



circle

Dynamic Luxury Magazine

NUMERO 40

LETIZIA CARIELLO, IL FILO ROSSO DELLE CONNESSIONI

EMILIO AMBASZ & ORGANIC ARCHITECTURE

HIGH NORTH EXPEDITION

AMERYACHTS. FOOD & HEALTH ON BOARD

A glowing blue seahorse is the central focus, set against a dark blue background filled with numerous small, bright light particles. The seahorse's body is covered in these lights, giving it a shimmering, ethereal appearance. The background transitions from a deep, dark blue at the top to a lighter, more vibrant blue at the bottom, suggesting a gradient of light or depth.

Harmony with the Sea.

Amer Yachts, a better world.

amer

— YACHTS —



94



100



120

www.ameryachts.com



FUTURO ANTICO
dal 1385




Marchesi
ANTINORI
— 26 GENERAZIONI —



5 AGENDA

Costruire

6 WORLD

Architettura organica

12 ART

Il filo rosso dei legami

18 VISUAL ART

Optical-Art nel cuore di Londra

24 DESIGN

Shapes

30 EXPLORER

Nel mare di ghiaccio flottante

40 YACHT

La filiera siamo noi

48 YACHT

Food&Health on board

52 LIFESTYLE

Il mare dei cigni

58 INTERVIEW

Il coraggio di salpare

64 YACHT

Navigar m'è dolce

72 LIFESTYLE

Gli algoritmi della Natura

76 LIFESTYLE

Il linguaggio del vino

82 PLEASURE

A tavola in 12 Atti

86 LIFESTYLE

La vigna del Colonnello

92 WORLD

La rinascita dello sport

99 ENGLISH COVER

100 ENGLISH TRANSLATION

112 COLOPHON/ADDRESSES

**OLTREOCEANO
OPPORTUNITY BUSINESS LIFESTYLE
CLUB**



**INVESTIMENTI IMMOBILIARI
INTELLIGENTI IN AMERICA**

OL

**ONEMILLIONDOLLAR LUXURYCLUB
BY OPISAS**

www.olclub.us

in partnership con Circle  *www.circleluxurymag.com*



Costruire

Margherita Celia Bertolotti

Costruire liason profonde ed emozionali, la bellezza pura dell'arte e della cultura, progettare ambienti con architetture organiche per ricostruire i valori dell'abitare e rimettere al centro il timido e prezioso pensiero dell'uomo. La pandemia, come un moderno castigo, ha azzerato i voleri e i confini. Un nuovo calendario dove il tempo e lo spazio assumono concetti e astrattismi diversi, forme di dialogo tra interiorità ed esteriorità, relazione continua per ricucire quei legami ormai perduti.

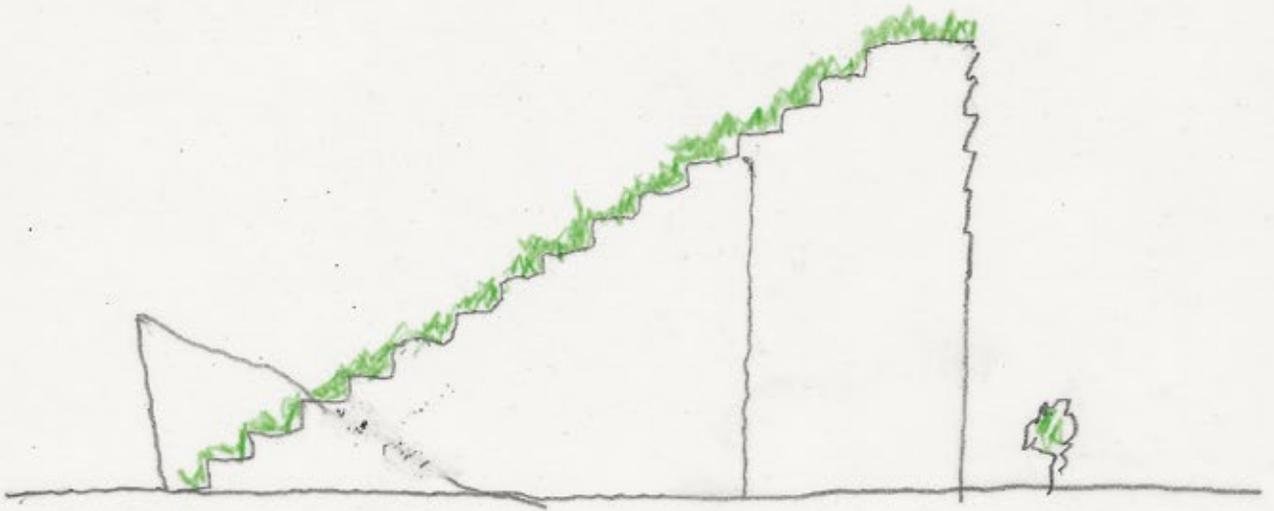


Architettura organica

Antonella Grosso



Casa de Retiro Espiritual
Seville, Spain
Emilio Ambasz & Associates
Design: 1975
Construction: 2000
Crediti foto: Emilio Ambasz & Associates



«OGNI COSTRUZIONE RAPPRESENTA UN'INTRUSIONE NEL REGNO VEGETALE, ED È UNA SFIDA ALLA NATURA. OCCORRE CONCEPIRE UN'ARCHITETTURA CHE INCARNA UN PATTO DI RICONCILIAZIONE TRA NATURA E PROGETTAZIONE UMANA, FABBRICATI COSÌ INTRINSECAMENTE LEGATI AL PAESAGGIO CIRCOSTANTE CHE È IMPOSSIBILE CHE SI DISIMPEGNINO L'UNO DALL'ALTRO». Queste le parole del maestro argentino Emilio Ambasz, considerato il padre e profeta della Green architecture nel mondo, autore di memorabili progetti in tutto il pianeta divenuti punti di riferimento e ispirazione per tantissimi architetti.

A settembre 2020, Emilio Ambasz ha ottenuto il quarto Compasso d'Oro per la sua straordinaria carriera quale "precursore del rapporto tra edificio e verde, concretizzando veri e propri manifesti vivi di una cultura per lo sviluppo sostenibile" seguendo la sua filosofia del "green over the gray".

In Italia ha progettato l'edificio della Fondazione Banca degli Occhi e l'Ospedale di Mestre, riconosciuto come il primo giardino della salute e ha concepito, nel 1998, il primo bosco verticale per la sede ENI a Roma.

DI RECENTE, IL MUSEUM OF MODERN ART DI NEW YORK (MOMA), PARTICOLARMENTE ATTENTO AI TEMI DELLA SOSTENIBILITÀ, HA ANNUNCIATO LA NASCITA DELL'ISTITUTO DI RICERCA EMILIO AMBASZ PER LO STUDIO CONGIUNTO DI NUOVE FORME DI ARCHITETTURA CHE RICONCILIERANNO LA NATURA CON L'AMBIENTE ARTIFICIALE. Perché la necessità di un riequilibrio ecologico tra ambiente costruito e ambiente naturale è sempre più imminente a livello globale e la progettazione architettonica deve rispettare il Pianeta.

Proprio quest'anno ricorre il 25° anniversario dell'inaugurazione del centro Acros di Fukuoka (in Giappone), uno degli edifici verdi più innovativi, spettacolari e conosciuti a livello internazionale. «EMILIO AMBASZ ci ha insegnato a vedere una dimensione in cui la natura e l'architettura sono inseparabili, un reame che va dalla natura creata da Dio a quella forgiata dall'uomo», sostiene il noto architetto giapponese TADA O ANDO.

Ma l'architettura organica fondata sulla totale armonia tra uomo e natura parte da più lontano, dall'emblematica "Casa sulla Cascata" di Frank Lloyd Wright nel 1936 che appare come roccia fra le rocce, isola in mezzo all'acqua, come albero in un bosco della Pennsylvania.

In questo desiderio costante di trovare una simbiosi tra natura e architettura, s'inserisce il pensiero progettuale di Marco Sandrini, Director Style di Sandrini Green Architecture, azienda leader nella progettazione del landscape, secondo cui il benessere personale, spirituale e fisico deriva dalla vicinanza con la natura. «RISCOPIRE IL VALORE DELLA NATURA, CONOSCERLA E VIVERLA APPIENO, È UN BISOGNO ANCESTRALE DELL'UOMO, DIVENTA CULTURA E NUOVA TENDENZA DEL LUSO CONTEMPORANEO. PROGETTARE SPAZI VERDI ALL'ESTERNO E ALL'INTERNO DEGLI EDIFICI CONSENTE DI VIVERE IN UN AMBIENTE NATURALE, RICCO DI VARIEGATE SPECIE VEGETALI, E SOTTENDE LA CREAZIONE DI NUOVE FORME DI ARCHITETTURA E DI DESIGN, ATTRAVERSO LE PIANTE, CHE DIVENTANO FORME E ORNAMENTI DECORATIVI INSIEME», AFFERMA MARCO SANDRINI.

Questa tendenza è sempre più sentita anche nel settore dell'ospitalità, dove i resort sono progettati con un'architettura intenta a portare il paesaggio all'interno e il verde è pensato con una forte continuità percettiva rispetto alla Natura ed emerge il desiderio di concedersi il lusso di abitare la Natura. Un nuovo trend a cui s'ispira il progetto di luxury living, rivisitazione del "Glamping Mediterraneo" che vede protagonisti Sandrini Green Architecture, in linea con il concept "Dentro la Natura", lo Studio Otto - Paola Navone - Gian Paolo Venier e Tentickle Italia, (presentato, all'ultima edizione del Sun Beach&Outdoor Style di Rimini), un poetico rifugio contemporaneo, a basso impatto ambientale, curato in ogni dettaglio e ricco di magia. Con tutti i comfort di un resort 5 stelle, si potrà godere il lusso di vivere immersi nel paesaggio in una confortevole tenda in cotone, indoor Baxter, non convenzionali, in morbida pelle, la conviviale cucina Elmar e uper l'area benessere; en plein air, le accoglienti sedute Rafael di Ethimo, disegnate sempre da Paola Navone, allegre e oversize, arredano l'esterno come soffici nidi



perfetti per guardare le stelle insieme ai pouf ecosostenibili di Essent-ial. Le lanterne offrono una suggestiva atmosfera di luci e ombre e mettono in evidenza il giardino selvaggio ideato da Sandrini. Con spontaneità e freschezza, Marco Sandrini traduce la propria percezione del luogo in un linguaggio verde di equilibrio, creando legami tra la natura e il design degli arredi raffinati, naturali, delicati, scegliendo le piante da affiancare, con una preferenza per quelle autoctone, come il fascino ineguagliabile degli ulivi, pianta mediterranea per eccellenza. «I GRANDI PAESAGGISTI SANNO DIALOGARE CON IL PAESAGGIO», AFFERMA MARCO SANDRINI. «LA SENSIBILITÀ DI CIASCUNO FA LA DIFFERENZA. OGNI GIARDINO È UN MONDO A SÉ ED È PENSATO AFFINCHÉ L'UOMO PERCEPISCA LE VIBRAZIONI DELLA NATURA NELLA PROPRIA ANIMA».

La green architecture è la sfida del futuro anche per il settore dell'ospitalità, ne è convinta la designer Paola Navone per cui pensare sostenibile è sempre stato naturale. «NON ABBIAMO MAI PENSATO CHE FOSSE UN OSTACOLO AL NOSTRO LAVORO, MA CHE OFFRISSE NUOVE E INCREDIBILI POSSIBILITÀ CREATIVE», AFFERMA LA NAVONE. «IL GLAMPING RACCONTA APPUNTO CHE LA SOSTENIBILITÀ NON È SINONIMO DI RINUNCIA E LIMITAZIONE CREATIVA», CONFERMA GIAN PAOLO VENIER. «Al contrario. Il fatto di dare al lusso di una vacanza esclusiva all'aria aperta una dimensione sostenibile è un prezioso valore aggiunto». L'esigenza di vivere nuove esperienze di vita e di vacanza all'aria aperta per Paola Navone è innata nell'uomo. «IL MIO SPIRITO LIBERO E NOMADE MI HA SPINTO A VIAGGIARE PER TUTTA LA VITA. MI PIACE PENSARE CHE SIA IL MIO MODO DI RESPIRARE. ANCHE QUANDO MI SONO FERMATA PER UN PO' IN LUOGHI DIVERSI DEL MONDO, DOVE LE MIE RADICI SONO ANDATE PIÙ IN PROFONDITÀ, non ho mai smesso di sentirmi gioiosamente in viaggio».



racconta. Il concept nasce dalla passione per il piacere molto mediterraneo di stare all'aria aperta in modo semplice, gioioso e conviviale. La sua creatività è sempre ispirata dalla bellezza un po' imperfetta dei materiali naturali e degli oggetti fatti a mano trasformati in creazioni di grande impatto emotivo. «Attraverso i prodotti, le aziende scelte come partner del progetto rappresentano questa idea di comfort sofisticato e contemporaneo, legato alla semplicità e al calore dei materiali naturali lavorati artigianalmente. E il Giardino? «Anche con la Sandrini Green Architecture è nata una particolare alchimia creativa», racconta la designer. «Il giardino è un elemento molto importante del concept. Sandrini ha meravigliosamente immaginato l'ambientazione green come un piccolo angolo di macchia mediterranea, variegata e un po' selvatica. VOLEVAMO UN GIARDINO RIBELLE, APPARENTEMENTE NON DISEGNATO, CHE SUGGERISSE L'IDEA AVVENTUROSA DI ESSERE IMMERSI NELLA NATURA E NEL PAESAGGIO SPONTANEO DEL MEDITERRANEO. IL BELLO DEL GLAMPING È CHE PUÒ ESSERE OVUNQUE, ANCHE IN LUOGHI INASPETTATI. In un prato di montagna, in una pineta a ridosso del mare, in un uliveto pugliese, in una brulla isola greca. E ci auguriamo di intraprendere, con questo progetto, strade sorprendenti. In giro per il mondo e magari, perché no, su un tetto di New York come un inedito glamping urbano, oppure in un magnifico luogo esotico al di là dell'oceano...».



Il filo rosso dei legami

Antonella Grosso

«LA MIA È UN'ACQUISIZIONE PER IMMAGINI ATTRAVERSO UNO SPECIFICO LINGUAGGIO. L'ARTISTA ANCHE QUANDO NON DISEGNA GUARDA COME SE STESSE DISEGNANDO». LETIZIA CARIELLO, NATA A FERRARA, VIVE E LAVORA A MILANO, DOVE INSEGNA DISEGNO ANATOMICO ALL'ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI BRERA, HA PARTECIPATO A NUMEROSE BIENNALI DI ARCHITETTURA A VENEZIA, A ISTANBUL, ALLA TRIENNALE, A MOSTRE PATROCINATE DALLA FARNESINA, AL PROGETTO VIAGGI DA CAMERA DELLA FONDAZIONE TRUSSARDI. La sua ricerca interiore esplora attraverso il disegno, installazione, fotografia, scultura e video, il rapporto tra spazio interno ed esterno. Obiettivo di questo processo è una performance continua per ricostruire connessioni, relazioni e legami (con il filo rosso) attraverso l'identificazione e la cucitura reale di oggetti e spazi, sia in macro sia in micro, dimensioni: dagli alberi alle teiere, dalle piccole tazze alle fotografie ricamate. Da bambina, ha iniziato a disegnare prima di scrivere. «Ho intrapreso diverse strade per non fare l'artista», racconta a Circle. «Per poi giungere alla conclusione che è l'unica cosa che mi riesce». È nata in una famiglia di artisti da oltre 200 anni, d'origine napoletana. Colta, dedita all'arte. Suo nonno era scultore e orafo. E nella bottega del nonno ha mosso i primi passi da artista. Un suo antenato, Andrea Cariello, è stato scultore e incisore; ha lavorato alla Certosa di Padula, ci sono sue opere a Palazzo Reale a Napoli e alla Reggia di Caserta. Letizia ha frequentato il liceo artistico, si è laureata in storia dell'arte, si è occupata di restauro, è stata assistente di uno scenografo, si è diplomata in Oreficeria, incisione e cesello. «Quando è arrivato il momento di scegliere, mi sono iscritta a Brera e mi sono diplomata in pittura e da lì non mi sono mai più tirata indietro. GLI INCONTRI SONO STATI IMPORTANTI», RICORDA. IL SUO È UN LAVORO CONCETTUALE, MA C'È STATA UNA LUNGA FORMAZIONE DI BOTTEGA E, POI, TANTO STUDIO CLASSICO PRIVATAMENTE. «LA MIA FORMAZIONE UMANISTICA MI TORNA DI GRANDISSIMA UTILITÀ, PERCHÉ POSSIEDO UN LINGUAGGIO.





“Gate # Lucca”, 2020
feltro di lana rossa e chiodi da maniscalco
su disco di pioppo
Diametro cm 160
Collezione Privata Lucca
Courtesy dell'Artista
Foto L. Cariello



"Neve", 2018
fotografia ricamata in struttura di frassino-noce-ciliegio disegnata dall'artista
cm 59x69 edizione unica

"Fratellino&sorellina", 2020
Due zuccheriere di Ceramica e filo di cotone rosso.
Ed. unica
Courtesy dell'artista
Ph. Letizia Cariello





È un valore aggiunto, non un limite», sottolinea. «Bisogna dire quello che è necessario. Non qualcosa di più che si va da aggiungere a quello che c'è già (estetica). NEL TEMPO, HO MESSO A FUOCO CHE TUTTI I MIEI PROGETTI TENDONO A UN PROCESSO NATURALE», SPIEGA, «È UN CONTINUO TENTATIVO DI RICOSTRUZIONE E DI RITESSITURA SIA LETTERALE SIA TEORICA DI LEGAMI PERDUTI, DI RELAZIONI TRA SPAZIO INTERNO ED ESTERNO CENTRATO SUL TEMPO». ESATTAMENTE COME FA LA NATURA. La natura ricostruisce. «Una pianta va insediarsi in un muro. L'arte è qualcosa di vivo e io mi insedio in quella tendenza. Continuare a ricostruire tutto, mentre tutto si sta rompendo, ritrovare una memoria mentre qualcos'altro si sta perdendo. È un processo continuo. La continua ricostruzione del proprio spazio interno in relazione con il mondo esterno. Attraverso il filo rosso. Non saprei perché rosso», sorride. «Cerco di rendermi sempre meno protagonista quando lavoro, come se le opere venissero fuori da sé. Un artista non è mai sicuro del risultato. C'è sempre il coraggio di esporsi al potenziale insuccesso, se stai facendo qualcosa di nuovo». È un po' come una corrida, RACCONTA AI SUOI STUDENTI: «IL TORERO DEVE ESSERE BELLO, FA DELLE BELLE MOVENZE, SI MUOVE DENTRO UNO SPAZIO INTERNO E SOTTO GLI OCCHI DI TUTTI, PERÒ RISCHIA LA VITA». LA SUA ARTE È INTROSPETTIVA NASCE DA UN BISOGNO INTERIORE. METTE IN RELAZIONE UNO SPAZIO INTERNO CON UNO SPAZIO ESTERNO. Lo spazio dell'interiorità e lo spazio della nostra presenza materiale per lavorare proprio su questa apertura di comunicazione con altre persone. «I miei collezionisti sono tutti molto affezionati alle opere che hanno scelto, c'è una relazione molto empatica con il mio lavoro che non ha bisogno di me per essere tradotto, trovano un senso di appartenenza nella ricerca interiore. È importante che il lavoro parli da solo, che non debba essere sempre spiegato». Delle sue opere attrae l'equilibrio calibrato tra il rischio della bellezza e l'assoluto. «PERCHÉ LA BELLEZZA È UN RISCHIO, BASTA AGGIUNGERE UNA PICCOLA COSA ED È TROPPO. QUESTO EQUILIBRIO LE PERSONE LO PERCEPISCONO. NON SI PUÒ MENTIRE NEL MOMENTO IN CUI UNO LAVORA SULLA FORMA, IL RIGORE È EVIDENTE. Il troppo diventa immediatamente estetico, formale, invece la ricerca di un equilibrio è proprio la purezza di un gesto a cui si arriva, un fatto essenziale. Risultato di un continuo scavo: lavorare e guardare il lavoro attraverso una continua verifica». Come Fontana e Melotti, la sua arte parte da una grande capacità linguistica e poi arriva all'essenziale. Lei s'ispira ai modi della Natura. «Sto realizzando un progetto in collaborazione con Strato dove ho deciso di lavorare come se fossi un muschio. Non metto il muschio, mi comporto da muschio rimanendo persona. NOI SIAMO LA NATURA, MA COME DICEVA EINSTEIN OSSERVIAMO LA NATURA DALL'ESTERNO PER CAPIRE QUEL LINGUAGGIO, NON PER MIMARLO, MA PER ASSORBIRNE LO SPIRITO. LAVORO COMPORTANDOMI DA NATURA. L'ARTE NON È ABBELLIMENTO. L'ARTE È UNA CREATIVITÀ Densa DI CUORE CHE APRE DELLE VIE ANCHE A CHI SI È SENTITO SBAGLIATO. Non è una consolazione l'arte. È un modo di dare spazio e forma all'infinito, di cercarlo. Bellezza e arte sono emanazioni della vita. Bisogna mettersi in comunicazione con una sensazione di intuizione e scegliere l'intervento giusto. L'artista è capace di sentire e di reagire, anche se ci vuole tanto esercizio. È un essere umano con una ferita da ricucire. Poi ciascuno sceglie la sua e rappresenta la propria condizione».

I CALENDARI SONO NATI DAL BISOGNO DI VEDERE IL TEMPO E CHIAMARLO PER NOME, PENSANDOLO, VIENE FUORI QUESTO CODICE MISTERIOSO. SONO DELLE SEQUENZE DI NUMERI E LETTERE CHE RAPPRESENTANO LA VISUALIZZAZIONE RESTITUTIVA DEL TEMPO A VENIRE. «Partono dal giorno in cui inizio a scrivere e vanno avanti fino a quando non c'è qualcosa che mi interrompa nella scrittura, mentre scrivo, nomino i giorni e li scrivo pensandoli. Scrivo finché riesco ad essere concentrata. Sono nati perché non vedevo il tempo e lo spazio tra il giorno in cui scrivevo e un certo tempo futuro. Hanno qualcosa di arcaico. Sembrano i tronchi dei rami, da cui si conta il tempo.

Non sono intenzionali. Io ho scritto pensando al tempo per vederlo. Se non sono sul marmo, ricamo gli errori. Sul marmo li sbarro. I Calendari sono stati fatti anche sui sassi o su antiche lenzuola di famiglia. I Gates sono nati dal bisogno di vedere il passaggio, l'attraversamento tra spazio interno ed esterno, due condizioni di spazio diverso. Gates vuol dire cancello, passaggio tra apertura e chiusura. «QUELLO CHE È FORTE È FUORI DA TEMPO, COME QUANDO SI ENTRA IN UN EDIFICIO DI BORROMINI SI HA LA UNA SENSAZIONE DI CORPO DENTRO LO SPAZIO».

Quando gli Editori Gitte e Bertelli le hanno chiesto di lavorare ad un libro per la loro Collana, ha risposto che avrebbe solo potuto fare un «Libro del silenzio» perché quando qualcuno guarda un libro ascolta le sue parole interiori. Il pensiero successivo è stato costruirlo, assemblarlo in un luogo dove le persone vivono il silenzio. «PER CUCIRE QUESTI FOGLI INSIEME E RICOPRIRE IL LIBRO COL BROCCATO, HO PENSATO ALLE MONACHE DELL'ABBAZIA DI VIBOLDONE CHE CONOSCEVO MOLTO BENE. Le monache hanno accettato di cucire i fogli insieme e rivestire il volume con il broccato. Ho portato loro la mia carta serigrafata dei calendari e ho chiesto di cucire le pagine col filo rosso. Sulle pagine assemblate ho trascritto un testo a mano su ogni volume e poi, ci ho messo quello che l'intuizione (la relazione continua tra sguardo interiore e sguardo esterno) mi ha suggerito: piume, petali di rosa, spine, ricami sulle pagine, interventi con la lacca rossa, smalto. Il risultato è un insieme visivo, silenzioso, davanti al quale le persone si mettono in ascolto con gli occhi. Un lavoro che risveglia le emozioni più profonde».

Materiali ed elementi della sua arte sono il disegno di base, sculture di legno e velluto con oggetti di ceramica, argento. I Gates fatti con chiodi da maniscalco e lana, i calendari scritti su tela, sassi o incisi su marmo. Ha legato alberi, tazzine con filo rosso. Le fotografie sono pezzi unici, poi ricamate. REALIZZA OPERE SITE SPECIFIC, GRANDI INSTALLAZIONI NEI GIARDINI DELLE CASE PRIVATE, NEGLI SPAZI PUBBLICI. LAVORA MOLTO IN RELAZIONE CON IL POSTO. «MI INTERESSA FARE DEI LAVORI CHE SIANO IN RELAZIONE CON IL LUOGO A CUI SONO DESTINATI. SEGUO LE IMMAGINI INTERNE, SE DECIDO DI LEGARE DEGLI ALBERI, CERCO DI PERCEPIRE L'IMMAGINE DEI RAPPORTI DI FORZA, RICOSTRUISCO DOVE AVVERTO CHE C'È BISOGNO DI RIMETTERE INSIEME UN LEGAME, USO LA CORDA ROSSA ADOPERATA NELLA VELA CHE FACCIÒ TINGERE DI ROSSO E STRUMENTI DA BARCA. Come prima analisi, vado sul posto e cerco di percepire quello che mi trasmette in modo da trovare nel mio linguaggio non un abbellimento, ma essere come Natura, entrare dentro quel contesto vivo. Mi comporto come se fossi una pianta che si adatta a quelle esistenti. Con Strato stiamo lavorando su un'opera di equilibrio perfetto tra un mio gesto riconoscibile e il desiderio di andare in un ambiente che mi accoglie con cui mi sento in sintonia».

I suoi grandi maestri ideali sono stati Pontorno per la sua sintesi di ricerca, disegno e scavo interiore a cui si sente molto di appartenere, Borromini e tutti i manieristi. CON UNO SGUARDO AL CONTEMPORANEO: LOUISE BOURGEOIS E LA KUSAMA, UN'ARTISTA GIAPPONESE CHE HA APPROFONDITO MOLTO L'ASPETTO DELLA RIPETIZIONE. HA IMPARATO TANTO ANCHE LAVORANDO CON UNO SCENOGRFO. E al regista Kubrick si è ispirata come concezione della forma e del raccontare, del gesto espressivo in cui si struttura un disegno. È una questione di rapporti armonici, nel disegno, come nella musica, sempre per medicare il tempo.

letiziacariello.com



“una Rosa è una Rosa”
fotografia con interventi a ricamo rosso
in struttura di ciliegio e noce
canaletto disegnata dall'artista, 39,8x39,8 cm
edizione unica
Collezione Privata Parigi

VISUAL ART

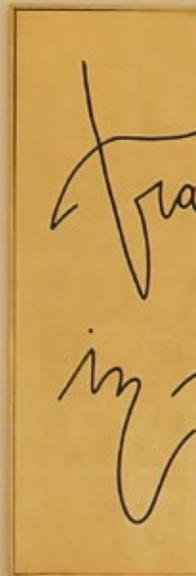
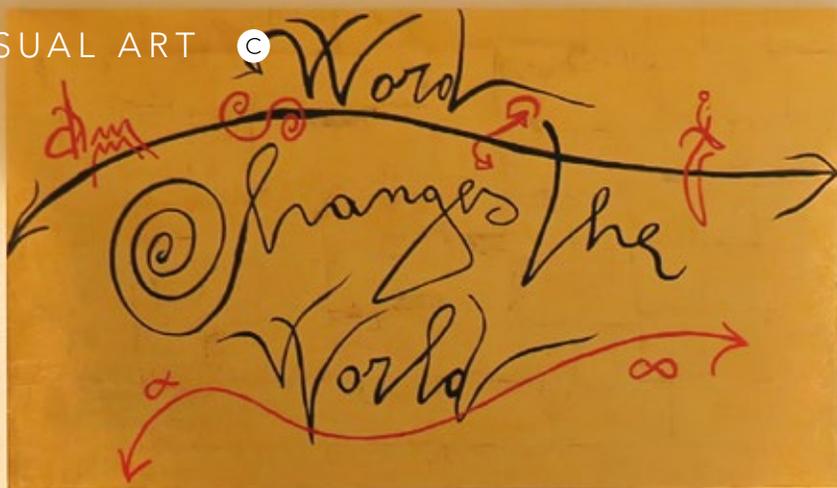


Optical-Art nel cuore di Londra

Marie Gillet







«NULLA PASSA DAVANTI ALL'OCCHIO CHE NON PENETRI E DEPOSITI NELLA MENTE», SCRIVEVA UMBRO APOLLONIO, SCRITTORE E CRITICO D'ARTE. LE OPERE OPTICAL DI ALBERTO BIASI, GRANDE ESPRESSIONE DELL'ARTE CINETICA, INSIEME A QUELLE DI MARCO NEREO ROTELLI, L'ARTISTA DELLA LUCE, E DI EMILIO ISGRÒ, ARTISTA CONCETTUALE, PITTORE E POETA, FAMOSO PER LE CANCELLATURE, arricchiscono una dimora londinese dedicata ad un ricco patrimonio di opere d'arte contemporanea. Un dinamismo percettivo basato sull'optical art, sul bianco e nero e sull'effetto grafico delle forme pervade tutta la casa, ideata dall'architetto Celia Stefania Centonze, nel cuore della City in un palazzo di epoca Vittoriana, ristrutturato, mantenendo autentica la preziosa facciata. Di fronte ai magazzini Harrods, l'appartamento si sviluppa su un solo piano che è molto ampio. Pulito nelle linee, presenta lunghi corridoi e grandi pareti che espongono opere d'arte di grande valore. La dimora ha una suggestiva planimetria a forma di L. NEL SALONE, MOLTO SPAZIOSO, SI SVILUPPA UNA PARE-



Alle pareti opere di Marco Nereo Rotelli

TE CENTRALE PASSANTE CON DUE CAMINI IN MARMO TRAVERTINO CHE SUDDIVIDONO GLI AMBIENTI, ESALTATI DAI QUADRI DI MARCO NEREO ROTELLI. «C'È STATA, FIN DA SUBITO, UNA GRANDE SINTONIA DI GUSTI CON LA PADRONA DI CASA», RACCONTA L'ARCHITETTO. NEL SALONE PRINCIPALE, L'INTERA PARETE È DEDICATA AGLI "ORI" DEL MAESTRO ROTELLI, OPERE D'ARTE E POESIA, CHE VIVONO DI LUCE PROPRIA. «È STATO AMORE A PRIMA VISTA! NON HO MAI AMATO LA POESIA, MA TRASMESSA ATTRAVERSO L'ARTE MI HA CONQUISTATO», AMMETTE CELIA, e così è stato anche per la proprietà. I versi di grandi poeti dipinti da Rotelli su fondo oro, realizzati con l'antica tecnica della foglia dorata, hanno fatto breccia nel cuore della padrona di casa e sono stati scelti i versi che più rispecchiano la sua personalità sensibile e generosa: "L'amore sai segue vie diverse"; In verità l'amore non è per tutti"; "Launguage is infinity", per citarne alcuni. L'effetto optical, il disegno grafico del bianco e nero e il rispetto dello spazio sono volutamente interrotti da vivaci tocchi di colore:



Alberto Biasi, Porta Agelica, 1989, tecnica mista.

i quattro tappeti sono stati realizzati su misura in quattro gradazioni diverse di giallo arancio; il magnifico lampadario in metacrilato di Jacopo Foggini, dalle sfumature giallo e fucsia, sovrasta il grande tavolo rotondo con top di marmo nero assoluto e base in acrilico bianco. IRONICA E SPIRITOSA LA BOCCA DI GUFAM FUXSIA IN EDIZIONE LIMITATA ABBELLISCE LO STUDIO DELLA PADRONA DI CASA. LA MAGGIOR PARTE DEGLI ARREDI SONO STATI DISEGNATI SU MISURA E FATTI PRODURRE DA ARTIGIANI ITALIANI, TRA CUI MOBILI CONTENITORI, LETTI E SOMMIER RIVESTITI CON TESSUTI PREGIATI COLE & SONS E DEDAR; ALTRI MOBILI SONO FIRMATI DA AZIENDE del design contemporaneo Made in Italy come Moroso, Edra e Flos per l'illuminazione. Copriletto, tende, moquette nelle camere da letto sono stati realizzati su disegno personalizzato rispettando i colori predominanti. Alle pareti, l'elegante carta da parati Alcolve di Elitis nei toni del bianco, quasi un velluto, dona alla casa una straordinaria luminosità. Nel bagno degli ospiti, invece, è stata scelta l'allegria e non convenzionale carta da parati di Fornasetti con le scimmie a fondo nero a cui fanno compagnia le lampade a forma di scimmiette di Seletti. La casa, nei dettagli decorativi e negli arredi Pop, rispecchia la personalità autoironica della padrona di casa. IL BIANCO E NERO CONTINUA NEI PAVIMENTI: MARMO BIANCO NEI CORRIDOI E PARQUET NERO NEL SALONE. L'ILLUMINAZIONE RIPRENDE IL DISEGNO GRAFICO DELLA DIMORA ED È STATA STUDIATA IN MODO DA AVERE DEI FASCI DI LUCE DIREZIONATI, I FARETTI BONJOUR, FLOS, INSERITI A COPPIA IN PUNTI STRATEGICI PER FOCALIZZARE LO SGUARDO. La carta da parati, dal sorprendente effetto velluto, incide sulla distribuzione omogenea della luce. L'ingresso conduce a un lungo corridoio che da una parte porta verso la cucina e la zona di servizio, di fronte si apre il salone collegato con la sala da pranzo e l'office della cucina, dall'altro lato del corridoio si arriva alla camera degli ospiti e bagno, allo studio con bagno, e alla camera da letto padronale, con doppia cabina armadio che poi sfocia in entrambi i bagni padronali in marmo arabescato bianco per lei, in nero marquise per lui. NEI LUNGHI CORRIDOI, OPERE DI ALBERTO BIASI, EMILIO ISGRÓ E ALTRI ARTISTI CONTEMPORANEI SI AFFIANCANO AL DITTICO DI BIANCHI E NERI IN ACRILICO E SMALTO SU TELA DI MARCO NEREO ROTELLI. SEMPRE DEL MAESTRO ROTELLI UN'OPERA UNICA, REALIZZATA SU RICHIESTA, PRESENTA UNA STRAORDINARIA SERIE DI LIBRI FIORITI, LIBRI SCULTURA IN MARMO BIANCO E NERO CHE RAPPRESENTANO I PIÙ IMPORTANTI TESTI DELLA LETTERATURA ITALIANA ED ABBELLISCONO LA LIBRERIA E RACCONTA COSÌ: «GLI ANTICHI SCRIBA VEDEVANO UNA CORRISPONDENZA TRA LE PAROLE E I FIORI. NEI CENTO LIBRI DELL'INSTALLAZIONE, 80 CHIUSI INDICANO IN COSTA I NOMI DEI MASSIMI SCRITTORI E 20, APERTI, RIPORTANO LE PAROLE PIÙ INTENSE DEDICATE AL FARE DELL'UOMO. I versi scritti corrispondono ai cinque sensi: il vino per il gusto, la musica per l'udito, la moda per il tatto, il design, la fotografia e la letteratura (che tutto unisce) per la vista, la natura e il suo profumo per l'olfatto. NASCE COSÌ LA PRIMA BIBLIOTECA DEDICATA AI PRINCIPI DELL'AMORE, CHE NELL'ANTICA LINGUA AZTECA SI CHIAMA XOCHIPILLI, DETTO ANCHE PRINCIPE DEI FIORI».

