*



ti lo stesso numero, seguito da "dormitorio" dal lato rosso e "salita de estar" da quello bianco. Casa Camper mette infatti a disposizione dei propri ospiti due spazi distinti, separati dal corridoio centrale, uno per dormire, più tranquillo, affacciato sul patio interno, e uno per soggiornare, con un balcone rivolto verso la calle. Una soluzione decisamente nuova espressa tramite lo slogan "1+1 al prezzo di 1". I soggiorni, spazi di pertinenza delle singole camere, sono arredati in modo semplice con divano (che all'occor-



Sotto, il patio interno, caratterizzato da un "giardino verticale", in cui un'intelaiatura metallica alta 18 metri regge e incornicia 117 vasi di aspidistra.

*Under, the characterized inner patio from a "vertical garden", in which high a metallic frame 18 meters resist and frame 117 are gone of aspidistra.*



renza diviene terzo letto), tavolo, tv con schermo al plasma e altri elementi di arredo a seconda dei casi, tra cui, ad esempio, un'amaca per riposare cullati dal brusio della gente in strada. Arreda una parete la grande pianta di Barcellona disegnata in esclusiva per Casa Camper da América Sánchez. Non convenzionali sono le camere, in cui lo spazio notte e bagno risultano invertiti rispetto alle soluzioni più ricorrenti. L'armadio, rigorosamente a giorno, e il letto sono infatti dislocati nei pressi dell'ingresso, mentre lo spazio bagno, opportunamente disarticolato nei propri diversi elementi (lavello, doccia e WC), è disposto verso la finestra ed è quindi illuminato direttamente da luce naturale.

La zona notte, prevalentemente buia in quanto arretrata rispetto alla facciata, trova la propria giustificazione proprio dalla presenza del soggiorno,

posto di fronte, oltre il corridoio, luogo luminoso per l'abitare e il lavorare. Il passaggio da una parte all'altra è facilitata dalla presenza di interruttori che comandano l'apertura dello spazio prospiciente elettricamente, senza dovere ogni volta utilizzare le chiavi.

L'intento di radicarsi in un quartiere frenetico e vitale, ma al contempo di estraniarsi garantendo agli ospiti silenzio e tranquillità, si materializza in questa soluzione architettonica del piano tipo che fa di tale dicotomia il proprio tema progettuale. Particolarmente efficace è la soluzione del patio interno, caratterizzato da un "giardino verticale", in cui un'intelaiatura metallica alta 18 metri regge ed incornicia 117 vasi di aspidistra, piante dalle lunghe foglie tipiche delle Baleari, sede della Camper.

Un'idea questa capace di tramutare un piccolo cavedio, privo di parti-



colare qualità, in uno spazio architettonico originale e scenografico, affaccio principale di tutte le camere.

Le 15 suite, disposte in testata ai corridoio, hanno una struttura distributiva analogica; lo spazio notte e il soggiorno sono però collegati direttamente e i bagni sono dotati in alcuni casi di vasca, oltre che di doccia. Particolarmente curata, efficace e user friendly è la grafica che accompagna gli ospiti sia all'uso corretto dell'albergo (dalla rubinetteria alla pulsantiera dell'ascensore) sia ad una vita più sana e consapevole.

Al termine dei corridoi ci si imbatte nell'invito a fare uso delle scale e non dell'ascensore, mentre nella privacy del WC di ogni camera l'attenzione è catturata da una sorta di tavola per le visite oculistiche appesa proprio di fronte all'ospite ad altezza occhi, in cui al posto delle lettere di dimensioni decrescenti sono enunciati i principi alla base della filosofia Camper. Alternati, in doppia lingua, e doppio colore rosso e nero su sfondo bianco, compaiono slogan quali "cammina, non correre", "tu sei quello che mangi", "gioca di più", "siate uniti", "esprimi te stesso", "immagina di più", "divertiti di più", "comode scarpe, casa semplice, cibo sano", "mantieni una mente aperta", "l'ispirazione avviene lavorando" e così via.

L'attenzione per l'igiene e per la salute dei propri ospiti non è solo enunciata, bensì porta ad alcune scelte significative tra cui l'assenza di moquette e tappeti a favore di pavimenti in ceramica; la dotazione di letti con testiere sfoderabili, sostituite, insieme alle coperte e alle lenzuola, ad ogni nuovo ospite; l'eliminazione del televisore dalle zone notte; la dotazione di istruzioni chiare e leggibili anche per chi porta gli occhiali (pensata per gli "over quaranta"); il divieto di fumare in tutto l'edificio.

