



circle

Dynamic Luxury Magazine

NUMERO 48

KENGO KUMA. L'ARCHITETTURA DEI SIMBOLI

IL MARE DENTRO DI AMER YACHTS

VIP LOUNGE 2023, L'ESTETICA DEI SENSI. SALONE NAUTICO GENOVA

UTOPIA. PAGANI LA VISIONE DEL FUTURO

L'ARTE CHE CREA CULTURA



MARINA GENOVA
MARINA BEGGI



YACHTGLASS
MAGAZINE



SANREMO



DAILY NAUTICA



15 Kn
within 3 miles

GO SLOWLY!
RESPECT THE SEA.

Recommendation campaign for YACHTS and SUPER YACHTS.

Sponsored by

amer
— YACHTS —

S[n]

63rd BOAT
S H O W



salonenautico.com



CONFINDUSTRIA
NAUTICA
Italian Marine Industry Association

I SALONI
NAUTICI



COMUNE DI GENOVA



REGIONE LIGURIA

THE OCEAN RACE
GENOVA THE GRAND FINALE 2022-23



Camera di Commercio
Genova



DESIGN
INNOVATION
AWARD

SAVE • THE • DATE



Genoa
21-26
SEPTEMBER

2 0 2 3



RX

FEDERATION
DES YACHTS
NAUTIQUES

IGY
Vieux-Port
DE CANNES

PORT PIERRE CANTO
2018-2019

1° SALONE NAUTICO IN ACQUA D'EUROPA

CANNES YACHTING FESTIVAL

12 > 17
SETT.
2023

Il lusso si dà appuntamento con lo yachting

Visitate lo Yachting Festival in maniera privilegiata con il nostro programma VIP :
Trasferimento in elicottero, visita agli yacht,
accesso al club VIP...
vipcannes@rxglobal.com