Due sculture di Marcello Morandini, il padre della grafica in bianco e nero, esaltano il gioco optical delle forme: la sedia in prospettiva e la panca a due cerchi. Il bianco e il nero. «Colori semplici che permettono di concentrarsi sulla forma più che sull'estetica superficiale», ricorda Morandini.

Nella cucina, in finitura bianco lucido e top nero, ritorna l'originalità degli arredi Pop con l'inserimento delle due lampade a sospensione i Cupoloni della Seletti, omaggio alla Città Eterna che diventa luce. Un pezzo iconico, la cui riproduzione iperrealistica della Cupola di San Pietro onora l'arte e la bellezza della cultura italiana, in un sapiente mix di artigianato e tecnologia realizzato dallo studio AMeBE. Una dimora affascinante e senza tempo, dove l'arte contemporanea convive con le icone del design.

centonze.platteam@gmail.com

DESIGN



Shapes

Marie Gillet







LA LUCE È L'ARTEFICE DELLO SPAZIO PER LA STORICA AZIENDA FIORENTINA NATA NEL 1899 GRAZIE ALL'ISPIRAZIONE DI UN GIOVANE ARTIGIANO E ARTISTA GIOVANNI BANCI. Shapes è la visione contemporanea, spazio che si materializza, luce che prende forma e converge nei volumi. Il rigore artigianale di ogni creazione si sposa sapientemente con il più autentico saper fare made in Italy da oltre un secolo di storia ed esperienza. Una costante ricerca sul senso e sulla visione della luce ha portato Banci Firenze a lavorare con un legame profondo delle forme.

DAI PEZZI ICONICI DELLA COLLEZIONE SUPERCLASSIC, L'AZIENDA È APPRODATA A UNA CONCEZIONE CONTEMPORANEA DELL'ILLUMINAZIONE, MANTENENDO L'HERITAGE IN SINTONIA CON L'AVANGUARDIA TECNOLOGICA. «LA PIÙ RECENTE COLLEZIONE SHAPES INTERPRETA UN NUOVO MODO DI PERCEPIRE LA LUCE E LO SPAZIO», RACCONTA ELISEVA ERRICO, nominata amministratore unico, dopo una lunga presenza nel settore commerciale dell'azienda. «LA LUCE È L'ESSENZA DI OGNI CREAZIONE E NE È PARTE INDISSOLUBILE. ESALTA SUPERFICI E VOLUMI, RAPPRESENTA FORME ESSENZIALI COME IL QUADRATO, IL CERCHIO E IL TRIANGOLO DAI QUALI SI GENERANO A LORO VOLTA I SOLIDI FONDAMENTALI. Suscita emozioni creando oggetti di luce capaci di adattarsi a ogni luogo in cui sono inseriti proprio grazie alle loro infinite forme». Ogni prodotto è in sé stesso un'opera d'arte e l'azienda resta sempre fedele alla ricerca di rendere la luce sotto nuove forme visive, collaborando con artisti contemporanei di fama internazionale.

L'essenzialità delle linee nelle collezioni rivive anche nella scelta dei materiali: in particolare acciaio, ottone e marmo. SCELTA CHE INTERPRETA I VALORI FONDANTI DEL MARCHIO: TRADIZIONE E CONTEMPORANEITÀ. Le creazioni sono eterne, senza tempo, perfettamente capaci di inserirsi in ogni ambiente dal classico al contemporaneo, dal retrò al moderno. I connubi tra luce e forma sono infiniti, gli artigiani sperimentano sempre nuovi modi di interpretare questa unione ideale per continuare a dare vita a oggetti luminosi sorprendenti. «LA COLLEZIONE SHAPES NON È UN PUNTO DI ARRIVO, MA UNA VISIONE DEL FUTURO», SOTTOLINEA ELISEVA. Le produzioni si rivolgono ad una clientela colta e raffinata, ad un mercato di collezionisti e armatori internazionali amanti del bello che cercano lo stile e i dettagli del savoir-faire italiano. L'azienda partecipa da due anni come partner al progetto VIP lounge del Salone Nautico Genova, per trasferire le eccellenze anche al mondo nautico.





«CREDIAMO FORTEMENTE CHE LO STILE DELLA TRADIZIONE POSSA CONTINUARE A STUPIRE ANCHE NELLA NOSTRA EPOCA, STIAMO REALIZZANDO NUOVE PRODUZIONI CON RICHIAMI CLASSICI, MA CON UN'ISPIRAZIONE COMPLETAMENTE RINNOVATA. Pensiamo al prossimo appuntamento del Salone del Mobile a Milano, che sarà l'occasione per sorprendere con nuove creazioni. Tra gli obiettivi futuri, è prevista l'apertura di uno showroom nel centro storico di Firenze, cuore dell'arte e della bellezza.

banci.it



Nel mare di ghiaccio flottante

Chiara Cantoni





MENTRE PARLIAMO, IL CONTRAMMIRAGLIO MASSIMILIANO NANNINI, DIRETTORE DELL'ISTITUTO IDROGRAFICO DELLA MARINA (IIM), SFOGLIA UNA PUBBLICAZIONE: *La Marina Militare al Polo Nord. Dal duca degli Abruzzi alle spedizioni High North*. IN COPERTINA UNA DOPPIA FOTO: SOPRA, DUE INDIVIDUI CON LA BANDIERA TRICOLORE, UNA NAVE E SULLO SFONDO LA BANCHISA POLARE ARTICA, SOTTO, UN LEGGENDARIO ESPLORATORE, LUIGI AMEDEO DI SAVOIA, AL POLO NORD NEL 1900. I primi, nel solco del secondo, raccolgono il testimone della storia e di una lunga vocazione italiana a spingersi oltre i confini conosciuti. Uno dei due uomini, ça va sans dire, è proprio Nannini. Perché, a distanza di 120 anni, quella tensione a scoprire mondi inesplorati, aggiungendo tessere al mosaico della conoscenza, resta viva in nuove, moderne esperienze, come "High North", programma di ricerca pluriennale della Marina Militare, condotto e co-



ordinato dall'Istituto Idrografico con campagne in Artico a bordo di nave "Alliance", battente bandiera italiana. ALLA DECADE DELLE NAZIONI UNITE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE IN RIFERIMENTO ALLE SCIENZE MARINE (2021-2030), L'IIM RISPONDE METTENDO SUL PIATTO I RISULTATI DELLE QUATTRO SPEDIZIONI FINORA CONDOTTE, L'ULTIMA DELLE QUALI, HIGH NORTH20, PORTATA A TERMINE NONOSTANTE L'EMERGENZA SANITARIA CHE HA DISSUASO IL RESTO DEL MONDO DALLE ATTIVITÀ DI RICERCA AI POLI. Come dire, la pandemia ha rallentato tutti ma non l'Italia, tornata a casa con dati unici da condividere nei consessi internazionali e un modello morfologico ad alta risoluzione del Molloy Hole, il punto più profondo dell'Oceano Artico, coperto dai ghiacci e inaccessibile per la maggior parte dell'anno. «PER LE SUE CARATTERISTICHE DI "MOTORE" DEL CLIMA DEL PIANETA, L'ARTICO RIVESTE UN RUOLO CHIAVE PER L'ECONOMIA GLOBALE NELL'OTTICA DI UNO SVILUP-

PO SOSTENIBILE», SPIEGA ROBERTA IVALDI, DOCENTE DI GEOLOGIA MARINA PRESSO L'ISTITUTO IDROGRAFICO E COORDINATORE SCIENTIFICO DEL PROGRAMMA HIGH NORTH. «LE NUOVE ROTTE COMMERCIALI CHE POTREBBERO APRIRSI A NORD SONO UN ELEMENTO DI INTERESSE IN CUI OPERARE PER LA SICUREZZA DELLA NAVIGAZIONE, CONCORRENDO ALLA MAPPATURA DEI FONDALI, MA ANCHE PER GLI ASPETTI GEOSTRATEGICI E SOCIOECONOMICI», AGGIUNGE NANNINI. Così *Circle* ha chiesto loro di raccontare quest'area remota del mondo.

PARTIAMO DAL PRINCIPIO. CHE COS'È E DI COSA SI OCCUPA L'ISTITUTO IDROGRAFICO DELLA MARINA?

MN: Nel suo doppio cappello di organo cartografico dello Stato ed ente della Marina Militare, l'Istituto promuove la conoscenza di tutto ciò che riguarda il mare dal punto di vista tecnico, scientifico, ambientale e culturale, in quattro settori: attività di campagna e di ricerca idro-oceanografica; redazione di normativa tecnica di riferimento per la sicurezza della navigazione; cartografia e documentazione nautica ufficiale in ambito nazionale regolamentato da accordi internazionali, con l'aggiunta di responsabilità cartografica per la produzione di tre carte nautiche in Mare di Ross (Antartide); la formazione specialistica di idrografi riconosciuti internazionalmente. In forza di queste competenze specifiche, l'Istituto interagisce sia con il settore scientifico sia con il mondo accademico, collaborando a percorsi di alta formazione, per esempio, con l'Università di Genova per la Laurea magistrale in Hydrography and Oceanography e il Master di II livello Marine Geomatics, o dottorati di ricerca, come il PhD in Earth and Marine Science dell'Università di Ferrara. Nell'ambito dei piani di cooperazione con altri Paesi, inoltre, l'IIM contribuisce con un programma di Capacity Building per lo sviluppo dell'Idro-oceanografia: in particolare sono in corso attività di istituzione, formazione e tutoraggio di nuovi Istituti Idrografici in Libano e in Qatar.

DAL 20 LUGLIO 2020 È ALLA DIREZIONE DELL'ISTITUTO. QUALI GLI OBIETTIVI DEL SUO MANDATO?

MN: Dare continuità alle azioni intraprese dal mio predecessore e contestualmente avviare un processo di modernizzazione nelle procedure e nella gestione dei dati con nuove tecnologie. L'IIM INFATTI DETIENE I DATI UFFICIALI DELLE ACQUE NAZIONALI DI INTERESSE PER LA PRODUZIONE DI DOCUMENTAZIONE NAUTICA PER LA SICUREZZA DELLA NAVIGAZIONE. LO SVILUPPO DI UNA BANCA DATI E L'IMPLEMENTAZIONE DI STRUMENTI GIS INTEGRATI TRAGHETTERANNO LA STRUTTURA DA *prodotto-centrica* a *database-centrica*, DOVE RUOLO FONDAMENTALE SARÀ QUELLO DI REALIZZARE IL FLUSSO DELLE INFORMAZIONI IDRO-OCEANOGRAFICHE, dall'acquisizione all'elaborazione e produzione, secondo un concetto di *smart hydrography*.

QUAL È L'IMPORTANZA GEOSTRATEGICA DI ESPLORARE ZONE REMOTE COME L'ARTICO?

MN: L'assetto navale ha acquisito negli anni la capacità della navigazione polare, rilevante per una forza armata che si pone con interessi globali. L'ARTICO È UN OCEANO SEMPRE PIÙ FREQUENTATO, DOVE GLI INTERESSI DEI SINGOLI STATI SI INTRECCIANO CON LA SICUREZZA E LA SALVAGUARDIA DI TUTTI, ED È IN QUESTO CONTESTO CHE LA PRESENZA DELLA MARINA MILITARE CONTRIBUISCE A MANTENERE LA LIBERTÀ DI NAVIGAZIONE IN ALTO MARE. Parallelamente l'Istituto Idrografico e la Marina Militare stessa hanno perfezionato la formazione del proprio personale conferendo capacità di lavorare e fare ricerca in ambienti estremi. Forti sono anche le sinergie sviluppate con le Marine di nazioni amiche, Argentina, Perù, Cile ed Ecuador, in attività di ricerca in Antartide con corsi specialistici, periodi di navigazione tra i ghiacci e programmi di ricerca congiunti sviluppati in aree polari.





IN QUALE CONTESTO NASCE IL PROGRAMMA HIGH NORTH E QUALI OBIETTIVI SI PONE?

MN: A 120 ANNI DALLA SPEDIZIONE DEL DUCA DEGLI ABRUZZI A BORDO DELLA NAVE "STELLA POLARE" E 90 ANNI DALL'ESPERIENZA DI NOBILE E ROMAGNA MANNOIA CON NAVE "CITTÀ DI MILANO"; LA MARINA MILITARE HA ISTITUITO NEL 2017 QUESTO PROGRAMMA VOLTO A CONTRIBUIRE ALLA STRATEGIA ARTICA NAZIONALE E A SUPPORTARE LA COMUNITÀ SCIENTIFICA NELLO STUDIO DELL'OCEANO ARTICO IN RELAZIONE AI CAMBIAMENTI GLOBALI. High North si è concretizzato e consolidato grazie al ruolo attivo svolto dalla Marina attraverso l'Istituto Idrografico quale *National marine focal point for the Arctic research activities*, condividendo conoscenza, capacità tecnica e dati delle quattro campagne idro-oceanografiche con istituzioni ed enti di ricerca nazionali e internazionali, università e società private, operanti in ambienti polari estremi. L'obiettivo è quello di una ricerca marina multidisciplinare integrata secondo l'approccio di un 4D Mapping, dal satellite al sottofondo marino. Lo sviluppo e la data policy del programma hanno ricadute immediate nel concetto di dato multiuso e riuso, secondo un attento investimento delle risorse in ambiti remoti, ancora poco conosciuti ma che regolano le dinamiche globali. ALTRO ASPETTO SVILUPPATO È IL CONCETTO DI *CITIZEN SCIENCE*, RENDENDO TUTTI PARTECIPANTI NELLA CONDIVISIONE DI ATTIVITÀ COME *L'OCEAN LITERACY* E LA *YOUNG SCIENTIST GENERATION* SOTTO EGIDA UNESCO. Con High North, infine, la Marina Militare garantisce continuità di osservazioni e lunghe serie di dati acquisiti a supporto dell'innovazione tecnologica e dello sviluppo di modelli previsionali, rivolgendo nel triennio 2020-2022 particolare interesse alle giovani generazioni e alla ricerca per l'oceano globale.

NEL 2018, A BORDO DI "ALLIANCE", HA PARTECIPATO COME CAPO SPEDIZIONE A UNA MISSIONE ESPLORATIVA DI QUATTRO MESI, TUTTI AL BUIO E IN CONDIZIONI DI MARE PROIBITIVE.

MN: ANDARE AL POLO NORD È SEMPRE COMPLICATO E A MAGGIOR RAGIONE D'INVERNO, SIA PER L'ASSENZA DI LUCE, A CUI L'ORGANISMO UMANO NON È ABITUATO, SIA PER LE CONDIZIONI METEOROLOGICHE ESTREME IN TERMINI DI VENTO, MARE E TEMPERATURE. L'ACQUA SI AGGIRA ATTORNO AI -2°C E NON LASCIA SCAMPO, PERCIÒ TUTTE LE ATTIVITÀ SVOLTE IN COPERTA RICHIEDONO MASSIMA ATTENZIONE E PERSONALE PREPARATO. Nell'oscurità lo scenario è surreale, la nave si muove con fatica fra i ghiacci che stridono sull'opera viva, l'impatto visivo e sonoro resta impresso. Dovevamo studiare l'azione dei forti venti provenienti da nord sulla superficie marina che, a contatto con l'aria gelida, si raffredda creando una massa fluida più densa che affonda negli abissi. Per farlo, era necessario essere presenti durante le peggiori condizioni climatiche, con fenomeni aggressivi di Ice build up, ossia l'accumulo di ghiaccio che si forma sulla nave e rischia di spostarne il baricentro rendendola instabile. Quanto più passa il tempo tanto più la crosta acquista spessore e peso: in questi casi occorre spaccarla ed eliminarla fisicamente con tanto di martello. IN REALTÀ NON SAI SE RIUSCIRAI A CONTROLLARE IL FENOMENO E USCIRE AL BUIO, DURANTE UNA TEMPESTA, È TUTT'ALTRO CHE AGEVOLE. CI SIAMO TROVATI UNA VOLTA VICINI AL LIMITE DEI GHIACCI, CON UN VENTO CHE SOFFIAVA A 80 NODI E AVEVA LA MEGLIO SULLA PROPULSIONE: SIAMO RIMASTI A LUNGO CON LA NAVE INGVERNABILE. Ho temuto il peggio. Per fortuna oggi possiamo raccontarlo.

QUAL È STATO IL CONTRIBUTO DELL'IIM ALLA MISSIONE DI QUEST'ANNO, HIGH NORTH20?

MN: IIM ha diretto e condotto non solo le attività di esplorazione e map-





patura dei fondali ma anche quella di raccolta di dati unici, mantenendo la continuità delle osservazioni ambientali utili alla comunità scientifica e ai ricercatori che quest'anno, per la pandemia, non hanno potuto essere presenti. Ha richiesto grande sforzo dare seguito a una campagna in un'area così lontana rispettando i rigidi protocolli sanitari, tant'è che siamo stati i soli a sostenere 59 persone, tra cui 13 esperti dell'Istituto, per oltre 70 giorni a bordo senza mai scendere o avere contatti col "mondo esterno". Sarà ricordata come una campagna storica, l'unica che nel 2020 ha condotto attività in Artico, garantendo la disponibilità di dati preziosi per il monitoraggio ambientale che altrimenti nessuno avrebbe acquisito.

CHE COSA È STATO OSSERVATO IN PARTICOLARE?

MN: NEI VENTI GIORNI DI NAVIGAZIONE E 3MILA MIGLIA PERCORSE AL CIGLIO DELLA BANCHISA, SONO STATE INDAGATE ATMOSFERA, IDROSFERA, BIOSFERA E GEOSFERA, SU UN TOTALE DI 2449 STAZIONI DI MISURE METEOROLOGICHE E 100 STAZIONI DI OSSERVAZIONI E PROFILI VERTICALI, CON ATTIVITÀ DI MAPPATURA E CARATTERIZZAZIONE DEL FONDALE, ACQUISIZIONE DATI INERENTI LA COLONNA D'ACQUA, raccolta di immagini per il monitoraggio del limite dei ghiacci e loro identificazione e classificazione, campionamento di acque superficiali e del loro contenuto biogeochimico, del particolato sospeso per lo studio dell'ambiente, a cui si aggiungono osservazioni visive mirate all'individuazione di mammiferi marini, del marine litter e delle microplastiche. Grazie a sistemi acustici multifascio ad alta risoluzione, integrati da altri sistemi, è stato possibile mappare dal satellite al sottofondo 4211,8 km² di fondale inesplorato, compreso il punto più profondo dell'Oceano Artico, 5567 metri, il Molloy Hole, situato nello Stretto di Fram, tra le Isole Svalbard e la Groenlandia.

CHE COSA RENDE L'ABISSO MOLLOY COSÌ INTERESSANTE?

RI: È LA PRIMA VOLTA CHE VIENE IDENTIFICATO E MAPPATO AD ALTA RISOLUZIONE, CON PRECISIONI METRICHE, IN ACQUE ANCORA POCO CONOSCIUTE, PER NON DIRE IGNOTE. Situato in un settore chiave della geodinamica del fondale oceanico e delle dinamiche oceanografiche e atmosferiche per gli scambi Artico-Atlantico, il Molloy Hole crea una sorta di "trappola" delle masse d'acqua e d'aria. In particolare, il suo significato geodinamico è connesso al processo di formazione di nuovo fondale e non a caso si trova in posizione centrale nello stretto di Fram. Le fratture presenti per la dinamica delle placche hanno originato questo settore più profondo la cui geometria si caratterizza per una struttura a base quadrata con lato massimo di circa 40km e pareti subverticali a gradoni che si sviluppano da circa 3500 metri fino a 5567 metri: una specie di ziqqurat rovesciata di oltre 2000 metri.

CHE EFFETTO FA OSSERVARE UN SIMILE SPETTACOLO?

RI: È qualcosa che allarga il cuore, allo scienziato ma direi a tutto l'equipaggio. COSÌ COME NAVIGARE IN UN MARE DI GHIACCIO FLOTTANTE, IMMERSI NELLA NEBBIA, SPINTI DA UN VENTO TESO, SECCO E FREDDO DI OLTRE 35 NODI, RAGGIUNGENDO IL CIGLIO DELLA BANCHISA ARTICA, A NORD DELLE ISOLE SVALBARD: EMOZIONANTE ANCORCHÉ COMPLICATO PER LA SCARSA VISIBILITÀ. Tutti ci siamo stretti in un grande abbraccio, con ruoli distinti e competenze specifiche, ma parte di un'unica squadra sempre pronta a modificare il programma delle attività e la rotta pur di ottimizzare tempi e risorse per raggiungere l'obiettivo. Perché la cintura di ghiacci che ruota attorno alla calotta artica è estremamente dinamica, si muove rapidamente, creando configurazioni che mutano di continuo; perciò la pianificazione va calata nelle dinamiche ambientali che si trovano in loco, adattandosi sempre a diversi scenari operativi.



A QUESTO PROPOSITO, QUALE IMPATTO HA IL CAMBIAMENTO CLIMATICO?

Ri: STUDI E OSSERVAZIONI CHE VENGONO CONDOTTI DA ANNI DIMOSTRANO CHE È IN CORSO UN'ATLANTIFICAZIONE DEL SETTORE ARTICO, CON RAPIDITÀ DI CAMBIAMENTO ADDIRITTURA DOPPIA RISPETTO AD ALTRI SETTORI. Le correnti stanno subendo variazioni per la contrazione dei ghiacci che, liberando sempre più porzioni di oceano, danno origine a nuove dinamiche e processi ambientali. In realtà, a luglio, a 80°N abbiamo trovato il limite dei ghiacci spinto da correnti da nord con velocità fino a 1 nodo e temperature intorno allo zero, con mare calmo solo in prossimità dei ghiacci stessi per i venti freddi e tesi che spiravano dai quadranti settentrionali fino a 35-40 nodi. QUALI SARANNO GLI STEP SUCCESSIVI DELLA CAMPAGNA DI RICERCA?



MN: In linea con quanto maturato nel triennio precedente, il programma 2020-2022 contribuirà in modo ancora più rilevante alla conoscenza del *One Ocean* per lo sviluppo sostenibile nella decade delle Nazioni Unite per le scienze marine (*UN Decade of Ocean Science for Sustainable Development 2021-2030*), chiaro riferimento per le attività marine in Artico, con una costante sensibilità a fare sistema per la conoscenza, la formazione di giovani specialisti e lo sviluppo tecnologico. **IN PARTICOLARE NELL'AMBITO DEL PROGETTO INTERNAZIONALE, GEBCO SEABED2030, CI SI RIVOLGERÀ ALLA COMPLETA MAPPATURA DEI FONDALI OCEANICI CON SISTEMI MODERNI ENTRO IL 2030. IN ARTICO MENO DEL 15 PERCENTO È MAPPATO CON SISTEMI MODERNI, L'OCEANO GLOBALE MENO DEL 10%.**

YACHT





La filiera siamo noi

Chiara Cantoni





Giovanna Vitelli

CINQUANTASEI UNITÀ CONSEGNATE, UNA POSIZIONE FINANZIARIA RAFFORZATA NONOSTANTE LO STOP IMPOSTO DALLA PANDEMIA, UN'OFFERTA COMPLESSIVA IN PROCINTO DI PASSARE DA 30 A 35 MODELLI NEI PROSSIMI 18 MESI CON NOVE DEBUTTI PREVISTI E DUE NUOVE COLLEZIONI, IN RAPPRESENTANZA DI TUTTE LE CATEGORIE ESISTENTI NEL MERCATO DEI LUXURY YACHT. ALLA DIFFICILE CONGIUNTURA IL GRUPPO AZIMUTIBENETTI TIENE TESTA CON GRANDE DINAMISMO, CONFERMANDO UN'AMBIZIOSA PIPELINE PRODUTTIVA e rilanciando sul futuro con un nuovo assetto organizzativo che vede le due divisioni unificate sotto un unico cappello al timone del CEO, Marco Valle. «In alcun modo andremo a minare la specificità dei due brand», assicura la Vice Presidente, Giovanna Vitelli, raccontando a Circle visione e prospettive dell'azienda. «Tuttavia, la presenza di un doppio AD e di una doppia divisione, per business legati entrambi alla produzione nautica, rappresentava un'anomalia nel panorama imprenditoriale».

CHE COSA COMPORTA CONCRETAMENTE QUESTA RIORGANIZZAZIONE?

L'IDEA DI UNIFICARE ERA NELL'ARIA DA TEMPO, NON SOLO PER EVITARE INUTILI DUPLICAZIONI, MA PER ATTIVARE SINERGIE DI GRUPPO VANTAGGIOSE E METTERE A FATTORE COMUNE LE MIGLIORI RISULTANZE DEGLI OLTRE 50 ANNI DI ESPERIENZA DELLE DUE DIVISIONI, ESTENDENDO IL PUNTO DI RACCORDO NON SOLO ALL'UFFICIO R&D, COME IN PASSATO, MA A TUTTA LA PARTE DI BACK-END. Posto che le funzioni di front-end resteranno dedicate per ciascuno dei due brand, perché non condividere, invece, un'applicazione efficace nella produzione di acciaio o un canale di penetrazione commerciale interessante? Soprattutto ora, che alle aziende è richiesta grande agilità e velocità nelle scelte. Certo, poi, non è banale individuare manager capaci, in grado di gestire la complessità di un gruppo come il nostro: fortuna ha voluto, che il fisiologico ricambio generazionale ai vertici di Benetti incrociasse la disponibilità di Marco Valle, cresciuto all'interno dell'azienda, profondo conoscitore del mercato, del prodotto e della famiglia. Insomma, tutto diceva che i tempi erano maturi.

NONOSTANTE IL LOCKDOWN SIETE RIUSCITI A RISPETTARE TUTTI GLI IMPEGNI DI CONSEGNA, DIMOSTRANDO SOLIDITÀ E GRANDE FLESSIBILITÀ. COME AVETE AGITO NEI CONFRONTI DEGLI ATTORI PIÙ PICCOLI DELLA FILIERA, MAGARI MENO STRUTTURATI MA COMUNQUE DETERMINANTI NELLA CATENA PRODUTTIVA?

LA DIFFICOLTÀ SI È ABBATTUTA IN MODO MOLTO DEMOCRATICO IMPONENDO A TUTTI UN MOMENTO DI CHIUSURA. IL VERO TEMA È STATO ORGANIZZARE LE CONDIZIONI DI RIAPERTURA, QUINDI, PREVEDERE PIÙ TURNI, STRINGERE BUONI ACCORDI CON IL SINDACATO, DEFINIRE REGOLE CHIARE, FORNIRE ADEGUATI DISPOSITIVI DI SICUREZZA, TUTTI ASPETTI CHE ABBIAMO GESTITO MOLTO BENE, CON ESTREMA ATTENZIONE ALLA TUTELA DEI NOSTRI LAVORATORI E ANALOGO COMMITMENT VERSO GLI ATTORI DELLA FILIERA: SIAMO ANDATI A TROVARLI PER VERIFICARE COME STESSERO OPERANDO E OFFRIRE SUPPORTO. C'è stata grande solidarietà, da parte loro nel rispondere e da parte nostra nel prodigarci affinché le soluzioni implementate in azienda si riverberassero anche sulla catena di fornitura. Voglio dire che la solidità del gruppo conta, ma è l'investimento sulle persone a fare la differenza e la reciproca fiducia coltivata nel tempo. Oggi più che mai occorre che l'alleanza committente-fornitore sia totale, così come con la rete distributiva e i concessionari.

