## Giganti del mare / Giants of the ocean

Progettare una nave da crociera equivale a ideare un sogno.
Quello che si propone è un'esperienza a bordo unica e curata in ogni minimo dettaglio, da vivere in spazi complessi dove il "su misura", nel disegno e nelle forniture, richiede l'eccellenza e il saper fare più raffinati

To design a cruise ship is to imagine a dream, to propose a unique experience. Meticulously crafted in every detail, complex spaces require expertise in made-to-measure furnishings so that refined surroundings can work their magic

Testo / Text Valentina Croci



La nave da crociera è uno spazio liminare che sta al limite del sogno. Qui si progetta l'esperienza dei passeggeri, al di fuori dall'ordinario. Costruire queste navi comporta investimenti enormi, che mediamente oscillano dai 500 milioni a oltre il miliardo di euro, progetti complessi nei quali non c'è spazio per ritardi o errori, né per scelte che prescindano dalla funzionalità e dall'efficienza. Ne abbiamo parlato con alcuni studi internazionali, esperti in questo particolare ambito della nautica. Con Lorenzo Mortola, managing director di GEM, studio di architettura di Genova, specializzato nella progettazione e nella gestione del processo produttivo di navi da crociera per clienti quali Princess Cruises, Silversea, Virgin Voyages, P&O e Cunard. Con Jouin Manku Agency, studio fondato

a Parigi da Patrick Jouin, Sanjit Manku e Jacques Goubin, conosciuto per interior design unici e scenografici come la Grand Plaza della Celebrity Edge per Celebrity Cruises Inc; con Sascha Lang, VP architectural & design, new build & innovation di Royal Caribbean Cruises che, all'inizio del 2024, varerà Icon of the Seas, la nave da crociera più grande al mondo. E, ancora, con Adam Tihany e Alessia Genova (rispettivamente fondatore e managing partner e senior designer di Tihany Design, New York), progettisti di concept innovativi per Holland American Line, le navi ultralusso Seabourn, Costa Crociere e Cunard. Con Fredrik Johansson, socio ed executive project director di Tillberg Design of Sweden, da 50 anni nel settore delle navi da crociera svedesi – a partire

da Kungsholm e, oggi, Viken Group di cui fa parte – ma che collabora anche con Four Seasons Yachts e Ritz Carlton Yacht Collection.

Valentina Croci Che tipo di *brief* progettuale viene proposto dai vostri clienti e quanta libertà di sperimentazione avete solitamente?

Patrick Jouin e Sanjit Manku I clienti si avvicinano a noi perché cercano qualcosa di nuovo, un'innovazione.

Il momento più importante sono i primi incontri quando si è più 'puri', forse un po' ingenui, guidati

da sogni personali. Chiediamo loro di chiarire aspetti tecnici, finanze a disposizione, ergonomia e altro ancora per capire dove vogliamo andare a 'scavare', agiamo come si fa quando si scandaglia la



Pagine 6 e 7 e in questa pagina: alcuni progetti di Tillberg Design of Sweden (TDoS). Pagina 6: interni della nave Mein Schiff 2 per TUI Cruises (2019). Pagina 7: Sun Princess per Princess Cruises (2024). Sopra: sala lounge a poppa. Pagina a fronte: la nave Celebrity Edge per Celebrity Cruises (2018), progetto dello studio parigino Jouin Manku. Grand Plaza (in alto) è il "cuore pulsante della nave circondato da ristoranti sui suoi tre ponti. Nel main dining atrium (in basso), un pendolo sospeso ci ricorda che ci troviamo a bordo di una nave

 Pages 6, 7 and this page: projects by Tillberg Design of Sweden. Page 6: interior of Mein Schiff 2 for TUI Cruises, 2019. Page 7: Sun Princess for Princess Cruises, 2024. This page: different types of lounges. Opposite page: Celebrity Edge for Celebrity Cruises, 2018. Designed by Jouin Manku from Paris. The Grand Plaza (top) is the ship's beating heart, surrounded by restaurants on three decks. In the main dining atrium (bottom). a hanging pendulum is a reminder that we are on board a ship





spiaggia con un metal detector alla caccia di reperti. Il progetto finale non dovrebbe essere tanto il più bello, quanto espressione dell'anima della nave, il risultato dell'allineamento delle reazioni emotive dei passeggeri alle esigenze del cliente.
Ciò che le persone stanno veramente cercando, oltre a soluzioni rapide, è l'autenticità che si trova quando gli spazi trascendono la semplice fisicità e si fondono a un programma e un servizio coinvolgenti, I clienti finali, sempre più giovani sia sugli yacht sia sulle navi da crociera, cercano un nuovo modo di immaginare spazi e atmosfere,

Adam Tihany e Alessia Genova La pianificazione iniziale e l'allocazione degli spazi dettano gran parte della progettazione della nave, unitamente a considerazioni strutturali e ingegneristiche quali le altezze del soffitto, le colonne ed elementi di rinforzo strutturale, nonché i regolamenti antincendio e altre norme, Dunque, il cliente sfida i progettisti a creare una soluzione originale all'interno di questo quadro di restrizioni.