www.cannesyachtingfestival.com

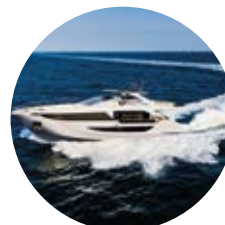
STEEL DREAMS

A NEW WORLD BEGINS



amer
— STEEL —

www.ameryachts.com



11 AGENDA

L'estetica dei sensi

12 WORLD

Onomatopeia Architecture

18 ARCHITECTURE

L'architettura del BENE-ssere

24 DESIGN

A tu per tu con Patricia Urquiola

30 LIFESTYLE

Le dimore che sono arte

36 YACHT

Il mare dentro

42 YACHT

L'eco-bespoke si finge di Blue

48 LIFESTYLE

La Nautica del futuro e delle eccellenze

56 YACHT

Rotta sull'idrogeno

60 SAIL

Maxi, Moderni e Tradizionali a Saint Tropez

64 LIFESTYLE

Quintessenza emozionale

70 ART

Endless, desideri infiniti

76 ART

Life is Beautiful

80 ART

Il suono dell'arte

86 LIFESTYLE

Nel lusso della campagna

92 PLEASURE

Happy Spirit, Happy Day

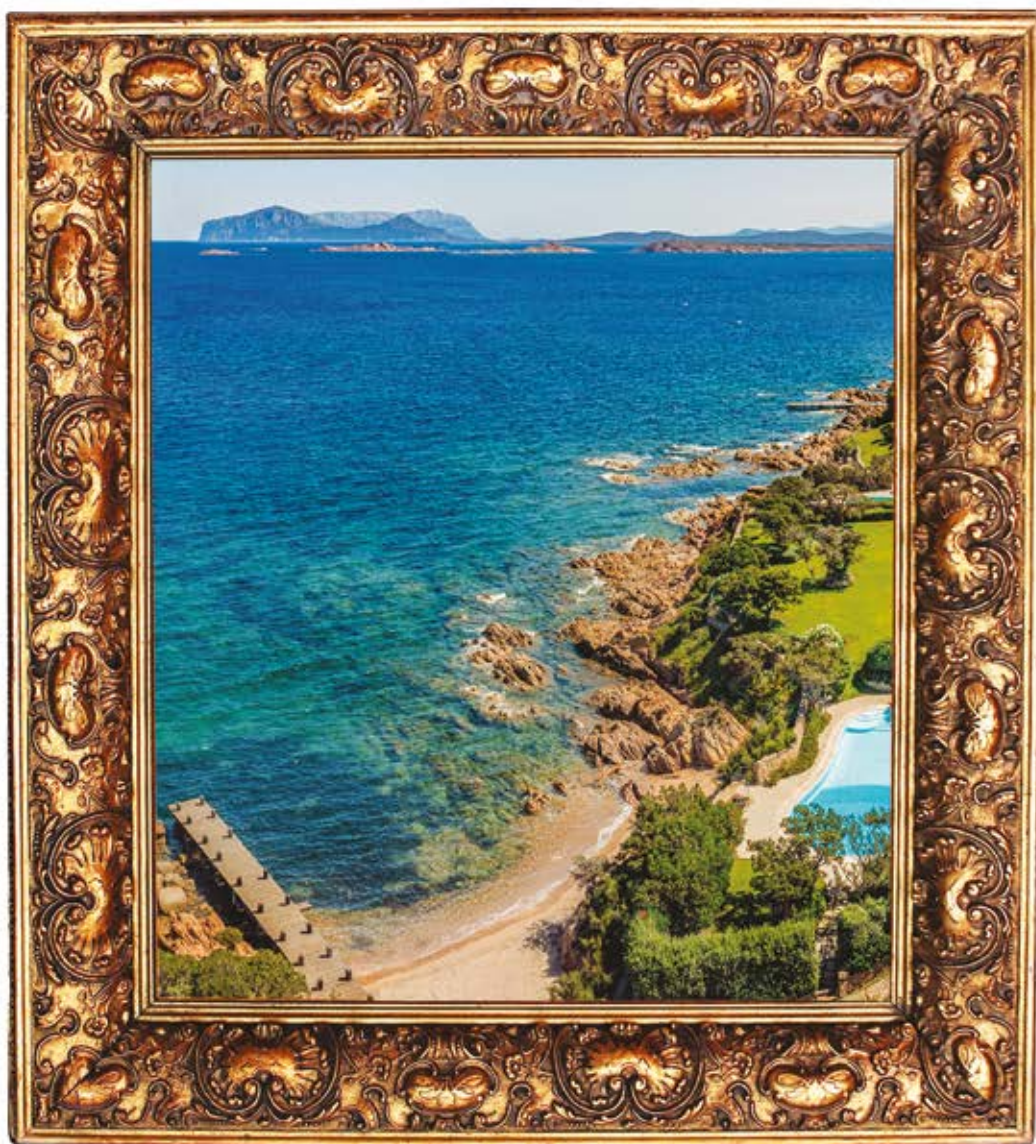
97 ENGLISH COVER

98 ENGLISH TRANSLATION

114 COLOPHON/ADDRESSES

PRIVATE SALES

— OUR BEST KEPT SECRET —



BEYOND EXTRAORDINARY

Costa Smeralda premium waterfront trophy asset for sale, Summer 2023

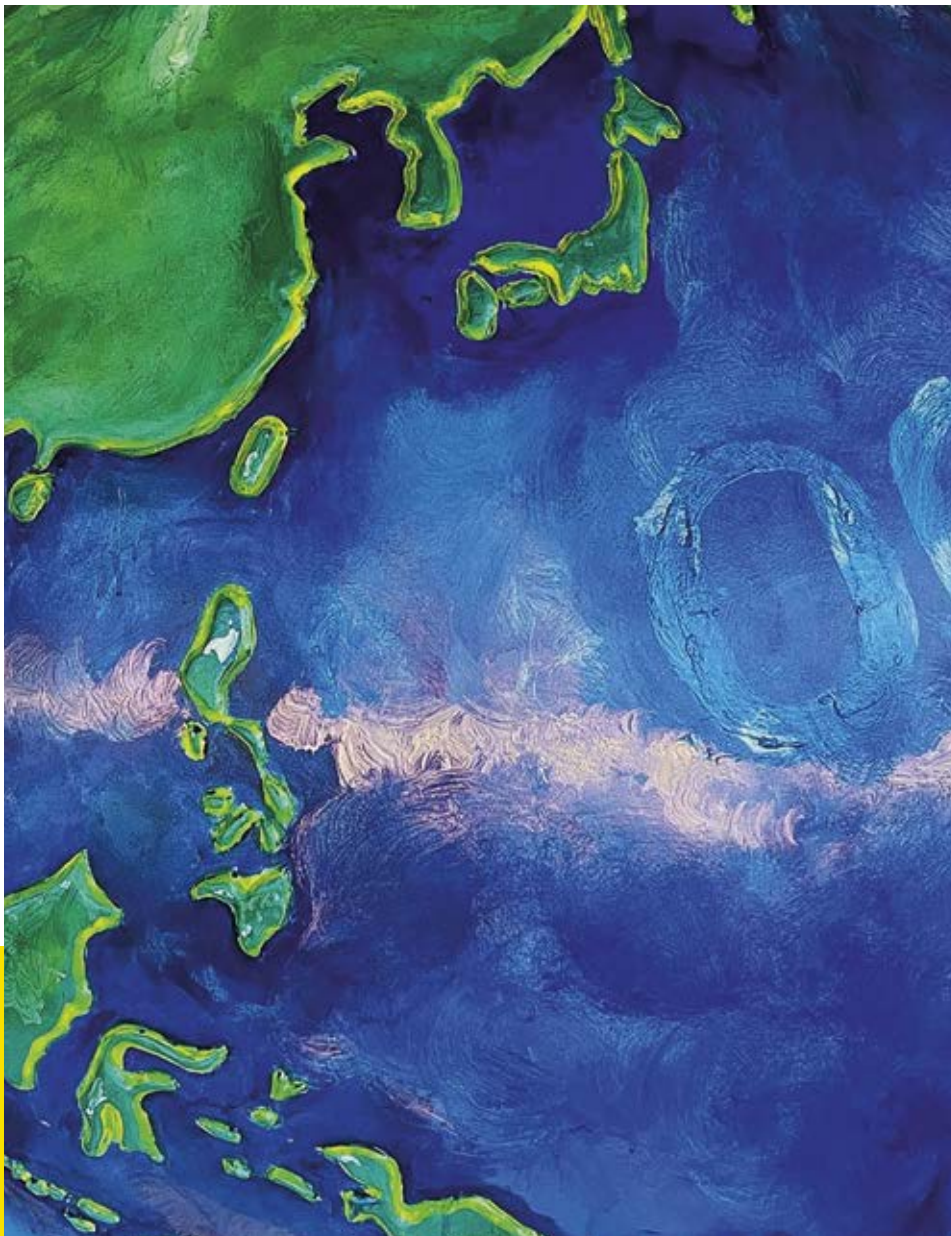
CONTACT

Julia Bracco, Head of Private Sales
exclusiveprivatesales@immobilsarda.com
+39.0789.909000

FOR VIEWINGS

ImmobilSarda Office
Vicolo degli Archi, 1
Porto Cervo, 07021





L'estetica dei sensi

Margherita Celia Bertolotti

“L'acqua che tocchi de' fiumi è l'ultima di quella che andò e la prima di quella che viene. Così il tempo presente.”
Leonardo Da Vinci

Il senso è sempre un effetto. Non soltanto un effetto nel senso causale; ma un effetto che scaturisce sensazioni, come “effetto ottico”, “effetto sonoro”, o meglio, “effetto visivo”, e ancora “effetto tattile”, tra spirito e natura, ideale e reale, suggestioni tra mente e corpo. Una doppia realtà e un doppio concetto di temporalità e verità. Il senso pensato come modalità espressiva ed espressione e «attributo» delle cose, una conoscenza intuitiva del bello per cogliere la distinzione tra meraviglioso, ben fatto e brutto.



Onomatopeia Architecture

Antonella Grosso

L'Architettura e l'uomo devono convivere ed essere all'unisono nello scenario della vita. Kengo Kuma, artefice di straordinari progetti, crea nuove identità abitative progettando con la visione onomatopeica le forme dei suoi lavori, e in occasione della diciottesima Mostra Internazionale d'Architettura curata da Lesley Lokko, dedicata al Laboratorio del futuro, porta a Venezia tutta la sua originalità con la mostra "Onomatopeia Architecture", curata da Chizuko Kawarada e Roberta Perazzini Calarota, a Palazzo Franchetti, sede di Art Capital Partners, fino al 14 Novembre.

