W Algarve

CATEGORIA | **Hotel and Residences**
UBICAZIONE | **Albufeira, Portogallo**
SITO WEB | **marriott.com/en-us/hotels/faowh-w-algarve**
CAMERE | **134 camere + 83 residenze**
PROPRIETÀ | **Marriott Group**
PROGETTO | **AB Concept**

tra le ONDE

Nell'Algarve, famosa per le sue spettacolari coste affacciate sull'Oceano Atlantico, il nuovo progetto del marchio W di Marriott Group si ispira alla ricca storia portoghese e alle sue bellezze naturalistiche

Con il nuovo hotel il brand non intende solo fornire una soluzione per l'ospitalità della zona, ma anche diventarne un punto di riferimento promuovendone lo sviluppo

di **Elena Cattaneo**

Sono diversi i segni del cambiamento che il marchio W di Marriott Group ha deciso di portare nel territorio dell'Algarve con il nuovo W Algarve, il primo progetto completo di hotel e residenze in Europa firmato dallo studio internazionale AB Concept. Si tratta, infatti, di una struttura di nuova generazione, non solo destinazione di lusso, ma vero e proprio punto di riferimento sulla costa portoghese pensato per contribuire allo sviluppo della zona. La varietà della proposta - 134 camere e 83 residenze - offre agli ospiti la massima possibilità di scelta per il loro soggiorno; l'apertura annuale promuove stagioni turistiche differenti in cui vivere diverse esperienze di viaggio. E il design? AB Concept ha concepito per questa struttura un progetto intrigante, basato su un delicato equilibrio tra il rispetto della ricca storia portoghese e la valorizzazione dello scenario naturale. Le ipnotiche grotte curve di Benagil, per esempio, hanno ispirato lo sviluppo fluido, di ispirazione organica, degli spazi interni, mentre la palette di colori blu, acquamarina e turchese fa riferimento alle sfumature del cielo e alle acque dell'Oceano Atlantico. Completano l'atmosfera uno spettacolare progetto illuminotecnico e una selezione accurata di opere d'arte che raccontano le tradizioni locali, dalle ceramiche, ai mosaici fino ai costumi moreschi.

A raccontare quali siano stati le richieste della proprietà è Ed Ng, cofondatore di AB Concept: "Dopo la prima visita al sito e allo scenario incantevole, ci siamo resi conto dell'incredibile potenziale della costa dell'Algarve e che l'hotel sarebbe diventato una destinazione in modo naturale. Il nostro cliente era d'accordo sul fatto che l'hotel dovesse esprimere e rappresentare una scenografia unica, sia per gli ospiti stranieri che per quelli locali.

Abbiamo, perciò, condotto ricerche approfondite sulla zona, analizzando le ricche tradizioni, la cultura e la storia dell'Algarve, scegliendo materiali locali e prodotti di artigianato e mantenendo sempre uno sguardo attento sul paesaggio circostante. Sono questi gli elementi con cui abbiamo costruito il nostro progetto di design: come da richiesta della proprietà, agli ospiti di tutto il mondo è offerta la possibilità di sperimentare un assaggio della cultura locale insieme allo spirito vibrante del marchio W hotel. Il risultato è un'esperienza coinvolgente e attraente insieme".

Dall'accoglienza alla privacy

L'ingresso del W Algarve è caratterizzato da una parete fluida ornata da specchi a sfioro e da una ricca collezione di piatti fatti a mano da Vista Alegre, storica azienda di porcellana artigianale portoghese. Nella W Lounge il primo sguardo è attratto dall'ipnotica installazione centrale a forma di onda, realizzata con pannelli di vetro e ispirata sia al tipico disegno dei gioielli moreschi che ai riflessi dell'acqua. Lo spazio è inondato di luce naturale perché un lato della lounge si apre sulla terrazza, creando un gradevole dialogo tra interno ed esterno. Qui il bar, decorato con piastrelle di ispirazione moresca, accoglie gli ospiti con un bancone in onice lungo 20 metri sopra il quale campeggia una scenografica strut-

tura formata da pendenti in vetro soffiato a mano. All'esterno, gli ospiti possono intrattenersi con i raffinati giochi d'acqua e ammirare l'ampio parco dell'hotel, circondato da una foresta lussureggiante.

Le 134 camere, disegnate da un massimalismo pulito, sono attrezzate con arredi su misura che convivono con oggetti della tradizione locale. Particolarmente interessanti le testiere dei letti retroilluminate, un omaggio alle chiese della zona. Tutte le camere dispongono di balcone con vista mozzafiato sui giardini e sulla costa atlantica, le dieci suite WOW godono di una vista infinita sulla costa e la suite Extreme WOW si ispira alle Moura Encantadas, creature fatate del folklore portoghese.

