



**A CASA PRIMA  
DI PARTIRE**

## LOUNGE CASA ALITALIA, AEROPORTO LEONARDO DA VINCI DI ROMA FIUMICINO

LA NUOVA LOUNGE CASA ALITALIA ALL'AREOPORTO DI ROMA FIUMICINO È STATA DISEGNATA PER TRASMETTERE IL LIFE STYLE ITALIANO E ACCOGLIERE I VIAGGIATORI IN UNO SPAZIO DI DESIGN E COMFORT ECCELLENTI.

Quella fatta all'aeroporto Leonardo da Vinci di Roma Fiumicino è una rivisitazione dell'interior design che segna la terza tappa compiuta dal nuovo format che l'architetto e designer Marco Piva ha disegnato per Alitalia. Un restyling che a Fiumicino abbiamo già visto nella ristrutturazione datata 2016 del vecchio Molo G, attualmente inglobato nel Molo E, e che ha lasciato la sua impronta anche a Milano Malpensa. Un concept talmente vincente da essere destinato a sbarcare entro dicembre oltreoceano, portando il gusto italiano fuori dall'area Schengen per insediarsi all'aeroporto JFK a New York.

Il concept progettuale firmato Marco Piva e Armando Bruno prende in considerazione due temi cari all'architettura italiana: la casa e la piazza. Il richiamo al comfort domestico, già denunciato dal playoff "Casa Alitalia", è attuato nelle soluzioni spaziali e visive, ma soprattutto dagli elementi d'arredo.

La lounge è stata invece concepita come una piazza, un'idea che è un chiaro tributo a Gio Ponti, l'archistar che nella ristrutturazione dell'hotel Parco dei Principi a Sorrento ha spostato l'attenzione all'interno del suo albergo, declinando la sala da pranzo, tradizionalmen-

te punto focale di un hotel, con il concetto di piazza. Anche qui, a Fiumicino, la lounge diventa piazza, intesa come spazio centrale in cui si concentrano tutte le funzioni dedicate a rendere l'attesa dei viaggiatori un'esperienza piacevolissima.

Distribuita su 1000 mq, la lounge, realizzata dall'azienda Grottini, si caratterizza per un attento studio funzionale degli ambienti che ha permesso di concepire un'ampia varietà di spazi, dall'open space alle aree riservate, atti a coprire le diverse esigenze di un'utenza di turisti e businessmen. Ogni funzione è individuabile dalla condivisione degli stessi materiali e cromatismi e ognuna di queste aree dispone di un bagno privato con doccia, requisito di massima importanza per Alitalia poiché richiestissimo dai suoi viaggiatori.

Uno spazio polifunzionale, quindi, che si snoda a partire da una reception potenziata rispetto a quelle tradizionali, la quale dà risalto al tema dell'accoglienza, visto come centrale per la compagnia aerea nazionale, con tre operatori per ogni turno di lavoro pronti ad accogliere la clientela. Connessa a quest'ultima, l'area di back office garantisce la gestione della lounge. Direttamente collegato abbiamo un'area d'eccellenza per i viaggiatori VIP che hanno l'esigenza di di-





sporre di un'area privata in cui sostare in attesa del proprio volo, uno spazio utilizzato per fare dei meeting privati, quindi particolarmente adatto a tutte le donne e gli uomini che viaggiano per affari. Anche qui il modello della casa italiana è protagonista indiscusso: l'area living con divani e poltrone lascia lo spazio anche a un ambiente informale con tavolo e sedie in cui consumare i pasti o partecipare a meeting d'affari.

Lo svago viene garantito nella teen area, un'area monitorata 24h su 24 e dotata di giochi per bambini e ben cinque schermi collegati ad altrettante PlayStation 4. Lo spazio principale, la già citata piazza di quasi 500 mq, si compone di un grande pantry in cui si estende tutta l'area ristorazione, dotata di un bar, di una show kitchen dove si prepara pizza e pasta, e addirittura di una wine area, pensata per la degustazione delle qualità uniche dei grandi vini italiani.

Vi è poi un'area relax, il cui spazio è definito dall'estensione di un'elegante libreria custom bifacciale, espositore delle porcellane della manifattura italiana firmata Bitossi e Gironi. La libreria, elemento di design costante nel concept di Alitalia, è dedicata anche a ospitare un'attenta selezione di libri sulla storia, l'arte, la moda della città in cui via via il format viene realizzato.

Il tutto è frutto di un attento studio su un'affluenza di viaggiatori stimata a 1500 persone che quotidianamente, e per un tempo medio di 3 ore, permangono nella lounge.

I materiali sono tutti certificati e per la loro scelta la priorità è stata data agli aspetti performanti legati alla resistenza all'usura e alle loro elevate prestazioni, in considerazione anche delle normative eccezionalmente ferree adottate a Fiumicino. Tra questi citiamo l'uso profuso di FENIX di Arpa Industriale, materiale nanotecnologico che ha rivoluzionato il mondo dell'interior design, grazie alle sue caratteristiche anti-impronta, di morbidezza al tatto ed estrema resistenza. Un materiale estremamente performante quindi, che Marco Piva ha impiegato nell'aeroporto Leonardo da Vinci per la realizzazione delle boiserie, dei top di lavoro dell'area kitchen e del bar e dei tavoli dell'area dining. Per il pavimento è stato selezionato un materiale ceramico garante di prestazioni elevatissime, con alcune parti a ef-

## LOUNGE CASA ALITALIA

Property Developer:	<b> Lorena Patrizia Zunoletti</b>
Main Contractor:	<b> Grottini Retail Environment</b>
Architecture:	<b> Studio di Architettura e Design Marco Colonnelli</b>
Direzione Lavori:	<b> Studio di Architettura e Design Marco Colonnelli</b>
Interior design:	<b> Studio Marco Piva, Marco Piva e Armando Bruno</b>
Lighting design:	<b> Studio Marco Piva</b>
Furnishings:	<b> Poltrona Frau, La Palma, Bitossi Ceramiche, <u>RICHARD GINORI</u> Electrolux</b>
Kitchens:	<b> Martinelli Luce, Flos, Ilmas</b>
Lighting:	<b> Ceramica Cielo, Geberit, Vola</b>
Bathrooms:	<b> Alulife, Fenix (Arpa Industriale), Brand Glass, Glamora, Marazzi, Vescom</b>
Walls, finishings & Floors:	<b> Kvadrat</b>
Fabrics:	
Photo credits:	<b> Andrea Martiradonna</b>

fetto legno, per dare una risposta estetica, oltre che performante. Segni iconici della progettazione si identificano anche nel grande portale di ingresso in Travertino Titanio, nelle geometrie decise dei rivestimenti, nel contrasto tra più materiali come l'alluminio di Alulife, il vetro di Brand Glass, le essenze di Tabu. Le 258 poltrone disposte nella lounge sono frutto di una rivisitazione, effettuata dall'architetto Piva, di un modello di seduta già presente nel catalogo contract di poltrona Frau. L'intenzione dell'architetto è stata quella di stemperare l'aspetto tradizionale della poltrona da aeroporto: con uno studio attento della proporzionalità ergonomica e della densità delle imbottiture, che permette sia di lavorare sia di stendersi, ha realizzato una seduta dal design unico. Anche l'apparato decorativo ha la sua importanza, come precisa l'ad dello studio Marco Piva, Armando Bruno: "Abbiamo voluto riprendere alcuni elementi della brand identity di Alitalia, come ad esempio i richiami cromatici e il logo del 'timone', reinterpretandoli come elementi decorativi".





