

# INTERNI

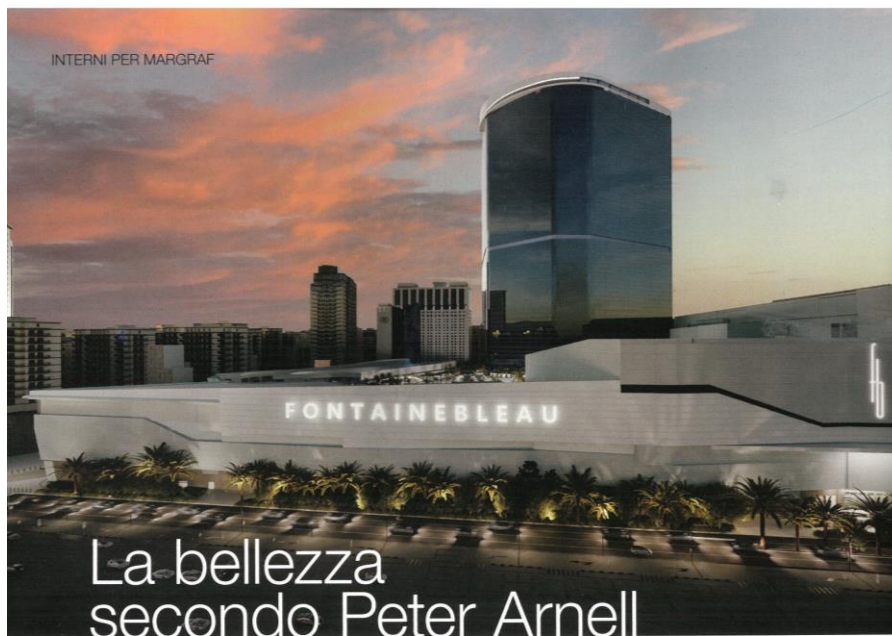
THE MAGAZINE OF INTERIORS  
AND CONTEMPORARY DESIGN  
**N° 11 NOVEMBRE**  
NOVEMBER 2023

MENSILE ITALIA / MONTHLY ITALY € 10  
DISTRIBUTION 31 OTTOBRE/OCTOBER 2023  
AT € 19,50 - BE € 18,50 - CH CHF 19,80  
DE € 23,50 - DK kr 165 - E € 17 - F € 18  
MC, Côte D'Azur € 18,10 - PT € 17 - US \$ 30  
Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03  
art. 1, comma 1, DCB Verona

GRUPPO  MONDADORI

ART&DESIGN





A dicembre aprirà a Las Vegas il Fontainebleau Resort and Casino, un ambizioso progetto ideato dal famoso costruttore Jeffrey Soffer, proprietario, presidente e amministratore delegato di Fontainebleau Development. Peter Arnell si è occupato di molti aspetti del design del progetto, compresa l'eccezionale opera in pietra realizzata con l'aiuto degli artigiani, della maestria e dell'esperienza di Margraf



Il designer Peter Arnell ha curato il progetto per il nuovo Fontainebleau Resort and Casino a Las Vegas. Margraf è partner del progetto per 200mila metri quadrati di lastre di marmo, 500 statue e la monumentale fontana dell'hotel.



Peter Arnell è un esperto di marchi e design, autore, fotografo e fondatore di PETERARNELL. Inoltre, è un uomo di cultura, entusiasta, cosmopolita e con un vasto background nel campo del design e dell'arte. Fine conoscitore del design italiano e dei suoi protagonisti, ha lavorato con Michael Graves e Frank Gehry e per molti dei marchi storici e di alto livello più rinomati al mondo, tra cui Donna Karan, Gucci, Reebok, Pepsico, Fendi e Samsung, solo per citarne alcuni. La sua carriera è un manifesto della creatività americana, che spesso riunisce design, identità del marchio e comunicazione, così da arricchire le sue capacità di progettazione con un ampio background di marketing ed esperienza utente. La maestria di Arnell si esprime anche con parole, memorie e riflessioni sul design e sull'industria contemporanea. La rivista Interni lo ha incontrato a Milano per parlare del suo lavoro per il Fontainebleau Resort and Casino di Las Vegas, un'opera monumentale di cui Arnell si occupa con la consueta dose di ambizione, focus maniacale e immaginazione e in collaborazione con Fontainebleau development e Margraf.

Soffer, visionario e acclamato costruttore di progetti di lusso, ha scelto Margraf sulla base di decenni di collaborazioni di successo tra le due aziende. Arnell ha lavorato con Margraf per dare vita alla visione di Soffer per il resort, e afferma: "La nostra idea era quella di evolvere lo standard architettonico e di design del genere, un progetto evolutivo, qualcosa di completamente diverso". Il risultato è un viaggio sulle montagne russe del design e della cultura, in cui i più diversi codici di riferimento e linguaggi si uniscono nella descrizione di un'opera che abbraccia ogni aspetto del design. "C'è qualcosa che non va nella comunicazione dell'industria italiana: non parla mai di tecnologia. Al contrario, è proprio l'alto livello tecnologico e di automazione di Margraf ad avermi dato la libertà di arrivare esattamente dove volevo". L'obiettivo di Arnell si può