AVETE CONFERMATO UN AMBIZIOSO PIANO DI SVILUPPO PRODOTTO. COSA SOSTIENE TANTA FIDUCIA?

Il mercato. Ecco perché non andremo semplicemente a sostituire unità in gamma ma ad ampliare l'offerta, penetrando nuovi segmenti in linea con il feeling dei tempi. DA UN LATO GRAZIE ALLA CRESCITA DIMENSIONALE DELLA COLLEZIONE MAGELLANO, CHE FINORA SI ERA FERMATA SOTTO LA SOGLIA DEI MEGAYACHT. PER PRIMI ABBIAMO INTRODOTT-





TO L'IDEA DEL TRAWLER ALL'ITALIANA, CHE CONSENTE, CON LA CARENA DUAL MODE, UNA DOPPIA MODALITÀ DI NAVIGAZIONE: NON SOLO VELOCITÀ SOSTENUTE, MA ANCHE CROCIERE A LUNGO RAGGIO, AD ANDATURE PIÙ RILASSATE. SUL FRONTE BENETTI, INVECE, LA FAMIGLIA B.YOND SEGNA L'INGRESSO NEL MONDO DEGLI EXPLORER, RIFACENDOCI ANCHE QUI A UN DUPLICE CONCETTO: QUELLO DI BARCHE MOLTO GREEN, DA UN LATO, grazie alla partnership con Siemens per la propulsione ibrida, ma in grado di restituire appieno il piacere di vivere il mare, dall'altro. Prevedendo, per esempio, un garage semina-scosto che consente di avere tutti i toys senza interferire con il godimento degli spazi, come avviene invece sugli explorer, dove un ponte è sempre "sacrificato" a garage a cielo aperto.

STESSO CONCETTO SULL'OASIS: CHE COS'È, UN CROSSOVER, UNA NAVETTA?

NÉ L'UNO NÉ L'ALTRO: È UN OASIS, UNA BARCA CHE, GIÀ NEL NOME, SUGGERISCE UN RACCONTO, EVOCA UNA DIMENSIONE DI BENESSERE TOTALE, UN'OASI PRIVATA DOVE VIVERE PERSONALISSIMI ED ESCLUSIVI MOMENTI RELAX, LONTANI DAI CONTESTI PIÙ CAOTICI DELLA VITA ORDINARIA. Tutto nasce dalla considerazione che su quelle dimensioni i beach club erano diventati cantine, garage chiusi, sacrificati. Perché non trasformarli invece in qualcosa di veramente vicino al mare? Da qui l'idea di una mega poppa degradante, molto meno formale rispetto agli yacht classici. Lo stesso principio si riflette all'interno, nel comfort di un design rassicurante ma elegante, con colori e tessuti molto naturali: tutto si rifà a un'idea di benessere pieno, con una gym e spazi aperti molto generosi. Rispetto alle tipiche navette Benetti, intercetta un target forse più giovane, che ama questo stile di vita. Perciò diciamo che è una categoria a sé, incarna uno state of mind.

SECONDO IL VOSTRO OSSERVATORIO, CON UNITÀ CHE SPAZIANO DAI 12 AGLI OLTRE 100 METRI, QUALI SONO I TREND ATTUALI NEL MERCATO NAUTICO DI LUSSO?

Si rinnova nelle taglie più piccole la passione per i fuoribordo, per la velocità e la piacevolezza della giornata in barca. È un trend che stiamo cavalcando al di sopra delle nostre aspettative con il 47 Verve, a cui presto si aggiungerà una sorella minore. Si mantiene stabile la fascia fra i 50 e i 70 piedi, barche estremamente razionali, che consentono la crociera in famiglia rispondendo un po' all'esigenza di allontanarsi da contesti di massa. Mentre continua a essere di grande interesse il segmento dei megayacht dai 30 ai 50 m, dove il mercato è molto spumeggiante.

A PROPOSITO DI TREND, A CHE PUNTO SIAMO CON LA NAUTICA GREEN?

Sta crescendo l'attenzione verso questo tema, che riguarda il futuro del pianeta ma anche del nostro business, strettamente legato alla tutela del mare. LA VERITÀ PERÒ È CHE, AL MOMENTO, LA MOTORIZZAZIONE IBRIDA DIESEL-ELETTRICA È ANCORA UNA SOLUZIONE MOLTO COSTOSA PER IL BENEFICIO CHE OFFRE. A MIO AVVISO, OGGI, LA RISPOSTA PIÙ CONCRETA È QUELLA CHE ABBIAMO DATO NOI CON L'USO ESTENSIVO DEL CARBONIO: I RISULTATI PIÙ TANGIBILI NELLA RIDUZIONE DEI CONSUMI LI ABBIAMO OTTENUTI ALLEGGERENDO I MANUFATTI E INTERVENENDO SULLE CARENE. Trovo interessante anche l'adozione di sistemi modulari, come quello sviluppato con Siemens, perché consente di tenere i generatori spenti e utilizzare l'energia immagazzinata per alimentare le utenze di bordo, eliminando fumi, rumori e scarichi in acqua. Voglio dire che la sostenibilità va perseguita nella sostanza e forse, oggi, sono più efficaci risultati intermedi, conseguiti grazie al cosiddetto hotel mode o l'uso di energia stoccata più come booster alla propulsione che non come sostituto pieno.

EMERGONO NUOVI STILI DELL'ABITARE, COMPLICE ANCHE LA PANDEMIA, CHE STA MODIFICANDO IL RAPPORTO CON GLI SPAZI ABITATIVI. RISCONTRA TREND ANALOGHI NELLE SOLUZIONI DI VITA A BORDO?

IL SUCCESSO DI ALCUNI PROGETTI RECENTI CHE SCARDINANO SCHEMI CONSOLIDATI CI DICE DI SÌ. NOTIAMO UN APPROCCIO MENO FORMALE AGLI AMBIENTI, PER ESEMPIO, ABBIAMO PROPOSTO SO-



LUZIONI IN CUI IL MAIN SALOON NON È PIÙ RIGIDAMENTE SUDDIVISO IN SALA PRANZO DA UNA PARTE E LIVING DALL'ALTRA, MA PRESENTA DUE GRANDI LOUNGING AREA CHE ALL'OCCORRENZA SI TRASFORMANO IN SPAZI MOLTO PIÙ DESTRUTTURATI. Vale anche per il concetto di bar o country kitchen all'americana, con isola a vista, in cui chi cucina interloquisce con gli ospiti. L'idea di ibridazione funzionale alla condivisione emerge bene nel tentativo di fondere ambienti interni ed esterni, con spazi più flessibili e superfici continue. Il concetto stesso di lusso non riguarda più solo abbondanza e ostentazione ma un'idea di eleganza più evoluta, che si esprime nei dettagli, nell'uso di materiali ricercati e di lavorazioni raffinate. Attecchiscono meno, invece, progetti in cui si cerca di ricalcare gli stessi ambienti di un loft residenziale, più soggetti alle mode. Mi sembra che si vada nella direzione di riconoscere la specificità dell'ambiente barca, con le sue regole ma anche il valore aggiunto di un contatto diretto con il contesto naturale.

MAGELLANO 25 METRI È UN ESEMPIO DI QUESTA EVOLUZIONE NEL CONCETTO DI LUSSO...

Il plus di questa barca risiede forse in una contemporaneità che la distingue nettamente dai progetti di interior oggi diffusi, che tendono a replicare a bordo soluzioni mutuare dal residenziale e dall'alberghiero. Negli anni 80, invece, era la nautica a dettare le tendenze poi esportate in altri settori. Questo yacht recupera quella dimensione d'avanguardia, esulando da qualunque schema conosciuto, con una componente artistica che va oltre il design. Tuttavia non è concepita come una barca spot, un eccentrico exploit che ha poco di funzionale: piace perché il layout è vincente, è organico e ben studiato. E anche le matricole successive, pur accogliendo customizzazioni richieste dai clienti, non si discostano tanto dalla prima unità: l'architettura di base resta la stessa perché funziona. Tant'è che, con De Cotiis, stiamo lavorando alla sorella maggiore.

IL CORTO OPEN YOUR EYES DIRETTO DA GABRIELE MUCCINO PER RACCONTARE MAGELLANO 25 METRI INCARNA UN'EVOLEZIONE RISPETTO ALLA COMUNICAZIONE DI PRODOTTO TRADIZIONALE. CREDE CHE QUELLA DELLE CONTAMINAZIONI CREATIVE SIA LA VIA PIÙ EFFICACE NELL'ALTO DI GAMMA PER RACCONTARE IL MONDO DIETRO AL PRODOTTO?

IL CORTO NASCE PROPRIO DA QUESTA RIFLESSIONE, ACCELERATA DAI TEMPI PERCHÉ LA BARCA DO-



VEVA ESSERE PRESENTATA ALLA BIENNALE ARCHITETTURA DI VENEZIA, CON UN PROGETTO CHE LA PANDEMIA HA IMPEDITO DI REALIZZARE. COSÌ È MATURATA L'IDEA, NELL'ARIA DA TEMPO, DI TRASFERIRE L'EMOZIONE DI UN LUXURY YACHT ATTRAVERSO UN LINGUAGGIO ARTISTICO. LA CIRCOSTANZA POI HA VOLUTO CHE LO YACHT IN QUESTIONE FOSSE ANCHE UN OGGETTO DALLO STORYTELLING RICCHISSIMO, PERCHÉ ESIBISCE UN'ELEGANZA UNICA, CHE NON SAPEVAMO COME TRASMETTERE SENZA MOSTRARLA FISICAMENTE. I video commerciali, di cui è saturata la comunicazione nautica, non sembravano lo strumento appropriato. Ci voleva del vero cinema, con un vero regista, e Muccino era la persona giusta: non solo è un italiano apprezzato nel mondo ma fa dell'elemento emozionale la cifra stilistica del suo linguaggio cinematografico. Gli abbiamo lasciato carta bianca, proprio perché doveva essere un corto d'autore e non un prodotto commerciale. E il risultato parla da sé: è riuscito a comunicare la barca come perno di una narrazione che restituisce il feeling della bellezza, un mondo che si svela attraverso un racconto. In un'intervista ci ha citati come esempio di mecenatismo: siamo onorati, nel nostro piccolo, di venire associati a un concetto tanto alto.

STATE PENSANDO A NUOVI PROGETTI DI QUESTO TIPO?

Non è da escludere, perché è uno strumento potente. Ma va fatto al momento giusto, per la cosa giusta. L'efficacia emozionale deriva anche dal non abusarne.

SECONDO LEI, MANCA UNO STORYTELLING DELLA NAUTICA?

CREDO CHE QUESTO SETTORE DEBBA RACCONTARSI NELLE SUE VARIE SFACCETTATURE: UNA VOLTA È IL BELLO, UNA VOLTA LA TIPOLOGIA, UNA VOLTA IL MADE IN ITALY. È UNO STORYTELLING CON INFINITE COMPONENTI E CHE, A SECONDA DELL'OCCASIONE E DELLO STRUMENTO, DEVE TROVARE IL MODO DI MOSTRARSI IN MANIERA PIÙ ESAUSTIVA DI QUANTO NON ABBAIA FATTO CERTA COMUNICAZIONE A SENSO UNICO CHE IN PASSATO HA CREATO TANTI STEREOTIPI. La nautica è uno dei settori più ricchi di contenuti: non c'è prodotto che metta ugualmente insieme tecnologia e arte, innovazione e design, artigianalità e occupazione.

azimutbenetti.it



Food&Health on board

Chiara Cantoni

«Un cuore non può essere costretto ad amare più di quanto uno stomaco possa essere costretto a digerire il cibo con la sola persuasione», DICEVA ALFRED NOBEL. E NON C'È MEDICO, SCIENZIATO O CONOSCITORE DELL'ANIMO UMANO CHE POSSA SMENTIRLO. MA PUÒ TENTARE - QUESTO SÌ - DI PROPORRE ARGOMENTI TANTO PERSUASIVI PER IL CUORE QUANTO PER L'ORGANISMO. È la scommessa del corso "Yacht Food & Health", nato in collaborazione con l'Università di Genova e l'Università di Torino su un'idea di Barbara Amerio, titolare di Amer Yachts – Gruppo Permare, che verrà presentato in occasione della Nobel Week Sanremo 2020. Giunta alla seconda edizione, dal 10 al 13 dicembre, la rassegna dedicata al chimico e filantropo svedese, che nella Città dei Fiori ha trascorso gli ultimi anni di vita, celebra l'ingegno e l'innovazione, nonché i rapporti fra la città ligure e la Svezia, con quattro giorni di divulgazione scientifica e scambio culturale, iniziative rivolte agli studenti, conferenze ed eventi da seguire online e sui canali social di Villa Nobel.



Veg Palette, foto by Andrea Sabatello / Foodgraphia 2018

«CI SIAMO RESI CONTO CHE, NEL MONDO DELLO YACHTING, MANCAVANO PROPOSTE FORMATIVE IN GRADO DI TRATTARE IL TEMA ALIMENTARE, VEICOLO DI CULTURA E SALUTE, NELL'AMBITO DI UN PIÙ AMPIO CONCETTO DI BENESSERE», racconta Gianfranco Trapani, pediatra e scrittore, da sempre impegnato nella promozione di stili DI VITA E NUTRIZIONALI SANI, NONCHÉ DIRETTORE DEL CENTRO STUDI ALFRED NOBEL, FRA GLI ORGANIZZATORI DELLA RASSEGNA SANREMESE. DA QUI L'IDEA DEL PRIMO CORSO MULTIDISCIPLINARE DEDICATO AL MONDO DELLA NAUTICA, in cui i principali e più attuali fondamenti della nutrizione incontrano la dimensione del gusto in relazione a un lifestyle sostenibile per la persona e l'ambiente. «Il nostro Paese è il cuore della Dieta Mediterranea, ampiamente riconosciuta come stile di alimentazione salutare. Certo non l'unico, ma è sorretto da un tessuto storico-culturale molto potente, perché fortemente legato ai territori. Ed è una ricchezza da valorizzare in un contesto di benessere, anche economico, che voglia riconoscersi in un paradigma di lusso un po'

più evoluto. Oltre a nozioni medico-scientifiche legate agli aspetti nutrizionali, quindi, cercheremo di trasferire i concetti di territorio, qualità del prodotto e storia del cibo. Perché il piatto imbevuto di cultura ha un sapore diverso dal piatto assunto per il semplice sostentamento».

STRUTTURATO IN SEI SESSIONI IN LINGUA INGLESE, IL CORSO SI RIVOLGE PRINCIPALMENTE AGLI EQUIPAGGI E AGLI CHEF DI BORDO DI MAXI E MEGAYACHT, MA UNA VERSIONE ITALIANA SARÀ DEDICATA A CHI OPERA NEI SETTORI DELL'HOSPITALITY E DELL'HÔTELLERIE, IN PARTICOLARE LEGATI AL TURISMO COSTIERO, DELLA PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE AGROALIMENTARE, CON L'OBBIETTIVO DI AFFINARE LA PROFESSIONALITÀ E LA QUALITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE IN SETTORI COME IL DIPORTO, la nutrizione e l'alimentazione, la valorizzazione dei prodotti locali e la tutela degli operatori. Punto di forza del percorso, l'integrazione di contenuti multidisciplinari: «Per esempio, i modelli di organizzazione per un catering di qualità, dalla spesa alla composizione della cambusa, alle più moderne e sicure tecniche di conservazione; i principali e più attuali fondamenti della dieta, come le nuove fonti proteiche, l'utilità delle fibre o di alimenti fermentati per l'equilibrio della flora batterica; l'innovazione nel food, dalle alghe alla vera Dieta Mediterranea, ai presidi SlowFood; ma anche la programmazione di piani alimentari dedicati, in caso di intolleranze, regimi vegetariani o vegani o altre problematiche comuni», spiega Etta Finocchiaro, specialista in Dietologia e Scienza dell'alimentazione, che insieme ad altre colleghe ha lanciato la startup Fooderapy, innovativo servizio di diete personalizzate, con delivery di piatti pronti da consumare a domicilio per ricevere benessere dall'alimentazione. «L'obiettivo è prevenire o migliorare alcune problematiche o semplicemente osservare un corretto percorso nutrizionale per sentirsi in forma, per esempio, in alcune fasi di vita della donna come la gravidanza o alterazioni dell'assetto ormonale, o quando si fa sport. IL CONCETTO È FORNIRE IL NECESSARIO PER SEGUIRE UN PERCORSO DIETETICO SANO SENZA DOVER RINUNCIARE AL GUSTO O PENSARE DA SÉ A COMPRARE E CUCINARE I PIATTI GIUSTI, PREPARATI DAI NOSTRI CHEF PER TUTTE LE ESIGENZE».

Così Amer Yachts tocca uno dei temi più sensibili dello stile di vita, nonché un passepartout della socialità a bordo, il cibo. E lo fa come partner di un corso dove non mancherà la proposta di eccellenze locali, in linea con l'impegno verso la promozione del territorio. «La stessa Nobel Week rappresenta un'ottima vetrina per la città a cui siamo felici di contribuire con questa e altre iniziative. Come la presentazione del progetto "A gift for the future", che ci vede coinvolti insieme a Volvo Penta», racconta Amerio. «Quest'anno, il cantiere ha intrapreso con Cetena, società di ricerca e consulenza nel settore marittimo, uno studio finalizzato a rilevare i rumori emessi in acqua durante la navigazione, attraverso dei fonometri sottomarini disposti lungo un percorso rettilineo, utilizzato su più passaggi dagli scafi Amer 94 Twin, Amer Cento e Amer F100, e fondale batimetrico di circa 100 mt. Il frutto della ricerca sarà donato a Volvo Penta, che potrà analizzare i dati come parte di un data base iniziale da incrementare in futuro con i dati di altri modelli, come il 120' in arrivo nel 2021. UN'INIZIATIVA CHE CI AUGURIAMO POSSA INCORAGGIARE LA PARTECIPAZIONE DI ALTRI CANTIERI, OFFRENDO SPUNTI ALL'INDUSTRIA PER INDIVIDUARE AMBITI DI LAVORO COMUNE, E CHE GIÀ TROVA LA GIUSTA RICOMPENSA NELL'ESSERE, NON SOLO PERFETTAMENTE COMPRESA, MA STIMOLO DI RICERCA PER UN'AZIENDA IMPORTANTE E STRUTTURATA COME VOLVO PENTA». GIÀ PIONIERA NELLE DIRETTIVE DEL GREEN DEAL, Amer Yachts compie un ulteriore passo, che si somma agli sforzi per sostituire nel tempo e in maniera graduale l'uso della vetroresina con il nuovo composito Filava. Verso una nuova generazione di scafi e un futuro sostenibile.

ameryacht.com | villanobel.it | volvopenta.com





Asparagi, foto by Serena Secci / Foodgraphia 2018



Il mare dei cigni

Chiara Cantoni







CON I PIEDI PER TERRA STATECI VOI, IN CASA SWAN SCELGONO IL MARE. ANCHE IN TEMPI DI RESTRIZIONI, DI EVENTI NAUTICI E CIRCUITI VELICI SOSPESI, IL MARCHIO DEL CIGNO HA SAPUTO REGALARE AI SUOI FEDELISSIMI UNA RARA PARENTESI DI 'NORMALITÀ'. SI FA PER DIRE, PERCHÉ LA NAUTOR'S SWAN EXPERIENCE, ORGANIZZATA PER LA PRIMA VOLTA DAL 13 AL 20 OTTOBRE SCORSO ALLA MARINA DI SCARLINO, NON È NATA SOTTO IL SEGNO DELL'ORDINARIO: SUPERLATIVA LA LOCATION, INCASTONATA FRA LA MAREMMA E L'ARCIPELAGO TOSCANO; superlative le imbarcazioni, perfetta sintesi di stile, elevate performance e affidabilità; superlativa la formula, pensata per offrire una full-immersion nel mondo di Nautor Group con la proposta di due eventi concomitanti, Swan One Design Worlds, i Mondiali delle classi One Design, e Swan Private Boat Show, un salone privato mono-brand per mostrare agli ospiti l'intera flotta, dai modelli più tradizionali agli scafi di ultima generazione, dai 36 ai 115 piedi. Il tutto condito con fair play e mondanità a terra, nel pieno rispetto dei protocolli di sicurezza, per respirare a tutto tondo il lifestyle made in Nautor.

«IL PROGETTO ERA SUL TAVOLO DA MESI E LA CANCELLAZIONE DEI SALONI NE HA SOLO ACCELERATO



LA REALIZZAZIONE», RACCONTA IL PRESIDENTE, LEONARDO FERRAGAMO. «NAUTOR'S SWAN È UNO DEI POCHISSIMI BRAND IN GRADO DI OFFRIRE AI SUOI CLIENTI UN'ESPERIENZA A 360 GRADI, CHE VA DALL'APPROCCIO AL MONDO DELLA NAUTICA CON IL CHARTER ALLA COSTRUZIONE DELLA BARCA DEI SOGNI, AL CUSTOMER CARE, AL RESELL CON IL BROKERAGE, ENTRANDO IN UNA COMMUNITY DI VELISTI APPASSIONATI CON IL MONDO CLUBSWAN, LE REGATE E GLI EVENTI SOCIALI. Una tale completezza e la customizzazione dei servizi credo siano di primaria importanza in un business come il nostro. Soprattutto se la mission è quella di stare al fianco degli armatori costantemente, come una famiglia». Ciliegina sulla torta, il genius loci di un home port come la Marina di Scarlino, in un territorio che per ricchezza e varietà fa da specchio all'ampiezza dell'offerta Nautor. «L'unicità della Maremma, con le sue eccellenze e gemme nascoste, rappresenta sicuramente un valore nella creazione e promozione di proposte personalizzate, in grado di far scoprire ai nostri ospiti una vasta gamma di prodotti, attività ed esperienze che rappresentano al meglio il fil rouge del nostro concetto di lifestyle».





GLI INGREDIENTI, INSOMMA, C'ERANO TUTTI PER UN DEBUTTO IN GRANDE STILE. «CI PIACEREBBE FARNE UN APPUNTAMENTO FISSO DEL NOSTRO CALENDARIO», SPIEGA IL CEO DEL GRUPPO, GIOVANNI POMATI. «I NOSTRI OSPITI HANNO APPREZZATO MOLTO L'ESPERIENZA, SOPRATTUTTO IL MONDO CHE C'È INTORNO ALLE BARCHE SWAN. Avere l'intera gamma on display, insieme a imbarcazioni del passato di brokerage e charter, ha dato modo di evidenziare la grande tradizione del brand, lo sviluppo continuo e la ricerca di innovazione. Il circuito degli eventi, invece, ci ha permesso di creare una community dove condividere valori comuni, passioni ed esperienze». Con un pizzico di agonismo, che ha portato in gara ventisei team da dieci Paesi, pronti a contendersi il titolo mondiale nelle classi ClubSwan 50 (quindici scafi) e Swan 45 (cinque barche), nonché la Gold Cup nella categoria ClubSwan 36 (sei yacht). «L'entusiasmo era palpabile, come sempre durante le nostre regate. E lo è stato nonostante la situazione di incertezza dovuta al Covid», conferma il Vice Presidente, Enrico Chieffi. «I nostri armatori erano elettrizzati all'idea di partecipare. Dopo un periodo di riposo forzato, tornare in mare e condividere l'amore per la vela, lo stare insieme imparando a farlo in questa nuova normalità, li ha resi felici. Se dovessi riassumere il feeling dell'evento in due parole direi, senza dubbio, positività e voglia di ricominciare».

DALLA PARTE DEGLI ARMATORI, DUNQUE, PER SOSTENERNE LA PASSIONE IN MANIERA PUNTUALE, ESAURIENTE, PERSONALIZZATA, NEL SEGNO DI UN COMMITMENT A TUTTO TONDO CHE RIESCE A TRADURRE LA QUALITÀ DEL PRODOTTO IN QUALITÀ DELL'ESPERIENZA: DALLO STATUS SYMBOL ALLO STYLE SYMBOL, LADDOVE LA BARCA RACCONTA UN MODO D'ESSERE PIÙ CHE UNA FORMA DELL'AVERE, UNO STILE DI VITA E DI NAVIGAZIONE PIÙ CHE UN BENE DA ESIBIRE, IN ALTRE PAROLE, RACCONTA UN MONDO, IL MONDO SWAN. Va in questa direzione l'impegno per un servizio e un'assistenza after sale in guanti bianchi. Complice la neonata divisione Nautor's Swan Global Service, «un branch lanciato lo scorso giugno, con l'intento di essere più vicini possibile ai nostri armatori e alle circa 2.300 barche Swan ancora perfettamente "naviganti"», spiega Pomati. «Il main goal è fornire flessibilità e soluzioni in qualsiasi momento, ovunque i nostri clienti si trovino. Perciò abbiamo ritenuto importante che i nostri quattro hub mediterranei - Scarlino, Palma de Mallorca, Badalona e Villefranche -, insieme all'headquarter produttivo in Finlandia, fossero uniti sotto lo stesso cappello, garantendo l'expertise di gruppo nell'offrire una vasta gamma di servizi che vanno dallo yacht service al customer care, dal refit all'assistenza e ai servizi dedicati agli scafi d'epoca».

Ecco, allora, il mondo, il club, la "famiglia" dietro al prodotto, l'articolata realtà che i fan del Cigno hanno potuto assaporare nei giorni della Nautor's Swan Experience e che da più di mezzo secolo convince migliaia di armatori in tutto il mondo. «A PIETARSAARI, IL CANTIERE NON SI È MAI FERMATO», aggiunge Pomati. «Nonostante il leggero ritardo, dovuto più che altro alla circolazione dei materiali, da settembre, abbiamo iniziato a ricevere nuovi ordini su tutti i segmenti della gamma, inclusi i Maxi. Ci aspettiamo un 2020/21 più conservativo rispetto al 2019, ma comunque positivo». E mentre il nuovissimo Swan 58 si prepara al debutto in occasione del prossimo Boot Düsseldorf 2021, il marchio italo-finnico già pensa ai prossimi step. Quali? «In Nautor bolle sempre qualcosa in pentola, di più non possiamo anticipare...».

nautorswan.com

INTERVIEW



Il coraggio di salpare

Chiara Cantoni







L'EDIZIONE DA POCO CONCLUSA È DI QUELLE CHE SI RICORDERANNO. NON SOLO PER IL RAGGUARDEVOLE TRAGUARDO DEI Sessant'anni, celebrati proprio nel 2020, ma anche per la determinazione e l'efficacia nel raccontare la resilienza di un comparto. I numeri parlano chiaro: 824 brand esposti su una superficie di oltre 200mila metri quadrati fra spazi a terra e in acqua, 71.168 visitatori, 820 giornalisti, 22 stranieri da 20 Paesi, 73 eventi tra convegni, seminari, workshop tecnici, conferenze, presentazioni e 18 anteprime mondiali di imbarcazioni. Così l'ultimo Salone Nautico Genova, ribattezzato a più voci il Salone del coraggio, ha messo in scena un grande miracolo di savoir fair italiano, dimostrando la tenuta di un settore che, negli ultimi cinque anni, ha continuato a registrare incrementi a doppia cifra: +17%, +19%, +13%, +10%, +12% per un fatturato, nel 2019, pari a 4,78 miliardi di euro, con un aumento del 5,4% sul 2018 nel numero di addetti effettivi impiegati nell'industria nautica (23.510 a fronte di oltre 180mila addetti occupati nella filiera) e un contributo al Pil nazionale del 2,22%, in crescita dell'11,9% rispetto all'anno precedente. Performance confermate dai dati di commercio con l'estero, che vedono le imbarcazioni da diporto tricolore fra i prodotti più apprezzati del made in Italy. Nella classifica 2019 degli esportatori mondiali, il Tricolore occupa il secondo posto, con 2,6 miliardi di dollari e il 15% di quota export mondiale nonché il primo gradino del podio per saldo commerciale, con un totale complessivo di 2,2 miliardi di dollari.

Presentati al Salone nel corso del convegno "Boating Economic Forecast/La resilienza della nautica. Quali scenari per il settore nell'era del new normal?"; a cura dell'Ufficio Studi di Confindustria Nautica, con Fondazione Edison, Assilea e EBI - European Boating Industry, i dati fotografano un comparto capace non solo di competere sul mercato internazionale ma anche di generare ricchezza e occupazione interna, un sistema imprenditoriale che, nonostante l'emergenza sanitaria e le conseguenti fluttuazioni di fatturato nell'anno 2020, risponde all'incognita pandemica rilanciando la scommessa del saper fare italiano. Scommessa che nel boat show ligure trova da sempre la sua vetrina più efficace, il suo palcoscenico più autorevole, mai come quest'anno investito di un ruolo anche simbolico, una prova di coraggio decisiva nell'alimentare il mercato e ridare fiducia ai cantieri, agli operatori, ai diportisti. «L'EVENTO, VOLUTO DALLE AZIENDE, SI È CONFERMATO UNA VOLTA DI PIÙ STRUMENTO STRATEGICO PER IL BUSINESS DELLA FILIERA», CONFERMA SAVERIO CECCHI, PRESIDENTE DI CONFINDUSTRIA NAUTICA. «E I RISULTATI SONO STATI RICONOSCIUTI E CERTIFICATI DALLE DICHIARAZIONI DEGLI ESPOSITORI raccolte al termine dei sei giorni di lavori e dai tanti messaggi che abbiamo ricevuto. Per alcuni è stata l'edizione più favorevole degli ultimi dieci anni, in termini di contratti e di contatti significativi avviati». Missione compiuta, insomma.

RITIENE CHE IL CAMBIO DI PARADIGMA ABBIAMO FAVORITO, RISPETTO AL PASSATO, UN MAGGIORE ORIENTAMENTO AL BUSINESS?

Senza dubbio abbiamo registrato una forte presenza di pubblico qualificato, specializzato e orientato al business. Abbiamo posto al centro la qualità del prodotto, con l'obiettivo di mettere le aziende in condizione di raggiungere il loro target. Sono stati sei giorni importanti, sia per gli espositori sia per i visitatori. Ciò detto, questo Salone non può essere confrontato con nessun'altra edizione precedente. CI SIAMO MISURATI CON UN MODELLO DI MANIFESTAZIONE COMPLETAMENTE DIFFERENTE, NEL SEGNO DELL'EFFICACIA E DELLA QUALITÀ DEI CONTATTI PER GLI ESPOSITORI, IN COMPLIANCE CON LE RACCOMANDAZIONI DELL'ORGANIZZAZIONE MONDIALE DELLA SANITÀ E DEL COMITATO TECNICO SCIENTIFICO NAZIONALE.

SIETE RIUSCITI A CONIUGARE SICUREZZA E QUALITÀ, ANCHE NELLO STILE DI OSPITALITÀ. CHE COSA HA RAPPRESENTATO IN QUESTO SENSO LA VIP LOUNGE?