Casa Camper è inoltre dotata di un sistema per il riciclo dell'acqua (senza l'uso di sostanze chimiche) e di pannelli solari per la produzione dell'acqua calda.

Ad ogni cliente vengono inoltre fornite una torcia portatile per qualsiasi evenienza e una scaletta pieghevole per raggiungere i ripiani più alti e riporvi i bagagli. Quest'ultima è generalmente appesa a una barra portoggetti che caratterizza tutti gli spazi camera e soggiorno di casa Camper, reinterpretazione degli appendini a pomolo ricorrenti nella cultura abitativa Shaker.

Un ritorno alla semplicità dei quaccheri, certamente, ma senza rinunciare alla tecnologia: gli spazi destinati agli ospiti sono dotati di TV interattiva con schermo a 27", bluetooth, accesso ad Internet WI-FI e safety box di dimensione sufficiente per ospitare i portatili e, non ultimo, dotata di presa al fine di permetterne la ricarica.

Non poteva mancare il richiamo alle calzature, origine di tutto il mondo Camper. Nell'armadio di ogni camera sono riposte due paia di scarpe Camper (modello Wabi), di misure diverse, il cui plantare e calzino interno, lavabile a 40 gradi, è sostituito per ogni ospite: un elemento-icona dell'azienda, ma anche un oggetto che trasmette sensazioni di domesticità e, non ultimo, invita in modo subliminale l'ospite a non disturbare i vicini



**"No bills, no tips" è il principio che regna al Tentempiè, il bar- self service aperto 24 al giorno a cui i clienti possono accedere gratuitamente. Qui sopra, il corridoio: rosso da un lato, bianco dall'altro, un gioco di contrasto ma non solo. Infatti le porte che si contrappongono hanno lo stesso numero: da un lato la camera per dormire, dall'altro il soggiorno.**

*"No bills, no tips" is the principle of Tentempiè, the self-service bar open round the clock that hotel customers have free access to. Above, the corridor: red on one side and white on the other. This game of contrasts also extends to the doors, which carry the same number: the bedroom on one side and the lounge on the other.*

ni sottostanti con il proprio calpestio, vista la presenza del pavimento in ceramica, dalle scarse prestazioni acustiche.

Casa Camper si colloca nel solco degli alberghi, sorti di recente, frutto della strategia di brand extension di importanti marchi della moda, tra cui figurano Krizia, Bulgari e di recente anche Armani. Se questo non costi-

## CASA CAMPER Fornitori

Progetto

**Fernando Amat / Jordi Tio**

Committente

**Camper**

Interior Design

**Fernando Amat / Ole Armengol**

**Jordi Fernandez**

Impiantistica

**Ventura Horticultor**

General Contractor

**Perez Villora**

Elementi Strutturali

**Jesus Jimenez**

Porte e Infissi

**Vinçon**

Ascensori

**Celec**

Illuminazione

**Vinçon**

Arredi

**Vinçon**

Impianti Cucina

**Adisa**

Corredo

**Relax, Adl, Tivoli**

Rivestimenti, Sanitari

**Hans Grohe**



tuisce un fenomeno particolarmente innovativo, nuova è l'associazione tra un hotel a 5 stelle e un marchio settoriale (di calzature) non direttamente legato all'alta moda e al lusso. I valori quale l'eleganza, la raffinatezza, l'esclusività lasciano qui il passo alla ricerca di semplicità, di soluzioni ingenue e al contempo innovative combinate a una buona dose di humour. Il motto Camper "walk, don't run" si declina nella filosofia dell'azienda nel tema del viaggio, lento, sensibile all'ambiente, legato ai valori della tradizione e dell'artigianato; la stessa parola Camper, che significa contadino, ci richiama immagini di austerità, semplicità e discrezione del mondo rurale e del mondo mediterraneo (l'azienda è originariamente di Maiorca). Una prospettiva del viaggio e della vita, quella della Camper, lenta, fondata sul camminare, sulla comodità, sullo stare bene, sulla creatività e

**In alto, "salita de estar" e, sotto, "dormitorio". Casa Camper mette a disposizione dei propri ospiti due spazi distinti, separati dal corridoio centrale. Una soluzione decisamente nuova: "1+1 al prezzo di 1!"**

