

MAMA SHELTER ISTANBUL

SERVIRE UNA TRIBÙ

UNA FUSIONE TRA ORIENTE ED OCCIDENTE, COME FOSSE UNA STORIA D'AMORE TRAMANDATA DA POEMI EPICI. IL MAMA SHELTER ISTANBUL È UNA STRUTTURA RICETTIVA NATA PER CONFORTARE LA CONVIVENZA DI PROFILI ANTITETICI, PER RISOLVERE OGNI DIVERSITÀ CULTURALE. DA PHILIPPE STARCK UN DESIGN ALBERGHIERO "DEMOCRATIC ORIENTED".

Beatrice Vegetti
Foto di Francis Amiand





La distesa di solventi nell'area dedicata alla ristorazione diviene metafora di convivialità democratica tra gli individui secondo il progetto improntato ad una filosofia sociale di Philippe Starck e dei fondatori di Mama Shelter.



Philippe Starck



Scoprire un oggetto o un luogo concepito da Philippe Starck, significa entrare in un mondo d'intensa immaginazione, di fantasmagoriche e fertili sorprese. Per oltre 30 anni questo creatore, designer e architetto insolito e polimorfo, oltre le

convenzioni, è sempre stato presente nel nostro quotidiano, creando oggetti "buoni" prima ancora di essere belli e destinazioni iconiche che conducono i membri della sua "tribù culturale" altrove, fuori da essi stessi, e, soprattutto, li guidano alla quintessenza del meglio. Da suo padre, inventore e ingegnere aeronautico, egli eredita rapidamente il desiderio di creare e di sognare. Molti anni e molti prototipi più tardi, Philippe Starck riceve l'incarico di lavorare per il Presidente francese François Mitterrand. Nel medesimo periodo inizia a creare mobili per i più grandi e rinomati imprenditori italiani ed internazionali. Quando Philippe Starck concepisce un hôtel o un ristorante, lavora piuttosto come un incastonatore in scena, creando scenari per condurre e sollevare la gente in un universo mentale, immaginario e creativo. Tutti i suoi hôtel sono diventati icone senza tempo ed hanno addotto una nuova dimensione al paesaggio internazionale. Sono ormai pochi i settori non esplorati dal creatore: dai mobili per privati alle case in vendita per corrispondenza, dalle motociclette ai super yacht. Le convinzioni ecologiche di Starck erano un'evidenza ancor prima che queste divenissero accessibili a tutta l'umanità per il rispetto del futuro del pianeta. Molto presto, crea il catalogo Good Goods, il catalogo dei non prodotti per i non consumatori del futuro mercato morale, la sua società di prodotti alimentari organici, e più recentemente sviluppa il concetto rivoluzionario di "ecologia democratica", creando turbine eoliche personali a prezzi accessibili, che annunciano anche barche solari, veicoli ad idrogeno...