I progettisti hanno scelto materiali locali, prodotti di artigianato e si sono fatti ispirare dalle suggestioni del paesaggio circostante

Il tutto è stato ideato pensando agli ospiti, come spiega Ed Ng: "Immedesimarsi nell'ospite è forse uno degli aspetti più importanti del processo di progettazione di una struttura alberghiera - racconta - e personalmente, mi metto sempre nei panni di un ospite quando mi avvicino alla fase progettuale. Immagino come potrei sentirmi in un determinato spazio e cerco di individuare la prima cosa che cattura la mia attenzione. Tengo anche conto di quali elementi renderebbero l'esperienza dell'ospite il più rilassante possibile. Come parte del processo di progettazione, descriviamo sempre il nostro compito come la traduzione di emozioni intangibili in realtà tangibili. Vogliamo progettare un'esperienza e un ricordo insieme. Ogni nostro progetto comincia da due domande: come vogliamo che le persone si sentano? Cosa si ricorderanno di questa esperienza un'ora, un giorno, una settimana e un anno dopo?".

In sintonia col luogo

Sono numerose le proposte dell'hotel per vivere e condividere gli spazi comuni. Si va dalle piscine a cascata con i bordi curvi, rimando al paesaggio costiero circostante, ai ristoranti, Market Kitchen e Paper Moon, gemello del rinomato ristorante milanese, fino alla spaziosa AwaySpa che include un Beauty Bar. La Spa, con i suoi 13.000 metri quadrati, presenta un design ispirato ai moli utilizzati dai pescatori locali ed è dotata di sei

Il soggiorno è un'esperienza

Cajetan Araujo, General Manager della struttura, ci ha spiegato il concept di W Algarve, complesso ricettivo formato da hotel e residence, e le strategie utilizzate per differenziarsi nella vasta offerta della zona. "Una struttura ricettiva è sempre considerata, sia dalla comunità turistica che dagli ospiti locali, un luogo dove andare, stare, essere visti, godere e sperimentare. Il nostro approccio ci differenzia dagli altri perché vogliamo che i nostri spazi riflettano tutto ciò che di positivo li circonda, ma nello stesso tempo mettiamo in mostra noi stessi, quindi creiamo un'esperienza, anzi creiamo continue esperienze. Quando un ospite arriva nei nostri ristoranti, vuole vivere l'esperienza del luogo, vuole vivere la destinazione. Per mostrare e valorizzare la destinazione, gli offriamo i migliori prodotti locali, collaborando con i fornitori della zona. E alcuni di questi prodotti, decidiamo proprio di metterli in mostra, così da aumentare il livello percettivo dell'esperienza: le migliori aragoste, per esempio, i gamberi e le ostriche, ma anche l'uva, le arance, i limoni. Siamo molto orgogliosi delle nostre tradizioni e ci piace mantenerle vive in modo da permettere ai nostri ospiti stranieri di sperimentarle e ai residenti di viverle e riscoprirle dal nostro, unico, punto di vista".

sale per i trattamenti, che includono una sala per coppie, un parrucchiere e cabine Express per i ritocchi veloci prima della cena. Qui gli ambienti sono caratterizzati da un rivestimento in piastrelle scure decorate, pensate per creare intimità.

"Sebbene l'hotel sia stato progettato per attrarre visitatori da ogni angolo del mondo - spiega Ed Ng, Co Fondatore di AB Concept - per noi è sempre stato importante creare un design che fosse in sintonia con la comunità locale. Ispirandoci alla ricca cultura dell'Algarve, abbiamo voluto creare un hotel che fosse accolto dagli abitanti del luogo come una vera e propria rappresentazione della loro terra. La nostra intenzione era quella di creare uno spazio di cui la comunità potesse essere orgogliosa e di cui potesse anche godere, dato che tutti i ristoranti dell'hotel sono aperti in qualsiasi momento. Per il ristorante Market Kitchen abbiamo pensato a un'atmosfera di quartiere, quella tipica dei mercati locali, utilizzando le piastrelle Azulejos e le finestre tradizionali. In cima all'hotel, infine, con vista panoramica a perdita d'occhio, il Paper Moon sfoggia interni ed esterni realizzati con legno bianco e pavimenti monocromatici. Elegante ed energico, questo è un altro spazio che vive tra interno ed esterno, senza soluzione di continuità".

Nel Market Kitchen, una delle proposte per la ristorazione, si mangia immersi in un'atmosfera informale, come quella che si ritrova nei mercati locali