**Particolarmente curata, efficace e user friendly è la grafica che accompagna gli ospiti sia all'uso corretto dell'albergo (dalla rubinetteria alla pulsantiera dell'ascensore), sia a una vita più sana e consapevole.**

*Above, "salita de estar" and below, "dormitorio". Casa Camper features in fact two separate areas that are divided by a central corridor. Most definitely a new solution: "1+1 for price of 1!" Great attention to detail is given to the user-friendly guidelines provided for the proper use of the hotel facilities (like taps and lift buttons) and for a healthier and more aware lifestyle.*

CAMINANO

CORRASWALK

DON'TRUNERESLO

QUECOMESYOUARE

WHATYOU EATJUEGAMAS

PLAYMOREUNETEJOINTOGETHER

EXPRESATEEXPRESSYOURSELFIMAGINA

MASIMAGINEMOREDIVIERTETEMASHAVEMORE

FUNZAPATOCOMODOCASASIMPLECOMIDASANACOMFORTABLE

SHOESFRIENDLYSHELTERHEALTHYFOODTENUNAMENTEABIERTAKEEPANOPENMINDQUELA

## CASA CAMPER

ENGLISH TEXT

"If 'La Rambla is the tracks, Raval is the wrong side of them' is how Andrei Losowsky describes Raval, the multiethnic area located in the heart of Barcelona. There, kebab shops can be found next to bookstores selling books of architecture and design; old fashioned barber's shops are located next to bars and fashionable restaurants and clubs where the medieval layout of the urban fabric suddenly comes to a halt and where a large open space hosts MACBA, Richard Meier's new museum of contemporary art. This is the place (namely the "Barrio Chino") where sailors once solicited prostitutes and drank and where Casa Camper now stands. The hotel is the first one to carry the name of the renowned Spanish footwear manufacturer. The hotel has been inaugurated twenty-two years after the first shoe shop owned by the manufacturer opened in Barcelona. A 19th century building displaying a simple HOTEL luminous sign surmounted by bicycles hanging from the ceiling

comes into view when walking down carrer Elisabets: ten bicycles are made available to hotel guests for touring the city. A frosted wall shows the filigree shape of suitcases stored in the baggage room. On the inside, a long glass window and a counter displaying souvenirs and kitsch objects coming from around the world enclose the hallway. As opposed to many other recent hotel buildings whose reception areas are conceived as veritable public spaces, only hotel guests carrying a badge have access to the hotel or people on an architectural tour. The hall shuns pomp and the striking design features of design hotels, privileging an almost austere atmosphere instead. The dark tiled floors and walls are matched with long benches, tables and chairs in bistrot style, all of which are rigorously white. Small curtains hang from the black ceiling and "cover" it, while also partly concealing the piping system. Next to the reception desk made of wood and marble is a refrigerated counter

acting as a display top for the merchandise sold, together with guidebooks, spirits and toiletries. The large posters by Hannah Collins hanging on the walls are the only splash of colour of the hotel. They reproduce the old shop fronts of the Raval area. The hall leads to a "Tentempiè" area (the Spanish word for snack). The hall is a contemporary reinterpretation of the bar area. The most hated question "until what time is breakfast served?" has been replaced by round the clock self service catering facilities that the customers have free access to: drinks, fresh fruit, yoghurt, salads and bread rolls are available to hotel guests all day long. "No bills, no tips" is the principle behind this space. Conferences and events are held in the basement, while a bar fitted with a terrace is located on the top floor, offering a breathtaking view of the Raval area (from the MACBA Museum to CCCB) and of Tibidaba. The floors hosting the hotel rooms, which are normally rather plain, offer instead the most

sull'immaginazione; sulla tradizione, ma anche sull'innovazione e sulla tecnologia.