La sessantesima edizione ha rappresentato un traguardo storico per un evento che è fiore all'occhiello del made in Italy. UNA MANIFESTAZIONE NELLA QUALE CREDIAMO E ABBIAMO SEMPRE CREDUTO, ANCHE QUESTA

VOLTA, NONOSTANTE LE DIFFICOLTÀ CONTINGENTI. IN QUESTO SENSO LA QUALITÀ È PER NOI UN FATTORE IMPRESCINDIBILE E LA VIP LOUNGE, CON I SUOI MARCHI PARTNER DI ASSOLUTO PRESTIGIO, TESTIMONIA QUESTA TENSIONE A GARANTIRE AI NOSTRI OSPITI UN LIVELLO DI ACCOGLIENZA SEMPRE NEL SEGNO DELL'ECCELLENZA, NELLA MIGLIOR CONDIZIONE POSSIBILE, CON LA MASSIMA ATTENZIONE AI DETTAGLI E NATURALMENTE ALLA SICUREZZA DI TUTTI. Un ambiente ideale in cui incontrarsi, confrontarsi e progettare il futuro.

STATE LAVORANDO A UN GRANDE PROGETTO DI RESTYLING DEL WATERFRONT PER FARE DELL'APPUNTAMENTO LIGURE IL PRIMO SALONE NAUTICO AL MONDO. CI RACCONTA QUALCOSA?

COME ANNUNCIATO ANCHE DAL SINDACO DI GENOVA, MARCO BUCCI, SI PARLA DI UN RADDOPPIO DEGLI SPAZI ESPOSITIVI IN DUE ANNI, PER UN TOTALE DI 400 METRI QUADRATI DI AREA A DISPOSIZIONE PER IL SALONE NAUTICO. IL NOSTRO OBIETTIVO È POTER CONTARE SU SPAZI QUALIFICATI E INFRA-STRUTTURATI, E IN QUESTO SENSO È NECESSARIO INTERVENIRE IN PRIMO LUOGO SULLE STRUTTURE ESISTENTI, CON MANUTENZIONI RILEVANTI. Uno tra i primi interventi da mettere in pratica riguarda senz'altro i servizi in banchina, poiché gli espositori e le barche ormeggiate devono poter disporre delle forniture idriche ed elettriche. Un altro aspetto determinante è quello dei collegamenti: è necessario un significativo miglioramento per quanto concerne la raggiungibilità di Genova e del Salone, con un sistema di connessione più sviluppato, a partire dai voli internazionali. Per fare tutto questo occorre programmazione, noi siamo pronti a dare il nostro contributo e a collaborare con chi lavora per migliorare l'offerta di Genova in generale.

QUALI SONO OGGI LE PRIORITÀ PER IL SETTORE DEL DIPORTO SU CUI CONFINDUSTRIA NAUTICA SI STA IMPEGNANDO?

IL PRIMO PUNTO È LA DIFESA DELLA COMPETITIVITÀ DEL LEASING NAUTICO. QUESTO STRUMENTO GARANTISCE ALLO STATO 75 MILIONI DI EURO L'ANNO DI IVA, SENZA CONTARE L'INDOTTO FISCALE GENERATO DALLE UNITÀ UNA VOLTA IMMATRICOLATE SOTTO BANDIERA ITALIANA, E SOPRATTUTTO È LO STRUMENTO CON CUI REALIZZIAMO IL 90 PER CENTO DEL FATTURATO SUL MERCATO INTERNO. NEL SUO ULTIMO PROVVEDIMENTO CHE DISCIPLINA IL CALCOLO DELL'IMPONIBILE DI QUESTI CONTRATTI, l'Agenzia delle Entrate ha fatto il possibile per tutelare gli interessi italiani nell'ambito degli esigui spazi che la Commissione UE e il governo italiano le hanno lasciato. Rimane il fatto che le nuove regole invocate da Bruxelles devono coinvolgere tutti i Paesi e la loro entrata in vigore dovrebbe essere posticipata finché anche i nostri competitor non si saranno adeguati.

E IL SECONDO PUNTO?

Il tema del sostegno a tutte le imprese della filiera del turismo nautico, porti, società di charter, scuole nautiche, che sono state fortemente impattate dalle misure anti-Covid e non sempre beneficiano degli interventi previsti per le aziende turistiche.

COS'ALTRO?

CI ASPETTIAMO CHE ENTRINO IN VIGORE SENZA ULTERIORI INDUGI I CORRETTIVI AL CODICE DELLA NAUTICA E IL NUOVO REGOLAMENTO DI ATTUAZIONE, CON UNA PARTICOLARE ATTENZIONE ALL'AMMODERNAMENTO DELLE REGOLE DI SICUREZZA E DELLE PATENTI NAUTICHE.

salonenautico.com









Navigar m'è dolce

Antonella Grosso



«SONO ARRIVATO IN SANLORENZO NEL 2006, APPENA DOPO L'ACQUISIZIONE DI MASSIMO PEROTTI, DI QUESTO PICCOLO MA PRESTIGIOSO CANTIERE NATO NEL 1958». RACCONTA A CIRCLE, SERGIO BUTTIGLIERI STYLE DIRECTOR DI SANLORENZO YACHT. «ALLORA FATTURAVA 40 MILIONI DI EURO, OGGI INVECE ARRIVIAMO A CIRCA 456 MILIONI DI FATTURATO, SIAMO QUOTATI IN BORSA, E ABBIAMO CIRCA 100 MILIONI DI INVESTIMENTI IN CORSO PER AMPLIAMENTI DELLE NOSTRE QUATTRO UNITÀ PRODUTTIVE (La Spezia, Ameglia, Massa e Viareggio), che si occupano di ricerca e sviluppo e di costruzione di nuovi stampi». Buttiglieri, legato all'arte grazie alla sua formazione artistica con Arturo Carlo Quintavalle e innamorato del design made in Italy, ha trasmigrato le sue conoscenze professionali, derivate dalla ventennale esperienza in Driade, alla nautica. IN QUESTI MANUFATTI DI GRANDE ECCELLENZA, SPESSO ACQUISTATI DA ARMATORI COLLEZIONISTI, LA PRESENZA DI OPERE D'ARTE CONTEMPORANEA E SITE SPECIFIC È DIVENTATA UNO DEI TRATTI DISTINTIVI DEL CANTIERE. «TUTTO È COMINCIATO CON L'IMBARCAZIONE DISEGNATA DA RODOLFO DORDONI CHE CONTENEVA OPERE DELL'ARTISTA MILANESE GIANFRANCO PARDI», RACCONTA. «Gli armatori sono molto sensibili all'arte, apprezzano tantissimo le opere contemporanee e li accompagno nelle migliori gallerie italiane a sceglierle, come Tornabuoni Art a Milano e Firenze». Da qualche anno, Sanlorenzo è l'unico cantiere Global Partner di Art Basel, la fiera d'arte contemporanea più importante al mondo, che si svolge a marzo ad Hong Kong, a dicembre a Miami, a giugno a Basilea. «Nel 2016, a Miami, ancora prima di firmare l'accordo con Art Basel», ricorda Buttiglieri, «mi venne l'idea di proporre a Perotti di posizionare un nostro yacht davanti a una villa completamente arredata con mobili made in Italy. L'imbarcazione ospitava un'incredibile collezione di monocromi italiani da Fontana a Burri, a Manzoni, da Castellani a Scheggi, per un valore di 40 milioni di euro di opere d'arte esposte nei vari ambienti con punteggiature di iconici pezzi di design degli anni '60 come la poltrona e il tavolino di Gio Ponti, la sedia di Franco Albini e le lampade di Gino Sarfatti, una celebrazione degli anni in cui era nata anche Sanlorenzo oltre a queste correnti artistiche e di design. FIRMAMMO, POI, UN ACCORDO CON ART BASEL PER ESSERE PRESENTI NELLA COLLECTORS LOUNGE, DOVE SONO INVITATI I MAGGIORI COLLEZIONISTI AL MONDO, AFFIANCATI DA SOCIETÀ DI AEREI PRIVATI, CHAMPAGNE RUINART E ALTRI BRAND DEL LUSSO». La prima installazione, curata da Piero Lissoni, consisteva in un dialogo con un grande artista italiano: Emilio Isgrò, che esponeva un'Odissea da lui cancellata. Piero Lissoni ha reinterpretato la sua poetica facendola dialogare con le wunderkammer da lui disegnate, che contenevano i modellini cromati, per renderli pura forma, dei nostri yachts, mentre sulle pareti venivano riprese le sue iconiche cancellature dei versi dell'Odissea. In questi anni il cantiere ha reso omaggio a grandi artisti; il successivo fu ALBERTO BIASI, PROGENITORE DELL'ARTE CINETICA, POI, PIERO D'ORAZIO; A HONG KONG, L'ARTISTA TAIWANESE ALIXE FU E ALL'ULTIMO ART BASEL DI MIAMI SONO STATE ESPOSTE LE OPERE FOTOGRAFICHE DI MARCO PALMIERI, ARTISTA FOTOGRAFO ULTIMO ALLIEVO DI ETTORE SOTTSASS. «UN DIALOGO, DI VOLTA IN VOLTA, TRA LE BELLEZZE E IL DESIGN DELLE FORME DEI NOSTRI YACHT Sanlorenzo con i diversi linguaggi di artisti contemporanei e nelle prossime fiere ci saranno ulteriori evoluzioni».

LA PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI IMPORTANTI COME ART BASEL E LE COLLABORAZIONI CON GALLERIE E ISTITUZIONI CULTURALI COME LA BIENNALE DI VENEZIA, LA CASA DEI TRE OCI DI VENEZIA E LA TRIENNALE DI MILANO. CHE COSA SIGNIFICANO PER IL CANTIERE?

L'idea è di raccontare Sanlorenzo in un ambiente esclusivo come quello di Art Basel, dove transitano personaggi facoltosi che amano l'arte contemporanea. In questa fascia di pubblico così selezionato possono esserci sia nostri armatori che ci apprezzano, sia grandi collezionisti che scoprono Sanlorenzo e il forte legame con l'arte contemporanea. È un modo per avvicinare questa nicchia di persone colte e appassionate che magari amano anche il mare ma che solitamente non frequentano i Saloni nautici. Noi ci rivolgiamo a imprenditori di successo che desiderano regalarsi una villa galleggiante per godersi le proprie vacanze in serenità o il poco tempo libero a disposizione. Abbiamo avuto riscontri molto positivi dalla presenza a queste manifestazioni; i nostri dealer sono felici di conoscere persone che non sono il pubblico abituale dei Saloni nautici e che possono permettersi i nostri yacht sartoriali. Connettere mondi diversi è il nostro obiettivo: design, arte e architettura perché il mondo della nautica era incredibilmente distaccato dal mondo del design italiano che ha reso Milano la capitale della creatività made in Italy. Perotti mi chiese di coinvolgere archistar, artisti, designer estranei alla nautica e invece celebrati durante la design week milanese per proporre un linguaggio diverso. Arredi interior e outdoor sono stati rivoluzionati dall'apporto di questi grandi firme. PRIMO FRA TUTTI, RODOLFO DORDONI CHE REALIZZÒ NEL 2008 IL PRIMO RAFFINATISSIMO SL 100, PREMIATO DA GIORGIO NAPOLITANO AL QUIRINALE, SU SEGNALE DELL'ADI CON IL PREMIO NAZIONALE PER L'INNOVAZIONE. POI, LO STUDIO ANTONIO CITTERIO/PATRICIA VIEL PROPOSE UNA RILETTURA DEGLI INTERNI DELL'SD 112, NAVETTA DISLOCANTE CHE AVEVA LA MEMORIA DEI PANFILO DI UNA VOLTA INTERPRETATI IN MANIERA INTELLIGENTE CON L'USO DEI MATERIALI LEGATI ALLA TRADIZIONE NAUTICA E L'EXPLORER DI 43 METRI, disseminato di opere d'arte importanti come Alighiero Boetti, Giuseppe Capogrossi ed Emilio Isgrò, candidato al Compasso d'Oro assieme all'SX88 di Piero Lissoni, progetto open space che valorizzava le potenzialità dei crossover messi sul mercato dal 2018, assieme all'SL 102 asimmetrico con progetto dello studio Zuccon International Project, terzo yacht candidato al Compasso d'Oro. Siamo riusciti a produrre una barca asimmetrica, una sorta di omaggio a Bruno Zevi, che considerava l'asimmetria un elemento fondamentale dell'architettura contemporanea oltre che funzionale, per donare maggiore spazio al main deck e alla cabina dell'armatore. Tutti gli yacht plananti della Sanlorenzo ora sono asimmetrici, nelle varie dimensioni; mentre l'SD 118 è la nuova navetta semidisclocante che abbiamo affidato per il progetto di interior a Patricia Urquiola, dopo che lei ci aveva realizzato nel 2019 l'SD 96, anche questo suo primo progetto nautico in assoluto, grande best seller del nostro cantiere e ora candidato al prossimo Compasso d'Oro 2022.



Nel 2017, durante il Salone del Mobile, abbiamo raccontato la nostra unicità alla Triennale, luogo simbolo dell'architettura e del design, con l'installazione interattiva di NEO "Il Mare a Milano", premiata al Compasso d'Oro 2020: proiezioni multimediali emozionali di diversi oceani nella piazza antistante e nel corridoio che conducevano alle varie mostre, accoglievano i visitatori, per poi portarli all'interno, in una stanza in cui c'era una iconica barchetta di due metri realizzata con la tecnica degli origami e sullo sfondo venivano proiettate video interviste di Dordoni, Citterio/Viel e Lissoni che raccontavano perché avevano scelto di collaborare con noi, apprezzando la nostra coerenza negli anni con il design contemporaneo, mentre a fianco, intanto, scorrevano le immagini dei loro progetti d'interior per Sanlorenzo.

IL SENTIMENTO DEGLI ARMATORI È RIVOLTO ALL'ARTE E AL DESIGN?

Gli armatori apprezzano molto queste operazioni e sono decisamente curiosi. La mostra "Naviganti" per esempio è stata pensata come un'immersione all'interno della realtà produttiva dei nostri cantieri, esposta in anteprima al Castello di Lerici e poi a Venezia, nell'autorevole sede della Casa Dei Tre Oci, dove espongono i grandi fotografi internazionali, infine è arrivata anche a Milano e questo dicembre a OVR: Miami Beach, l'innovativo format digitale lanciato da Art Basel. PRESENTA OLTRE 30 SCATTI IN BIANCO E NERO DEL FOTOGRAFO SILVANO PUPPELLA CHE, CON IL SUO OBIETTIVO, ESALTA LA DIGNITÀ DEL LAVORO E RACCONTA IL PERFETTO CONNUBIO TRA ARTIGIANALITÀ E TECNOLOGIA CHE HA RESO SANLORENZO, IN OLTRE 60 ANNI DI STORIA, UN'ECCellenza DELLA NAUTICA. Un suggestivo reportage fotografico, realizzato all'interno del cantiere di La Spezia,



che svela come ogni esemplare di superyacht Sanlorenzo sia l'esito di un progetto complesso, trasversale e innovativo che prende vita a partire dallo scafo forgiato dal metallo come un'opera d'arte, attraverso il lavoro di abili maestranze locali che curano ogni più piccolo dettaglio e rendendo unica ogni creazione personalizzata per ottenere ogni volta l'effetto desiderato dall'armatore.

QUALI SONO I PROGETTI FUTURI LEGATI ALL'ARTE?

L'ANNO PROSSIMO, A MAGGIO, ALL'INAUGURAZIONE DELLA BIENNALE DI ARCHITETTURA HO PROPOSTO UNA MOSTRA DI FOTOGRAFIE DEI UNO DEI PIÙ GRANDI ARCHITETTI MINIMALISTI AL MONDO: JOHN PAWSON, MOLTO AMATO DALLA CRITICA INTERNAZIONALE, MIA CONOSCENZA DA DRIADE. L'ABBIAMO CONVINTO A DISEGNARE PER NOI, IN ESCLUSIVA, GLI INTERNI DI UN NUOVO MODELLO DI SUPERYACHT CON LO SCAFO DI METALLO, che sarà pronto tra un paio d'anni, durante la vernice della Biennale d'Architettura per coinvolgere un pubblico trasversale tra gli amanti della fotografia, la stampa internazionale specialistica in arte, architettura e design e il pubblico che segue la Biennale. In un talk show Jonh Pawson dialogherà con Francesco Dal Co, autorevole storico dell'architettura e docente universitario in varie prestigiose università internazionali. Inoltre, siamo partner anche con il Guggenheim di Venezia, altro luogo fondamentale per l'arte contemporanea, frequentato da un pubblico internazionale.

LA FIGURA DELL'ARCHITETTO PIERO LISSONI, PER IL CANTIERE, SI INSERISCE NELLA VISION DEDICATA ALL'ARTE E AL DESIGN? QUAL È IL SUO RUOLO?



Immagini della mostra
"I Naviganti" di Silvano Pupella



Piero lo conoscevo dai tempi di Diade. L'ho presentato a Perotti e hanno trovato subito un buon feeling, gli fu chiesto di disegnare gli interni della linea SX, prima l'SX88, poi l'SX 76 e quest'anno i magnifici ambienti open space con grandi spazi esterni. L'ammiraglia è stata premiata all'ultimo Salone di Genova come miglior design innovazione. Art director di Sanlorenzo, Lissoni disegna magnifici interior per i nostri Sanlorenzo, e si occupa oltre che dei nostri nuovi stabilimenti, anche di tutto un nuovo modo per comunicare il brand al meglio perché oltre al saper fare bisogna anche riuscire a comunicarlo nella maniera giusta. Piero è molto bravo in questo, e gli stand Sanlorenzo, durante i saloni nautici, ne sono un valido esempio. È riuscito a trasformare dei container industriali in spazi raffinatissimi con magnifici pezzi di design contemporaneo e un raffinato still life.

QUALI SONO I VALORI PER OTTENERE A BORDO DI UNO YACHT SANLORENZO IL PIÙ ALTO STILE DI VITA?

Gli armatori apprezzano il dialogo profondo che si crea con noi per rendere sartoriale la realizzazione dello yacht, definiscono il layout interno, i materiali, come pensano di vivere l'imbarcazione, quanti ospiti avranno, tutto è frutto di dialogo. Li porto a Milano negli showroom di design, nelle migliori gallerie per scegliere opere d'arte e pezzi vintage e persino servizi di porcellana, come quelli disegnati da Gio Ponti per Richard Ginori. Il nostro made in Italy è imbattibile. Questa emergenza ha fatto riscoprire che gli yacht sono uno dei luoghi più sicuri per trascorrere le vacanze in tranquillità e molti hanno deciso di farsi una villa galleggiante per vivere i più bei posti del Mediterraneo. Attualmente abbiamo un portafoglio ordini di 700 milioni già acquisito e dal 2019 siamo con successo quotati in Borsa essendo Sanlorenzo il primo cantiere al mondo per numero di yacht costruiti oltre i 30 metri. Ci piace valorizzare l'eccellenza del territorio, come per esempio, con il premio Lericipea che premia i migliori poeti del mondo. Quest'anno in streaming dallo showroom del nostro cantiere dei super yacht di La Spezia, abbiamo premiato la poetessa russa Olga Sedakova e abbiamo creato una magnifica passeggiata nel Golfo dei Poeti tra Lerici e San Terenzo, inserendo le targhe di acciaio in ricordo dei vari poeti premiati negli anni precedenti.

QUALI SONO GLI OBIETTIVI FUTURI DEL CANTIERE, CI SONO NUOVE ACQUISIZIONI? PERINI NAVI PUÒ ESSERE UNA DI QUESTE?

No, è sfumata. Gli attuali proprietari hanno preferito far entrare un gruppo finanziario inglese per non cambiare il management. Ma non bastano le finanze, ci vogliono le persone giuste.

QUALI EVOLUZIONI SONO PREVISTE LEGATE ALLA STORIA DELLA NAUTICA?

Le imbarcazioni di Gino Coppedè di fine Ottocento, i TRANSATLANTICI DI GIO PONTI E GUSTAVO PULITZER SONO ENTRATI NELLA STORIA DELLA NAUTICA. LA NOSTRA SOBRIETÀ CONSISTE NEL MISCELARE ARTE, DESIGN E TECNOLOGIA. C'è tantissima ricerca di tecnologie nuove, materiali, attenzione al green, senza tradire la tradizione del brand. Ogni anno presentiamo modelli innovativi. L'80 per cento dei nostri armatori ritorna a prendere un Sanlorenzo, perché sul mercato non trova la medesima attenzione alla qualità sartoriale che ci contraddistingue. La fedeltà dei nostri armatori è molto alta. Non esiste un Sanlorenzo uguale all'altro; è come un vestito su misura. Il più bel risultato deriva dal dialogo, il miglior progetto nasce da una mediazione, che soddisfa le esigenze dei nostri armatori, molto seguiti nel postvendita e nel service in qualsiasi parte del mondo. Vogliamo anche formare comandanti Sanlorenzo, istruendoli su tutti i dettagli tecnici dello yacht su cui devono navigare.

E non a caso abbiamo istituito anche un Accademy per dare la possibilità ai giovani che risiedono nel nostro territorio, di trovare un lavoro presso di noi o il nostro indotto, per fare i falegnami, gli elettricisti, gli idraulici o il personale dell'equipaggio. Ricambio generazionale di cui abbiamo sempre più bisogno, essendo Sanlorenzo per fortuna sempre in costante crescita.

sanlorenzoyacht.com

Gli algoritmi della Natura

Marie Gillet

ESPERIENZE, STORIE, MEMORIE, VENGO RACCONTATE SUL PROFUMO, ESSENZA IMPALPABILE CHE TOCCA LE CORDE DEI RICORDI ED EVOCA SENTIMENTI PROFONDI DI CHIUNQUE FIUTI I SUOI EFFLUVI, È COSÌ CHE JEAN-BAPTISTE GRENOUILLE, NEL "IL PROFUMO", NE ESASPERA IL SUO FASCINO E IL FORTE POTERE CHE SUSCITA NEI COMPORTAMENTI UMANI. UN SENTIRE PROFONDO È ALLA BASE DELLE NOTE ARTISTICHE DI MARIA CANDIDA GENTILE, MAÎTRE PARFUMEUR DI FAMA INTERNAZIONALE, riconosciuta come uno dei nasi più apprezzati al mondo. Le sue fragranze sono opere d'arte, uniche, che trovano posto nelle Gallerie e nelle esposizioni internazionali come la Biennale di Venezia, la Fondazione Prada a Milano, il museo Hammer di Los Angeles. Attraverso la sua sensibilità riesce a intercettare le vibrazioni della natura e a tradurle in emozioni profonde che, nella nostra memoria, evocano spazi e tempi dimenticati.

«Quando sono in un luogo, a cui devo dedicare un profumo, oppure vicino ad una persona, sento una trasformazione in me. Non è solo questione di tecnica, è un dono innato, come se leggessi nell'aria la formula segreta. Tutto avviene in un attimo. E da lì, poi, creo nel mio laboratorio», racconta.

«Da bambina ricordavo, immaginavo e memorizzavo tutto attraverso l'odore. Era istintivo, inconsapevole. Amavo i profumi della natura. Alcune esperienze di vita, poi, mi hanno portato a vivere in alta quota, vicino a una donna che trasformava erbe officinali e gemme in prodotti terapeutici. COSÌ, IL MIO INTERESSE VERSO TUTTE LE VIBRAZIONI DELLA NATURA È DIVENTATO AMORE PER LO STUDIO SULLE SENSAZIONI DELL'ODORE». HA AFFINATO LA SUA ATTITUDINE NELL'ALTA SCUOLA DI GRASSE, EMBLEMA DELLA CULTURA DEL PROFUMO, DOVE HA AVUTO GRANDI MAESTRI. «ENTRAVANO DIECI PERSONE OGNI TRE ANNI», RICORDA. «Ho



studiato quasi due anni per prepararmi al test di ammissione, imparando a riconoscere essenze di circa mille materie prime esistenti in natura. La prova principale era basata sul riconoscimento olfattivo. Sono entrata e ho studiato per tre anni profumeria artistica».

Chi fruisce del profumo non conosce mai la differenza spiega la maîtresse parfumeur. «Alcuni profumi sono creati da nasi, come me, altri da chimici che utilizzano molecole sintetiche che racchiudono al loro interno sfumature legnose. Si tratta di creazioni guidate da esigenze di mercato. Io ho scelto la strada più artistica, legata al mondo dell'emozione e del sentire dei grandi profumieri francesi degli anni '50, e non alle mode e non per un interesse commerciale. Ho approfondito la ricerca e le reazioni sugli odori e di quello che provocano sui nostri ricettori sia a livello fisico che psichico». Maria Candida lavora su una gamma olfattiva che fa stare bene chi li indossa e predispone la persona all'aspetto curativo. **LUCA TURIN, NEUROSCIENZIATO ESPERTO DI PROFUMERIA ARTISTICA, DICE DI LEI CHE I SUOI PROFUMI SONO COMPOSIZIONI GIOIOSE PER L'ANIMA, PERCHÉ ALL'INTERNO HANNO MATERIE PRIME CHE ENTRANO IN VIBRAZIONE PROFONDA CON LA MEMORIA E CON L'INCONSCIO. NELLA NOSTRA MEMORIA CUSTODIAMO MIGLIAIA DI ODORI, CHE POSSONO CAMBIARE LA NOSTRA GIORNATA.** «Parto da una scelta di materie prime di grande valore olfattivo», spiega, «non uso molecole sintetiche e non uso estrazioni naturali di solventi chimici. Ho la mia palette di essenze selezionate per qualità, luogo, vibrazione e capacità di espandersi nell'aria. C'è prima di tutto un grande lavoro di ricerca, poi, la fase di selezione, misurazione di pesi e formule. Nel mio "Laboratorio Creativo" custodisco tutte le molecole che ho scelto, successivamente, la parte tecnica e artistica si uniscono e creo il profumo». **UTILIZZA MATERIE PRIME**

NATURALI, CHE DERIVANO DA FIORI, PIANTE, FOGLIE, RADICI, PETALI. LEI STESSA SI OCCUPA DI MACERARE ALCUNE SOSTANZE. «CON IL PROFUMO “ROSE SÉLAVY”, DEDICATO A MARCEL DUCHAMP», RACCONTA, «HO FATTO UNA SPERIMENTAZIONE SULLA ROSA LAVORANDO SULLA MACERAZIONE dei gambi e distillazione delle foglie, in più ho usato i petali di rosa Centifoglia e Turca». Le piace sperimentare diversi metodi di distillazione ed estrazione e vecchie tecniche come l'enfleurage. Il profumo Lady Day dedicato a Billie Holiday, che ha vinto un Awards a New York, era un'essenza di gardenia realizzata con la tecnica dell'enfleurage che dà un effetto naturale. Si dispongono i fiori su dei dischi di vetro sporcati da grasso animale e si lasciano in macerazione per dei giorni, in modo che il grasso assorba la parte olfattiva del fiore, poi, si sciacquano, si filtrano e si riesce ad estrarre l'assoluto di gardenia, gelsomino o rosa. È una tecnica che si usa con i fiori più delicati. «La maggior parte dei profumi di rosa in commercio sono fatti da accordi di rosa», spiega. Lei per ricreare l'odore di rosa puro, compra le sue rose in giro per il mondo da vari produttori a 40/50mila euro al chilo. I suoi profumi, di grande valore, sono distribuiti in selezionate boutique e, poi, lavora in esclusiva su richiesta di celebrità come la pop star Madonna e Sua Altezza Carolina di Monaco.

Predilige creare profumi per i luoghi. Gli spazi, la natura, le stanze le trasmettono grandi emozioni, vibrazioni, energia. Come gli alberghi a cinque stelle per cui ha creato le essenze del luogo, tra cui il Resort Borgo Egnazia in Puglia e i Resort L'Andana e L'Albereta di proprietà della famiglia Moretti. «A Borgo Egnazia, la famiglia Melpignano mi ha chiesto di creare un'opera olfattiva per tutti gli ambienti, ho sviluppato una fragranza dedicata al colore bianco, declinata in profumo d'ambiente, candele, profumatori, profumo in olio. Mi sono ispirata alla tipicità del paesaggio pugliese, al bianco abbagliante della pietra leccese, al mare, alla pulizia, un grande lavoro sulla psicologia olfattiva del luogo e di rimando sulla memoria della clientela». Di recente, ha creato per la signora Moretti la linea cortesia per i Resort L'Andana e L'Albereta con confezioni biodinamiche ricavate dalle foglie del granoturco. «Dentro ogni mio profumo c'è un racconto», afferma. «Raccoglio dati, impressioni, tessuti, materiali. Scrivo un diario per ogni fragranza, per poi creare l'essenza che rispecchia lo spirito del luogo. È un processo di lavoro creativo che mi dà gioia e soddisfazione». LA SUA FORMAZIONE ALLA SCUOLA DI GRASSE LE HA DATO LA POSSIBILITÀ DI CONOSCERE MIGLIAIA DI ODORI, DI STUDIARE GLI ACCORDI E APPROFONDIRE LA PARTE VIBRAZIONALE DELL'OLFATTO. «LA ROSA NON SA SOLTANTO DI ROSA, MA PUÒ TRASMETTERE NOTE DI NEVE, PIOGGIA, ACQUA, VENTO; IN OGNI ODORE SONO PRESENTI TRENTA VIBRAZIONI OLFATTIVE, E TRAMITE LA MIA COMPETENZA E SENSIBILITÀ, RIESCO A PERCEPIRE TUTTE E CREARE COSÌ UN'ESSENZA UNICA. RIESCO AD INTERCETTARE QUELLA SFUMATURA SOTTILE CHE FA LA DIFFERENZA, selezionando la materia che entri in contatto con le altre per una creazione personale».

È una delle poche maîtres parfumeur al mondo a ricoprire un ruolo di spicco nel panorama dell'arte contemporanea, ha lavorato con tanti artisti internazionali, come Pamela Rosenkranz per la sua esposizione alla Fondazione Prada o con Luca Vitone alla Biennale di Venezia con un profumo dedicato alla sofferenza generata da l'Eternit.

«Sono stata a Casale Monferrato, il luogo colpito dall'esposizione dell'amianto. Ho incontrato persone, e dopo aver ascoltato racconti di dolore, di notte ho immaginato di creare l'essenza delle lacrime. Il profumo è diventato la testimonianza e memoria da ricordare del luogo e della tragedia». CON IL MAESTRO DELLA LUCE MARCO NERO ROTELLI, IN OCCASIONE DELLA MOSTRA DEDICATA AI CINQUE SENSI, ALLA GALLERIA PADULA A LERICI. HO DIALOGATO CON UN'OPERA DEL MAESTRO CREANDO UN PROFUMO CHE EVOCASSE LA LUCE. «LA TELA BIANCA, MATERICA E LUMINOSA, ATTRAVERSATA DA UNA LINEA GIALLA, MI HA DATO L'ISPIRAZIONE DI UNA LUCE che, come una lama, attraversava il mio corpo e saliva verso l'alto. Con le note di alghe, cisto, ho creato il profumo della macchia Mediterranea, note marine, evanescenti, di erbe aromatiche, che esprimono la sensazione di trovarsi su una roccia, circondati dalla natura, guardando il mare attratti dalla luce che sale verso l'alto».