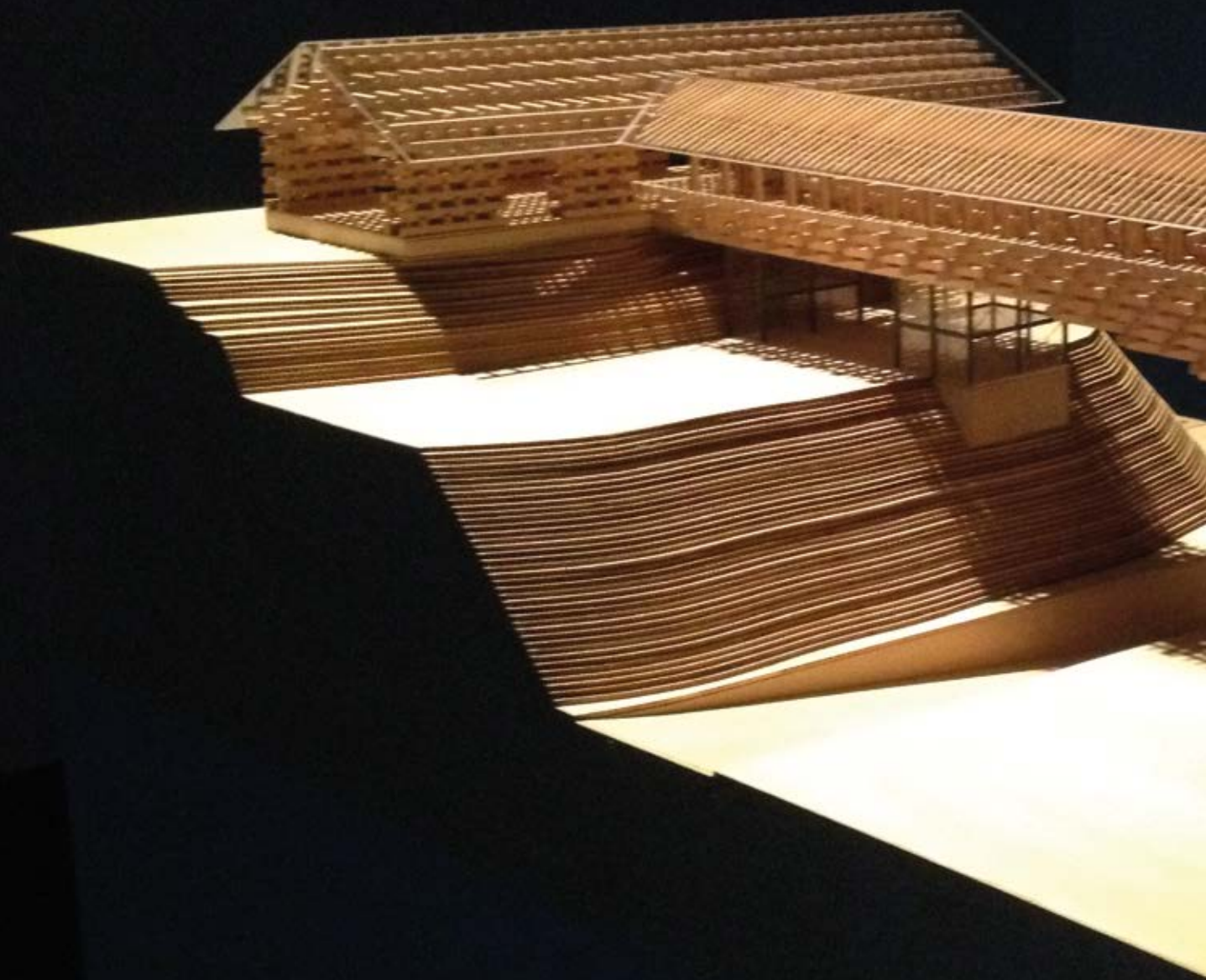
«Ogni volta che vado a Venezia mi sento vicino all'elemento fluido dell'acqua, penso al dialogo tra l'uomo e gli elementi». Kengo Kuma dialoga con i materiali, gli elementi naturali e le sensazioni, si mette in ascolto e innova la progettualità attraverso l'onomatopeia, il linguaggio primitivo in cui la materia e il corpo dialogano tra loro. L'onomatopeia è l'atto del creare e usare parole che includono suoni simili ai rumori e sensazioni a cui si riferiscono, così il suo approccio progettuale è tattile, sensoriale, talvolta sensuale. Gli edifici progettati da Kuma hanno una leggerezza inaspettata, un movimento che è quasi una sinfonia, un equilibrio tra vuoti e pieni, forme ondulatorie che seguono i flussi, il vortice, il vento. Il ritmo e la fluidità artistica fanno parte della sua sensibilità. Evitando il più possibile l'uso del cemento, realizza opere in legno, pietra, vetro, ceramica, che si posano delicatamente sul terreno, talvolta quasi evanescenti.

Si definisce un "materialista" nel senso fisico del termine. La sua continua ricerca di materiali da costruzione nuovi ma anche antichi ci fa capire che esiste una ricchezza inimmaginabile di materiali che aspettano di essere scoperti. Riporta le tradizioni giapponesi e i materiali più utilizzati quali il legno, la carta e il metallo, la ceramica e il vetro, l'architetto li impiega in modo inusuale. Nella sua visione, le superfici non coinvolgono soltanto la vista, ma tutti i sensi, come l'olfatto, il tatto e l'udito.





La Galilée de Saint-Maurice d'Angers, Study Model



L'architetto giapponese, nato a Yokohama, considera il mondo stesso un materiale e prima di ogni progetto studia nel dettaglio il luogo per comprendere in maniera autentica il *genius loci*, il suo valore per creare architetture che siano in dialogo con l'ambiente radicato nello spazio e nel tempo. Ogni opera progettuale deve essere integrata nel suo contesto affinché non ne turbi l'equilibrio, ma risulti una naturale derivazione. «Attraverso i materiali possiamo imparare a conoscere il luogo ed avvicinarci alla sua specificità». Spiega. «Diventando amico dei materiali, ho potuto imparare cose importanti», aggiunge. Ha frequentato l'Università di Tokyo negli anni Settanta confrontandosi con i maestri dell'architettura del tempo come Kenzo Tange. Ma raggiunge la sua libertà espressiva con l'esperienza di Visiting Student presso la Columbia University a New York.