Sono questi i tratti dell'identità Camper, azienda che ha costruito un brand di successo attraverso i propri prodotti, le scarpe, ma non solo: basti pensare a "La Guía de Mallorca SOS tenible", guida turistica tradotta in quattro lingue supportata da Camper (in particolare curata da Cristina Barchi di Camper e Diandra Douglas, ex moglie di Michael Douglas, assidua frequentatrice dell'isola, con grafica di Javier Mariscal) che aiuta i turisti e gli abitanti di Mallorca a vivere quest'isola in maniera responsabile; all'ideazione da parte di Martí Guixé dei negozi temporanei Camper, aperti ad esempio a Milano già nel 2000, ma anche a tutt'oggi a Barcellona nella stessa carrer Elisabets, in cui gli interventi di interior si limitano al trattamento delle pareti (con i claim Camper riportati direttamente sui muri) e a espositori e sedute costituiti semplicemente da scatole di scarpe in cartone: spazi vendita che hanno anticipato quei "guerrilla store" che oggi appaiono e scompaiono in molte capitali europee; all'apertura recente del locale "FoodBALL", anch'esso opera di Martí Guixé, dove il cibo è servito sotto forma di polpette (le "ball" che danno il nome al locale),

l'accesso è consentito con le biciclette la struttura interna, quasi spartana, caratterizzata dall'assenza di tavolini a favore di una soluzione a gradoni, quasi come se fossero degli spalti, induce a nuove forme di intrattenimento e di socializzazione.

Una serie di attività, queste, frutto del prezioso e continuo coinvolgimento di designer, artisti, illustratori, pubblicitari vicini all'azienda.

Nella scia di queste e altre iniziative, Casa Camper è un hotel, per concludere, frutto di un'intelligente strategia di valorizzazione del marchio, basata sui principi di brand extension (dal settore moda all'hotellerie) e di co-branding (l'hotel è frutto della collaborazione con Fernando Amat e e Jordi Tió di Vinçon, noto show room di arredamento fondato nel 1941, con sede a Barcellona, in Passeig de Gràcia, affacciato su la Pedrera di Gaudì e Madrid), in cui il brand Camper, l'identità, i valori e le immagini ad esso associati, non si limitano a influenzare il "lifting" dell'edificio, bensì entra, in profondità in questa struttura per l'ospitalità, dando forma e sostanza a tutto il progetto, dal concept iniziale all'articolazione degli spazi; dalla grafica ai servizi offerti, in un quadro di coerenza e di ricerca di soluzioni innovative quanto mai raro nel panorama contemporaneo.



interesting solutions. The steel lift opens onto a corridor that is painted red on one side and white on the other. The floor, the wall at the bottom of the corridor and the ceiling are painted black. The contrasting colour schemes used (white and red) are the colours of the Camper brand. What's more, the red and white doors carry the same number followed by "dormitorio" on the red side and "salita de estar" on the white side. Casa Camper offers in fact two separate areas that are divided by a central corridor, namely the sleeping area overlooking the internal patio and a lounge with a balcony overlooking the street. The slogan "1+1 for price of 1" definitely represents a new solution. The lounge area of each room is simply furnished with a sofa (which also turns into a third bed), a table, a plasma TV set and other furnishing accessories such as hammocks, which are perfect for resting while listening to the hum of conversation from people in the street. A large-scale map of Barcelona desi-

gned exclusively for Casa Camper by América Sánchez decorates a whole wall. The rooms are unconventional, as the sleeping area and the bathroom are reversed as opposed to the most usual solutions. The open wardrobe and the bed are fitted by the entrance, while the bathroom area consisting of a sink, a shower and a Water closet is located near the window, thus benefiting from natural incoming light. The sleeping area is predominantly dark as it is located further away from the façade, while the lounge area opposite the sleeping area is a brightly lit space located beyond the corridor. The living area is also an ideal working place. Electric switches instead of keys are used to open and access the different areas of the guest rooms. While also offering peace and quiet to the hotel guests, the purpose of building the hotel in a frantic and busy neighbourhood is epitomized by a planning solution resting upon this dichotomy. The internal patio is a particularly successful solution,

combining a "vertical garden" characterized by an 18m tall iron metal frame that holds 117 aspidistra vases. Aspidistra is a plant with long leaves from the Balearic Islands, where Camper head office is based. This idea has turned a small plain atrium into an original and striking space that all the rooms look onto. All 15 suites located at the top of the corridors are characterized by a similar layout. However, the sleeping area and the lounge are directly linked together and the bathrooms are sometimes fitted with a bathtub, in addition to the shower. Great attention to detail is given to the user friendly instructions provided for the proper use of the hotel facilities (like taps and lift buttons) and for a healthier and more aware lifestyle. At the bottom of the corridor the guests are invited to use the stairs rather than the lift, while in the water closet a kind of eye test chart hanging opposite the guests at eye level is the striking feature of the bathrooms.