Maria Candida Gentile è un'artista del profumo e le sue fragranze meriterebbero uno spazio dedicato alle arti degli odori. Con lei collabora Lara Conte, storica dell'arte e docente all'Università Roma Tre, e con Massimiliano Tedeschi, antropologo dell'olfatto, insieme stanno lavorando ad un'antologia olfattiva. LE PIACE DEDICARSI A LABORATORI OLFATTIVI SULLE SINESTESIE PER ESPORARE L'IO PIÙ PROFONDO DELLE PERSONE, COME SOSTEGNO PER I MALATI ALL'OSPEDALE ALBERONI DEL LIDO DI VENEZIA, PER STIMOLARE MEMORIE ED EMOZIONI. PER PASSIONE E COERENZA CON SÉ STESSA HA INTRAPRESO LA SCELTA DI CREARE fragranze legate all'invisibile e al benessere interiore. E non potrebbe essere altrimenti ammette.

mariacandidagentile.com









Il linguaggio del vino

Antonella Grosso



Da otto generazioni la famiglia Tasca d'Almerita si dedica alla terra di Sicilia, alla sua natura unica, alle sue coltivazioni sorprendenti e inimitabili. UN AMORE NATO NEL 1830 CON L'ACQUISTO DA PARTE DEI FRATELLI LUCIO E CARMELO MASTROGIOVANNI TASCA DELLA TENUTA REGALEALI, UN'OASI VERDE AL CENTRO DELL'ISOLA IN CUI IL LAVORO DELL'UOMO HA PROFONDE RADICI STORICHE: IL NOME VIENE INFATTI DALL'ARABO "RAHL ALÌ", CHE STA PER "IL CASALE DI ALÌ": L'EX FEUDO CONTAVA ALL'EPOCA 1.200 ETTARI, POI RIDIMENSIONATI IN SEGUITO ALLA RIDISTRIBUZIONE DELLE PROPRIETÀ DURANTE LA RIFORMA AGRARIA. Qui, nelle campagne di Sclafani Bagni, al confine tra la provincia di Palermo e quella di Caltanissetta, la bellezza impreveduta e accecante del paesaggio colpisce ed emoziona i visitatori. È la casa di famiglia. «Regaleali, per noi, è più di una semplice azienda agricola», racconta il Conte Giuseppe Tasca, «è un laboratorio a cielo aperto della viticoltura e un ambiente di straordinaria biodiversità. Qui nulla rimanda allo stereotipo della Sicilia arida e assolata, che non offre riparo al calore delle torride estati isolane». E DAL LONTANO 1954 QUANDO VIENE PIANTATO IL PRIMO DEGLI ATTUALI VIGNETI DI REGALEALI, UN APPEZZAMENTO DI NERO D'AVOLA COLTIVATO AD ALBERELLO, E DAL BIANCO REGALEALI, CON UN TAGLIO DI INZOLIA, CATARRATTO E GRECANICO CHE È IL FIORE ALL'OCCHIELLO DELL'AZIENDA, PASSANDO PER LA PRIMA ANNATA DI REGALEALI RISERVA DEL CONTE (NEL 1970), si arriva ai primi vitigni internazionali piantati da Lucio Tasca: quattro filari per tipo di cabernet sauvignon, chardonnay, pinot noir e sauvignon, alla celebrazione nel 1984 delle Nozze d'Oro con la moglie Franca del Conte Giuseppe con un blend di inzolia e sauvignon "varietà Tasca" e a quelle di Diamante con il secondo "vino di anniversario".

L'inizio degli anni 2000 segna un ideale passaggio di testimone all'ultima generazione: i figli di Lucio, Giuseppe e Alberto Tasca, decidono di tradurre la filosofia di famiglia in un'ottica imprenditoriale, capace di intercettare la più esigente domanda del mercato enologico italiano e internazionale. È il momento di allargare all'intera Sicilia un approccio alla terra da "custodi evoluti", di cercare altri territori vocati, che "parlino" con una forte personalità. «CON UN PROGETTO PRECISO PER LO SVILUPPO E IL POTENZIAMENTO DEI VITIGNI AUTOCTONI NELLE AREE PRODUTTIVE MIGLIORI, ABBIAMO QUINDI ACQUISITO UNA TENUTA A SALINA E DATO VITA A CAPOFARO LOCANDA & MALVASIA, MEMBRO DEL CIRCUITO RELAIS & CHATEAUX. NEL 2007 NASCE IL PROGETTO TASCANTE SULL'ETNA. NELLO STESSO ANNO, LA FONDAZIONE WHITAKER CI AFFIDA LA VINIFICAZIONE DELLE UVE SULL'ISOLA DI MOZIA. Nel 2009, inizia la gestione della storica tenuta dei cugini



Sallier de La Tour nella Doc Monreale con il Syrah. Oggi la famiglia detiene cinque leggendarie Tenute che percorrono tutto il territorio della Trinacria, un viaggio esperienziale tra cultura e radici profonde, di cui quattro Tenute collegate a Regaleali, che è il perno centrale di una ruota in perpetuo movimento». E la Villa Camastra, portata in dote dalla moglie di Lucio nel 1840, è divenuta oggi Villa Tasca, la residenza palermitana della famiglia, il cui straordinario parco è stato recentemente aperto al pubblico.

CIRCLE LUXURY MAGAZINE HA INCONTRATO IVO BASILE, RESPONSABILE DELLA COMUNICAZIONE DELL'AZIENDA DA 25 ANNI, PER PERCORRERE UN VIAGGIO ESPERIENZIALE NELLA TERRA DI SICILIA ATTRAVERSO LE TENUTE TASCA D'ALMERITA.

COME SI ESPRIME IL TERRITORIO ATTRAVERSO IL LINGUAGGIO DEL VINO?

Fare il vino significa avere una grande fortuna e insieme una grande responsabilità. La fortuna di potere tutti i giorni ascoltare quella "poesia della terra" - di soldatiana memoria - a cui affidiamo il compito di raccontare i valori profondamente radicati nella nostra storia. La responsabilità di custodire un dono, la bellezza del paesaggio, non solo fisico, ma anche storico e culturale, per tramandarlo immutato alle generazioni future. Nelle nostre bottiglie di vino proviamo a racchiudere la nostra personale visione del mondo, soprattutto dal punto di vista etico. Perché la nostra agricoltura si è sempre basata su principi di rispetto, cura, sostenibilità.

OGNI TENUTA TASCA D'ALMERITA RACCONTA UNA SICILIA PECULIARE E DÀ VITA A VINI ALTRETTANTO SORPRENDENTI? CI PUÒ CONDURRE IN UNA SORTA DI DEGUSTAZIONE "NARRATIVA"?

Nel 2001, il nuovo progetto agricolo dell'azienda aveva l'obiettivo di conoscere e sperimentare territori diversi, varietà distintive, per restituire agli uomini il compito di mantenere vivo il rapporto con le tradizioni locali e valorizzare la Sicilia nella sua unicità. È in questa prospettiva che consideriamo le singole Tenute al centro, vere espressioni territoriali, ognuna portatrice di una propria identità e di una vocazione enologica, affidate a giovani e dinamici team, che vivono e lavorano, curandone gli aspetti enologici e agronomici, di accoglienza e comunicazione. Cinque Tenute, ognuna con peculiarità diverse e una forte personalità, luoghi simbolo di varietà autoctone identificative dei territori.

Il Grillo, a Mozia, è la prima varietà ad essere impiantata nel campo sperimentale sull'isola. Con l'inglese, Joseph Whitaker, grazie alla rinascita dopo la distruzione delle vigne causata dalla phylloxera. Sempre agli inglesi e alla



loro curiosità e capacità di comunicare va riconosciuta la diffusione della Malvasia, sin dalla fine dell'800. L'Etna, rappresentato dai vini Carricante e Nerello Mascalese, ha un simbolo, fortissimo a rappresentarlo: il vulcano e le sue eruzioni che hanno caratterizzato la produzione nelle diverse contrade, rendendo questa area produttiva uno dei territori con maggiore interesse e legato alla singola varietà. Nel 2015, dopo quarant'anni dalla prima annata viene riproposta l'edizione speciale della Riserva del Conte 2010.

COME AVVIENE LA VINIFICAZIONE DELLE UVE SULL'ISOLA DI MOZIA?

I suoli dell'isola di Mozia derivano da fondali di origine marina. Sono terreni sabbiosi e sciolti. Importante è la presenza di calcare, che determina una reazione alcalina del suolo e che influenza le caratteristiche aromatiche delle uve. La profondità della terra permette un adeguato sviluppo dell'alberello. La potatura lunga, "archetto alla marsalese", è la più adeguata per l'uva Grillo, considerata la scarsa fertilità alla base del tralcio. La raccolta, leggermente anticipata rispetto alla maturazione completa, preserva qualche punto di acidità per mantenere la freschezza del sorso e la longevità, che il bianco di Mozia ha saputo dimostrare negli anni.

QUALI SONO STATE LE SCELTE INTRAPRESE A FAVORE DELLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE?

Significa impiegare tutte le tecniche e le conoscenze disponibili per non arrecare danno al suolo, alla flora, alla fauna, all'intero ecosistema. Per questo scegliamo di non usare alcun agente chimico o tecnica invasiva che possa risultare dannosa. Privilegiando il lavoro manuale, i metodi di difesa integrata della terra, le tecniche agronomiche di prevenzione a basso impatto. In questo, da generazioni, siamo affiancati da un "esercito" di uomini e donne, orgogliosi del proprio lavoro, abituato a rispettare il contesto ambientale e ad assecondarne i ritmi naturali. **PER NOI, PRODUTTORI DI VINO A LIVELLO ARTIGIANALE E FAMILIARE, È MOLTO IMPORTANTE ESSERE PRECISI NELLE SCELTE AGRONOMICHE CHE DETERMINANO LA SALUTE DEL TERRITORIO IN CUI VIVIAMO E LAVORIAMO. COSÌ COME È NECESSARIO MISURARE L'IMPATTO POTENZIALE, E REALE,**



DI OGNI AZIONE CHE COMPIAMO. PER QUESTA RAGIONE ABBIAMO SCELTO DI ADERIRE A SOSTAIN, IL PROTOCOLLO DI SOSTENIBILITÀ PER LA VITICOLTURA SICILIANA CHE CI HA PERMESSO DI TROVARE UN EQUILIBRIO VIRTUOSO TRA GIUSTO REDDITO E RESPONSABILITÀ ETICA. I principi di rispetto ambientale, economico e sociale hanno, infatti, creato una nuova tendenza al consumo consapevole. Un consumo molto attento all'impatto che un determinato stile di produzione genera nel suo contesto. Sostain ci consente non solo di misurare e di certificare, tramite l'utilizzo di rigorosi protocolli scientifici, il nostro livello di sostenibilità complessiva, ma ci permette anche di avere a disposizione dati che ci aiutano a evitare gli sprechi e a ridurre i costi. SOSTain promuove la qualità del bene comune, come guida e bussola delle nostre vite: una visione a lungo termine che va oltre la logica della semplice concorrenza commerciale.

LO SGUARDO SEMPRE RIVOLTO AL FUTURO CHE COSA IMPLICA NELLE SCELTE STRATEGICHE? CHE COSA VI ASPETTATE DAL FUTURO DEL MONDO ENOLOGICO?

Tantissimi sono gli ambiti e le informazioni che vengono condivise tra case vinicole del territorio, senza per questo compromettere o mutare la propria identità produttiva. Siamo convinti che questa condivisione allargata sia un moltiplicatore di conoscenza a beneficio non solo della nostra azienda, ma anche del nostro pianeta. Auspichiamo la rete tra le aziende del territorio.

QUAL È IL MESSAGGIO UNIVERSALE CHE L'AZIENDA TASCA D'ALEMERITA DESIDERA TRASMETTERE? IL PIÙ GRANDE PATRIMONIO DELLE NOSTRE TENUTE È QUELLO UMANO, COSTITUITO DALLA DEDIZIONE DI GENERAZIONI DI DONNE E UOMINI CHE DA ANNI LAVORANO CON NOI QUESTE TERRE. E SI FANNO CUSTODI E PORTAVOCI DI TRADIZIONI, STORIE, RICETTE, VALORI.

tascadalmerita.it

PLEASURE



A tavola in 12 Atti

Marie Gillet





FELIX LO BASSO, LA STELLA PUGLIESE DELL'ALTA CUCINA, ACCOGLIE GLI OSPITI NELLA SUA NUOVA CASA A MILANO: FELIX LO BASSO HOME&RESTAURANT CHE STRAVOLGE I CANONI CLASSICI DELLA RISTORAZIONE E PROPONE UN CONCEPT D'ISPIRAZIONE ORIENTALE DAL GUSTO MEDITERRANEO. Dal salotto si arriva in cucina. Non ci sono maîtres e camerieri, ma il cuoco è al centro della scena di un palcoscenico culinario mentre prepara, serve e racconta i suoi piatti, ogni giorno diversi, legati alla stagionalità, ma soprattutto frutto delle sue straordinarie esperienze di viaggio. «L'OSPITE VIENE ACCOLTO COME A TEATRO», RACCONTA LO CHEF, «E DEVE LASCIARSI GUIDARE IN UNA GOURMET EXPERIENCE DI 8 O 12 "ATTI" IN CONTINUA EVOLUZIONE». Seduto in una tavolata di 12 coperti, predisposta davanti al bancone della cucina a vista, assiste all'esecuzione di piatti, ben calibrati ed equilibrati, che vengono raccontati dallo chef, mentre vengono serviti da Emiliana Ferraroni, socia di questa nuova avventura «QUI LA GENTE VIENE A TROVARE ME, E MANGIARE BENE», SORRIDE, «non perché c'è una terrazza affacciata su piazza Duomo» come nel suo ultimo ristorante della Town House in Galleria, unico albergo Seven Stars in Italia. La cucina di Felix è istintiva, fantasiosa, ispirata da una giornata di sole, da una passeggiata, dai prodotti più freschi scelti al mercato o dai propri fornitori: radicchio, funghi, carciofi, ogni tipo di verdure, ma anche carni e pesci, piccione, branzino, foie gras, non c'è niente che Felix non sia capace di trasformare in un piatto eccellente. A COMINCIARE DAL SUO PIATTO ICONICO: LA PARMIGIANA IN UN RISOTTO, IDEATO IN RICORDO DELLA PARMIGIANA DI MELANZANE PREPARATA DA SUA MAMMA. OGNI SUA CREAZIONE È PENSATA PER EMOZIONARE E PER COINVOLGERE I SENSI SPINGENDOSI OLTRE A CIÒ CHE POSSIAMO ASPETTARCI DAL CIBO. Lasciati gli altri ristoranti alle spalle, da Felix Lo Basso Restaurant in Piazza Duomo al Memoriale di Felix Lo Basso a Trani, entrambi stellati, ora ha finalmente realizzato il suo sogno.

IL LOGO E L'ANIMA DEL NUOVO RISTORANTE È IL GORILLA. «È un animale che mi ha sempre affascinato e rappresentato perché è istintivo, feroce e aggressivo, ma anche umile e docile». Il suo nuovo progetto è nato dopo anni di studio e di esperienza nella ristorazione classica. «SONO USCITO DAGLI SCHEMI», AFFERMA. LE GLORIE LE HO GIÀ PRESE. CON POCHI COPERTI E QUESTA FORMULA INNOVATIVA, HO FATTO UNA SCELTA DI VITA CHE MI FA STARE BENE. È UN LOCALE CHE MI CONSENTE DI DIVERTIMI ED ESPRIMERE IL PIACERE DI CUCINARE. La gente si sente partecipe, gli ospiti mi guardano e io dialogo con loro. Per me è molto importante il rapporto umano. Come in Oriente, poi, seduti a un tavolo unico nascono nuove conoscenze».

IN CHE MODO ABBRACCIA LA TRADIZIONE RIUSCENDO A INNOVARLA?

La mia ispirazione sono i viaggi che ho fatto, i miei amici sono tutti in giro per il mondo. AMO L'ASIA, MI HANNO SEMPRE AFFASCINATO LA CULTURA ORIENTALE, LA LORO MENTALITÀ, I PICCOLI RISTORANTI GESTITI CON GRANDE CURA E DEDIZIONE DA MARITO E MOGLIE. CRUDO, COTTO, MARINATO, SPEZIATO. Quello che ho visto nei viaggi lo racconto nei miei piatti. Mi piace riprendere una mia specialità e innovarla, modificarla. Tutto per me è speciale. Poi, ci sono piatti che mi hanno seguito durante il mio percorso come per esempio i canederli di gambero, il vitello tonnoccio o il vin cotto di fichi.

QUAL È IL SUO PIATTO DEL CUORE?

La Parmigiana in un Risotto. È mio piatto iconico, conosciuto e apprezzato in tutto il mondo. È un ricordo di mia mamma perché quando tornavo a casa mi preparava sempre la Parmigiana di melanzane. RACCHIUDE MELANZANA, PARMIGIANO, POMODORI, BASILICO E RISOTTO. IN UN BOCCONE TI DÀ LA SENSAZIONE DI MANGIARE LA PARMIGIANA DI MELANZANA, MA POI CHIUDI GLI OCCHI ED È UN RISOTTO. IL CIBO PER ME È ANCHE STUPORE.

CHE COSA LE DÀ LA SUA TERRA IN TERMINI DI SAPORI ED EMOZIONI?

La mia terra offre tanti prodotti eccellenti e una creatività straordinaria, ma come mentalità sono indietro di vent'anni. A CHE COSA S'ISPIRA NEI SUOI PIATTI?

Il piatto è qualcosa che mi viene in mente a seconda della giornata. Mi piace cambiare tutti i giorni e mi lascio ispirare dalla stagione, da quello che trovo al mercato.

QUALI SONO I SUOI TRAGUARDI FUTURI? COME SI IMMAGINA TRA 10 ANNI?

Desidero continuare a cucinare per divertirmi.

S'IMMAGINA ALL'ESTERO?

Mi piacerebbe vivere all'estero, ma non credo ormai per intraprendere un nuovo business.

QUANTO CONTA IL RAPPORTO DIRETTO CON I SUOI OSPITI?

Per me è molto importante il rapporto diretto con la gente, non voglio intermediari. VOGLIO CHE L'OSPITE MI GUARDI PREPARARE UN PIATTO E, POI, IO GLIELO RACCONTO. IL RAPPORTO UMANO È FONDAMENTALE, ANCHE CON I FORNITORI, HO UN CONTATTO DIRETTO PER SCEGLIERE LE MATERIE CHE PIÙ RAPPRESENTANO LA MIA FILOSOFIA.

QUALI SONO STATI I SUOI MAESTRI IN CUCINA?

MI SONO FORMATO CON I GRANDI CHEF E RISTORANTI GOURMET IN ITALIA E ALL'ESTERO: DAL METROPOLE DI MONTECARLO, CON JOËL ROBUCHON, O ALL'ALPEN ROYAL IN ALTO ADIGE, DOVE HO PRESO LA MIA PRIMA STELLA NEL 2011. Ho avuto mentori tra i più importanti, soprattutto ho apprezzato chi mi ha trasferito l'amore per questo lavoro. Ma in questo momento il maestro sono io.

felixlobassorestaurant.it

LIFESTYLE



La vigna del Colonnello

Antonella Grosso





NEL CUORE DELLE LANGHE, I VIGNETI DELLA CANTINA PRUNOTTO, DI PROPRIETÀ DELLA FAMIGLIA AN-TINORI, SI TROVANO AD ALBA, TRA BARBARESCO E BAROLO, SU UNA MORBIDA PIANURA CIRCONDATA DALLE COLLINE E BAGNATA DALLE RIVE DEL FIUME TANARO. Immersi in un paesaggio naturale ammaliante per i suoi straordinari colori e gli infiniti silenzi, i vigneti sono di storica memoria e ricchi di tradizioni.

Narra la leggenda che un Colonnello dell'Armata Napoleonica, ritiratosi a vita privata dopo anni di battaglie, si sia fermato in questa zona, affascinato dalla bellezza del paesaggio, ed abbia iniziato a produrre vino in quella che oggi è la Vigna Colonnello. I 4.5 ettari di questo antico vigneto si trovano ad un'altitudine di 300 metri sul livello del mare su un fondo argilloso e sabbioso. Un terroir caratterizzato da forti escursioni termiche tra il giorno e la notte, capace di donare al vino grande eleganza e purezza aromatica. La storia racconta che agli inizi del Novecento fu fondata la Cantina Sociale "Ai Vini delle Langhe", poi rilevata nel 1922 da Alfredo Prunotto, che inizia ad esportare



Barolo e Barbaresco in tutto il mondo, a cui nel 1956 subentrano i fratelli Colla. Nel 1989, inizia la collaborazione tra l'azienda Prunotto e la famiglia Antinori, che si occupa della produzione. Gli Antinori vedono in questa zona una nuova sfida, un terroir dove esprimere le grandi caratteristiche dei vitigni autoctoni ma non solo. Soprattutto quando nel 1990, **ALBIERA ANTINORI, LA PRIMOGENITA, DEDICA PARTICOLARE ATTENZIONE AL VIGNETO DI BUSSIA, UNO DEI PIÙ NOTI DELLA ZONA DEL BAROLO E AL VIGNETO DI COSTAMIÖLE.**

Oggi i vigneti di Prunotto si estendono per circa 65 ettari nel territorio delle Langhe e del Monferrato, frazionati in piccoli appezzamenti dalle infinite sfumature da cui nascono grandi vini rossi: il Barolo docg Riserva Bussia dalla Vigna Colonnello, dai tannini vellutati; il Barolo Bussia, un vino storico prodotto per la prima volta da Prunotto nel 1961 in cui l'esposizione ampia delle uve e l'affinamento in botti grandi esaltano l'equilibrio e la complessità del Nebbiolo; il Dolcetto d'Aba doc, vino storico della tradizione vinicola piemontese, Barbera d'Alba doc e Barbaresco docg.



DAL PROSSIMO FEBBRAIO 2021, LA GIÀ PRESTIGIOSA FAMIGLIA DEI BAROLO DI PRUNOTTO SI ARRICCHIRÀ DI UN ULTERIORE PREGIATISSIMO CRU DELLA ZONA DI SERRALUNGA D'ALBA, DOVUTO PROPRIO ALL'USCITA DI BAROLO CERRETTA 2017, PROVENIENTE APPUNTO DA CERRETTA, UNA DELLE PIÙ IMPORTANTI MGA DI BAROLO (MENZIONE GEOGRAFICA AGGIUNTIVA). In Prunotto si producono inoltre vini da uve bianche come il Moscato d'Asti, uva aromatica per eccellenza, che si esprime in un vino dal profumo intenso e l'Arneis, ai quali si uniscono un innovativo rosato e le due grappe di Barolo Bussia e Barbera d'Asti Costamiòle. L'attenzione e la cura in vigna sono i valori fondamentali della produzione, grazie alla convinzione che solo con uve di assoluta qualità si possano produrre grandi vini, capaci di esaltare il carattere varietale e del terroir. LA CANTINA RAPPRESENTA IL PERFETTO CONNUBIO TRA TRADIZIONE ED INNOVAZIONE, CON LE PIÙ MODERNE TECNOLOGIE UTILIZZATE PER ESPRIMERE ED INTERPRETARE LE MILLE SFUMATURE DI QUESTO ANTICO TERRITORIO VITIVINICOLO.

La filosofia produttiva di Prunotto è da sempre rivolta anche al costante sviluppo delle cantine e delle tecniche di affinamento, una sfida continua per riuscire a raggiungere la migliore qualità. Adiacente alla sede storica del 1970, progettata dall'architetto Ugo Della Piana, nel 1999 viene realizzata una nuova cantina destinata alla vinificazione e all'affinamento del vino. Un progetto che garantisce l'ampliamento e, quindi, il miglioramento degli spazi destinati al ciclo di lavorazione delle uve. CONTESTUALMENTE, ANCHE LE VECCHIE BOTTI DI ROVERE DI SLAVONIA DA 100 ETTO LITRI UTILIZZATE DAGLI ANNI 70 PER L'AFFINAMENTO DI BAROLO, BARBARESCO E NEBBIOLO, ESSENDO I LEGNI DESTINATI ALL'AFFINAMENTO UNO DEGLI ASPETTI CENTRALI PER GLI OBIETTIVI DI ECCELLENZA CHE L'AZIENDA SI PONE, SONO STATE COMPLETAMENTE RINNOVATE E SOSTITUITE CON DELLE BOTTI GRANDI DI ROVERE di Allier e di Slavonia, più adatte a valorizzare le potenzialità dei singoli vigneti e di ciascun vino.

L'azienda svolge studi, ricerche e compie continue sperimentazioni sui vigneti con una particolare attenzione rivolta all'agricoltura sostenibile e alle lavorazioni manuali. Ogni anno per ogni vendemmia, si valutano i modi e i tempi per la migliore cura e gestione del vigneto e la produzione di ogni singolo vino, rispettandone le caratteristiche ed esaltandone le potenzialità. L'evoluzione in cantina è stata preceduta dallo sviluppo in vigna: nuovi progetti avviati dopo attenti studi del terreno hanno fornito preziose indicazioni sulla scelta dei portainnesti e dei migliori cloni, capaci di adattarsi al meglio in ogni singolo appezzamento, favorendo l'espressione delle caratteristiche territoriali. Tra le aree storiche di produzione si distinguono quelle di Bussia, Bussia Vigna Colonnello, Costamiòle, Bansaella, Bric Turot (che in piemontese significa Collinetta), Pian Romualdo e Occhetti a cui oggi si aggiunge la prestigiosa Cerretta.

LA CANTINA PRUNOTTO A BUSSIA È UNA DELLE MAGNIFICHE NOVITÀ DEGLI ULTIMI ANNI: UNA VECCHIA CASCINA AFFACCIATA SUL SUO MAGNIFICO VIGNETO, APERTA AI VISITATORI SU PRENOTAZIONE. L'esperienza inizia con il racconto della sua storia centenaria e della produzione. Si prosegue con la visita della Vigna Colonnello e del bellissimo vigneto ad anfiteatro di Bussia, dove nel 1961 è nata la prima annata di questo prestigioso Barolo. Si entra nella cantina, dove vengono vinificate ed affinano nelle tradizionali grandi botti di rovere solo le uve Nebbiolo provenienti da questi due vigneti. SI DEGUSTANO TRE GRANDI ETICHETTE TRA LE QUALI IL BAROLO BUSSIA E DUE DEI CRU PIÙ PRESTIGIOSI PROVENIENTI DALLE LANGHE, DAL MONFERRATO E DAL ROERO TRA CUI: BRIC TUROT BARBARESCO, COSTAMIÒLE NIZZA RISERVA E IL NEBBIOLO OCCHETTI.

prunotto.it
antinori.it



La rinascita dello sport

Antonella Grosso

A Cortina è ormai tutto pronto per dare il via ai Mondiali di Sci 2021, dall'8 al 21 febbraio, sotto gli occhi del mondo intero. «VOGLIAMO SIANO UN MESSAGGIO DI FIDUCIA PER IL FUTURO, UNA LUCE SUI VALORI SANI E COSTRUTTIVI DELLO SPORT, PUR NEL QUADRO INTERNAZIONALE COSÌ COMPLICATO CHE STIAMO VIVENDO», AFFERMA ALESSANDRO BENETTON, PRESIDENTE DI FONDAZIONE CORTINA 2021, NELL'INTERVISTA CON CIRCLE. «NON VEDIAMO L'ORA DI VIVERE FINALMENTE QUESTO SOGNO A LUNGO ATTESO. Tutti i lavori necessari allo svolgimento delle gare sono stati portati a termine, per dar vita ad un grande e spettacolare evento sportivo, con nuove infrastrutture e servizi avanzati, con la consapevolezza di poter contare su una squadra italiana femminile e di grandi talenti anche nella squadra maschile».

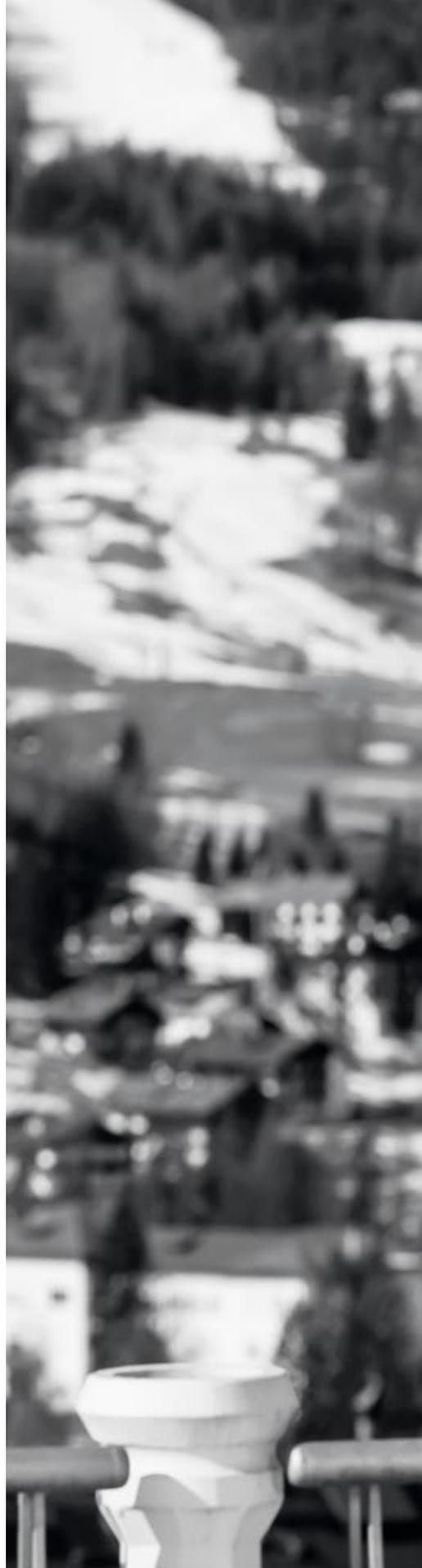
COME È STATO VISSUTO QUESTO PERIODO DI RESTRIZIONE E QUALI SONO SEMPRE STATI GLI OBIETTIVI E CHE COSA È CAMBIATO NELL'ORGANIZZAZIONE PER FAR FRONTE A QUESTA EMERGENZA E I VALORI CHE HANNO CONTRADDISTINTO I MONDIALI?

Non ci auguravamo certo un'ultima fase in un simile scenario; occorrono flessibilità e grande capacità di adattamento, caratteristiche fondamentali per chi fa come me impresa. NONOSTANTE IL COVID E IL LOCKDOWN, IL TEAM DEL COMITATO ORGANIZZATORE HA CONTINUATO A LAVORARE SENZA SOSTA E SIAMO SEMPRE RIMASTI IN LINEA CON I TEMPI PREFISSATI. AFFRONTIAMO CON GRINTA E FIDUCIA QUESTE ULTIME SETTIMANE CHE CI SEPARANO DAL NOSTRO TRAGUARDO IRIDATO. QUANDO MANCAVANO 100 GIORNI, AVETE ORGANIZZATO UN EVENTO EMOZIONANTE IN DIRETTA STREAMING. QUAL ERA IL MESSAGGIO CHE VOLEVATE TRASMETTERE AL PUBBLICO?