Yusuhara Wooden Bridge Museum

Kengo Kuma racconta un aneddoto di quando da giovane studente condivideva la cerimonia del tè con i suoi amici americani: «In quel momento compresi quanto gli americani fossero attratti dal design giapponese», dice. Nella sua idea di architettura sostenibile i materiali sono di recupero e le persone si ricongiungono con essi come la memoria si riappropria dei ricordi. Fondamentale nelle sue costruzioni è l'uso della luce con la quale raggiunge il senso di immaterialità dello spazio.

A Venezia, la mostra racconta in un percorso emozionale di forme onomatopeiche i suoi lavori più diversi. **Per l'occasione, Kuma ha progettato una struttura temporanea in alluminio, alta oltre cinque metri, concepita proprio per il giardino interno di Palazzo Franchetti, affacciato sul Canal Grande.** Tra gli edifici



progettati, sparsi in tutto il mondo, ci sono il Museo del Ponte di Legno a Yusuhara, l'Hotel Garden Terrace a Nagasaki, lo Yunfeng Spa Resort in Cina e il Japan's National Stadium, il fulcro dei Giochi Olimpici del 2020. Il Wooden Bridge Museum. La forma risultante è un triangolo rovesciato che evoca il paesaggio circostante. Uno degli edifici che meglio rappre-



senta la visione architettonica del suo lavoro è la Water/Glass House ad Atami, in Giappone, una villa costruita di fronte all'Oceano. Ha creato una struttura che galleggia su una vasca piena d'acqua che scende a cascata dal tetto, sfumando i contorni dell'edificio nell'Oceano, non solo incorniciandolo, ma di fatto inserendolo nella natura stessa. Come ha affermato Kengo Kuma: «**La costruzione diventa un ambiente totale in cui tutto si dissolve, dove non c'è disarticolazione degli spazi, e dove i confini scompaiono**».

labiennale.org
kkaa.co.jp

Credits

Photo modelli: Kengo Kuma & Associates - Portraits Kuma-san :

写真家情報
嶋村吉祥丸

Shimamura Kisshomaru

<https://kisshomaru.com/>

2022/7/8 堀木さん経由にて入手
今後プロフィールなどで使用可能とのご連絡有



L'architettura del BENE-ssere

Chiara Cantoni

Chi sta bene vive meglio e vivere meglio rende individui migliori. Creare un habitat dello star bene è tutt'altro che un vezzo o uno slogan pubblicitario, ma il contributo necessario dell'architettura al mondo. Le neuroscienze e la psicologia ambientale hanno ampiamente dimostrato come lo spazio sia in grado di condizionare la fisiologia umana suscitando stati emozionali differenti e conseguenti risposte corporee, che a loro volta portano ad attivare certi comportamenti piuttosto che altri. Non si tratta solo di garantire il comfort abitativo o la salubrità degli ambienti, ricorrendo a materiali meno inquinanti e soluzioni a basso consumo energetico, ma di guardare alla persona nella sua interezza, nella complessità delle sue dimensioni fisica, psichica, emotiva, un'entità multidimensionale che reagisce e interagisce continuamente con elementi concreti dello spazio: planimetria, fluidità dei percorsi, distribuzione delle funzioni abitative, equilibrio fra aree aperte e chiuse, proporzione fra volumi pieni e vuoti, disposizione di porte e finestre, stile di arredo, colori, materiali, presenza di rumori e odori, qualità dell'aria e della luce... «Tutti elementi che l'architetto deve saper collocare con coerenza all'interno di una composizione armonica, favorevole alla migliore espressione dell'umano e, possibilmente, in grado di stanarlo dal silenzio emozionale in cui decenni di pessima edilizia lo hanno relegato». Dante Oscar Benini, fra i più grandi architetti viventi, una lunga carriera sbocciata alla scuola di Carlo Scarpa e costellata di collaborazioni eccellenti come quelle con Oscar Niemeyer e Richard Meier, non ha mai smesso di interrogarsi sul senso profondo del mestiere. Soprattutto non ha mai abdicato al confronto con quella complessità compositiva che, nella capacità di



Prelios HQs Milano, credits: ph Tony Nicolini

generare stupore, si pone come antidoto naturale all'anonimato dei luoghi e dell'esperienza. A lui *Circle Dynamic Luxury Magazine*, ha chiesto cosa significa progettare ambienti che fanno star bene.

Architetto Benini, che ruolo ha la qualità dello spazio nel contesto sociale odierno?

Non c'è dubbio che l'architettura possa incidere sugli atteggiamenti delle persone, avvicinandoli all'ideale comportamentale auspicato da una società civile e una buona qualità di vita, ideale il più delle volte disatteso proprio a causa di un environment che non è funzionale al bene. Lo diceva Churchill: «we shape our buildings, afterward our buildings shape us», noi diamo la forma ai nostri edifici e subito dopo gli edifici la danno a noi. Il padre che sente di poter presentare con dignità la propria famiglia all'interno della sua casa, è un uomo che vale. Perché la gente risponde agli stimoli dello spazio che le disegni intorno. Il concetto di bellezza, in questo senso, cessa di essere una categoria estetica per diventare sinonimo di benessere.

Potremmo dire, quindi, che un buon progetto ha anche una funzione educativa?

Frank Lloyd Wright sosteneva che l'architettura fosse una sorta di crociata per la civilizzazione dell'Europa, credeva in un'architettura come espressione della dignità e del valore dell'essere umano. Non pretendiamo di salvare il mondo, ma sono convinto che se la medicina cura, l'architettura è prevenzione. Ed è nostra responsabilità disegnare luoghi dove sognare di vivere.



L'esodo dalla città indica che non è più un luogo capace di alimentare questo sogno?