facilmente tradurre in numeri: oltre 500 statue di marmo fatte a mano di varie dimensioni e più di 200.000 metri quadrati di lastre utilizzate per comporre superfici orizzontali e verticali destinate a fungere da macromosaici, una fontana spettacolare e una facciata che rende monumentale l'ingresso nella "Porta carraia". Oltre al design eccezionale e all'impareggiabile qualità dell'esecuzione, colpisce la rapidità con cui l'opera è stata realizzata. Tutto il lavoro per il Fontainebleau Las Vegas è stato completato in sei mesi, dall'ordine alla consegna. Riflettendo sulla collaborazione, Arnell ha dichiarato che "solo un'azienda con competenze altamente evolute in termini di gestione delle forniture, lavorazione, approvvigionamento e produzione commerciale può riuscire a fare tutto questo come lo ha fatto Margraf". Arnell ha intuito una cultura dell'arte e del design, in particolare una cultura del Made in Italy, che rappresenta un punto di svolta e un'innovazione assoluta. È facile prendere alla leggera il design di un casinò come il Fontainebleau. Las Vegas viene considerata come il più surreale "miraggio illusorio" di una città. "Ma questo fa parte del passato", sostiene Arnell. "Il Fontainebleau è una destinazione rivoluzionaria, la prossima era dell'ospitalità e dell'esperienza di lusso. Il lusso qui riesce a trasportare in uno spazio dove si diventa spettatori di un linguaggio estetico sincretico in cui iniziano a emergere i codici di grandi scultori contemporanei e icone artistiche millenarie, come se le opere di Brancusi comparissero accanto ai Leoni di Piazza San Marco.

L'obiettivo era quello di creare un vero e proprio capolavoro, fornendo contenuti solidi e radicali, radicati in un alfabeto visivo condiviso che, sebbene decontestualizzato, trova significato nell'esperienza estetica umana. Al di là delle parole e della tensione narrativa, c'è la grande passione e la fiducia di Peter Arnell in un mondo che gli parla costantemente con il linguaggio della bellezza in cui è immerso. [margraf.it](http://margraf.it)



---

## INTERNI FOR MARGRAF P70. BEAUTY ACCORDING TO PETER ARNELL

THIS DECEMBER THE FONTAINEBLEAU RESORT AND CASINO WILL MAKE ITS DEBUT IN LAS VEGAS, AN AMBITIOUS PROJECT ENVISIONED BY RENOWNED DEVELOPER JEFFREY SOFFER, OWNER, CHAIRMAN AND CEO OF FONTAINEBLEAU DEVELOPMENT. MANY ASPECTS OF THE DESIGN OF THE PROJECT WAS PRESIDED OVER BY PETER ARNELL INCLUDING EXCEPTIONAL

### STONEWORK WHICH WAS BROUGHT TO LIFE WITH THE HELP OF THE ARTISANS, CRAFTSMANSHIP, AND EXPERTISE AT MARGRAF

Peter Arnell is a Brand and Design Expert, Author, Photographer, and Founder of PETERARNELL. Highly educated, enthusiastic, cosmopolitan, with a vast background in design and art. Well acquainted with Italian design and its key players, he has worked with Michael Graves and Frank Gehry and for many of the world's most renowned, high-end and storied brands, including Donna Karan, Gucci, Reebok, Pepsico, Fendi and Samsung to name a few. His career is a manifesto of American creativity, often bringing together design, brand identity and communications to scale his design skills with a broad background of marketing and user experience. Arnell is also a maestro of words, memories and reflections on design and contemporary industry. The magazine Interni met with him in Milan to talk about his work for the Fontainebleau Resort and Casino in Las Vegas, a monumental work, which Arnell tackles with his usual dose of ambition, maniacal focus and imagination, and his collaboration with Fontainebleau Development and Margraf. Mr. Soffer, a visionary and acclaimed developer of luxury projects, chose Margraf based on decades of successful collaborations between the two companies. Arnell worked with Margraf to bring Soffer's vision for the resort to life stating, "Our idea was to evolve the architectural and design standard of this genre, an evolutionary project, something completely different". The result is a cultural and design rollercoaster ride, in which the most diverse codes of reference and languages participate in the description of a work that embraces every aspect of design. "There is something wrong with the communication of Italian industry: it never talks about technology. Conversely, it is Margraf's high level of technology and automation that gave me the freedom to arrive exactly where I wanted to be." Arnell's goal is easily translated into numbers: more than 500 original hand made marble statues of varying sizes and more than 200 000 square feet of slabs used to compose horizontal and vertical surfaces designed to serve as macromosaics, a spectacular fountain and a façade that makes monumental the entrance at "Porte Cochere". As impressive as the exceptional design and unparalleled quality of the execution is the speed in which it was accomplished. All work for Fontainebleau Las Vegas was completed within six months, from order to delivery. Reflecting on the collaboration Arnell remarked, "only a company with highly evolved skills in terms of supply management, processing, procurement and commercial output can pull this off as Margraf has." Arnell has intuited a culture of art and design, particularly a Made in Italy culture, that is a game changer and truly innovative. It is easy to take the design of a casino like the Fontainebleau lightly. Las Vegas is understood as the most surreal 'illusive mirage' of a city. "But that's in the past," says Arnell. "Fontainebleau is a revolutionary destination, the next era of luxury hospitality and experience. Luxury here is a transportation to a space where one becomes a spectator of a syncretic aesthetic language where the codes of great contemporary sculptors and millenary artistic icons begin to emerge comparable to Brancusi appearing next to the Lions of St. Mark's Square. The aim was to create a true masterpiece by providing solid, radical content rooted in a shared visual alphabet that, although decontextualized, finds meaning in the human aesthetic experience. Beyond the words, beyond the narrative tension, there is Peter Arnell's great passion and confidence in a world that evidently is constantly speaking to him with the beauty he is surrounded by. [margraf.it](http://margraf.it)