VC Nella nave da crociera si progetta soprattutto l'esperienza dei passeggeri. Come sono cambiati gli ambienti per l'intrattenimento e quali nuove tecnologie vi sono state introdotte? Fredrik Johansson Storicamente, le navi da crociera avevano una sala da pranzo principale e uno o due ristoranti caratterizzati, Oggi c'è un'enorme variazione di opzioni culinarie a bordo, L'intrattenimento sta seguendo lo stesso movimento verso un'esperienza più personalizzata: meno attenzione al grande teatro e più a una formula decentralizzata, con luoghi più piccoli, ognuno con un profilo definito. Le navi più grandi integrano molto supporto tecnologico, in parte per compensare limiti di spazio, L'uso della tecnologia VR o AR è ancora un argomento controverso: ci sono stati tentativi, specialmente in aree dedicate ai giochi sui grandi yacht, ma per il segmento crociere si discute ancora sul senso di questo tipo di esperienza. In generale, i marchi di navi da crociera sono tutti alla ricerca di modi per aggiornare le loro offerte e per soddisfare le nuove preferenze dei consumatori, sempre più giovani ed esigenti non solo sulla qualità, ma anche su questioni che riguardano la sostenibilità. Ciò comporta che, per attrarre le persone a bordo, i brand dovranno dimostrare di aver fatto tutto il possibile per ridurre al minimo l'impatto ambientale delle proprie navi da crociera. Lorenzo Mortola Al posto del ristorante principale, vengono creati ristoranti più piccoli e tematici, in diverse posizioni della nave. Silversea Cruises, per esempio, ha lanciato alcuni anni fa il concetto SALT (Sea and Land Taste), che prevede menù basati sugli ingredienti e le ricette locali della regione geografica dove si trova la nave, Per questo programma sono state create tre aree specifiche: un ristorante, un bar e una cucina-laboratorio, dove i passeggeri possono preparare e degustare ricette tradizionali sotto la guida di uno chef locale. Ciò risponde anche a una domanda crescente di questo genere di servizi, negli ultimi anni, nelle crociere ultra-lusso ed expedition. Sascha Lang La nave Icon of the Seas è costituita da una moltitudine di spazi pubblici, divisi in otto quartieri, concetto già introdotto nella Oasis of the Seas nel 2009. Ogni quartiere offre connessioni senza soluzione di continuità tra spazi e diversi modi di fruire la nave, con una straordinaria varietà di opzioni. Grazie ai molteplici riscontri dei nostri ospiti, implementiamo continuamente il processo di progettazione all'interno del nostro laboratorio di innovazione con sede a Miami. Solo per fare un esempio, abbiamo assecondato la necessità di più finestre verso l'oceano e di un layout il più possibile aperto. Siamo l'unica società nel settore delle crociere ad avere un gruppo di lavoro interno di progettazione (34 addetti, dall'architettura navale all'interior design)

che segue l'intero progetto: dal concept al varo.



Tihany e Genova La tecnologia svolge un ruolo importante nelle ultime offerte di intrattenimento a bordo, Su Costa Smeralda e Toscana, la piazza centrale a tre piani è una sorta di teatro dove gli ospiti possono godere dell'intrattenimento seduti ai bar o nelle lounge sui tre ponti. Grazie alla tecnologia immersiva di audio e video, un intrattenitore posto al centro del palco può essere contornato, digitalmente, da un'intera orchestra o da acrobati.

VC Il settore nautico è quello del "su misura" per eccellenza. Chi sceglie le forniture degli arredi, per esempio, o progetta le finiture degli spazi? Fredrik Johansson Che si tratti di una nave commerciale o di uno yacht privato, la selezione di mobili, materiali e finiture è molto specifica ed estremamente dettagliata. Le navi da crociera sono pensate per massimizzare lo spazio a bordo, mentre uno yacht privato è progettato più per il comfort e il piacere dell'armatore, Se da un lato si segue l'identità del marchio, dall'altro il design rappresenta i gusti e le esigenze personali. In ogni caso, non c'è spazio per errori che possono causare ritardi su progetti di tale portata economica. La selezione di arredi e finiture è fatta da noi designer, in stretto collegamento con il cliente, Siamo stati 'benedetti' da delazioni decennali con alcune grandi aziende italiane come Moroso, Minotti, Rubelli, Barovier & Toso, Elle Marmi, Ariostea e Dedar, Per garantire tutto ciò che progettiamo, abbiamo anche creato la più grande collezione di materiali, tessuti e accessori esclusivi per il settore nautico, raccolti tra fornitori di fiducia e di livello superiori.

