

DECO

magazine

ARCHITECTURE & DESIGN

DÉCORATION À MAASSER BEITEDDINE, À BIKFAYA, À BAABDAT, LE CHARME
DES MAISONS DE FAMILLE **ARCHITECTURE** DE L'INSOLITE À PARIS, CHEZ
JOSEPH KARAM, DU BEAU À LOS ANGELES, DU VIDE EN URUGUAY ET DU
COLORÉ À RIO DE JANEIRO **ARCHI-NEWS** LE MEILLEUR DE LA BIENNALE
DE VENISE **AMÉNAGEMENT** LE PLEIN D'IDÉES LUMINEUSES **AMBIANCE**
E POP ET L'ART **BALADE** À L'EST DE LONDRES

À Florence





LA DOLCE VITA SELON FERRAGAMO

À FLORENCE, SA VILLE, LA DYNASTIE FERRAGAMO A OUVERT EN MAI DERNIER LES PORTES DU "PORTRAIT FIRENZE"; UN BOUTIQUE-HÔTEL DESSINÉ PAR MICHEL BONAN, QUI REPREND LES GRANDES LIGNES DU LUXE "MADE IN ITALY".



M. Valeriano Antonioli

Directeur général de la branche hôtelière "Lungarno Collection" du groupe Ferragamo, M. Valeriano Antonioli livre à Déco Magazine ses impressions sur celui-ci ainsi que sur le "Portrait Firenze".

M. Antonioli, vous avez une longue expérience dans l'hôtellerie de luxe, comment "Lungarno Collection" se différencie-t-il de ce que vous avez pu connaître?

La majorité des hôtels dans lesquels j'ai travaillé était de grandes chaînes comme Starwood ou des établissements de 200 à 300 chambres. "Lungarno Collection" se positionne sur le secteur des boutiques-hôtels, de petite taille et intimistes où l'expérience est très personnalisée. Elle s'inscrit dans une tradition héritée de la famille Ferragamo et pas seulement dans une stratégie d'entreprise comme c'était le cas lors de mes précédentes fonctions.

Plus précisément, comment se traduit le style Ferragamo dans la philosophie générale de "Lungarno Collection"?

"Lungarno Collection" fait sienne la même volonté de continuité et d'innovation qui caractérise les valeurs Ferragamo. Plus que d'utiliser la force de la marque, c'est à des qualités intemporelles que nous nous attachons, comme l'hospitalité, qui fait partie de l'ADN de la famille Ferragamo. La mode est volatile et change selon les saisons, à la différence d'un hôtel qui doit être dans la durée.

"Portrait Firenze" promeut comme vous avez pu le déclarer par ailleurs, un "Portrait Experience", pouvez-vous nous en dire davantage?

Le luxe a longtemps reposé (et continue parfois) sur des standards précis et formatés. Ce n'est pas le cas à "Portrait Firenze": nous devons comprendre les préférences de nos clients et faire preuve d'esprit d'adaptation. Nous associons à des règles de base celles qu'ils nous édictent. Les services que nous proposons, débutent dans ce sens dès la réservation, bien avant l'arrivée à l'hôtel.

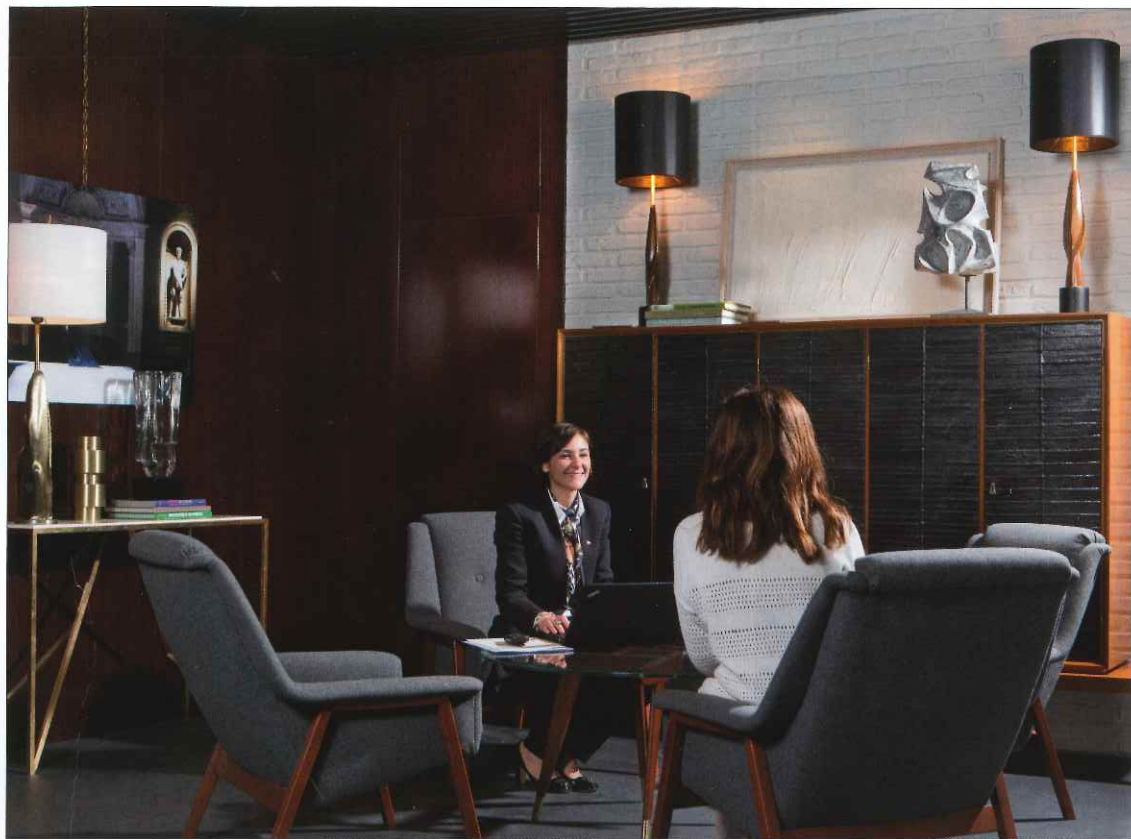
Plusieurs hôtels du Groupe existent déjà à Florence, pourquoi un autre?