La città sta perdendo la sua funzione originaria che è l'abitare, non è più fatta per vivere una quotidianità amichevole e socievole. **Gli americani parlano di 'boxes of speed', scatole della velocità, flussi di persone che si sfiorano ma non si vedono. E, a dire il vero, non vediamo più neppure la città: Milano la scopriamo ad agosto quando solleviamo lo sguardo.** Allora, notiamo cose buone, che la gente sta imparando a chiamare architettura, quell'arte compositiva che quando ti lascia senza parole si trasforma in un narratore. Ogni progetto modifica un pezzo di mondo e le persone che lo abitano: è una responsabilità a cui non può sottrarsi chi fa questo mestiere. Non basta inseguire il bello, bisogna cercare il sublime, generare emozioni che veicolano intenzioni positive.

Per certi versi, dunque, l'architetto è anche un antropologo e un sociologo?

Assolutamente. E, in questo senso, la genialità consiste nel dare importanza e piena dignità alle persone nel loro quotidiano, nell'elevare lo spirito: è ciò che mi piace chiamare "l'immenso valore della bellezza utile". **La gente ormai non si emoziona più per niente, 'not get emotionally involved', dicono oltreoceano. Questa professione si giustifica solo se riesce a toccare le corde dell'anima.**

Che cosa significa concretamente?

Per esempio, creare spazi capaci di valorizzare ciò che gli individui hanno in comune anziché le diversità. **Che si disegnino residenze, uffici o alberghi, la ricerca di questo equilibrio è la vera mission, laddove il vuo-**



Abdi Ibrahim Istanbul R&D Building

to legislativo odierno ricalca quello degli anni 60 o del primo dopo guerra, quando si è perpetrata una modalità del costruire che ha annichilito la dimensione emozionale, dando vita a un'enorme produzione edilizia contrabbandata per architettura. Oggi, nel progettare, prevalgono valori cosmetici, ripetitivi, superficiali, nella totale incuria dell'arte compositiva, relegata a un decorativismo perlopiù inconsistente: è il 'profondo altissimo' della committenza ignorante. Occorre invece che la mano sia educata a esprimere i moti del pensiero, perché il bello, se è veramente tale, non separa forma e funzione, estetica e tecnica, ma restituisce tutti questi elementi nella complessità dell'esecuzione, come nella composizione musicale.

La pandemia non ha cambiato l'approccio al costruire?

No, ha semplicemente amplificato ciò che i costruttori delle case bolsceviche hanno sempre immaginato: un pannello, una finestra, un pannello, una finestra... Ora si è compreso che la gente chiusa in casa vuole logge e balconi e si è trovato il modo di replicare lo schema prevedendo logge e balconi per tutti. Ma il taglio resta quello di una deprimente speculazione edilizia e il criterio è sempre commerciale.

Che cosa serve per operare in modo diverso?

Un grande committente e un grande architetto. **L'architettura è lo specchio dei tempi e dei luoghi in cui nasce e, qualche volta, diventa la rappresentazione di una decadenza, ma esistono anche felici eccezioni che sfuggono alla logica dell'anonimato e che poi fanno il giro del mondo.** Personalmente, credo



Tai Tower Istanbul , credits: Ph Beppe Raso



Dante Oscar Benini

che per gli architetti valga il 'giuramento di Vitruvio' come per i medici il giuramento di Ippocrate, del riconoscere l'essere umano nella sua totalità, nelle sue dinamiche emotive e psichiche, perché l'edificio influenza profondamente chi lo abita. **Il progetto è come un uovo: se la genesi avviene con una crepa dall'esterno, è l'inizio della fine; se avviene con una crepa dall'interno, è l'inizio del principio. E ogni volta che tracciamo un segno su un foglio bianco dobbiamo sapere di quale crepa si tratta.**

Esistono ancora i grandi committenti?

Sì e sono quelli che bussano alle porte giuste, al contrario della committenza generalizzata che si rivolge alle grandi società di engineering, asservite alla logica residenziale del copia e incolla, a prescindere dal contesto, dal luogo, dall'utenza. Ma, attenzione, la casa è la base della democrazia e perseguire la sostenibilità nei prezzi, a fronte di una qualità percepita, è la vera sfida. Dico sempre che le persone si dimenticheranno di quello che hai detto e che hai fatto, ma non si dimenticheranno di come le hai fatte sentire.

C'è qualche esempio virtuoso?

Senza andare lontano, un esempio di contesto ambientale a misura d'uomo, progettato cinquant'anni fa, è Milano 2. Un comprensorio decentrato che, pur essendo parte integrante della città, incarna un modello sociale totalmente altro da quello urbano: non c'è un graffito sui muri, spazi verdi a volontà, le auto non incontrano mai un pedone ed è presente tutto quello che serve per vivere, il centro medico, i negozi, i supermercati... **Attingendo alla contemporaneità, un esempio straordinario è CityLife, cuspidi massima di vivibilità, progettata non a caso da tre giganti come Zaha Hadid, Arata Isozaki e Daniel Libeskind.** E il prossimo sviluppo coinvolgerà un'altra firma blasonata, quella di Bjarke Ingels. Purtroppo, o per fortuna, non esistono scorciatoie: i grandi progetti vengono dai grandi architetti, quelli che restituiscono pieno valore alla professione. CityLife è una città nella città che tiene conto di qualunque esigenza possano avere i suoi residenti, purtroppo, appartenenti solo ai ceti abbienti. La sfida, e la responsabilità, è di arrivare a trasferire lo stesso criterio di vicinanza ai bisogni espressi nel quotidiano anche ai contesti popolari.

dantebeniniarchitects.com



A tu per tu con Patricia Urquiola

Antonella Grosso



In occasione delle celebrazioni dei cinquant'anni della Collezione iMaestri, Cassina ha scelto di raccontare la magnifica storia e il lungo lavoro di ricerca degli iconici arredi disegnati dai Maestri del movimento Moderno con la mostra *"Echoes, 50 years of iMaestri"*, curata dall'Art Director Patricia Urquiola in collaborazione con Federica Sala.

«Questo è stato un progetto molto stimolante che mi ha portato grande energia, e che anticipa l'uscita del libro in autunno», ha commentato Patricia Urquiola a Circle Dynamic Luxury magazine. «Rimanendo un brand contemporaneo, Cassina ha dimostrato una costante attenzione per la preziosa eredità culturale dei grandi maestri del passato, consentendo il loro impatto anche nel presente con una grande eco». Emblema del design



contemporaneo, l'azienda, coniuga perfettamente nelle collezioni la maestria artigianale con le innovazioni tecnologiche.