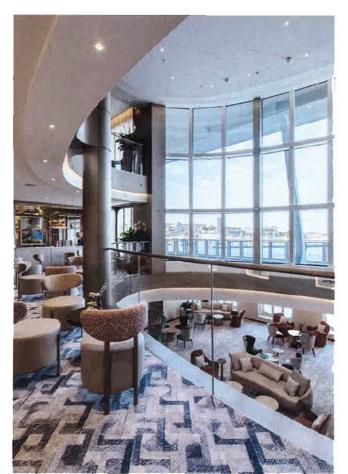
Lorenzo Mortola Interveniamo dalla fase di masterplanning della nave alla definizione del progetto di dettaglio degli interni, fino alla consegna della nave. Abbiamo aperto anche una nuova divisione di Lighting design & engineering, per assistere i nostri clienti anche in quest'aspetto del progetto. Disegniamo sempre le finiture degli spazi interni, mentre per quanto riguarda le forniture FF&E (poltrone, sedie, divani, tessuti, corpi illuminanti, e così via), capita sia di sviluppare prodotti custom da un nostro disegno, sia di selezionare prodotti già esistenti che però devono essere 'marinizzati' per soddisfare le normative internazionali, Tra le aziende con cui collaboriamo: Molteni&C, Tino Sana e Naval Interiors per la parte di allestimento; Gervasoni, Moroso, Cassina, Rubelli, Patrizia Volpato e Auralis per le forniture FF&E. Jouin e Manku Nel corso del tempo, abbiamo incontrato aziende e artigiani con i quali abbiamo creato forti legami e una comprensione spontanea. Tra le tante collaborazioni: Preciosa, Crystal Caviar e Lasvit, Spesso cerchiamo know-how molto specifici, che abbiamo trovato per esempio in Studio MTX per i ricami nella Celebrity Edge o in Kalmar per la logistica, In Italia, collaboriamo con gruppi di lavoro straordinariamente talentuosi nella fabbricazione di arredi e marchi celebri come Cassina Contract, ma anche più piccoli come Francesco Delbubba per le pietre o Leucos per l'illuminazione, Adam Tihany Come direttore creativo di Costa,

ho voluto che le navi Smeralda e Toscana rappresentassero il "meglio dell'Italia", Pertanto, mi sono assicurato i migliori arredi italiani da marchi quali Kartell, Flos, Molteni&C, Poltrona Frau e Roda,



10 NAVI DA CROCIERA domus Contract 2023





In queste pagine: due progetti di GEM – Design for Cruise Ships, Genova, per Silversea. In questa pagina e pagina a fronte in alto: interni della nave Silver Nova (2023), con il ristorante La Terrazza (sopra), l'Atrium (a sinistra) e il ristorante Atlantide (pagina a fronte in alto). Pagina a fronte, al centro e in basso: due interni della nave Silver Moon (2021) con l'Arts Cafè (al centro) e il bar Dolce Vita (in basso)

• These pages: two projects for Silversea by GEM from Genoa. This page and opposite page, top: interiors of Silver Nova, 2023, showing La Terrazza restaurant (above), the atrium (left) and Atlantide restaurant (opposite page, top). Opposite page, centre and bottom: interiors of Silver Moon, 2021 with the Arts Café exhibition room (centre) and the main bar Dolce Vita (bottom)

• The cruise ship is a liminal setting at the threshold of the dream. It is where the passengers' experience is designed by creating an atmosphere that is out of the ordinary. Construction of these ships is enormously costly, the average price being between 500 million euros and 1 billion or more. Design is intricate and offers no leeway for delay or error; no choice may stray from functionality and efficiency. We spoke to several international experts in this specialised field of travel: With Lorenzo Mortola, the managing director of GEM, an architecture firm from Genoa specialised in the design and production management of cruise ships for Princess Cruises, Silversea, Virgin Voyages, P&O Cruises and Cunard, With Jouin Manku Agency, founded by Patrick Jouin, Sanjit Manku and Jacques Goubin in Paris and known for its unique, scenographic interiors such as the Grand Plaza of Celebrity Edge for Celebrity Cruises Inc. With Sascha Lang, the vice-president architectural and design, new build and innovation at Royal Caribbean Cruises, which is set to launch Icon of the Seas in early 2024 as the biggest cruise ship in the world. With Adam Tihany (the founder) and Alessia Genova (managing partner and senior designer) of Tihany Design from New York, who designed innovative concepts for Holland American Line, the ultra-luxury ships of Seabourn, Costa Crociere and Cunard, And finally, we spoke with Fredrik Johansson, partner and executive project director at Tillberg Design of Sweden, a 60-year-old office that started out with a design for the ocean cruise liner Kungsholm for the Swedish American Line in 1964, and is now part of the