Il countdown dei meno 100 giorni, e poi adesso i meno 50 e i meno 30 ai Mondiali sono il segno della resistenza, della resilienza e della caparbia del team di Cortina 2021 e della grande fiducia di tutto il territorio in questo appuntamento da lungo tempo atteso.

QUALI SONO LE EMOZIONI, LE AMBIZIONI, LE ASPETTATIVE PER QUESTO CAMPIONATO DEL MONDO DI SCI?

I Campionati del mondo di Sci alpino Cortina 2021 saranno l'icona di un Paese che contrasta la pandemia e si rialza, per tornare a guardare al domani con la fiducia e l'orgoglio di essere italiani. C'è un grande entusiasmo (anche se questa parola appare esagerata in questo momento), tutti vogliono cogliere l'occasione del Mondiale e delle Olimpiadi del 2026. Ci sono venti alberghi in rifacimento su una quarantina, nuovi impianti realizzati con una grande collaborazione tra gli impiantisti. Credo che il rinascimento di Cortina sia sotto gli occhi di tutti! E questa è una grande soddisfazione.







QUESTI MONDIALI SIGNIFICANO PER CORTINA IL RITORNO DEL GRANDE SCI MASCHILE DOPO TRENT'ANNI. QUANTO CORTINA HA BISOGNO DI QUESTO APPUNTAMENTO TANTO ATTESO?

Non mi stanco di ricordare che questi Mondiali hanno dimostrato ancora una volta come un grande evento può fare davvero la differenza per il rilancio del territorio, rimettendo in circolo energie positive e aiutando la comunità a fare sistema. Riportare perciò a Cortina il grande sci significa attirare attenzione mediatica, interesse del mondo intero.

SECONDO LEI IN CHE MISURA IL PUBBLICO INTERNAZIONALE PARTECIPERÀ ALL'EVENTO?

Avremo una platea televisiva di 500 milioni di persone che si collegheranno da 70 paesi diversi senza considerare le persone raggiunte attraverso i media on line e i social. L'esperienza a cui ci ha costretti la pandemia in questi



mesi ha dimostrato, poi, che lo sport è una delle forme di intrattenimento più apprezzate nonostante l'assenza di pubblico e per questo siamo convinti che avremo grandi risultati di ascolto. Nonostante la pandemia, renderemo onore all'Italia e porteremo le bellezze di Cortina e delle sue Dolomiti per 15 giorni, sui media di tutto il mondo.

AVETE PENSATO A UNA COPERTURA SU PIATTAFORME DIGITALI PER DARE LA POSSIBILITÀ DI ASSISTERE ALLE GARE ANCHE VIA STREAMING?

Per coinvolgere il pubblico di fan e appassionati dello sci, in particolare i più giovani, abbiamo sviluppato una piattaforma di comunicazione Smart, con un'apposita App pensata non solo per vivere a 360° l'esperienza dei Mondiali, ma anche per raccontare i progetti, le opportunità e le manifestazioni legate ai grandi appuntamenti sportivi che hanno acceso di nuovo entusiasmo la Regina delle Dolomiti.



IL TURISMO IN QUESTO PERIODO HA SOFFERTO MOLTO E ANCHE CORTINA È STATA DURAMENTE COLPITA. CHE COSA SERVE PER RIPARTIRE ALLA GRANDE?

Certo il Covid ha condizionato albergatori, ristoratori, e tutto il sistema legato al turismo. Abbiamo dovuto rimandare le finali di Coppa del Mondo e sicuramente i Mondiali 2021 saranno un evento diverso rispetto a quanto avevamo previsto, con mancati ritorni sull'indotto. Ma ciò che è importante per tutti che bisogna guardare al futuro con fiducia. Nei momenti di discontinuità è necessario cogliere le finalità e scommettere su nuove opportunità. Nel turismo, come in altri settori, bisogna essere reattivi e innovativi.

QUAL È IL MESSAGGIO CHE VOLETE TRASMETTERE AL PUBBLICO?



ABBIAMO LANCIATO UN VIDEO EMOZIONALE CHE DICE "WE ARE READY"; ABBIAMO VOLUTO COSÌ COMUNICARE AL MONDO CHE A CORTINA SIAMO PRONTI PER VINCERE LA SFIDA DI ORGANIZZARE UN GRANDE EVENTO SPORTIVO INTERNAZIONALE NEL PIENO DI UNA PANDEMIA, VOGLIAMO SORPRENDERE TUTTI CON LE NOSTRE BELLEZZE, il nostro entusiasmo, la capacità degli italiani di fare squadra di fronte alle avversità. C'è tutto un Paese che fa il tifo per noi e per i Mondiali. Perché se vince Cortina, vince l'Italia!

cortina2021.com | comunecortinadampezzo.bl.it

*A Private Palazzo, a Noble Residence,
a National Museum, a luxury Hotel
and much more...
this all is Ca' Sagredo*



Ca' Sagredo Hotel

Campo Santa Sofia, 4198/99 - Ca' d'Oro - Venezia



L'Alcova Restaurant on the Grand Canal

Lunch, dinner, snacks and Bar

Aperto tutti i giorni dalle 12.00 alle 23.00

Open every day from 12.00 pm to 11.00 pm



Tel: + 39 041 2413111 Fax: +39 041 2413521

email: info@casagredohotel.com

www.casagredohotel.com

Follow us on:





Build

Margherita Celia Bertolotti

Building deep and emotional relationships, the sheer beauty of art and culture, designing environments with organic architecture to restore the living values and renewing the attention to the precious and faint thought of man. The pandemic, like a modern grounded, reset the wishes and the boundaries. A new calendar where time and space take on different concepts and abstractions, kinds of dialogue between inside and outside world, a constant relationship to put those lost connections back together.



"Every construction is an intrusion in the plant kingdom and a challenge to nature. It is necessary to conceive an architecture which represents a reconciliation agreement between nature and human planning, strictly linked to the surrounding landscape". These are the words of the Argentinian master Emilio Ambasz, pioneer and prophet of the Green Architecture in the world, author of worldwide projects, becoming points of reference and inspiration for many architects. In September 2020, Emilio Ambasz achieved the fourth Compasso d'Oro for his remarkable career as "pioneer of the relation between building and nature, realizing real living posters for the sustainable development", following his "green over the grey" philosophy. In Italy, he designed the building of Fondazione Banca degli Occhi and the hospital of Mestre, known as the first garden of health and, in 1998, he conceived the first vertical wood for the headquarters of ENI in Rome.

Recently, the Museum of Modern Art in New York (MoMA), particularly sensitive to sustainability issues, announced the birth of the Research Institute Emilio Ambasz for the joint study of new architecture types which will reconcile Nature with the artificial environment. The necessity of an ecological balance between artificial and natural environment is more and more important at international level, and the architectural design should respect the planet.

This year marks the 25th anniversary of the launch of ACROS building in Fukuoka (in Japan), one of the most innovative and extraordinary green building, well-known around the world. "Emilio Ambasz taught us to see a dimension where nature and architecture are inseparable elements, a kingdom composed of nature created by God and nature created by humans", affirmed the famous Japanese architect Tadao Ando. But the organic architecture based on the complete harmony between human and nature starts in 1936 from the emblematic "Fallingwater" of Frank Lloyd Wright, which appears like a rock among the other rocks, an island in the middle of the water, a tree in a forest of Pennsylvania.

In this constant desire to find a harmony between nature and architecture comes the design concept of Marco Sandrini, Style Director of Sandrini Green Architecture, leading company in the landscape design, according to which the personal, spiritual and physical well-being derives from the proximity to

nature. "Rediscovering the value of nature, knowing it and living it fully is an ancestral need of human. It becomes culture and a new trend of the contemporary luxury. Designing green areas inside and outside buildings enables to live surrounded by a natural environment, rich in plant species, and entails the creation of new architecture and design types through the plants, which turn into shapes and decorative ornaments", states Marco Sandrini.

This trend is ever more present in the sector of hospitality, where the resorts are planned with an architecture aimed at recreating the landscape inside and the green element is conceived as a perceptive continuity with respect to Nature, and the desire to enjoy the luxury of living Nature is very strong. A new trend to which the luxury living project is inspired, reinterpretation of "Glamping Mediterraneo", whose protagonists are Sandrini Green Architecture - in line with the "Inside Nature" concept -, Studio Otto - Paola Navone - Gian Paolo Venier and Tenticle Italia (presented during the last edition of the Sun Beach&Outdoor Style in Rimini), a poetical contemporary refuge, with low environmental impact, accurate in every detail and full of magic. With all the amenities of a 5-star resort, it will be possible to enjoy the luxury of living surrounded by the landscape in a comfortable cotton Tenticle tent, exclusively imported in Italy, featuring Baxter furnishings, original indoor furniture in soft leather, the convivial Elmar kitchen and an exceptional wellness area; outdoor, the cosy, funny and oversized Rafael chairs by Ethimo, always designed by Paola Navone, furnish the exterior like fluffy nests perfect to look at the stars, together with the eco-friendly footstools by Essential. The lanterns create an evocative atmosphere of lights and shadows and highlight the wild garden designed by Sandrini GA. Marco Sandrini spontaneously translates his perception of the place in a green language of balance, creating connections between nature and the design of refined, natural and delicate furniture, choosing the plants, with a preference for the local species, such as the incomparable charm of the olive trees, a Mediterranean species par excellence. "The great landscapers are able to talk with the landscape", says Marco Sandrini. "The sensitivity of each of us makes the difference. Every garden is a world apart and it is conceived to enable people to feel the vibrations of their soul".

The "green architecture" is the challenge of the future, even for the hospitality sector. The designer Paola Navone, who has always embraced the theme of sustainability, is convinced of it. "We have never thought that it could be an obstacle to our work, but we think that it may offer new and incredible creative possibilities", states Mrs. Navone. "The glamping tells that the sustainability is not a synonym for sacrifice and creative limitation", confirms Gian Paolo Venier. "In fact, it is the opposite. Giving a sustainable dimension to an exclusive outdoor vacation is a precious added value". In the opinion of Paola Navone, the need of living new life and outdoor vacation experiences is a natural instinct of people. "My free and nomad soul led me to travel all my life. I like to believe that it is my way to breathe. Also when I settled down in some places around the world for quite a while, where my roots went deeper, I never stopped feeling joyfully on the road", she tells. The concept arises from the Mediterranean pleasure of being outdoors in a simple, cheerful and convivial way. Its creativity is always inspired by the imperfect beauty of the natural materials and the handmade objects turning into creations of great emotional impact. "Through the products, the companies chosen as project partners represent this idea of contemporary and sophisticated comfort, connected to the simplicity and the warmth of natural handcrafted materials". And the garden? "Also with Sandrini Green Architecture we establish a particular creative relationship", says the designer. "The garden is a very important element of the concept. Sandrini wonderfully conceived the green environment as a small corner of Mediterranean scrub, varied and a little bit wild. We wanted to create an eccentric garden, representing the idea of being surrounded by nature and the spontaneous vegetation of the Mediterranean. The glamping can be everywhere, also in unexpected places: a mountain meadow, a pine forest near the sea, an Apulian olive grove, a barren Greek island. We would hope to take surprising roads with this projects. Around the world and, why not, on a New York roof as an unexpected urban glamping, or in an amazing exotic location beyond the ocean...".

moma.org | sandrini.it | paolanavone.it

THE RED THREAD OF BONDS Antonella Grosso

ART page 14

"Mine is an image acquisition through a specific language. The artists, also when they are not drawing, see as they are drawing". Letizia Cariello, born in Ferrara, lives and works in Milan, where she teaches anatomical design at the Brera Academy of Fine Arts, and participated in many shows of Architecture Biennale in Venice, Istanbul, in the Triennale, in exhibitions patronised by the Farnesina and in "Viaggi da camera" project of Fondazione Trussardi. Her interior research explores the relation between internal and external space through drawing, installation, photography, sculpture and video. This process is aimed at a constant performance to recreate connections, relationships and bonds (with the red thread), through the identification and the real seam of objects and spaces, both in macro and in micro dimensions: from trees to teapots, from small cups to embroidered photos. When she was a child, she learned to draw and then to write. "I undertook many routes to not become an artist", she tells to Circle. "But, at the end, I understood that it is the only thing I do well". She comes from a family of Neapolitan artists since over 200 years. Her grandfather was a sculptor and goldsmith, and in his workshop she moved her first steps as an artist. Letizia attended the artistic high school and she has a degree in art history. She worked as art conservator, she has been the assistant of a set designer, she graduated in goldsmithing, engraving and chisel. "When I had to choose, I enrolled at Brera Academy and I graduated in painting, then I did not back down anymore. The encounters were of great importance", she says. Her work is conceptual, but she got firstly a long training in the workshop and, then, a lot of classic private study. "My humanistic education is very useful to me, because I own a language. It is an added value, not a limitation", she highlights. "We need to say what is necessary. Over time, I understood that all my projects tend to a natural process", she explains. "It is a constant attempt of reconstruction and weaving both literal and

theoretical of lost bonds, of relations between internal and external space focused on time". Just like nature does. Nature rebuilds. "A plant grows in a wall. The art is something alive. Continuing to rebuild everything, while everything is breaking, recover something while something else is getting lost. It is an endless process. The continuous reconstruction of the internal space in relation with the external world. Through the red thread. I do not know why red", she smiles. "I try to be always less protagonist when I work, as my works of art arise by themselves. An artist is never sure of the result. There is always the courage to run into a possible failure if you do something new". It is like a bullfight, she explains to her students: "the bullfighter must be handsome, he makes awesome movements, he moves in an internal space in the public eye, but he risks his life". His introspective art comes from an inner need. It establishes a connection between an internal space and an external space. The inner space and the space of our material presence. "My collectors are all very fond of the works of art they chose, there is a very empathetic relation with my job, they find a sense of belonging in the inner research. It is important that work speaks for itself, without any explanation". Her works of art attract for the calibrated balance between the risk of beauty and the absolute. Because beauty is a risk, simply add a little thing and it is too much. People perceive this balance. When artists work on a shape, they can not lie. The rigour is evident. The search for balance represents the purity of a gesture, an essential fact. The result of a constant introspection: work and look at the work through a continuous check". Like Fontana and Melotti, her art derives from a great language ability and, then, arrives at the essential. She takes inspiration from Nature. "I am carrying out a project in collaboration with Strato, in which I decided to work as if I were a moss. I do not put the moss, but I act like a moss while being a person. We are nature but, as Einstein said, we observe nature

from the outside to understand its language, not to imitate it, but to absorb its essence. I work acting as Nature. The art is not an embellishment, it is a creativity full of heart that opens routes also to those who feel wrong. It is not a consolation. It is a way of giving space and shape to the infinity and searching for it. Beauty and art are not emissions of life. The artist is able to feel and react, even if it takes a lot of practice. It is a human being with a wound to be healed. Artists choose their own art and represent their conditions".

The Calendars were conceived because of the need to see the time and call it by name. They are sequences of numbers and letters which represent the restorative visualisation of the future. "They start from the day I begin to write and go on until something interrupts my composition. When I write, I mention the days and I write them thinking about them. I continue to write until I manage to be focused. They are born because I did not see the space and time between the day in which I wrote and the future. They have something archaic. They look like some branches which count the time. I wrote thinking about time to see it. If they are not on marble, I embroider the mistakes. If they are on marble, I cross off them. I realised the Calendars also on stones or old family bed sheets. The Gates arise from the need to see the landscape, the crossing between internal and external space, two different conditions of space. "Gates", as the name suggests, mean a passage between opening and closure.

When the editors Gitte and Bertelli asked her to work on a book for their series, she answered that she could only do a "Book of silence". The next step was to create it in a place where people live with silence. "To sew these sheets together and cover the book with brocade, I thought about the nuns of the Abbey of Viboldone, that I knew very well. The nuns agreed to sew the sheets and cover the volume with brocade. So, I brought them my screen-printed paper of the calendars and I asked to sew the sheets together with the red thread. On the blended sheets, I wrote a text on each volume by hand, then I added what my intuition suggested: feathers, rose petals, thorns, embroidery on the pages, enamel, red lacquer. The result is a visual and silent work, to which people listen with the eyes. A work that stirs the deepest emotions".

Materials and elements of her art are the basic design: wooden and velvet sculptures with ceramic or silver objects. The Gates are made with blacksmith nails and wool, the Calendars are written on canvas, stones, or engraved on marble. She tied trees and cups with a red thread. The photos are unique pieces, then embroidered. She creates site specific works of art, large installations in the gardens of private houses or in public areas. "I like doing works which are related to the place to which they are destined. I follow the internal images. If I decide to tie some trees, I try to perceive the image of the power relations, I rebuild where I feel that a connection must be reassembled, and I use the red thread employed in sailing, which I dye red, and other boat equipment. Firstly, I go to the site and I try to catch what it conveyed to me, so that I can turn into Nature and get inside that living context. I work as if I were a plant, which adapts to the existing ones. I am collaborating with Strato on a work of art perfectly balanced between a recognisable gesture and my desire to go to a place where I feel at ease. Her great masters were Pontorno for his synthesis of research, drawing and deep self-analysis to which she feels she belongs, Borromini and all the Mannerist artists. With a contemporary touch: Louise Bourgeois and Kusama, a Japanese artist focused on repetition. She learned a lot also working with a set designer. Furthermore, she was inspired by the director Kubrick with respect to the concept of shape and tale, as well as the expressive gesture. It is a matter of harmonious relations, in drawing as in music, always with the aim to heal time.

letiziacariello.com



OPTICAL ART IN LONDON Marie Gillet

VISUAL ART page 20



"Everything we see, penetrates and settles in our mind", wrote Umbrò Apollonio, writer and art critic. The optical works of Alberto Biasi, great kinetic artist, Marco Nereo Rotelli, the artist of light, and Emilio Isgrò, conceptual artist, painter and poet, enhance a London home devoted to a rich heritage of contemporary works of art. A perceptual dynamism based on the optical art, on black and white and the graphic effect of the shapes throughout the house, designed by the architect Celia Stefania Centonze in the heart of the City, hosted in a renovated Victorian building, preserving its precious original façade. In front of Harrods department store, the apartment develops on a single, very large floor. It features clean lines, long corridors and big walls where high-value works of art are displayed. The home has a picturesque L-shaped plan. The very wide living room features a central wall with two fireplaces in Travertino marble which divides the environment, enhanced by the paintings of Marco Nereo Rotelli. "The hostess and I were in sync right from the start", tells the architect. In the main living room, the entire wall is devoted to the works of the artist Rotelli, which shine with their own light. "It was love at first sight! I never loved poetry, but, conveyed with the art, it

won me over", says Celia. The verses of great poets painted by Rotelli on a gold background, made with the old golden leaf technique, conquered the heart of the hostess. The optical effect, the graphic design of black and white and the respect of the spaces are intentionally interrupted by vivid touches of colour: the four custom-made carpets have four different shades of orange-yellow; the extraordinary methacrylate chandelier by Jacopo Foggini, with yellow and fuchsia shades, towers over the round table with deep black marble top and white acrylic base. The studio is embellished by the original and funny fuchsia Bocca sofa by Gufram, in limited edition. Most of the furnishings are custom made and realised by Italian artisans, while others are designed by Italian contemporary design companies, such as Moroso, Edra and Flos for the lighting. The bedspread, the curtains and the carpet in the bedrooms have been made to a custom design, keeping the main colours. On the walls, the elegant Alcove wallpaper by Elitis in the tones of white, almost a velvet, gives an extraordinary brightness to the home. In the guest bathroom, the choice fell on the joyful and original wallpaper by Fornasetti with monkeys on a black background, matched with the lamps shaped like little monkeys by Seletti. The house, in the decorative details and pop furnishings, reflects the ironic personality of the hostess. Also the floors are black and white: white marble in the corridors and black parquet in the living room. The lighting reproduces the graphic design of the house, the Bonjour spotlights by Fos have been inserted in pairs in strategic points to catch the eye. The wallpaper, with an amazing velvet effect, affects the uniform distribution of the light. From the entrance starts a long corridor which, on one side, leads to the kitchen and the service area, in front of it there is the living room connected with the dining room and the kitchen office and, on the other side, it leads to the guest bathroom and bedroom, the studio with private

bathroom and the main bedroom with dual walk-in wardrobe and two main bathrooms with white arabesque marble for her and black marquina for him. In the long corridors, the works of Alberto Biasi, Emilio Isgrò and other artists are displayed next to the acrylic diptych of black and white and enamel on canvas of Marco Nereo Rotelli. Another work of Rotelli, made on request, presents a magnificent series of Flowering Books: white and black marble books that represent the most important texts of the Italian literature and embellish the bookcase. "The ancient scribes saw a connection between words and flowers. Among the hundred books of the installation, 80 closed books indicate the names of the most influential writers and 20 open books display the most intense words dedicated to the human actions. The written verses symbolise the five senses: wine is the taste, music is the hearing, fashion is the touch, design, photography and literature are the sight and nature with its scents is the sense of smell. Thus was born the first library devoted to the principles of love, which in the ancient Aztec language is called Xochipilli, also known as "the Prince of Flowers".

Two sculptures of Marcello Morandini, the pioneer of the black and white graphic design, bring out the optical shapes: the chair in perspective and the bench with two circles. Black and white. "Simple colours which enable to focus more on the shape rather than on the surface appearance", said Morandini. In the kitchen, with glossy white finish and black top, we find again the originality of pop furnishings: two pendant lamps, homage to the Eternal City that turns into light. An iconic piece, whose hyper-realistic reproduction of the St. Peter's Dome celebrates the art and the beauty of the Italian culture, in a skilful combination of craftsmanship and technology realised by the studio AMeBE. A charming and timeless home, where the contemporary art coexists with the icons of design.

SHAPES Marie Gillet

DESIGN page 24



The light is the focus of the space, according to the historic florentine company, launched in 1899 by the inspiration of a young artisan and artist: Giovanni Banci. Shapes is the contemporary vision, space that materialises and light that takes shape and turns into volumes. The artisan precision of every creation is skilfully combined with the most authentic Italian know-how, boasting over a century of history and experience. A constant search for the sense and the vision of light led Banci Firenze to work with a deep connection of the shapes. Starting from the iconic pieces of the SuperClas-

sic collection, the company achieved a contemporary vision of lighting, keeping the heritage in line with the cutting-edge technology. "The last Shapes collection represents a new way to feel the surrounding light and space", explains Elisève Errico CEO, before Sales Manager of the company. "Light is the essence of every creation and an inseparable part of it. It enhances volumes and surfaces, and depicts essential shapes like square, circle and triangle, which generate the basic of the projects. It stirs emotions creating light objects able to adapt to every place thanks to their endless

shapes". Each product is a work of art and the company constantly tries to turn the light into new kinds of art, with partnership with international contemporary artists.

The essential nature of the collection is also evident in the choice of the materials, in particular steel, brass and marble. A choice which reflects the basic values of the company: tradition and modernity. The eternal, timeless creations are perfectly able to adapt to every environment, from classic to contemporary, from retro to modern. The connections between light and shape are endless; the artisans always experiment with new ways to interpret this ideal combination, to keep creating extraordinary light art works. "The Shapes collection is not an end point, but a vision of the future", says Elisève. The products are destined to a cultured and refined clientele, to a market of collectors and international ship owners, lovers for beauty, who search for the Italian style and expertise. The company has partner in the VIP Lounge project of the Genoa Boat Show for two years ago, in order to convey the excellence also to the nautical world. "We strongly believe that the style of the tradition may continue to amaze also in our age. We are creating new products with classic touches, but, at the same time, a completely renovated vision. We think about the next Salone del Mobile, which will be the occasion to present new creations. Among the future goals, we include the opening of a showroom in the old town of Florence, core of the art and beauty. **banci.it**

EXPLORER page 30



We speak about Massimiliano Nannini, Italian Navy Hydrographic Institute, manager and Admiral of the Italian Navy, he looks the Navy in the North Pole magazine. From the Duke of the Abruzzi to the High North expeditions. On the cover, two pictures: above, two people with the tricolour flag, a ship and the arctic polar sea ice on the background; below, a legendary explorer, Prince Luigi Amedeo, at the North Pole in 1900. One of the two men above is, *ça va sans dire*, Mr. Nannini. Since, after 120 years, that desire to discover unexplored worlds, adding pieces to the mosaic of knowledge, is still alive in new, innovative experiences, such as “High North”, a long-time research programme of the Navy, guided and coordinated by the Hydrographic Institute with campaigns in the Arctic region on board the “Alliance” ship, by Italian flag. To the United Nations Decade of Ocean Science for Sustainable Development (2021-2030), the Hydrographic Institute replies with the results of the four expeditions conducted so far, the last of which, High North20, completed despite the health emergency which discouraged the rest of the world to carry out research activities at the poles. The pandemic stopped everyone, but not Italy, which came back home with unique data to be shared in the international meetings and a morphological high-resolution model of the Molloy Hole, the deepest point of the Arctic Ocean, covered by glaciers and inaccessible for most of the year. “The Arctic region, due to its features of “engine” of the earth’s climate, has a key role in the international economy in terms of sustainable development”, explains Roberta Ivaldi, by Hydrographic Institute and scientific coordinator of the High North programme. “The new commercial routes to the North are an interesting element for safe navigation, but also for the geostrategic and socio-economic factors”, says Nannini. Circle asked them to tell about this remote area of the world. From 20 July 2020, you are manager of the Institute. Which are the goals of your mandate?

MN: Continuing with the actions undertaken by my predecessor and starting a modernisation process of the procedures and the management of data with new technologies. The Hydrographic Institute holds the official data of the national waters useful to draft nautical documents necessary for safe navigation. The development of a database and the implementation of integrated GIS tools will turn the product-centric structure into a database-centric structure, whose main role will be focused on the creation of the hydro-oceanographic information flow, according to a concept of *smart hydrography*. Which is the geostrategic importance of exploring remote areas such as the Arctic?

MN: Over the years, the naval industry gained the arctic sailing ability, very important to an armed force with international interests. The Arctic is an ocean ever more frequented, where the interests of single states are combined with the safety and the protection of everyone. And it is in this context that the Navy helps to preserve the freedom of navigation on the high seas. At the same time, the Hydrographic Institute and the Navy improved the training of their staff providing the right skills to work and do research in extreme environments. Strong are also the synergies established with the Navy of friendly countries, in research activities in Antarctica with specialist courses, navigation periods through the ice and research programmes developed in arctic areas.

In which context the High North programme is born

and what are its goals?

MN: After 120 years from the expedition of the Duke of the Abruzzi on board of “Stella Polare” and 90 years from the experience of Nobile and Romagna Mannoia on board the “Città di Milano”, the Navy, in 2017, set this programme aimed at giving a contribution to the national arctic strategy and supporting the scientific community in the study of the Arctic Ocean with respect to the global change. High North strengthens itself thanks to the role played in the Navy through the Hydrographic Institute as *National marine focal point for the Arctic research activities*, sharing knowledge, technical skills and data of the four hydro-oceanographic campaigns with organisations and research agencies both national and international, universities and private companies, dealing with extreme arctic environments. The goal concerns a multidisciplinary marine research integrated according to a 4D Mapping approach, from the satellite to the seabed. The development and the data policy of the programme immediately affect the concept of multipurpose data and re-use. Another developed aspect is the concept of *Citizen Science*, making everyone participate in the sharing of activities such as the *Ocean Literacy* and the *Young scientist generation* under the aegis of UNESCO. Finally, with the High North programme, the Navy guarantees constant analysis and long series of collected data to support the technological innovation and the development of forecast models, with a particular attention to the young generations and the research for the global ocean in the 2020-2022 period. In 2018, on board the “Alliance”, you took part as head of expedition in an exploratory mission of four months, all in darkness and with very bad sea conditions.

MN: Going to the North Pole is always difficult, especially in winter, both for the absence of light and the extreme weather conditions in terms of wind, sea and temperature. The temperature of water is about -2°C and leaves no chance, therefore all the activities on deck require the utmost attention and trained staff. In the darkness, the landscape is surreal, the ship struggles to sail through the ice, the visual and sound impact is fixed in your mind. We had to study the strong winds from the north on the sea surface which, when comes into contact with the frosty air, cools down creating a denser fluid mass that sinks into the deep. To do it, it was necessary to be present during the worst weather conditions with aggressive phenomena of ice build-up, that is the build-up of ice on the ship which may move its barycentre making it unstable. In these cases, it needs to break and remove it using a hammer. Actually, you do not know if you will be able to control this phenomenon and going out in the dark, during a storm, is not easy at all. Once, we arrived at the edge of the ice, with a wind blowing at 80 knots which got the better of the propulsion. The ship was out of control for a long time. I feared the worst. Luckily, today we can talk about it.

Which was the contribution the Hydrographic Institute gave to the High North20 mission this year?

MN: The Hydrographic Institute organised and managed not only the exploration activities and mapping of the seabed, but also the collection of unique data, keeping the continuity of the environmental observations useful to the scientific community and the researchers who, this year, could not be present due to the pandemic. It took a lot of effort to conduct a campaign in a remote area respecting the health protocols. We were the only ones to support 59 people, among which 13 experts of the Institute, for over 70 days on board without ever disembarking and having any contact with the “outside world”. It will be remembered as a historic campaign, the only one that carried out the activities in the Arctic in 2020, guaranteeing the availability of precious data for the environmental monitoring that otherwise nobody would have acquired.

What has been especially observed?

MN: During the 20 days of navigation and 3 thousand miles sailed at the edge of the sea ice, we observed atmosphere, biosphere, hydrosphere and geosphere for a total of 2449 weather stations and 100 observation stations and vertical profiles, with mapping activities, characterisation of the seabed, acquisition of data related to the water column, collection of images to monitor the edge of the ice, identify and classify it, sampling of surface water and its biogeochemical content, suspended particulate matter for the study of the environment, as well as visual observations aimed at identifying marine mammals, marine litter and microplastics. Thanks to the high-resolution multibeam acoustic systems, integrated with other systems, we managed to map an area ranging from the satellite to 4211.8 km2 of unexplored seabed, included the deepest point of the Arctic Ocean (5567 metres), the Molloy Hole, in the Fram Strait, between the Svalbard Islands and Greenland.

Why is the Molloy Hole so interesting?

RI: For the first time it has been identified and mapped at high resolution, with metric accuracy, in still little known, to not say unknown, water. Placed in a key area of the geodynamics of the ocean floor and the oceanographic and atmospheric dynamics for the Arctic-Atlantic exchanges, the Molloy Hole creates a sort of “trap” of water and air masses. In particular, its geodynamic meaning is related to the development process of new seabed and it is not a coincidence that lies in a central position of the Fram Strait. The rifts caused by the shifting of the tectonic plates created this deepest area, characterised by a square-based structure with a maximum side of 40 km and subvertical terraced sides, which develops from 350 metres up to 5567 metres: a sort of an upside down zigzag of over 2000 metres.

How does such a sight make you feel?

RI: It is something that goes straight to the heart of the scientist, but also of the entire crew. Just like moving in the sea of floating ice, surrounded by the fog, pushed by a strong, dry and cold wind of over 35 knots, reaching the edge of the arctic sea ice, to the north of the Svalbard Islands: exciting, but complicated due to the poor visibility. We have helped each other, with different roles and specific competences, but part of a single team, always ready to change the activity programme in order to optimise time and resources and thus achieve the objective. Since the belt of ice surrounding the polar cap is extremely dynamic, it moves quickly, creating configurations which are constantly changing.