La mostra, inaugurata durante la scorsa Milano Design Week e presentata all'interno del caveau nello storico Palazzo Broggi ha dato modo di far conoscere il patrimonio storico dell'azienda. «Un luogo davvero speciale, un simbolo per sottolineare la preziosità dei pezzi di archivio presentati nella mostra», sottolinea Urquiola. «Abbiamo scelto volutamente di non seguire un percorso cronologico, ma di raccontare i quattordici Maestri e i loro progetti attraverso cinque sezioni, come i capitoli del libro, con una lettura contemporanea, in un gioco di rimandi tra la tridimensionalità dei pezzi e la bidimensionalità delle foto d'autore realizzate per il libro».



Presentata ufficialmente nel 1973, la genesi della Collezione iMaestri in realtà risale al 1965 con la produzione in serie dei primi quattro modelli disegnati da Le Corbusier, Pierre Jeanneret e Charlotte Perriand. Nel tempo, la collezione ha raccolto alcuni arredi più iconici del XX secolo con opere di Gerrit Thomas Rietveld, Franco Albini, Marco Zanuso, Ico Parisi e Giacomo Balla. Per il suo 50° anniversario, la Collezione Cassina iMaestri si è ampliata per accogliere nuovi autori che hanno scritto la storia del design e si sono guadagnati l'ingresso in questo universo: Vico Magistretti, Gio Ponti e Carlo Scarpa, già presenti nel portfolio Cassina, e Charles e Ray Eames, in previsione del lancio della loro collezione lighting del prossimo anno. Per la prima volta sono stati svelati al pubblico gli archivi dell'azienda (tra cui fotografie, disegni, schizzi e mano-

scritti originali) e con il prezioso contributo delle Fondazioni e degli eredi dei maestri sono stati esposti prototipi sconosciuti e mai realizzati. Urquiola racconta a Circle i punti di forza di una realtà protagonista del design internazionale sempre in grado di anticipare il pensiero e lo stile.

Quale significato si è voluto trasmettere con il claim: L'eco del passato che celebra il futuro?

È un modo di riflettere sull'innovazione del metodo Cassina. L'azienda si è sempre impegnata a preservare l'autenticità e l'integrità dei progetti dei Maestri, editandoli in chiave moderna per adattarli alle esigenze attuali. È un equilibrio delicato tra rispetto per la tradizione e l'ambizione di rendere il design rilevante per le generazioni presenti e future. "La eco del passato che celebra il futuro" per me evidenzia l'attitudine di Cassina di guardare sempre al futuro per comprendere i cambiamenti sociali, sviluppando sempre una collezione attuale.

Che cosa dobbiamo apprezzare oggi dei grandi maestri del passato? E come avviene la reinterpretazione del lavoro dei grandi maestri?

Per me i Maestri sono quegli architetti e designer che hanno realizzato oggetti che resistono al filtro del tempo, influenzando generazioni di designer. Hanno lavorato nel proprio tempo con grande naturalezza e spontaneità, senza mai aver paura di sperimentare e di forzare i limiti dell'abitare. Incarnano concetti chiave, stili e filosofie che hanno avuto un impatto significativo sull'evoluzione del design. De i Maestri ammiro il loro spirito di osservazione che è alla base di tutti i loro approcci. Osservano attentamente l'ambiente, il contesto culturale, il comportamento e le esigenze umane e trasformano di conseguenza i loro processi creativi e i loro progetti. Li rende unici la capacità di trasformare velocemente queste osservazioni, stimoli e connessioni, in progetti apparentemente semplici eppure sempre geniali. La riedizione del lavoro dei Maestri è un processo che richiede una grande attenzione e rispetto per l'eredità degli autori. Cassina si impegna a lavorare in stretta collaborazione con le Fondazioni e gli eredi per garantire un'interpretazione accurata e fedele dei loro progetti. In seguito, l'azienda applica la sua esperienza e competenza sul campo per aggiornare i prodotti in modo da rispondere sempre alle esigenze attuali. L'obiettivo principale è conservare l'integrità dei progetti originali, mantenendo viva l'essenza e la visione dei Maestri, ma allo stesso tempo rendere i prodotti pertinenti per un nuovo pubblico.

Cassina ha segnato la storia del design italiano con i prodotti iconici progettati da grandi designer. Che cosa rappresenta oggi nel mondo del design l'azienda?

Cassina è in grado di rimanere protagonista oggi, stabilendo le linee guida per il futuro e creando valore che va oltre il nostro contemporaneo. A differenza di tante altre aziende che hanno scoperto a distanza di tempo l'importanza del dialogo con i classici, Cassina lo aveva ben presente più di 50 anni fa.





Dal 2015, anno in cui sono diventata Art Director, ho sempre cercato di non farmi intimidire da questo importante e prezioso bagaglio, cercando, con grande rispetto, di far dialogare le icone con i pezzi contemporanei. Quello che ritengo fondamentale è cercare di dare sempre una nuova interpretazione, che guardi al presente e al futuro, mettendoli insieme.

Abbiamo lavorato molto in questa direzione anche nella riedizione di pezzi iconici che spesso rinascono con materiali circolari, come nel recente caso di alcuni classici di Le Corbusier, Pierre Jeanneret e Charlotte Perriand. Nei prodotti che presentano parti schiumate, come ad esempio la poltroncina 7 Fauteuil tournant e lo sgabello 8 Tabouret tournant, viene utilizzato un poliuretano con una percentuale di polioli derivanti da origine biologica.

Chi è stato il tuo vero grande Maestro?

Non c'è una risposta univoca, ho avuto la fortuna di averne di diversi come Castiglioni, Magistretti, Maddalena de Padova, ma anche Tomàs Maldonado e altri. Ma quello che è molto più interessante, in questi anni di grandi cambiamenti e transizioni e verso un mondo digitalizzato e instabile, è il fatto che siamo tutti all'inizio, siamo tutti in qualche modo protagonisti di una nuova giovinezza, e dobbiamo quindi contestualizzare i nostri mentori in una visione molto più ampia.

