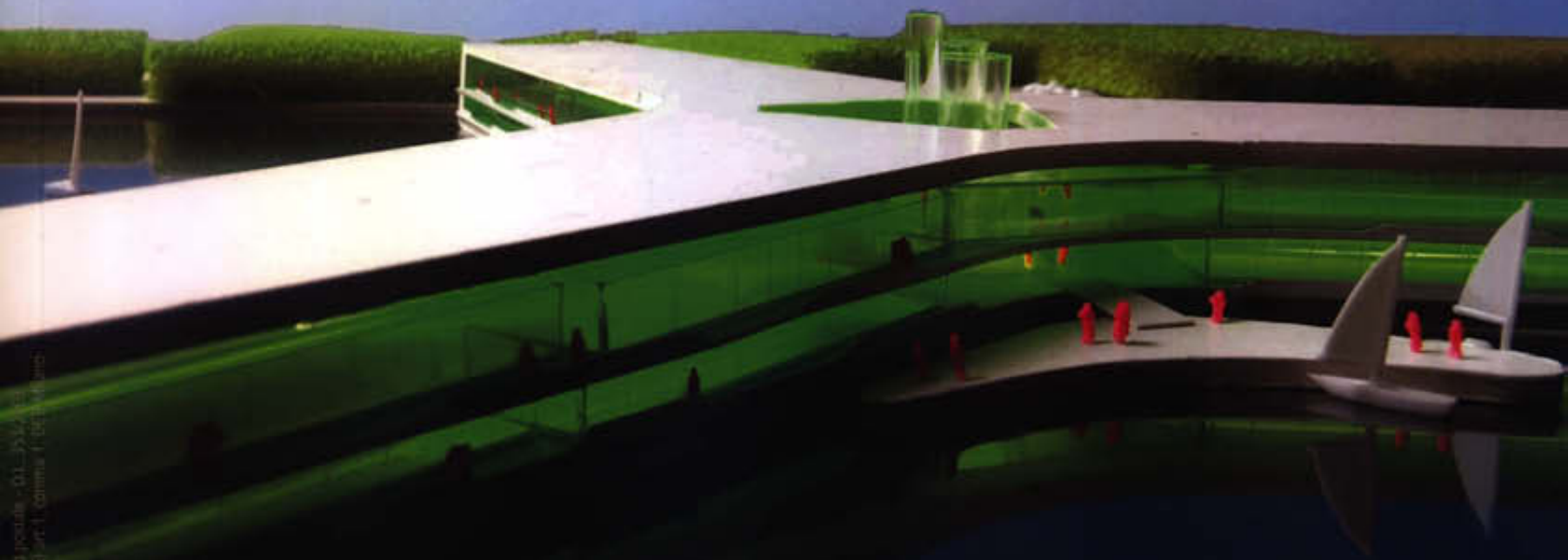


# DHD

HOSPITALITY

HOTEL  
DESIGN  
DIFFUSION



Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003  
art.1, comma 1, lettera c) del 2003 - A.D. 01/01/2004 n. 463 art.1, comma 1, lettera c)

ISSN 1824-3746 - A 14,55 - GR 13,50 - P 11,80 - E 12,95 -  
GB 8p. 9,90 - NL 16,00 - Italy only 7,00 - B 13 - P.Cont. 11,80

# 18

Microtels  
Sleeperz

Sexten  
Alpine Geomorphology

Riflessi  
Bella Italia

Architettura vegetale  
Ann Demeulemeester shop  
Products/building elements



9 771824 374004

# RIFLESSI

REFLECTIONS



Il ristorante italiano Bella Italia Wine, a Stoccarda, si caratterizza per gli oltre novanta specchi di differente foggia e dimensione – scovati uno a uno nei negozi di rigattiere e nei mercatini delle pulci – che sovrastano la sala principale.

The Italian restaurant Bella Italia Wine, in Stuttgart, has more than ninety mirrors of differing shapes and sizes applied to the ceiling of the main dining room. They were all bought at jumble sales and flea markets.