All'ombra della Moschea Blu di Costantinopoli, dello straordinario massiccio turrito originariamente dedicato a Santa Sofia, con la sua cupola, i suoi decori bizantini, i lampadari appesi e i costoloni di sostegno strutturale. Qui, dove da sempre una legenda immaginaria vuole che Oriente ed Occidente si incontrino e si fondano senza soluzione di continuità, con una combinazione di dettami inediti, con una mescolanza di lingue, di abitudini, di ritmi, a cavallo tra la volontà di essere parte di un'Europa unita e la puntualizzazione di una natura irripetibile, proprio qui sorge il più recente episodio di una sodalizio professionale che si radica straordinariamente nell'eccezionalità sociale, culturale e compositiva di una Istanbul disponibile a ricevere e reinterpretare i segnali antitetici emanati dai poli citati. L'indirizzo ricettivo del Mama Shelter, aperto al pubblico il 15 marzo 2013, non è altro che un nuovo tassello di un palinsesto urbano estremamente denso, spesso, profondo, nella sua volontaria ripresa di elementi tratti da mondi diametralmente opposti e nel geniale obiettivo di un radicato team creativo che mette a disposizione un rifugio spiritoso e fortemente contestuale. L'hotel esplicita il terzo episodio di un'avventura imprenditoriale avviata nel 2008 nella Ville Lumière e che vede coinvolti i medesimi protagonisti della sua fondazione, con un'equipe composta dai fratelli Trigano, da Cyril Aouizerate e da Philippe Starck, uniti nel rievocare nella metropoli una ricetta già doppiamente sperimentata in territorio francese, suggerendo pertanto il definitivo status di "catena alberghiera" in fase di espansione. Nella celebre città storicamente insediata sullo stretto del Bosforo il Mama Shelter prosegue dunque la vicenda iniziata a Parigi e successivamente propagata a Marsiglia nel 2012: non cambiano né i registi né gli attori, non cambiano gli addendi che ne costituiscono l'insieme, non cambiano i destinatari dell'operazione e neppure i dettagli prevalenti: gli ingredienti della formula si ripetono. E tuttavia la ripetizione, per quanto segua con costanza un filo conduttore comune, non è letterale e si arricchisce piuttosto delle suggestioni, delle influenze, dei caratteri tangibili ed immaginari della capitale turca. Legame tra interno ed esterno, tra caratteri esasperati e elementi privi di eccessi, tra tradizione e tecnologia avanguardistica tessono le maglie di un luogo unico il cui nome sembra indicare "un rifugio ideato per servire una tribù".



scontata, ma anche e soprattutto per la politica economica sancita dagli investitori. Qui si combatte, dichiaratamente, la “barbarie” di luoghi inaccessibili, l’eccessivo valore propagandato da mete turistiche che fanno spesso solo delle proprie tariffe l’esclusività. Il Mama Shelter è un luogo privilegiato non perché i viaggiatori non possano accedere al suo listino, ma per la sua intrinseca ricchezza di segni, di dotazioni, di leggerezza allegra che proietta i viaggiatori in un’atmosfera quasi fiabesca, in una socialità equilibrata e democratica. L’esclusività del Mama Shelter non si misura mediante numeri, dati quantitativi o cifre; non si misura certo perché lì, in fondo, “c’eravamo solo noi”. Si misura con la qualità dei servizi, con il suo design che mescola dettagli onirici, cinematografici, o ancora estremamente concreti. Si misura, infine, con la sua dimensione umana, comprensiva e affettiva.

L’essenza di una storia d’amore

“L’idea del Mama Shelter Istanbul è l’essenza di una storia d’amore. E’ una storia che racconta la straordinaria vicenda di uomini che decidono di vivere insieme con le loro differenti culture, le loro religioni e abitudini. Istanbul diviene dunque testimone di mezzo tra l’Europa e l’Asia, suggellando un mondo pluralista in condizione pacifica”. E’ questa l’idea di servire una tribù, è questa l’idea di una democrazia che spinge ad una convivenza quieta, ad una coesistenza di profili ed individui provenienti da vissuti antitetici. L’umanità è molteplice e la sua eterogeneità sembra suggerire il collocamento, all’interno delle camere dell’hotel, di maschere quasi grottesche, incollate sulle abat jour dei comodini di fianco ai letti king size. Sono maschere di Shreck, di Batman, sono maschere di Minnie e dei più famosi episodi

Tavolini e divani configurano un ambiente informale e leggero, dove poter conversare con gli amici o sfogliare un quotidiano consumando un pasto leggero.