In this respect, which is the impact of the climate change?

RI: Long-time research and studies show that a process of “Atlantification” is currently occurring, even with a double change speed rather than other sectors. The currents are changing due to the reduction of the ice which, releasing more and more ocean stretches, gives rise to new dynamic and environmental processes. In fact, in July, we found the edge of the ice at 80°N pushed by currents from the north with a speed up to 1 knot and a temperature around zero, with calm sea only near the ice for the strong and cold northern winds blowing up to 35-40 knots.

Which are the next steps of the research campaign?

MN: According to what developed in the previous 3-year period, the programme of 2020-2022 will give a more relevant contribution to the knowledge of *One Ocean* for the sustainable development in the UN Decade of Ocean Science (*UN Decade of Ocean Science for Sustainable Development 2021-2030*), clear benchmark for the marine activities in the Arctic, with a constant sensitivity to knowledge, training of young experts and technological development. In particular within the international project *GEBCO SEABED2030*, we will focus on the complete mapping of the ocean with advanced systems by 2030. In the Arctic Ocean, less than 15 percent is mapped with advanced systems, whereas in the global ocean less than 10 percent. marina.difesa.it



Fifty-six units delivered, a financial position strengthened despite the stop enforced by the pandemic, a comprehensive offer which is going to move from 30 to 35 models in the next 18 months with nine launches and two new collections, representing all the existing categories in the luxury yacht market. The group Azimut Benetti faces this difficult situation in a dynamic way, confirming a challenging production pipeline and relaunching on the future with a new organisational structure, which merges the two divisions run by a single CEO, Marco Valle. «The unique features of the two brands will be kept», ensures the vice president Giovanna Vitelli, telling the company vision and prospects to Circle. «The presence of two CEOs and two divisions was an irregularity in the business scene».

What does this rearrangement actually entail?

We have been planning to merge for quite a while, in order to activate the synergies and combine the best results of over 50 years of experience of the two divisions, expanding the connection point not only to the R&D department, but also to the entire back-end field. Provided that the front-end functions continue to exist for each of the two brands, why we can not share an effective application in the production of steel or an interesting market penetration channel? Of course, it is not easy to find skilful managers, able to run the complexity of a company like ours: fortunately, the management of Bonetti is now in the hands of Marco Valle, grew up inside the company, an expert of the market, the product and the family. The time was ripe. **Despite the lockdown, you managed to respect all the deadlines, showing a great flexibility and solidity. How do you act against the smallest parts of this industry, less structured but still important in the production chain?**

The complex situations we are all experiencing forced everyone to close the activities. The real problem was to arrange the re-openings, that is organise more shifts, make good deals with the trade union, set clear rules, provide suitable safety devices. We managed all these aspects very well and with great attention to the protection of our employees and commitment towards the protagonists of the industry. I mean that the solidarity of the company is important, but it is the investment in people and the mutual trust built over time to make the difference. Now more than ever, the alliance customer-supplier must be total, as well as the distribution network and the dealers.

You established an ambitious product development plan. What gives you so much confidence? The market. We will not simply replace units in range but we will expand the offer, including new segments in line with the current feeling. We are the first to have

introduced the idea of the Italian-style trawler which, thanks to the Dual Mode hull, enables two ways of sailing: not only high speeds, but also long-range cruise with lower speed. Regarding Benetti, the family B.Yond enters the world of explorers with a double concept: on one side, green boats, thanks to the partnership with Siemens for the hybrid propulsion and, on the other, boats perfectly suitable for enjoying the sea. For example, a half-hidden garage in order to have all the toys without affecting the enjoyment of spaces.

Same concept on the Oasis: what is it? A crossover or a shuttle?

Neither one nor the other: it is an Oasis, a boat that suggests a tale and recalls a dimension of total well-being, a private oasis to live exclusive moments of relaxation, far from the busiest times of the daily life. Why not to turn the beach clubs into something near the sea? From here comes the idea of a big sloping stern, less formal than the classic yachts. We find the same concept in the interiors, characterised by a relaxing and elegant comfort, with very natural colours and fabrics, also enriched by a gym and wide open spaces. Its target is younger than that of the typical Benetti shuttle, therefore we can say it is a category of its own, which represents a state of mind.

According to your analysis, which are the current trends in the luxury yacht market with units ranging from 12 to over 100 metres?

The passion for the outboard boats, the speed and the enjoyment of a day spent on board is renewed in the smallest boats. The range between 50 and 70 feet, extremely rational boats, remains unchanged. Finally, the segment of the super yachts from 30 to 50 metres, whose market is very sparkling, continues to be very successful.

Speaking of trends, what is the green sailing status?

The attention to this issue, which concerns the future of our planet but also of our business strictly linked to the protection of the sea, is increasing. But, currently, the petrol diesel hybrid motorisation is a very expensive solution due to the benefit it offers. Nowadays, I think that our solution concerning the extensive use of carbon is the most concrete: we achieved the most tangible results in reducing the consumption by lightening the products and working on the hulls. I find also interesting the use of modular systems, such as that developed with Siemens. I mean that the sustainability should be pursued in its essence and maybe, today, the intermediate results – reached by the hotel mode or the use of stored energy as a propulsion booster rather than a full replacement – are more effective.

New living styles, also due to the pandemic which is changing the relation with the living areas, are emerging. Do you find similar trends in the solutions on board?

According to the success of some recent projects, we can answer "Yes". We note a less formal approach towards the environments. For example, we suggested solutions in which the main saloon is not more divided into dining room and living room, but it is composed of two big lounging areas which, if necessary, can be turned into more destructured spaces. The idea of functional hybridisation to sharing is evident in the attempt to merge indoor and outdoor environments, with more flexible spaces and continuous surfaces. The concept of luxury does not concern only wealth and ostentation, but it represents a most advanced idea of elegance, which is expressed in the details and the use of refined materials and techniques. On the other hand, the projects more related to trends are less successful. It seems that we are trying to recognise the added value of a direct contact with the natural environment.

Magellano 25 metri is a clear example of this evolution in the concept of luxury...

The non plus ultra of this boat is its modernity, which sets it apart from the current interior projects, tending to adopt solutions used in the residential and hotel sector. This yacht reproduces a state-of-the-art dimension, with an artistic component which goes beyond the design. However, it is not considered a spot boat, an eccentric and less functional exploit: it is appreciated because of its successful, consistent and well-studied layout. And also the next products do not differ so much from the first unit: the basic architecture is the same because it works well. Together with De Cotiis, we are working on the "older sister".

The short film Open your eyes directed by Gabriele Muccino about the story of Magellano 25 represents an evolution with respect to the traditional communication of a product. Do you believe that the creative influences are the most effective way to tell the world behind a product?

The movie is precisely based on this consideration. So, we developed the idea to convey the emotion of a luxury yacht through an artistic language. Then, it happened that the yacht in question is also the protagonist of a very rich storytelling, as it features a unique elegance, which was impossible to convey without showing it physically. The commercial videos were not the appropriate tool. It was necessary a real movie with a real director, and Muccino was the right person: he is not only an Italian director appreciated all over the world, but the emotional side is an important component of his movie language. We gave him carte blanche, just because it had to be an auteur short film and not a commercial product. And the result speaks for itself: he was able to tell the boat as the cornerstone of the story, conveying the feeling of beauty, a world which reveals itself through a tale. We are very honoured because, during an interview, he said we are an example of patronage.

Are you thinking about new projects like this?

It could not be excluded, since it is a very powerful tool. But it must be done at the right moment, for the right thing. The emotional effectiveness also derives from not misusing it.

In your opinion, does a storytelling lack in the yachting sector?

I think that this sector should be told in its various facets: the beauty, the type, the Made in Italy. It is a storytelling with an endless number of components which, according to the occasion and the tool, needs to be shown in a more complete way than the past one-way communication, which created many stereotypes. The yachting sector is one of the richest in contents: it can not be beat in terms of technology, art, innovation, design, craftsmanship and employment.

azimutbenetti.it

FOOD & HEALTH ON BOARD Chiara Cantoni

YACHTS page 48



«A heart can no more be forced to love than a stomach can be forced to digest food by persuasion», stated Alfred Nobel. And no doctor, scientist or expert of the human soul can deny it. But they can try to propose persuasive topics both for the heart and the body. It is the challenge of the «Yacht Food & Health» course, born in collaboration with the University of Genoa and the University of Turin from an idea of Barbara Amerio, owner of Amer Yachts – Gruppo Permare, which will be presented during the Nobel Week Sanremo 2020. Now in its second edition, from 10 to 13 December, the show devoted to the Swedish chemist and philanthropist celebrates the innovation and the intelligence, as well as the relations between Sweden and the city of Genoa, with four days of scientific and cultural exchange, initiatives addressed to students, conferences and events to be attended online or on the social platforms of Villa Nobel.

«We realised that, in the yachting sector, there were no educational proposals on the food theme, within a wider context of well-being», tells Gianfranco Trapani, pediatrician and writer, always committed to the promotion of healthy life and nutrition styles, and director

of Centro Studi Alfred Nobel. Hence the idea of the first multidisciplinary course devoted to the nautical world. «Our country is the cornerstone of the Mediterranean diet, worldwide known as a healthy nutrition style. Of course, it is not the only one, but it is supported by a very strong historic-cultural context strictly linked to the territory. It is a resource to be enhanced in terms of well-being and economy. In addition to medical-scientific basics, we will try to instill the concepts of territory, product quality and food history. Since a dish soaked in culture has a different taste from that eaten merely for sustenance».

The course, divided in six English sessions, is mainly addressed to the crew and the chefs on board of maxi and mega-yacht, but an Italian version will be arranged for those who work in the sectors of hospitality and *hôtellerie*, especially related to the coastal tourism, as well as the sector of agri-food production and distribution, with the aim of improving the skills and the quality of catering services in fields such as recreation, the nutrition, the development of local products and the protection of the operators. The inclusion of multidisciplinary contents is the strength of the course. «For example, the organisational models for a high-quality catering, from the grocery shopping to the arrangement of the pantry, up to the most recent and safest conservation techniques; the main and latest basics of the diet, such as the new protein sources, the benefits of the fibres and the fermented foods for the balance of the bacterial flora; the innovation of food, from the seaweed to the real Mediterranean diet; but also the scheduling of customised food plans, regarding, for example, intolerance, vegetarian or vegan diets, or other common problems», explains Etta Finocchiaro, expert in Dietetics and Food Science, who launched the start-up company *Fooderapy*, an innovative service of customised diets with home delivery of ready

meals. «We aim at preventing or improving some issues, or simply observing a correct nutrition plan to feel healthy, for instance in some life stages of women, like pregnancy or hormonal disorders, or while doing sports. The concept consists of providing the necessary to follow a healthy diet plan, without sacrificing taste or buying and cooking your own meals, but with the right dishes prepared by our chefs for all your needs».

So, Amer Yachts deals with one of the most sensitive topic of the lifestyle and a part of the social relations on board, that is food. And it does it as a partner of a course which will be attended by local excellences, in line with the commitment to the promotion of the territory. «Also the Nobel Week is a great showcase for the city, and we are happy to give our contribution to this and other initiatives, such as the presentation of the project «A gift for the future», with the cooperation of Volvo Penta», tells Amerio. «This year, the shipyard together with Cetena, a consultancy and research company of the shipping industry, undertook a study aimed at detecting the underwater noises during navigation through the use of submarine sound-level meters along a straight path, used by the hulls Amer 94 Twin, Amer Cento and Amer F100, and bathymetric seabed of around 100 metres. The results of the research will be given to Volvo Penta, which will analyse data as part of a starting database to be increased in the future with other model data. We hope that this initiative can encourage the participation of other shipyards, besides already being an incentive for research for an important and well-structured company like Volvo Penta». Amer Yachts, pioneer of the green deal guidelines, takes a further step, towards a new generation of hulls and a sustainable future.

villanobel.com

THE SEA OF SWANS Chiara Cantoni

LIFESTYLE page 52

If you prefer staying on the ground, Swan chooses the sea. Even in this period of restrictions, in which yachting events and sailing circuits have been suspended, the brand of Swan was able to bring some sort of normality to its fans. The Nautor's Swan Experience, held for the first time from 13 to 20 October of the last year in Marina di Scarlino, is not an ordinary event: an amazing location, nestled between the Maremma and the Tuscan Archipelago; amazing boats, in terms of style, high performance and reliability; an amazing formula, intended to offer a full-immersion in the world of Nautor Group with two concurrent events, Swan One Design Worlds and Swan Private Boat Show, a mono-brand show to present the entire fleet. Everything in the full respect of the safety protocols, to discover the lifestyle made in Nautor.

«The project has been ready for months and the cancellation of the shows hastened its fulfilment», explains President Leonardo Ferragamo. «Nautor's Swan is one of the fewest brand able to give to its customers a comprehensive experience: from the introduction to the world of sailing with the charter to the construction of the boat of your dreams, up to the customer care and the resell with the brokerage, joining a community of enthusiastic sailors with ClubSwan, the regattas and the social events». The cherry on the cake is the Genius loci of a home port like Marina di Scarlino, a territory known for its uniqueness and diversity. «The richness of the Maremma region, with its beauties and hidden treasures, is surely an added value in the creation and promotion of customised proposals, able to offer to our guests a wide range of products, activities

and experiences which best represent our concept of lifestyle».

The ingredients for a debut in style did not lack. Giovanni Pomati, the CEO of the Group, says: «We would like to turn it into a fixed date in our scheduling. Our guests really enjoyed the experience, in particular the world of the Swan boats. Having the full range on display, together with old boats of brokerage and charter, highlighted the great tradition of the brand, the continuous development and the innovation research. On the other hand, the circuit of events enabled to create a community to share common values, passions and experiences». Twenty-six teams from ten different countries competed for the world championship in the categories ClubSwan 50 (fifteen hulls) and Swan 45 (five boats), as well as the Gold Cup in the category ClubSwan 36 (six yachts). «The enthusiasm was evident, even though the situation of uncertainty due to Covid-19», confirms the vice president Enrico Chieffi. «Our ship owners were excited to participate. After the enforced stop, they were happy to return to the sea and share the love for sailing, learning to stay together in this new "normality". The feeling of the event can be expressed in two words: positivity and desire to restart».

On the side of the ship owners, in order to support their passion in a precise, complete and customised way, turning the quality of products into quality of the experience: from status symbol to style symbol, where the boat tells a life and navigation style rather than a product to display, in other words, it tells a world, that of Swan. In collaboration with the new division Nautor's Swan Global Service, «a branch launched the last June, with the aim of being as

close as possible to our ship owners and to around 2,300 Swan boats still perfectly able to sail», explains Pomati. «The main goal is offering flexibility and solutions at any time and wherever our customers are». Here, then, the world, the club, the family behind the product, the complex reality enjoyed by the fans of Swan during the Nautor's Swan Experience, appreciated by thousands of ship owners worldwide for over half a century. «In Pietarsaari, the shipyard has never stopped», adds Pomati. «Although the slight delay, mostly due to the movement of materials, starting from September we began to receive new orders for all the segments of the range, included the Maxi. We expect that 2020/2021 will be more conservative than 2019, but still positive». And while the latest Swan 58 prepares for its debut during the next Boot Düsseldorf 2021, the Italian-Finnish brand already thinks about the next steps. Which ones? «In Nautor, something is always coming down the pike, but we can not reveal more...».

nautorswan.com





The most recent edition is unforgettable. Not only due to the remarkable achievement of sixty years, celebrated in 2020, but also to the determination and the efficacy to tell the resilience of an industry. The numbers are clear: 824 brands displayed on a surface of over 200,000 square metres divided between ground and water, 71,168 visitors, 820 journalists, 22 coming from 20 different foreign countries, 73 events (conferences, seminars, technical workshops, conferences, presentations) and 18 world premieres of boats. So, the last Genoa Boat Show, renamed as "Show of the courage", gave rise to a show of the Italian savoir-faire, proving the success of a sector which continues to record double-figure increases: +17%, +19%, +13%, +10%, +12% for a turnover equal to 4,78 billions of Euro in 2019, with an increase of 5,4% compared to 2018 regarding the number of employees in the yachting industry and a contribution to the national GDP of 2,22%, up 11,9% on the last year. In the world-wide exporter ranking of 2019, Italy is in second place with 2,6 billion dollars and 15% of global export share and in first place for the trade balance, with a total of 2,2 billion dollars.

The data presented during the conference "Boating Economic Forecast/The resilience of the yachting sector. Which are the scenarios for the sector in the new normal era?" (edited by Ufficio Studi di Confindustria Nautica, with Fondazione Edison, Assilea and EBI - European Boating Industry), show a sector able to compete on the international market and generate wealth and employment, an entrepreneurial system which reacts to the uncertain situation caused by the pandemic relaunching the challenging of the Italian savoir-faire. A challenge which finds in the Ligurian boat show its most effective and reliable stage. «The event, supported by the companies, has proved to be once more a strategic tool for the business of this industry», says Saverio Cecchi, president of Confindustria Nautica. «And the results have been recognised and certified by the statements of the exhibi-

tors and the messages we received. Someone thinks that it was the most positive edition of the last ten years, in terms of contracts and important contacts established». In short, mission accomplished.

Do you think that the change of paradigm favoured a greater tendency to business than the past?

We certainly noticed a strong presence of qualified and business-oriented audience. We focused on the product quality, with the aim to enable the companies to achieve their target. These six days have been important both to exhibitors and visitors. Given that, this Show can not be compared with any other previous editions. It is a type of event completely different from the others, based on the efficacy and the quality of the contacts for the exhibitors and compliant with the guidelines of the World Health Organisation and the National Scientific-Technical Committee.

You managed to combine safety and quality, also in terms of hospitality. What does the VIP Lounge represent in this respect?

The 60th edition represented an historic achievement for this event, flagship of the Made in Italy. An event in which we believe and we have always believed, even this time, in spite of the difficult situation. In this respect, quality is fundamental for us and the VIP Lounge underlines this commitment to guarantee an excellent level of hospitality to our guests, in the best possible condition, with the utmost attention to details and, surely, to the safety of everyone. A perfect environment to meet, discuss and plan the future.

You are working on a major restyling project of Waterfront in order to turn the Ligurian event into the first Boat Show in the world. Can you tell us something about it?

As also announced by the mayor of the city of Genoa, Marco Bucci, the aim is to double the exhibition spaces within two years, for a total of an area of 400 square metres destined to the Boat Show. Our aim is to rely on qualified and infrastructured spaces

and, in this respect, it is necessary to intervene firstly on the existing structures with a good maintenance. One of the first intervention to be carried out should concern the pier services, as the exhibitors and the moored boats must have access to the water and electricity supplies. Another important aspect is that of connections: it is necessary to improve the connections to reach Genoa and the Show with a more developed system, starting from the international flights. We are ready to give our contribution and to collaborate with those who works to generally enhance the offer of Genoa.

Which are the current priorities of the recreational boat sector to which Confindustria Nautica is committed?

The first point is the defence of the competitiveness of the nautical leasing. This tool guarantees to the State EUR 75 million of VAT per year and, above all, the 90% of the turnover in the internal market. The IRS, in its last provision that regulates the taxable income calculation of these contracts, has made every effort to protect the Italian interests regarding the little room left by the European Commission and the Italian government. The new regulations requested from Brussels should involve all the countries and their coming into force should be postpone until our competitors adapt to them.

And the second point?

The subject of support to all the companies of the nautical tourism industry, harbours, charter companies, nautical schools, strongly affected by the anti-Covid measures, which do not always benefit from the interventions planned for the tourism companies.

What else?

We expect that the adjustments to the Code of the Nautical and the new implementing regulation come into force without any further delay, with a particular attention to the modernisation of the safety rules and the boat licences.

salonenautico.com

YACHT page 64

«I joined Sanlorenzo company in 2006, just after the takeover of Massimo Perotti, a little but prestigious shipyard launched in 1958», tells Sergio Buttiglieri, Style Director of Sanlorenzo Yacht, to Circle. «At that time, its turnover amounted to 40 millions of Euro, now it is approximately 456 millions of Euro. We are publicly traded and we have about 100 millions of ongoing investments destined to the extension of our four production units (La Spezia, Ameglia, Massa and Viareggio), dealing with research and development and the construction of new moulds». Buttiglieri, tied to the world of art thanks to his artistic education with Arturo Carlo Quintavalle and in love with the Italian design, transmitted its professional knowledge, coming from the twenty-year experience in Driade, to the yachting sector. In these excellent products, often bought by collector ship owners, the presence of contemporary and site-specific works of art became one of the hallmarks of the shipyard. «It all started with the boat designed by Rodolfo Dordoni, which contained works of the artist Gianfranco Pardi from Milan», he tells. For a few years, Sanlorenzo has been the only global partner shipyard of Art Basel, the most important contemporary art fair in the world, which takes place in March in Hong Kong, in December in Miami and in June in Basel. «In 2016, in Miami, before signing the agreement with Art Basel», recalls Buttiglieri, «I had the idea of proposing to place one of our yacht in front of a house completely furnished with Italian furniture to Perotti. The boat hosted an amazing collection of Italian monochrome works of art (Fontana, Burri, Manzoni, Castellani and Scheggi) to the value of 40 millions of Euro, such as the armchair and the table of Giò Ponti, the chair of Franco Albini and the lamps of Gino Sarfatti, iconic design pieces of the sixties, when Sanlorenzo and other artistic and design movements came to life. Then, we signed an agreement with Art Basel to join the collectors lounge, where the major collectors in the world, boasting the collaboration of private aircraft companies, champagne Ruinart and other luxury brands, are invited». The first installation, curated by Piero Lissoni, consisted of a dialogue with a great Italian artist, Emilio Isgrò. Piero Lissoni reinterpreted his poetry, creating a dialogue with the wunderkammer that he designed, containing the chromed models of our yachts to make them pure shape, while, on the walls, his iconic deletions of the verses of the Odyssey were displayed. In these years, the shipyard paid homage to great artists. The next was Alberto Biasi, the pioneer of the kinetic art and, then, Piero D'Orazio. In Hong Kong, the artist Alixe Fu from Taiwan and, at the last Art Basel in Miami, the photographic works of Marco Palmieri, a photographer last student of Ettore Sottsass. «A dialogue between the beauties and the design of the shapes of our Sanlorenzo yachts with different languages of contemporary artists. In the next exhibitions, further evolutions are expected».

The participation in important events like Art Basel and the collaborations with cultural galleries and organisations, such as the Venice Biennale, Casa dei Tre Oci in Venice and the Milan Triennale. What do they mean to the shipyard?

The idea is to introduce Sanlorenzo in an exclusive environment such as that of Art Basel, frequented by important people who love the contemporary art. Among them, there may be ship owners and great collectors who can discover Sanlorenzo and its strong connection with the contemporary art. We had very positive feedbacks, our dealers are happy to meet people who are not part of the usual audience of the boat shows and can afford our design yachts. Combining different worlds is our goal: design, art and architecture. Perotti asked me to involve architects, artists, designers of the Milan Design Week to suggest a different language. **First among all, Ro-**



dolfo Dordoni, who designed the refined SL 100 in 2008, awarded the National Award of Innovation by Giorgio Napolitano at the Quirinale on the of ADI Awards. Then, the Antonio Citterio/Patricia Viel proposed a reinterpretation of the interiors of SD 112, a displacement shuttle which recalled the old yachts with a smart reinterpretation of the materials linked to the nautical tradition, and the 43-metre Explorer, full of important works of art as Alighiero Boetti, Giuseppe Capogrossi and Emilio Isgrò, for the Compasso d'Oro together with the SX88 of Piero Lissoni, an open space project enhancing the potential of the crossovers present on the market since 2018, as well as the asymmetric SL 102, with a project of Zuccon International Project, third yacht for the Compasso d'Oro. We managed to create an asymmetric boat, a sort of tribute to Bruno Zevi, who considered the asymmetry as a functional and fundamental element of the contemporary architecture. The SD 118 is the new semi-displacement boat, entrusted to Patricia Urquiola for the interior project (in 2019, she designed for us also the SD 96, her first nautical project) in contention to the next Compasso d'Oro 2022.

In 2017, we presented at Triennale in Milano, the interactive installation "Il Mare a Milano", which won the Compasso d'Oro 2020 award.

Is there the feeling with owners more focused on art or design?

The owners really appreciate these actions and are very interesting. The "Naviganti" the exhibition in black and with pictures of Silvano Pupella, is an immersion within the production reality of our shipyards, first showcased in the Castle of Lerici and then in Venice, in the authoritative Casa Dei Tre Oci, finally it came also in Milan and, in December, it will be held at OVR: Miami Beach, the innovative digital format launched by Art Basel.

Which are the future projects devoted to art?

On the next Biennale of Architecture which will take place I proposed an exhibition of photographs of one of the greatest minimalist architects in the world: John Pawson. We convinced him to design exclusively for us the interiors of a new yacht with a metal hull, which will be ready in two years. During a talk show, John Pawson will speak with Francesco Dal Co, eminent architectural historian and lecturer in many prestigious international universities..

How is the architect Piero Lissoni involved in the vision of art and design in the shipyard?

I have known Piero since Driade. I introduced him to

Perotti and they immediately set a good relationship. He was asked to design the interiors of the SX line, first the SX88 and then the SX76, and, this year, the extraordinary open space environments with large outdoor spaces. The flagship has been awarded as the best innovation design during the last Show of Genoa. Lissoni, Art Director of Sanlorenzo, designs the excellent interior environments of our yachts and deals with the new plants as well as a new way to communicate the brand at best.

Which are the values to reach the highest lifestyle on board a Sanlorenzo yacht?

The owners appreciate the deep dialogue with us aimed at tailoring the yacht and deciding the interior layout, the materials, according to how they want to live the boat, the number of guests, etc. I bring them in the design showrooms of Milan, in the best galleries to choose the works of art, vintage pieces and also the porcelain, as those designed by Giò Ponti for Richard Ginori. Our made in Italy is unrivalled. This emergency situation showed that the yachts are one of the safest places to spend the holidays in peace, so many people decided to buy a floating villa to visit the most beautiful locations of the Mediterranean. We have already received orders equal to 700 millions of Euro and, since 2019, we have successfully listed on the stock exchange, considering that Sanlorenzo is the first shipyard in the world to boast a fleet of yachts of over 30 metres.

Which evolutions related to the nautical history are planned?

The boats of Gino Coppedè of the late 19th century, the ocean liners of Giò Ponti and Gustavo Pulitzer made the nautical history. Our moderation approach consists in combining art, design and technology. We make a lot of research in new technologies, materials, attention to the sustainability, without betraying the tradition of the brand. Every year we launch innovative products. The 80 percent of our owners comes back to purchase a Sanlorenzo yacht, since on the market they do not find the same attention to quality that sets us apart. All our yachts are different from each other, they are like a tailored suit. It is no coincidence that we established an Academy to give the young people living in our region the chance to find a job in our company or spin-off and become carpenters, electricians, plumbers or members of the crew. Since Sanlorenzo is at least constantly growing, a generation turnover is ever more important to us.

sanlorenzoyacht



Experiences, stories and recollections are told about perfume, impalpable essence which touches the strings of memories and stirs the feelings of anyone who smells its aromas. This is how Jean-Baptiste Grenouille explains its meaning in the novel "Perfume", intensifying the great charm raised in people behaviours. A deep feeling lies at the core of the art of Maria Candida Gentile, world-famous maître parfumeur, internationally known as one of the most appreciated noses. Her fragrances are unique masterpieces, on display in the international exhibitions such as the Venice Biennale, the Prada Foundation in Milan and the Hammer Museum in Los Angeles. Thanks to her sensitivity, she is able to catch the vibrations of nature and turn them into deep emotions, which bring to mind forgotten spaces and times.

"When I'm in a place, to which I should dedicate a fragrance, or next to a person, I feel something change inside me. It is not only about technique, but it is an innate talent, as I read the secret formula in the sky. Everything happens suddenly. And, then, I create it in my workshop", she tells.

"When I was a child, I imagined and remembered all through the smell. It was a spontaneous and unintentional instinct. I loved the scents of nature. Some life experiences led me to live in the mountains, next to a woman who turned the medicinal herbs and gems into therapeutic products. So, my interest in all the vibrations of nature became love for the study of the sensations of smell". She improved her talent in the prestigious school of Grasse, symbol of the culture of perfume, where she had great teachers. "Only ten people every three years were admitted", she recalls. "I studied almost two years to get ready for the admission test, learning to recognise the essences of about a thousand raw materials existing in nature. The main test was based on the olfactory recognition. I did it and I have studied artistic perfumery for three years".

The maître parfumeur explains that those who use perfume, never know the difference. "Some perfumes are created by noses, like me, and others by chemists who use synthetic molecules characterised by wood shades. The latter are realised according to market needs. I, however, choose the most artistic way, related to the emotions and feelings, as the

great French perfumers of the 50s, rather than to the trends and not for a merely business interest. I did a little more research and I deeply examined the reactions to smells and their consequences on our receptors both physically and psychically". Maria Candida deals with an olfactory range, which makes people feel good and encourages them to take care of themselves. Luca Turin, neuroscientist specialised in artistic perfumery, thinks that her fragrances are good for the soul, since they are composed of raw materials which get in deep connection with our memory and subconscious, in which we keep thousands of scents that may change our day. "Firstly, I choose raw materials with a great olfactory value", she explains. "I do not use synthetic molecules and natural extractions of chemical solvents. I have my range of essences chosen for their quality, place, vibration and ability to spread into the air. First of all, I do a lot of research, then comes the phase of selection and measurement of weights and formulas. In my creative workshop, I store all the chosen molecules. Later, I combine technique with art and I give raise to the perfume". She uses natural raw materials, coming from flowers, plants, leaves, roots, petals and she carries out also the maceration of some substances. "With the perfume Rose Sélavy dedicated to Marcel Duchamp, I did an experiment on roses, working on the maceration of stems and the distillation of leaves, and I also used the petals of Cabbage and Damask rose", she tells. She likes experiment different distillation and extraction methods and old techniques, such as the enfleurage. The Lady Day perfume dedicated to Billie Holiday, which won an award in New York, was an essence of gardenia created with the enfleurage technique, giving a natural effect. It is about arranging flowers on glass discs greased with animal fat which are left to macerate for a few days, so that the fat absorbs the scent of flowers; then, they shall be washed, filtered and, at his point, the essence of gardenia, jasmine or rose can be extracted. It is a technique used with the most delicate flowers. "Most of the rose perfumes on the market are composed of rose accords", she explains. To recreate the pure scent of rose, she buys her roses around the world at 40/50 thousand euros per kilo from different producers. Her precious fragrances are distributed in

selected boutiques and, furthermore, she exclusively works on demand of celebrities like the pop star Madonna and Princess Caroline of Monaco.