A quale filosofia progettuale ti ispiri?

Mi piace definire ogni progetto come un viaggio ogni volta differente. Il processo si sviluppa attraverso il dialogo con il committente e il conseguente lavoro a quattro mani. Spesso questo ci porta a un risultato finale inaspettato. In molti casi, le opportunità nascono dai progetti di architettura, dove dobbiamo rispondere a esigenze specifiche che risultano poi utili a livello generale.

Come è cambiato il design oggi, ma soprattutto nel futuro che cosa ci attende?

Oggi ci troviamo in un momento di transizione importante per il design. Io penso che nel futuro la produzione di oggetti di design continuerà ad evolversi e diversificarsi innanzitutto verso nuove forme di distribuzione e condivisione. I sistemi diventeranno sempre più complessi e il nostro ruolo di architetti e designer, quali tecnici e umanisti, sarà prima di tutto quello di porsi domande, interpretare l'evoluzione dei bisogni e le potenzialità della ricerca.

cassina.com
patriciaurquiola.com



Le dimore che sono arte

Antonella Grosso



Villa Euforbia – New Biophilic Design Portobello di Gallura

Il lusso contemporaneo è dato dalla riscoperta dei piaceri semplici, e mette al primo posto il benessere mentale e fisico. Il Luxury Real Estate in Costa Smeralda è profondamente cambiato negli ultimi anni; sono diverse le dinamiche di mercato e le esigenze socioculturali che si riflettono anche sulle priorità e aspettative della clientela. A raccontarlo Daniela Bracco, presidente di ImmobilSarda fra i protagonisti del settore immobiliare in Sardegna, affiliata alla prestigiosa divisione Christie's International Real Estate. La richiesta principale è, infatti, quella di proprietà immerse nella natura con grandi spazi e tanta privacy. La Sardegna, e in particolare la Gallura - Costa Smeralda, con il suo clima favorevole tutto l'anno e la sua impareggiabile ricchezza naturalistica primeggia fra le mete più richieste del Mediterraneo.

«È sempre più frequente che le giovani famiglie optino per il nuovo lifestyle della Gallura - Costa Smeralda: si è riscoperta l'importanza di crescere i propri figli in un ambiente sereno e naturale, immersi in un contesto positivo e dai valori autentici. La mondanità non è più il perno principale su cui ruotano le



ricerche dei nostri clienti: il bisogno primario è la ricerca del proprio benessere, della bellezza della natura, di uno spazio da abitare non più stagionalmente, ma duraturo per tutto l'arco dell'anno», afferma Daniela Bracco. Oggi è in atto una grande rivalutazione del Mediterraneo occidentale e la Gallura - Costa Smeralda, che ha conservato intatta la sua bellezza naturalistica dovuta, per fortuna, ai vincoli paesaggistici degli anni 60, che ne hanno tutelato le coste e i paesaggi. Le condizioni uniche che caratterizzano il territorio, la sua morfologia, il clima favorevole, hanno definito essere una destinazione ambita nel bacino del Mediterraneo, e la lungimiranza delle istituzioni locali che stanno lavorando per garantire servizi disponibili tutto l'anno, garantiscono una meta d'elezione in grado di soddisfare le esigenze di una clientela che cerca uno stile di vita a contatto con la Natura in un contesto elegante senza eguali. Dal 1974 ImmobiliSarda, fondata da mio fratello Giancarlo Bracco, porta avanti una politica innovativa nel settore, capace di coniugare i valori dell'uomo, la tutela dell'ambiente e servizi eccellenti.



The Ulivi Estate – Porto Rafael

Qual è l'approccio della clientela internazionale?

La ricerca di un investimento sicuro a lungo termine è una tendenza in crescita tra la clientela internazionale che cerca un bene sul mare da dedicare al benessere della famiglia, e al ricambio generazionale legato a figli o nipoti, o semplicemente cerca di concedersi uno stile di vita unico e autentico per cui la Sardegna e la Costa Smeralda sono in primo piano e conosciute nel bel mondo.

Come è mutato il concetto dell'abitare?

Una tendenza sempre più importante negli ultimi anni è quella del Second Prime-Home, come conseguenza dei lockdown imposti dalla pandemia, che hanno portato a un profondo cambiamento nel concetto dell'abitare, con una nuova consapevolezza e a una diversa percezione della casa stessa, non soltanto come luogo fisico, ma come luogo di serenità e benessere, il contatto con la natura e l'ambiente diventa così fondamentale. La Sarde-

gnà mette al primo posto il valore etico e sostenibile nel concepire l'architettura contemporanea, promuovendo nuovi piani ecologici, ville private o Resort, sono caratterizzati da un basso impatto ambientale. La Sardegna, infatti, non è più la meta per la seconda casa di vacanza, ma è diventata la destinazione principale della famiglia, con le dimore storiche dove trasferirsi, e trascorrere lunghi periodi, recupero delle tradizioni tra generazioni, genitori e figli, nonni e nipoti, che trovano una ritrovata familiarità e qualità della vita come elemento essenziale.

Quali sono le priorità del Luxury Real Estate in generale e in particolare in Costa Smeralda?

Oggi il vero lusso è l'habitat e la casa è il nostro mezzo per soddisfare un bisogno primario di benessere. Quando ci chiedono di dare una valutazione degli immobili che offriamo, inseriti in questo territorio unico al mondo, non parliamo di prezzi al metro quadro o di capitolati ma della qualità dell'area e del vicinato, della bellezza, dell'inserimento degli immobili immersi nella natura, con spiagge e attracchi privati, o grandi giardini, parliamo dunque di emozioni, di natura, di qualità dell'ambiente, ciò che ci piace descrivere in generale è il termine "mental wellness". I nostri clienti ci raccontano ogni giorno come questa sia diventata una vera e propria esigenza primaria: il benessere, inteso nel suo significato più ampio e completo, è ciò che spinge sempre più a scoprire un territorio come quello della Sardegna e della Gallura - Costa Smeralda in particolare.

Dal punto di vista architettonico si evidenziano cambiamenti?