## BELLA ITALIA

progetto: Ippolito Fleitz group

txt: Marilisa Verti

ph: Zooney Braun

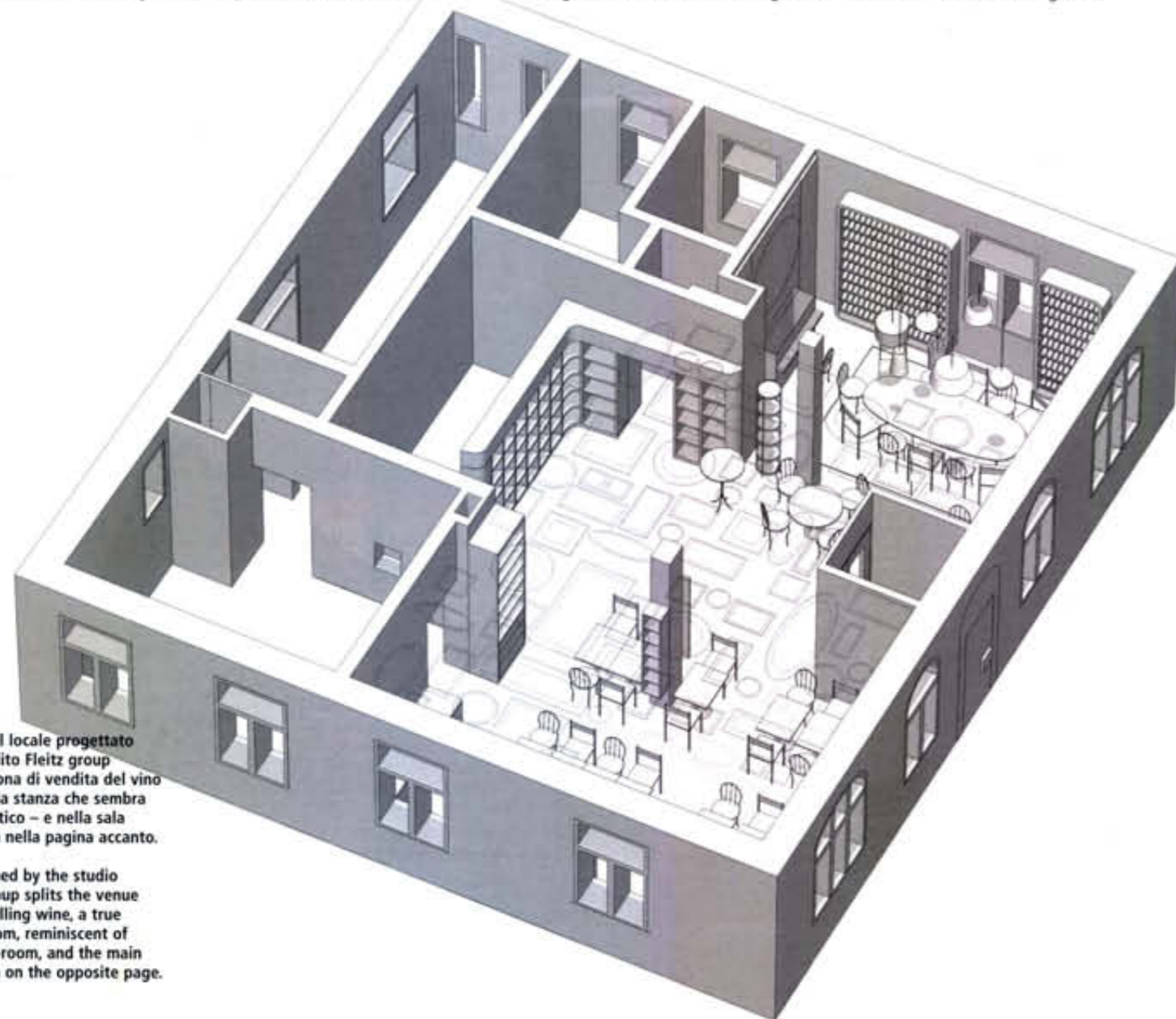
**Un nuovo ristorante italiano, a Stoccarda: un ambiente denso di narrazione e di stupore**