Il est vrai que nous avons déjà l'Hotel Lungarno par exemple, avec sa collection d'œuvres d'art du XX^{ème} siècle. "Portrait Firenze" s'adresse à un public jeune et aisé qui souhaite vivre une expérience aboutie du luxe dans un endroit magique. Nous cibons également les marchés asiatiques et orientaux, aux côtés des marchés américains et européens classiques.

Quelles nouvelles ambitions pour "Lungarno Collection"?

Si nous trouvons la bonne opportunité, nous aimerions étendre notre culture hôtelière dans une autre ville propice aux consommateurs effrénés et aux voyageurs avisés.

Propos recueillis par Jim



De Ferragamo, on connaît l'histoire de Salvatore, le père fondateur, chausseur florentin dès 1928, puis bottier des stars du cinéma dans les années 50. Si la capitale toscane célèbre toujours ses princes Médicis, les Ferragamo en sont un autre emblème. Un musée abrite leurs plus belles collections au Palais Spini Feroni. La petite boutique d'origine est devenue un empire, dont les créations se déclinent encore dans la chaussure, dans les accessoires et plus récemment dans les voiliers et l'hôtellerie avec une chaîne baptisée "Lungarno Collection"; Lungarno comme le nom de ces quais - les lungarni - bordant l'Arno à Florence. "Portrait Firenze", le dernier-né, dévoile une certaine idée du haut de gamme, italien et intime.

Une expérience du luxe

Il y a avant tout cette situation géographique idéale: "Portrait Firenze" ouvre ses suites sur le Ponte Vecchio, pont légendaire ►



» de Florence, construit à l'époque romaine. Son histoire iconique suit le destin d'un quartier redessiné à la Renaissance. Jusque-là habité des bouchers, des tanneurs et autres artisans haut en arômes, il se peuple subitement de bijoutiers et de joailliers, sous l'impulsion princière des Médicis. Cinq cents ans ont passé, le Ponte Vecchio et ses lungarni incarnent aujourd'hui le luxe italien.

"Portrait Firenze" a été conçu par l'architecte-designer et grande étoile de la scène internationale, Michele Bonan. Il est aujourd'hui le principal créateur du paysage de l'hôtellerie haut de gamme à Florence. On retrouve pour cette réalisation l'esprit habituel de son travail: sensualité et élégance établies autour de la personnalité d'un lieu qu'il juge lui-même aristocratique.

L'atmosphère qui se dégage de l'ensemble s'inspire en effet du meilleur de l'Italie des années 50. "Portrait Firenze" raconte l'entrée fracassante du pays sur la scène mondiale de la mode, dans la foulée du premier défilé de Giorgini au Palazzo Pitti en

1951. Chaque étage est consacré à un protagoniste de cette époque, en dessins et en photographies: Audrey Hepburn, le couple Elisabeth Taylor et Richard Burton... Florence est au cœur de la ligne architecturale de l'établissement, dont la devise "To each their own personal dolce vita" nourrit les moindres détails.

Équilibre et harmonie

À l'heure parfois de la mondialisation, de la standardisation, "Portrait Firenze" offre une expérience personnelle et intemporelle du luxe, toute en équilibre et en harmonie, dans la veine du "Portrait Roma" érigé en 1995. Le succès de Salvatore Ferragamo reposait notamment sur une parfaite connaissance du pied de ses clients, auquel il adaptait la forme de la chaussure. Le concepteur du "Portrait Firenze" a repris cette exigence.

Les 34 suites s'échelonnent de 40 à 130 m², à l'exception d'un penthouse de 275 m². La plupart bénéficie d'un balcon



dominant les toits de la ville. La décoration intérieure rend hommage à l'artisanat florentin, avec un mobilier vintage signé Tosconova. Les salles de bains, avec leurs serviettes Ferragamo, sont en marbre de Carrare. Michele Bonan a joué sur la simplicité des lignes, sur les couleurs et les matériaux. Le gris sombre de l'acier côtoie le marron foncé du bois teint. Les tissus nobles, comme le satin, se déroulent le long de détails dorés. Dans chaque pièce, la lumière naturelle traverse d'imposantes vitres qui ouvrent sur l'extérieur florentin.

Les grandes chaînes au confort impersonnel ne font plus florès. De façon générale, on observe une inclinaison de plus en plus forte de l'hôtellerie de luxe vers une offre haut de gamme personnalisée. "Portrait Firenze" va plus loin encore au cœur de son identité, en proposant le confort de l'intime, d'un chez soi dans l'écrin chic du "Made in Italy" et du style Ferragamo.

Jim