Viken Group, which collaborates with Four Seasons Yachts and the Ritz-Carlton Yacht Collection.

**Valentina Croci** What type of design brief do your clients give you, and how much freedom do you have to experiment?

Patrick Jouin and Sanjit Manku Clients approach us because they seek something new, an innovation. The most important moment is the first meeting – the observations are pure, perhaps a little naive, driven by personal dreams. We ask about everything: technical aspects, finances, ergonomics and more. We do this to help figure out where we want to dig, much like trolling the beach with a metal detector. The end project should not be a quest for the prettiest ship, but a quest to give it a soul. It's about aligning the emotional reactions of the passengers with the needs of our client. What people are looking for beyond a quick-fix is authenticity, which is found when spaces transcend mere physicality and blend with an engaging programme and service. End clients are getting younger, from yachts to cruise ships. They're looking for something unseen before, a new way of envisioning spaces and atmospheres.

Adam Tihany and Alessia Genova. Early planning and space allocation dictate much of the ship's design, along with structural and engineering considerations such as ceiling heights, columns and elements of structural reinforcement, as well as fire codes, health codes and more. The client challenges the designers to create an original

solution within this frame of restrictions.

**VC** A cruise ship is designed to offer passengers an unforgettable experience. How has entertainment changed and what are the new types of technology used to this end? Fredrik Johansson Historically, cruise ships had a grand main dining room plus one or two specialty restaurants. Today, there is a huge variation of dining options on board. Entertainment is following the same movement towards a more personalised experience, meaning less focus on a grand theatre, and more decentralised experiences with smaller entertainment venues, each with their own profile. Larger ships have a lot of technology support for entertainment, partly to compensate for the limited space and ceiling heights you have on a ship. The use of virtual reality and augmented reality is a hot topic. There have been attempts to offer VR or AR onboard, especially on the largest yachts in an area dedicated to gaming, but there is an ongoing discussion about whether guests want to experience something they could have at home.

The cruise ship brands are all looking for ways to update their offerings to cater to new consumer preferences. There is a younger generation of discerning guests who expect top quality in everything, including sustainability. To attract passengers on board, each cruise brand or yacht charter operator will need to show that they have done everything in their power to minimise the environmental impact.





12 NAVI DA CROCIERA

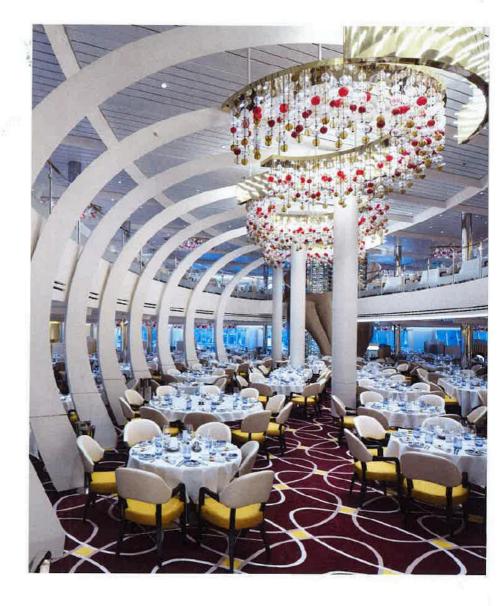
domus Contract 2023





In alto e sopra: la nave da crociera Silver Origin (varata nel 2020) di Silversea Cruises. GEM – Design for Cruise Ships, studio di Genova fondato da Giacomo Erasmo Mortola, si è occupato del concept e della gestione dei progetti architettonici e d'interni

 Top and above: the Silver Origin of Silversea Cruises, 2020. GEM – Design for Cruise Ships from Genoa founded by the architect Giacomo Erasmo Mortola designed the concept, the architectural layout and the interiors



Lorenzo Mortola Instead of one main restaurant, there are multiple smaller and thematic restaurants in different locations on the ship. A few years ago, Silversea Cruises launched the concept "Sea and Land Taste" (dubbed SALT), where the menu is based on local ingredients and recipes from the geographic location of the ship. The concept called for three distinct areas — a restaurant, a bar and a kitchen/laboratory — where passengers cook and taste traditional dishes under the guidance of a local chef. There is an increasing demand for this type of offering on ultra-luxury and expedition cruises.