**A new Italian restaurant in Stuttgart: an ambience steeped in memories and astonishment**

Si chiama Bella Italia Weine, il locale di Stoccarda che offre un ampio menù italiano e una ricca scelta di vini per gli appassionati del gusto. I proprietari sono Lorenzo Patané, il bel cuoco burbero ma dal cuore tenero Robert Saalfeld di "Tempesta d'amore", e sua mamma, che gestiva il locale già da diversi anni. Ma non è questa la notizia. La notizia sta nel fatto che il ristorante è rinato a nuova vita, grazie al suo trasferimento in una nuova zona di Stoccarda, ricca di uffici che lavorano nel campo creativo e, soprattutto, grazie all'originale design firmato da Peter Ippolito che, tra i suoi innumerevoli lavori, annovera anche una spiccata originalità nell'operare su locali e ristoranti con un concept che riesce a far risaltare la loro vera personalità. E così, anche in questo caso, quello che era un ambiente familiare, accogliente, ricco di emozioni enogastronomiche è rimasto tale, pur avendo fortemente modificato la sua immagine. Era necessario, d'altronde, dal momento che serviva una maggiore capienza delle sale nonché uno spazio più ampio per le vendite dei migliori vini italiani. "Il nostro scopo era quello di mantenere l'atmosfera familiare e molto personale del primo ristorante, evidenziandone il carattere come wine store nello stesso tempo. Il nuovo spazio ha un look e un feel contemporanei, ma i clienti devono avere l'impressione che esista da molto tempo. È più il soggiorno della proprietaria Maria Patané, piuttosto che un normale ristorante", spiega Peter Ippolito. Questo carattere nuovo ma antico è dato soprattutto da due elementi: gli oltre novanta specchi di differente foggia e dimensione scovati uno a uno nei negozi di rigattiere e nei mercatini delle pul-

ci, che sovrastano la sala e poi la qualità della stanza nella stanza. Non è un gioco di parole, ma una precisa idea di design. Con l'ampio tavolo ovale, un grande specchio rotondo su di una parete, la copertura tessile sui muri, il tappeto e un grappolo di lampade dal soffitto, lo spazio, dedicato alla vendita di vino, sembra la sitting-room di casa. L'idea degli specchi a Peter Ippolito è venuta durante un viaggio di qualche anno fa in Sicilia, per la precisione a Bagheria, quando era rimasto affascinato da un salone con il soffitto completamente ricoperto di specchi antichi. Il ricordo è stata la sua prima intuizione: "Mi sono reso conto che la visuale degli specchi faceva quasi esplodere la stanza sotto l'aspetto visivo. Apre un numero infinito di nuove prospettive e crea un continuum di emozioni, a volte genera sorpresa, altre volte procura una mescolanza in discussione delle proprie percezioni, altre ancora rappresenta qualcosa di erotico. La maggior parte degli specchi arrivano dai mercatini delle pulci e rappresentano un disegno del tutto, come un grande collage di stili differenti e, quindi, delle memorie che creano in essi delle entità molto personali e una atmosfera speciale che avvolge il ruolo e la figura di Maria Patané, lei stessa un grande collettore. Gli specchi sono vari quanto gli ospiti del ristorante. Ciascuno sceglie il suo favorito; gli specchi invitano a parlare di loro, rompono il ghiaccio durante una colazione di lavoro. E, da ultimo, ma non meno importante, sono una chiave rappresentativa, che è un'importante azione di vendita", dice ancora Ippolito. In generale, comunque, gli interni di Bella Italia Weine sono densi di narrazione, destano stupore, consentono a ciascun ospite di identificarsi nel suo spazio, utilizzando il potenziale della memoria collettiva e soggettiva. "Per questo usiamo elementi narrativi, che ricordano al cliente un qualcosa che forse non potrebbe neppure nominare. Cominciamo una fiction visiva che la persona continua a narrare, riempita delle sue memorie e dei suoi desideri. Quando ciò accade, il cliente si trasforma in una parte dello spazio, non è soltanto un osservatore. Per fortuna è molto importante che ci sia sempre e ancora qualcosa di importante da scoprire. Detestiamo lo spazio che dice tutto alla prima occhiata, mentre amiamo le stanze che si aprono in loro, una dentro l'altra, le sale che hanno qualcosa di speciale per chi viene, che li rende felici perché si trova un altro piccolo particolare, forse un dettaglio che comunica l'amore e la cura che abbiamo posto nel realizzare la creazione", spiega. E come si è ottenuta questa atmosfera magica, evocativa, di stupore, di fiction mescolata a una realtà in continua metamorfosi? Semplice, dice ancora Peter Ippolito: "Specchi e lampade comprati ai mercatini delle pulci, mobili e vernici su misura, fatti appositamente. È il nuovo disegno che completa la Bella Italia Weine".