She prefers to create perfumes for places: spaces, nature and rooms convey great emotions, vibrations and energy to her. For instance, the five-star hotels for which she realised the essences devoted to that specific place, such as Borgo Egnazia resort in Puglia, as well as L'Andana and L'Albereta resorts owned by Moretti family. "In Borgo Egnazia, the Melpignano family asked me to create an olfactory experience for all the environments. I developed a fragrance devoted to the white colour, translated in room fragrance, candles, air fresheners, perfume oil. I was inspired by the typical characteristics of the Apulian village, the dazzling white of the Lecce stone, the sea, the cleanliness. A great work on the local olfactory psychology and, consequently, on the customer memory". She has recently created the courtesy line for L'Andana and L'Albereta resorts on request of Mrs. Moretti, with biodynamic packaging obtained from the corn leaves. "My every perfume contains a story", she says. "I collect data, impressions, fabrics and materials. I keep a diary for every fragrance and then I create the essence, which reflects the spirit of the place. It is a creative process that gives me joy and satisfaction". Her training at the school of Grasse gave her the chance to learn thousands of scents, to study the accords and deeply examine the vibrational side of the sense of smell. "The rose does not only smell like rose, but it may include notes of snow, rain, water, wind; each smell contains thirty olfactory vibrations, which I am able to perceive thanks to my expertise and sensitivity and then I produce a unique essence. I manage to recognise that subtle nuance which makes the difference, selecting the material to be combined with the others giving rise to a personal creation". She is one of the few *maitres parfumeurs* in the world to play a major role in the contemporary art sector. She worked with many international artists, such as Pamela Rosenkranz for her exhibition at Prada Foundation or Luca Vitone at Venice Biennale, where she presented a perfume devoted to the pain caused by Eternit worldwide. "I went to Casale Monferrato, the city suffered from the asbestos exposure. I met people and, after having listened to their stories of pain, at night I imagined to recreate the essence of tears. The perfume became the proof and the symbol of remembrance of the tragedy".

During the exhibition devoted to the Five Senses, at Galleria Padula in Lerici, she interacted with a work of the master of light Marco Nereo Rotelli, creating a perfume which recalls the light. "The white, bright and material canvas, crossed by a yellow line, gave me the impression of a light that, just like a blade, went through my body and rose upwards. Using notes of seaweed and cistus, I created the perfume of the Mediterranean vegetation: marine and vague notes of herbs, which give the sensation of being on a rock, surrounded by nature, looking at the sea attracted to light that rises upwards".

Maria Candida Gentile is a perfume artist and her fragrances would deserve a space dedicated to the art of scents. She collaborates with Lara Conte, art historian and professor at Roma Tre University, and Massimiliano Tedeschi, smell anthropologist, with whom she is working on an olfactory anthology. She likes to devote herself to olfactory workshops on the synaesthesia, in order to investigate the deepest part of people, as support to the patients of the hospital Alberoni in Venice, to stimulate their memory and emotions. To follow her passion and be true to herself, she chose to create fragrances related to the invisible and the inner well-being. And, as she admits, it could not be otherwise.

maricandidagentile.com



The last eight generations of the family Tasca d'Almerita took care of Sicily, of its unique natural landscape and its amazing plantations. A love born in 1830, when brothers Lucio and Carmelo Mastrogiovanni Tasca bought Tenuta Regaleali, a green oasis at the heart of Sicily, where the work of man has historical roots: the name comes from the Arabic term "Rahl Ali", that means "the farmhouse of Ali". The former feud was composed of 1,200 hectares, then resized after the reallocation of properties during the Agrarian Reform. In the countryside of Scalfani Bagni, between the provinces of Palermo and Caltanissetta, the dazzling and unexpected beauty of the landscape strikes and touches the guests. «Regaleali is more than a farmhouse for us», tells Count Giuseppe Tasca, «it is an open-air workshop of viticulture and a place with an excellent biodiversity». From 1954, when the first vineyard of Regaleali was planted (a plot of Nero d'Avola cultivated as a sapling), to the white wine with notes of Inzolia, Cattarratto and Grecanico (the flagship of the company), passing through the first year of Regaleali Riserva del Conte in 1970, up to the first international vineyards planted by Lucio Tasca: four rows for type of Cabernet, Sauvignon, Chardonnay and Pinot Noir. In the early 2000s, the torch was passed to the last generation: the sons of Lucio, Giuseppe and Alberto Tasca. They decided to turn the philosophy of the family into an entrepreneurial perspective, able to meet the most demanding requests of the international and local oenology. «Thanks to a project aimed at the development and the strengthening of the local vineyards, we have purchased an estate in Salina and gave rise to Capofaro Locanda & Malvasia. In 2007, the project Tascante sull'Etna was born and the Fondazione Whitetaker entrusted us with the wine-making in the island of Mozia. In 2009, we began to manage the historic estate of the cousins Sallier de La Tour with the Syrah». Today, the family owns five estates throughout the territory of Trapani, an experiential journey between culture and deep roots. Villa Camastra has now become the family home in Palermo, whose extraordinary park has been recently opened to public. Circle Luxury magazine met Ivo Basile, Communication Manager of the company since 25 years, to

make an experiential journey throughout Sicily and in the estates Tasca d'Almerita.

How does the language of wine represent the territory?

Making wine means having a great fortune and a great responsibility. The chance to listen to the "poetry of the earth" every day and the responsibility to keep a gift, the beauty of the landscape – even from an historic and cultural perspective – to convey it unchanged to the future generations. In our bottles of wine, we try to include our personal world-view, above all in terms of ethics. Since our agriculture has always been based on respect, care and sustainability.

Does each estate Tasca d'Almerita tell a unique Sicily and give rise to amazing wines? Can you lead us in a sort of "narrative" tasting?

In 2001, the new farming project of the company aimed at knowing and testing different lands and grape varieties, so that men were responsible for keeping the relation with the local traditions and enhancing Sicily in its uniqueness. For this reason, we consider each estate a real territorial expression, with its own identity. They are managed by young and dynamic teams, who live and work focusing on winemaking, agronomic, communication and reception aspects. Five estates, with different features and a strong personality, symbolic places of local grape varieties.

Grillo is the first variety to be planted in the experimental field on the island of Mozia, thanks to Joseph Whitetaker. Some English people contributed also to the diffusion of Malvasia, since the late 19th century. The Etna, with its Carricante and Nerello Mascalese wines, is represented by a strong symbol: the volcano and its eruptions, which make this production area one of the most interesting territory linked to the single variety.

How does the vinification process take place in the island of Mozia?

The land of Mozia was originally a seabed. It is therefore a sandy and loose soil. The presence of limestone, which causes an alkaline reaction and influences the aromatic features of grapes, is very important. The depth of soil ensures a suitable development of the sapling. The long pruning is perfect to the Grillo grapes, due to the poor fertility. The harvest, slightly ahead of the fully ripe, has some acidity notes to keep the sip

freshness and the longevity, which the white wine of Mozia has been able to demonstrate over the years.

Which were the choices made in favour of the environmental sustainability?

It means using all the methods and competences in order not to damage the soil, the flora, the fauna and the entire ecosystem. Therefore, we chose not to use any chemical agent or invasive technique which may be damaging. We prefer the manual work, the integrated defence methods of the ground and the low-impact prevention agronomic techniques. For generations, we have been working with men and women who respect the environment and follow the rhythms of nature. For us, wine producers at an artisan and family level, it is very important to be precise in the agronomic choices that affect the health of the land in which we live and work. For this reason, we decided to join SOSTain, the protocol of sustainability for the Sicilian viticulture, which enabled us to find a balance between fair income and ethical responsibility. The principles of environmental, economic and social respect created a new consumer awareness trend. SOSTain enables us not only to evaluate our sustainability level through meticulous scientific procedures, but also to get access to data which avoid waste and reduce costs. SOSTain supports a long-term vision, which goes beyond the simple commercial competition.

You always look to the future. What does it entail in strategic choices? Which are your future expectations in the wine world?

Lots of fields and information are shared between the wineries of the region, without compromising or changing their production identity. We believe that this sharing is fundamental to spread knowledge not only for the benefit of our company, but also of the entire planet. We wish for the network between the local companies.

Which is the universal message the company Tasca d'Almerita wants to convey?

The greatest heritage of our estates is the human one, composed by the commitment of generations of men and women who have been working these lands together with us for many years. They are the keepers and spokespeople of traditions, stories, recipes and values.

tascadalmerita.it

AT DINNER IN 12 ACTS Marie Gillet

PLEASURE page 82



Felix Lo Basso, Italian chef Michelin star of the haute cuisine, welcomes his guests at new home in Milan, Felix Lo Basso Home&Restaurant, which turns the traditional rules of catering industry upside-down and suggests an oriental concept with a mediterranean touch. From the living room, you arrive in the kitchen. There are no maître and waiters, him is in the middle stage while he prepares, serves and explains his dishes, everyday different and related to the seasons but, above all, the result of his extraordinary travel experiences. "Guests are welcomed as if they were at theatre", tells the chef, "and they are guided in a gourmet experience composed of 8 or 12 signature acts, in constant evolution". Sitting at a table with 12 guests in front of the open kitchen counter, they assist in the preparation of the well-balanced and calibrated menu, told by the chef while Emiliana Ferraroni, partner of this new adventure, serves them. "Here people come to visit me and eat well", he smiles, "not because there is a terrace overlooking Duomo" (as in his last restaurant of the Town House in Vittorio Emanuele Gallery). His cuisine is spontaneous, creative, inspired by a sunny day, a stroll and the fresh products from the market or his suppliers: mushrooms, artichokes, every kind of vegetables, but also meat and fish, pigeon, sea bass, foie gras. Felix is able to turn every ingredient into an excellent dish. Let's start from his signature dish: the

"Parmigiana in un Risotto", created in honour of the eggplant parmigiana of his mother. Each of his creations is conceived to move and involve the senses, going beyond to what we can expect from food. Once left behind the other restaurants, Felix Lo Basso Restaurant at Duomo at Town House, and Memorie di Felix Lo Basso in Trani (both Michelin-starred), he finally made his dream come true.

The logo and the soul of the restaurant is the gorilla. "It is an animal that has always fascinated and inspired me because it is instinctive, wild and aggressive, but also humble and tame". His new project arose after years of study and experience in the traditional catering industry. "I have already had success. I made a life choice that makes me feel good, with few covers and this innovative formula. It is a place which enables me to have fun and express the pleasure of cooking. People are involved, guests look at me and I talk with them. I think the human relationships are very important. Like happened in the East, sitting at a single table, where new friendships can be established".

How do you embrace tradition renovating it?

I take inspiration from my travels, I have friends all over the world. I love Asia, I have always been fascinated by the eastern culture, its mentality, the little restaurants managed with great care by husband and wife. Raw, cooked, marinated

and spiced food. I tell in my recipes what I saw in my travels. I like changing and innovating them. Everything is special to me like the shrimp canederli, the *tonnocciolato* veal or the vincotto with figs.

Which is your favourite recipe?

The *Parmigiana in un Risotto*. It is my signature dish, well-known and appreciated all over the world. It reminds me my mother, because when I came back home, she always prepared the eggplant parmigiana. It contains eggplant, parmesan, tomatoes, basil and risotto. When you eat a bite of it, you feel like you are eating the eggplant parmigiana, but, then, you close your eyes and you realise that it is a risotto. Food, in my opinion, is also amazement. What does your region give to you in terms of flavours and emotions?

My region offers many excellent products and an extraordinary creativity, but its many complicated, there are 20 years behind.

What inspires you when preparing your dishes?

I create a dish depending on the day. I like changing every day and I take inspiration from the seasons and from what I find on the market.

Which are your future goals? How do you picture yourself in 10 years?

I want to carry on cooking to enjoy myself.

Would you like to be abroad?

Yes, I would like to live abroad, but not to start a new business.

How does the direct relationship with your guests is important to you?

To me, the direct relationship with people is very important. I want that my guests look at me while I am cooking a dish, so that I can explain it to them. The human relationship is fundamental, I have a direct contact also with the suppliers in order to choose the ingredients which best represent my philosophy.

Who have been your culinary masters?

I trained with the greatest chefs and in gourmet restaurants in Italy and abroad, from *Metropole* in Monte Carlo with Joël Robuchon and at *Alpen Royal* in South Tyrol, where I gained my first Michelin Star in 2011. I had very important mentors and I mostly appreciated who was able to instil the love for this job. But, I am the master now.

felixlobassorestaurant.it

THE VINEYARD OF THE COLONEL Antonella Grosso

LIFESTYLE page 86

In the heart of the Langhe region, the vineyards of Prunotto winery, owned by Antinori family, lie in Alba, between Barbaresco and Barolo, in a gentle plain framed by the hills and washed by the river Tanaro. The vineyards, surrounded by a charming landscape with amazing colours and an absolute peace, are rich in history and traditions.

The legend tells about a colonel of the Napoleon's Army who, after many years of battles, arrived in this area and decided to settle down here, fascinated by the beauty of the landscape, and began to make wine in the vineyard which is now called Vigna Colonnello. This ancient vineyard of 4.5 hectares lies at an altitude of 300 metres above sea level on a clay and sandy soil. A terroir with high temperature changes between day and night, able to give the wine great elegance and aromatic purity. The story goes that, in the early 20th century, the excellent cooperative winery "Ai Vini delle Langhe" was founded. Then, in 1922, it was took over by Alfredo Prunotto, who started to export Barolo and Barbaresco wines all over the world and, in 1956, it was the turn of the brothers Colla. In 1989, the Prunotto company began to collaborate with Antinori



family, who deals with the production and sees this area as a new challenge, a terroir where the great features of the local vineyards, and not only, can be expressed. Mainly in 1990, **when the firstborn Albiera Antinori paid particular attention to the vineyard of Bussia, one of the best known of the Barolo region, and the vineyard of Costamiòle.**

Now, the Prunotto vineyards stretch for about 65 hectares in the Langhe and Monferrato region, divided in little plots of land with endless shades that give life to great red wines: Barolo DOCG Riserva Bussia from Vigna Colonnello with soft tannins; Barolo Bussia, an historic wine firstly produced by Prunotto in 1961, in which the exposure of grapes and the ageing in large barrels enhance the balance and the complexity of Nebbiolo; Dolcetto d'Alba DOC, another historic wine of the wine-making tradition of Piedmont; and, finally, Barbera d'Alba DOC and Barbaresco DOCG. **From next February 2021, the prestigious Barolo family of Prunotto will be enriched by another extremely refined wine of the area around Serralunga d'Alba, actually related to the launch of Barolo Cerretta 2017, coming from Cerretta, one of the most important MGA (Additional Geographical Indication) of Barolo.** Prunotto produces also wines from white grapes, such as Moscato d'Asti, the aromatic grape par excellence, which turns into a wine with an intense aroma, and Arneis, as well as an innovative rosé wine and the two grappa of Barolo Bussia and Barbera d'Asti Costamiòle.

The attention and care for the vineyard are fundamental in the production, considering that only high-quality grapes can produce great wines, able to bring out the varietal nature of the terroir. **The winery is the perfect combination between tradition and innovation, featuring the latest technology used to express and interpret the many different shades of this ancient wine region.**

The production philosophy of Prunotto has always been focused on the constant development of the wineries and the ageing techniques, an ongoing challenge to achieve the highest quality. Next to the historic headquarters of 1970, designed by architect Ugo Della Piana, a new winery devoted to the wine-making and the ageing of wine was built in 1999. A project which enables the extension and the improvement of the spaces designed for the grape production cycle. **Furthermore, also the 100-hectolitre old durmast barrels of Slavonia, used from the 70s for the ageing of Barolo, Barbaresco and Nebbiolo, have been completely renovated and replaced with large durmast barrels of Allier and Slavonia** more suitable to enhance the potentials of each wine and vineyard. The company carries out studies and research, as well as constant trials on the vineyards with a particular focus on the sustainable agriculture and manual work. Every year, every grape harvest, it evaluates times and methods to better manage and take care of the vineyard and the production of each wine, respecting its

features and enhancing the potentialities.

The evolution of the winery has been preceded by the development of the vineyard: new projects started after careful analysis of the soil gave important information about the choice of rootstocks and clones which are best adapted for each individual plot of land, promoting the expression of the territorial features. Among the historic production areas stand out those of Bussia, Bussia Vigna Colonnello, Costamiòle, Bansella, Bric Turot (that means "hill" in the local dialect), Pian Romualdo, Occhetti and, today, the prestigious Cerretta.

Prunotto winery in Bussia in one of the extraordinary innovations of the last years: an old farmhouse overlooking the beautiful vineyard, open to visitors upon reservation. The experience begins with the narration of its centuries-old history and production and it continues with the tour of Vigna Colonnello and its awesome vineyard and amphitheatre of Bussia, where the first year of this precious Barolo wine was born in 1961. Then, you enter the cellar, where the Nebbiolo grapes turn into wine and age in the traditional large durmast barrels. **Here you can taste three great wines: Barolo Bussia and two of the most prestigious wines of the Langhe, Monferrato and Roero regions, such as Bric Turot Barbaresco, Costamiòle Nizza Riserva and Nebbiolo Occhetti.**

prunotto.it | antinori.it

HIGHLIGHTS ON SPORT Antonella Grosso

WORLD page 92



In Cortina, everything is ready for the World Ski Championships 2021, followed by the entire world. **"We want to give a message of trust for the future, a light on the healthy and constructive values of sport, even in this extremely difficult situation we are all experiencing"**, says Alessandro Benetton, president of Fondazione Cortina 2021, during the interview to Circle. **"We look forward to finally achieve this long-awaited dream.** All the works necessary to the competitions have been completed, to give life to an extraordinary sporting event with new infrastructures and enhanced services, relying on great talents of both women's and men's Italian team". **How did you live this period of restrictions and what have always been the goals, has changed in the organisation to face this emergency situation and which are the basic values of these World Championships?**

We did not expect to live the last stage in such a situation. Great flexibility and adaptability are fundamental. **Despite Covid-19 and the lockdown, the team of the Organising Committee continued to work tirelessly and we have always respected the set deadlines.** We face these last weeks before achieving our goal **with determination and confidence.** **One hundred days before, you organised an exciting event in live streaming. Which was the message you wanted to convey to the audience?**

The countdown which marks "less 100 days", then "less 50 days" and, now, "less 30 days" until the World Championships is the symbol of resilience and obstinacy of Cortina 2021 team, as well as of great confidence of the whole region in this long-awaited event. **Which are the feelings, the ambitions and the expectations for these World Ski Championships?**

The World Ski Championships Cortina 2021 will be the symbol of a country that fights the pandemic and gets up to look to the future with confidence and pride of being Italian. There is a lot of enthusiasm – even if this word seems extreme in this period –, everyone wants to take the opportunity given by the World Championship and the Olympic games 2026. I believe that the rebirth of Cortina is in the public eye, and it is a great satisfaction!

These World Championships means to Cortina the recovery of the great men's ski after 30 years. How much does Cortina need this long-awaited event?

I keep remembering that these World Championships showed once again that a great event can really make the difference to relaunch the territory, using positive energies and helping the community to create a system. Therefore, bring the great men's ski back to Cortina means drawing media attention, interest of the whole world.

In your opinion, how will the international audi-

ence take part in the event?

We will have a television audience of 500 millions people from 70 different countries, besides people who will watch the event online or through the social media. The pandemic showed us that the sport is one of the most appreciated forms of entertainment, despite the absence of the public and, for this reason, we believe that we will obtain great rating results. Regardless of the pandemic, we will honour Italy and bring the beauties of Cortina on the international media for 15 days.

Do you think about a covering on digital platforms to give the chance to stream the competitions?

In order to involve the audience of ski fans and enthusiasts, in particular the youngest, we developed a platform of Smart communication with a specific application designed to not only live the experience of the World Championships fully, but also to tell the projects, the opportunities and the events related to the important sporting events which help to restore the enthusiasm of the queen of the Dolomites.

The tourism industry, and Cortina as well, has been strongly affected in this period. What does it need to recover in a big way?

Of course, Covid-19 affected hotel managers, restaurant owners and the whole tourism industry. We had to postpone the World Cup finals and the World Championships will surely be a different event than what we expected. But the important is looking to the future with confidence. In hard times, it is necessary to achieve the goals and benefit from new opportunities. In tourism, like in other sectors, it needs to be responsive and innovative.

What message do you want to convey to the audience?

We launched an emotional video saying "We are ready". We wanted thus communicate to the entire world that Cortina is ready to win the challenge of organising a great international sporting event in the middle of a pandemic. We wish to surprise everyone with our beauties, our enthusiasm and the Italian ability to work as a team in order to face the difficult situations. The whole of Italy cheers for us and the World Championships: if Cortina wins, also Italy wins!

cortina2021.com

comunicocortinadampezzo.bl.it

Direttore Responsabile

Margherita Celia Bertolotti

Direzione artistica e impaginazione

CS Graphic Design

Stampa Color Art BS

Hanno collaborato

Chiara Cantoni, Marie Gillet,
Antonella Grosso

Traduzioni Valentina Baldassa

Segreteria di redazione

redazione@circleluxurymag.com

Pubblicazione registrata presso il tribunale

di Milano anno 2008

Numero 40 Dicembre 2020

Redazione e amministrazione

Circle Luxury Magazine

tel. +39 334 7601124

redazione@circleluxurymag.com

Rivista trimestrale Circle Luxury Magazine, distribuzione mirata presso alberghi lusso, golf club, yacht club, polo club, marine, cantieri e circuiti nautici, spazi design, gallerie d'arte, saloni nautici, tenute e cantine, VIP lounge aeroporti, circuiti automotive, operatori del lusso, moda ed eventi. Tutti i diritti di proprietà letteraria ed artistica riservati. Manoscritti e foto inviati alla redazione anche se non pubblicati non saranno restituiti. www.circleluxurymag.com

LOCATION ADDRESSES
GOLF

A.S.D. GOLF CLUB FEUDO DI ASTI Asti
A.S.D. GARDAGOLF COUNTRY CLUB Soiano del Lago BS
ASOLO GOLF CLUB Cavaso del Tomba TV
CASTELLO DI TOLCINASCIO GOLF&COUNTRY CLUB MI
CIRCOLO FLORENCE GOLF CLUB UGOLINO Impruneta FI
CIRCOLO GOLF TORINO LA MANDRIA Fiano TO
CIRCOLO GOLF VENEZIA Alberoni VE
DONNAFUGATA GOLF RESORT Ragusa
GOLF CLUB BOLOGNA Monte San Pietro BO
GOLF CLUB COLLINE DEL GAVI Tassarolo AL
GOLF CLUB FRANCIACORTA Corte Franca BS
GOLF LE ROVEDINE Opera MI
GOLF CLUB MILANO Monza MB
GOLF CLUB MONTICELLO Cassina Rizzardi CO
GOLF CLUB PARCO AIROLDI Palermo
GOLF CLUB PERUGIA Ellera Umbra PG
GOLF CLUB POGGIO DEI MEDICI Scarperia FI
GOLF CLUB PUNTALDIA San Teodoro NU
GOLF CLUB ROMA "ACQUASANTA" Roma
GOLF CLUB VARESE Luvinata VA
GOLF CLUB VILLA D'ESTE Montorfano CO
GOLF CLUB VILLA PARADISO Cornate d'Adda MI
IS MOLAS GOLF CLUB Santa Margherita di Pula CA
LA PINETINA GOLF CLUB A.S.D. Appiano Gentile CO
LE MADONIE GOLF CLUB Collesano PA
PARCO DI ROMA GOLF CLUB Roma
PEVERO GOLF CLUB Porto Cervo OT
PUNTALDIA GOLF CLUB - Olbia
ROYAL PARK GOLF I ROVERI Rotta Cerbiatta TO
SAN DOMENICO GOLF Savelltri di Fasano BR
VERSILIA GOLF RESORT Pietrasanta LU

HOTEL/RISTORANTI

ALBERETA, TERRE MORETTI Brescia
ANDANA TERRE MORETTI Grosseto
CANNIGIONE RESORT Arzachena
CERESIO 7 MILANO Milano
CERVO HOTEL COSTA SMERALDA RESORT
CIRCUITO HOTEL RELAIS & CHATEAUX
CPH - PEVERO HOTEL Arzachena
CRISTALLO HOTEL SPA & GOLF Cortina d'Ampezzo BL
ENRICO BARTOLINI - MUDEC Milano
FELIX LO BASSO Milano
FORTE VILLAGE RESORT Pula CA

HOTEL BORGO EGNAZIA Fasano, BR
HOTEL BULGARI Milano
HOTEL CALA DI VOLPE P.to Cervo OT
HOTEL CA' SAGREDO Venezia
HOTEL CIPRIANI Venezia
HOTEL FAIRMONT Monaco FR
HOTEL FALORIA Cortina BL
HOTEL HERMITAGE Monaco FR
HOTEL MANDARIN ORIENTAL Hong Kong
HOTEL PRINCIPE DI SAVOIA Milano
HOTEL SUGOLOGONE Nuoro
HOTEL VILLA D'ESTE Cernobbio CO
HOTEL VILLA DEL GOLFO Costa Smeralda
HOTEL VII / BULK Milano
JW MARRIOTT Venezia
QASR AL SARAB DESERT RESORT BY ANANTARA Abu Dhabi
RESORT COLLINA D'ORO Lugano CH
TERME MANZI HOTEL & SPA Casamicciola Terme NA
VILLA CRESPI AORTA Orta San Giulio NO
VILLA ERBA Cernobbio CO
VIVA Milano

MARINE

MARINA DI GENOVA GE
MARINA CARLO RIVA Rapallo
MARINA DI ISCHIA Ischia NA
MARINA DI LOANO Loano SV
MARINA DI OLBIA Olbia OT
MARINA DI PORTO CERVO Porto Cervo
MARINA DI SCARLINO Scarlino GR
MARINA DI VARAZZE Varazze SV
PORTO PICCOLO Sistiana Duino Aurisina TS

POLO CLUB

ASSOCIAZIONE FIORENTINA POLO Firenze
MILANO POLO CLUB Mesero MI
POLO ROVINJI Croazia
POLO CLUB SAINT TROPEZ Gassin France
POLO CLUB VILLA SESTA Bucine AR
PUNTA ALA Castiglione della Pescaia GR
ROMA POLO CLUB Roma
TORINO POLO CLUB Arborea TO
VENETO POLO CLUB Vicenza

YACHT CLUB

REALE YACHT CLUB CANOTTIERI SAVOIA Napoli
SOCIÉTÉ NAUTIQUE DE SAINT-TROPEZ
YACHT CLUB CAPRI Capri NA
YACHT CLUB CATTOLICA Cattolica RN
YACHT CLUB CORTINA Cortina d'Ampezzo BL
YACHT CLUB COSTA SMERALDA Porto Cervo OT
YACHT CLUB ITALIANO Genova
YACHT CLUB Marina di Ieuca
YACHT CLUB MONACO Monaco MC
YACHT CLUB PORTO ROTONDO Porto Rotondo OT
YACHT CLUB PUNTA ALA Castiglione della Pescaia GR
YACHT CLUB RAPALLO Rapallo GE
YACHT CLUB SANREMO Sanremo IM
YACHT CLUB ROMA Roma
YACHT CLUB VARAZZE Varazze GE
VISUN ROYAL YACHT CLUB Hainan China

CANTIERI NAVALI

AMER YACHTS
ANTONINI NAVI
AZIMUT BENETTI YACHTS
BENETEAU GROUP
BLUGAME YACHT
CANTIERE BAGLIETTO
FINCANTIERI
MYLIUS YACHT
MONTECARLO YACHTS
NAUTORS' SWAN
PERINI NAVI
ROSETTI SUPERYACHTS
SAN LORENZO YACHTS
SILVER ARROWS MARINE
CIRCUITI
2FAST4YOU
AEROPORTO COSTA SMERALDA
AERONAUTICA MILITARE
ALTEC
ART PROJECT - MARCO NEREO ROTELLI

AUTOMOTIVE
AYNOHE PARK HOUSE UK
BANK OF CHINA
BANCA GENERALI private
BANCHE FIRENZE
BARBARA PACI GALLERIA Pietrasanta LU
BENTLEY MOTORS
BEVANNE FUTURISTE
BIENNALE DI VENEZIA
BOUCHERON PARIS
CALVISIUS CAVIAR
CENTRO VELICO CAPRERA
COMUNE MILANO
CONFINDUSTRIA
CONFINDUSTRIA SARDEGNA
CONFINDUSTRIA MARMOMACCHINE
DANTE BENINI ARCHITECTS
FLY MOVE DIANCHE'
FONDAZIONE DONA' DELLE ROSE
FONDAZIONE MATALON
FONTANA ARTE
GAGGENAU
GALLERIA PADULA Lerici SP
GIORGETTI ATELIER
GRUPPO SAN DONATO FOUNDATION
HALCYONGALLERY Londra
HANNESY MOET CHANDON
HONG KONG TDC
HOLONIX
INTERNI MILANO
ISTITUTO IDROGRAFICO ITALIANO
ITALIANGROUP, DRIADE, FONTANARTE, VALCUCINE
LAGO
LA SCOLCA CANTINE
LEFAY RESORT
LEXUS ITALIA
MAY HOME MARCO SANDRINI
MARCO POLO CLUB
MARCHESI ANTINORI
MARINA MILITARE ITALIANA
MC LAREN AUTOMOTIVE
MERIDIANI
MONDIALI SCI 2021 - CORTINA
MUSEO SCIENZA E TECNICA MILANO
ORTICOLA
NOMAD ST MORITZ
J SAFRA SARASIN BANK
PERRIER JOUET MAISON
PIAGET ITALIA
QC TERME
RELAIS & CHATEAUX
ROBERTO CIPRESSO CANTINE
ROLEX
SABRINA MONTE-CARLO
SALONE NAUTICO GENOVA
CONFINDUSTRIA NAUTICA
SAMSUNG
SANDRINI GREEN ARCHITECTURE
SILVERSEA
SOHO HOUSE Londra
SOTHEBY'S ITALIA
SUMMER PARTY Cortina d'Ampezzo BL
TASCA D'ALEMERITA
TATE GALLERY Londra
TOM DIXON DESIGN
TRIENNALE DI MILANO
U.I.M. CIRCUITO MONDIALE MOTONAUTICA
UFFICIO DELLA RAGIONE Venezia
VIP LOUNGE LE ANFORE Roma
VIP LOUNGE MALPENSA
VIP LOUNGE THE BRIDGE Hong Kong
VIP LOUNGE THE WING Hong Kong
VIP LOUNGE Salone Nautico Genova
VISMARA DESIGN
VITO LUPO
VOILES DE SAINT TROPEZ
YACHT SHOW Monaco
YACHTING FESTIVAL Cannes
YACHTING FESTIVAL Cannes



CRISTALLO
RESORT & SPA
CORTINA D' AMPEZZO

THE
LUXURY
COLLECTION



2016 Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. All Rights Reserved. The Luxury Collection and its logos are the trademarks of Starwood Hotels & Resort Worldwide, Inc., or its affiliates.

THE ICONIC JEWEL OF THE ITALIAN DOLOMITES

Circondato dalle maestose cime delle Dolomiti - patrimonio mondiale dell'Unesco - svetta il Cristallo, a Luxury Collection Resort & Spa, Cortina d'Ampezzo, storico punto di riferimento nella vallata ampezzana. La sua prominente posizione è il punto di partenza ideale per escursioni indimenticabili in mezzo alla natura. Un luogo di sogno tra passato e presente.

PER PRENOTAZIONI, CHIAMARE IL NUMERO 0436 881 111
O VISITARE WWW.CRISTALLO.IT

CRISTALLO A LUXURY COLLECTION RESORT & SPA
VIA RINALDO MENARDI 42
CORTINA D'AMPEZZO, 32043 ITALY
BOOKING@CRISTALLO.IT



Audi
Official partner



by Cristallo
Resort & Spa

La luce è,
sovrana dello spazio.



www.banci.it



BANCI
FIRENZE