Sascha Lang The public spaces of Icon of the Seas are divided into eight neighbourhoods, a concept that we first introduced on Oasis of the Seas in 2009, for guests to intuitively find experiences based on their mood, style and preference. Each offers seamless connections between spaces and multiple ways to arrive at a neighbourhood, as well as ocean views from all of them. The variety of options is extraordinary. We continuously review feedback from our guests to inform our design process at the innovation lab in Miami. For example, one neighbourhood didn't have any windows looking out to the ocean which some guests felt were missing, so we created a new open layout. We are the only cruise line in the industry to have an in-house new-build team that leads the design process from conception to the moment the ship welcomes guests for the first time. The 34 members are specialised in different fields, from naval architecture to interior design.

Adam Tihany and Alessia Genova Technology plays a large part in the latest entertainment offerings on board. Costa Smeralda and Toscana feature a central three-storey piazza, a kind of theatre where guests can enjoy a show or concert from three different decks while seated at bars and lounges. With the installation of wrap-around video screens, a solo performer in the centre can be look as if they are surrounded (digitally) by a 100-piece orchestra or a troupe of acrobats.

**VC** In the cruise sector, made-to-measure furnishings are paramount. Who chooses the furniture suppliers and who designs the finishes of the spaces?

Fredrik Johansson Whether for a commercial ship or a private yacht, the selection of furniture, materials and finishes is very specific and extremely detailed. Large cruise ships maximise the use of space on board, while a yacht is designed for the optimised comfort and pleasure of one owner, A cruise ship needs to be designed so that it strengthens and updates the corporate brand it's designed for. There is no room for mistakes that may cause delays on projects worth so much money. The selection of furnishings and finishes are made by us, the designers, in close liaison with the client. Our company has been blessed with many decades of relationships with some great Italian companies like Moroso, Minotti, Rubelli, Barovier & Toso, Elle Marmi, Ariostea and Dedar. To ensure that everything we design holds up in a yacht or cruise ship environment, we have built up the industry's largest collection of exclusive

materials, textiles and accessories, all hand-picked from trusted top-tier suppliers.

Lorenzo Mortola We participate in the master planning of the ship all the way to the definition of interior details until the ship's delivery. We have opened a new lighting design and engineering division to assist our clients in this aspect of the project. We always design the finishes of the indoor spaces. As for furniture, fixtures and equipment, it happens that we either develop customised products according to our design, or select already existing products that must be made seaworthy to comply with international regulations. Companies we work with are Molteni&C, Tino Sana, Naval Interiors, Gervasoni, Moroso, Cassina, Rubelli, Patrizia Volpato and Auralis.

Jouin and Manku Over time, we meet craftspeople with whom we forge bonds, where we understand each other spontaneously and where collaborations are numerous, like Preciosa, Crystal Caviar and Lasvit. Sometimes, we want a piece that requires very specific know-how, which is how we found Studio MTX for the embroidery on Celebrity Edge, or Kalmar for logistics. We work with immensely talented furniture producers in Italy such as Cassina Contract, but also smaller shops with specialised expertise like Francesco Delbubba for stone and Leucos for lighting.

**Adam Tihany** As the creative director of Costa, my vision for *Smeralda* and *Toscana* was to create ships that represent the best of Italy. As such, I made sure the top Italian furniture and design houses such as Kartell, Flos, Molteni, Poltrona Frau and Roda were an integral part of the design and execution.





Pagina a fronte, a destra, e in questa pagina: la nave Icon of the Seas di Royal Caribbean, progetto di Tillberg Design of Sweden, costruita nei cantieri navali Meyer Turku di Turku, Finlandia (2023). Pagina a fronte: la sala da pranzo. In questa pagina: tre degli otto 'quartieri' che fanno parte della nave lunga 365 m, Surfside (sopra a sinistra), la Thrill Island (sopra a destra) l'Aquadome (sotto)

•Opposite page, right, and this page: Icon of the Seas designed by Tillberg Design of Sweden for Royal Caribbean and built by Meyer Turku from Turku, Finland, 2023. Opposite page: a dining room.

This page: three of the eight neighbourhoods located on board the 365-metre ship. Surfside (above left), Thrill Island (above right) and Aquadome (below)