*The name of the new venue in Stuttgart is Bella Italia Weine. It offers a broad Italian menu and an interesting wine-list for the connoisseurs of good cuisine. The proprietors are Lorenzo Patané, the moody chef with a soft heart like Robert Saalfeld of 'Stormy Love' and his mother who has managed the hotel for a number of years. The news is that the restaurant has been given a new lease of life, thanks to its move to another district of Stuttgart, renowned for its design and creative offices for creative activities and especially thanks to the original design by Peter Ippolito. His creations stand out for the original qualities of his club and restaurant designs with a concept that enhances the intrinsic personality of the locations. In this case, what was a family-run, cozy ambience, heavy with taste-bud emotions, has remained unchanged even though the image has mutated dramatically. It was a necessary development as a larger hall was required and a more extensive space was required for the sales of the best Italian wines. "Our objective was to maintain the very personal family atmosphere of the first restaurant, while highlighting the personality as a wine-store. "It could be described as proprietor Maria Patané's living room rather than a typical restaurant" explained Peter Ippolito. This new but vintage personality has been conferred by two elements in particular: more than 90 mirrors of differing shapes and sizes, purchased one-by-one from jumble sales and flea markets, which hang on the walls, and the room within a room arrangement. It is not a play on words but a precise design idea. With the large oval table, a large round mirror on a wall, the textile wall-covering, the rug and a bunch of lamps hanging from the ceiling, the dining-room closely resembles a domestic sitting-room. Peter Ippolito's idea of using mirrors came about during a trip some years ago to the town of Bagheria in Sicily. He was fascinated by a hall that had a ceiling completely covered in antique mirrors. This memory was his initial intuition: "I realized that the effect created by the mirrors almost made the room explode in visual terms. It creates an infinite number of new prospects and creates a continuous series of emotions; it is sometimes surprising, on other occasions it questions our own perceptions, and can even express erotic nuances. Most of the mirrors were found in flea markets and together they present a totally original design like a huge collage of different styles and therefore of the memories that create highly-personal entities and a special atmosphere that surrounds the role and the persona of Maria Patané, a great collector in her own right. The mirrors are as varied as the guests.*



La planimetria del locale progettato dallo studio Ippolito Fleitz group si divide in una zona di vendita del vino - vera stanza nella stanza che sembra un salotto domestico - e nella sala principale ritratta nella pagina accanto.

The layout designed by the studio Ippolito Fleitz group splits the venue into a zone for selling wine, a true room within a room, reminiscent of a domestic living-room, and the main dining hall shown on the opposite page.





134  
DHD

Each visitor chooses his favorite; the mirrors invite conversation, they are great ice-breakers during business lunches. And last but not least, they are a representative key which is important in the sales procedures", according to Ippolito. Generally-speaking, the interiors of Bella Italia Weine are heavy with history, they create astonishment, they allow each guest to identify with the space, exploiting the potential of the collective and subjective memory. "For this reason, we used narrative elements that will remind the customer of something that they may not even be able to mention. Let's start with a visual fiction that the person continues to narrate, filled with his memories and his desires. When this happens, the client becomes a part of the space, and not just an observer. And it is essential that there is still always something interesting just waiting to be discovered. We detest space that shows everything at first glance, while we love rooms that unfold gradually and expresses something special to the people who visit. We love to see something new on each return, a feature that communicates love and the attention paid when it was created". So how did they achieve this magical atmosphere, that was evocative, astonishing, fictional mixed with continually changing reality? According to Peter Ippolito, it was easy: "mirrors and lamps purchased at flea markets, customized furniture and paints. And the new design completes the Bella Italia Weine".

Vedute delle aree di unione tra la sala ristorante e l'area destinata alla vendita di vino immortalata nelle immagini della pagina accanto.

Views of the transition areas between the dining room and the wine sales area, immortalized in the pictures on the opposite page.



135  
DHD