Un progetto, una democrazia

Case prefabbricate low cost, oggetti quotidiani e complementi di arredo ideati sulla spinta di una popolarità diffusa e non di un target elitario: con questi obiettivi, con questi ideali per il futuro della sua carriera, Philippe Starck non poteva che divenire paladino di un progetto di ospitalità che pretende, come riportato, “di servire una tribù”. E di servirla senza dimenticare alcun tipo di comfort, senza omettere alcuna tecnologia di ultima generazione, senza tralasciare un design dal sigillo irriverente ed ironico a cui è possibile attribuire differenti interpretazioni. Il dictat del Mama Shelter, sin dalla creazione del primo episodio parigino, è quello di fondare una struttura ricettiva aperta a tutti, non solo mediante la definizione di camere “familiari” per nuclei con figli o gruppi di amici, non soltanto perché la dimensione tecnofila richiama utenti individuabili in uomini d’affari o giovani dalla vocazione smart o perché la caratterizzazione formale attrae appassionati architetti o individui fortemente sensibili ad un’estetica tutt’altro che





Maschere di personaggi cinematografici e stuoie dalle texture assolutamente contemporanee contrastano con il "quasi tutto bianco" delle camere del Mama Shelter Istanbul.

cinematografici internazionali; e paradossalmente perdono, nella loro configurazione esplicita, la loro finzione e la fondamentale apparenza: non servono per simulare ma piuttosto per rappresentare caratteri ed inclinazioni dei diversi ospiti che soggiornano nella struttura. Non sono altro, infine, che l'unico elemento realmente eccentrico e singolare scelto da Philippe Starck nella sua definizione progettuale: come portatrici di un nobile e potente messaggio politico e sociale, le maschere costituiscono il dettaglio prevalente su ogni altra cosa e richiamano l'attenzione di utenti di tutte le età. L'hotel diventa così una sorta di "bazar urbano", un grande mercato globale considerato come ricettacolo di rappresentanti di civiltà discordi o simili, insolite o comuni.

Salvagenti

Ciambelle gonfiabili appese ad un filo, una di fila all'altra, come fossero un'opera d'arte o un'installazione calibrata nello spazio dedicato alla ristorazione adiacente l'ingresso del Mama Shelter Istanbul: qui il "salvagente" acquista, secondo gli stessi ideatori del progetto di hotellerie, un significato assolutamente letterale. Salvare la gente, tenerla a galla da una distesa infinita di pericoli ed ostacoli è la metafora celata di questi oggetti che richiamano il gioco: si tratta, concettualmente, di una ripresa dell'idea di incoraggiare la convivialità democratica tra gli individui. Le persone devono dunque sentirsi supportate nell'aderire a questa filosofia sociale, così come un bambino si sente supportato indossando il salvagente in acque di mare.





La freschezza e l'allegria del clima mediterraneo sono riprodotte negli ambienti comuni dove l'essenze florelai divengono vere e proprie installazioni.

Le camere del Mama Shelter

Il popolare progettista francese parla dell'interior design del Mama Shelter come di un fatto "logico, razionale, efficiente": non c'è spazio per superfetazioni inutili in questo episodio di ospitalità, non c'è alcuna necessità di decoro ad eccezione di quelle componenti iconiche destinate ad evocare la filosofia ricercata dai fondatori. Quasi tutto è bianco, leggero, utile e teso alla esplicitazione di una condizione di massimo comfort: le 81 camere sono equipaggiate con le più moderne tecnologie informatiche, che possono declinare le esigenze di qualsiasi viaggiatore. Uno schermo LED 40" con integrata la possibilità di video on demand in molteplici lingue garantisce alle differenti tipologie di individuo un intrattenimento su misura e così anche la rete wi-fi gratuita e l'accesso Skype. Il progetto spinge alla massima libertà, ad una fruibilità totale e disinvolta: il soggiorno deve avvenire con un pieno senso di godimento, di meditazione o divertimento. La caratteristica finitura turca delle pareti in mattone intonacate di bianco che lasciano intravedere la tessitura originaria diviene il momento di richiamo allo stile residenziale cittadino e conforta con la sua assoluta semplicità domestica. In contrasto con la tonalità lattea della stanza, le tracce di poesie impresse sui tappeti di colore scuro o sulle cornici degli specchi possono essere interpretate come moniti, oppure produrre curiosità nell'utente che coglie le citazioni come un divertissement culturale da risolvere.