Emergono nuovi canoni architettonici, applicati sia alla costruzione di nuove case sia alla ristrutturazione di ville e proprietà esistenti, secondo la nuova filosofia che fonde in sé il rispetto della tradizione e l'applicazione delle tecniche di costruzione all'avanguardia, organiche, sostenibili pensate per un benessere olistico dell'uomo. **ImmobilSarda sta promuovendo nuovi concept architettonici di biophilic wellness design su proprietà in costruzione e tailor made in Gallura. Progetti nuovi che puntano sulla neuro architettura, sul benessere e sul comfort dell'abitare, l'integrazione della natura in equilibrio con l'innovazione.** La ricerca di immobili nell'entroterra gallurese è un trend interessante degli ultimi anni, legato alle riqualificazioni delle tenute, case di campagna, antichi stazzi immersi in territori dalla forte vocazione vitivinicola, legati alla vita agreste, in sinergia con la prossimità dei servizi e all'accesso alle vicine coste.

Il valore della Costa Smeralda e della Gallura è un trend in crescita?

Per quanto riguarda la Costa Smeralda, le località più ricercate sono Cala di Volpe, Romazzino, Golfo del Pevero, La Celvia, Pantogia, ma anche Porto Rafael e Porto Rotondo, in queste aree fronte mare una villa lussuosa con accesso alla spiaggia, molo privato, può valere dai 25 milioni ai 100 milioni di euro e oltre, ma sono chiaramente dei veri e propri trophy assets. Il prezzo medio in Costa Smeralda si aggira tra 1 milione e 10 milioni di euro.

Lo showroom di Milano è pensato come un experience tour come vengono presentati i progetti?

La sede di Milano si è da sempre contraddistinta per la sua capacità di aggiornarsi e rendere appealing e soddisfare al meglio i bisogni del nostro cliente, attraverso servizi di Virtual Tour, con la realtà immersiva per far vivere un'emozione totale e visitare le proprietà e la bellezza





Waterfront Estate - Porto Cervo

della natura. Negli ultimi anni il turismo e il real estate hanno dovuto cercare nuove modalità di dialogo e confronto, in un momento dove spostarsi era difficile.

Qual è il valore aggiunto della collaborazione tra ImmobiliSarda e il Top brand Christie's International Real Estate?

Siamo affiliati in esclusiva per la Sardegna alla prestigiosa Casa d'Asta Christie's attraverso la sua divisione Christie's International Real Estate, che rappresenta non solo un brand blasonato ma un concreto canale di vendita promozione e networking internazionale. Presente in 45 paesi con oltre 32mila associati, Christie's International Real Estate è il network internazionale più vasto di società immobiliari dedicate alla vendita e gestione di residenze di lusso. **L'accesso è offerto su invito solo alle agenzie immobiliari i cui successi nelle vendite di case di alto livello siano una garanzia di standing, professionalità, esperienza e qualità dell'offerta. I nostri asset più prestigiosi sono promossi attraverso programmi bespoke marketing e private sales di Christie's**, con un'attenzione privilegiata e un'esposizione riservata a clienti altamente selezionati: investitori, collezionisti, estimatori e amanti dell'arte del bello e di beni rari e unici.

La Costa Smeralda è un territorio di lifestyle e cultura, quindi, anche il mercato del Real Estate sente l'esigenza di utilizzare l'arte come driver?

Quando parliamo della Gallura ci piace definirla come una Nature Art Gallery, e quindi considerarla come una vera e propria galleria di opere d'arte naturali, inserite in un contesto naturale e abitativo unico. **Real Estate, natura e arte sono per noi un sillogismo importante, la nostra ragion d'essere che ci porta ad essere anche affiliati in esclusiva alla Casa d'Asta Christie's nella sua divisione dedicata al Real Estate Internazionale. E proprio per questo nel nostro marketing, nella nostra attività di promozione ci affianchiamo al mondo dell'arte.** Oggi è facile far capire l'irripetibilità di un Picasso, di un Leonardo, di uno Sciola: per noi l'irripetibilità è questo luogo, dove l'immobile funge principalmente da cornice. È importante sottolineare i numeri unici di questa terra: 450 km di costa protetta, 25 isole, 160mila abitanti... bisogna considerare questo territorio come un'opera d'arte. Negli ultimi anni abbiamo creato un format di eventi legati all'Arte, ARTE IN, che hanno avuto come anfiteatro d'eccellenza Porto Rotondo, Porto Cervo, lo scorso anno Portobello di Gallura, ma anche Milano con la Design Week, dove abbiamo creato delle gallerie d'arte contemporanea nel cuore di Milano e il Leonardo Horse Project del quale siamo stati sponsor. Durante queste iniziative, ideate proprio da ImmobiliSarda, abbiamo voluto unire arte, bellezza, architettura, rispetto e amore per la natura e l'ambiente. L'arte rappresenta per noi un preciso modello di valorizzazione culturale e del territorio stesso. Durante questi eventi le proposte di Real Estate della Gallura - Costa Smeralda sono presentate come capolavori, come quadri d'autore, che rappresentano il valore di beni rari incorniciati e custoditi con sapienza da un habitat naturale incontaminato: il filo conduttore è sempre la ricerca di una visione della natura come dialogo fra l'uomo e l'ambiente.

immobilsarda.com
christiesrealestate.com

YACHT



Il mare dentro

Chiara Cantoni







«Crediamo che i buoni progetti esistano già in una sorta di immaginario collettivo e che il nostro lavoro consista nell'individuare questi bisogni inconsci, dare loro forma e accompagnarli nel mondo. Un prodotto, che sarà scelto da un'infinità di persone a noi sconosciute, risulterà così sorprendentemente familiare sin dal primo sguardo. Un vero e proprio colpo di fulmine, come l'amore della nostra vita. Questo è evidenza. Le scelte, i gusti... la passione. Tutto è evidente in ciò che creiamo. La cifra del nostro lavoro - ricerca, sviluppo, progetto - si riassume così in una sola parola: evidenza». Il nuovo modello F100 Glass Cabin di Amer Yachts, firmato negli interni dallo studio pluripremiato Palomba Serafini Associati, non è un prodotto che sarà scelto da un'infinità di persone, al contrario, è stato concepito su misura per un unico armatore. Ma il concetto di evidenza si impone ugualmente nell'oggettività potente e manifesta dell'elemento celebrato: il mare, che ricorre come presenza reiterata in ogni scelta di allestimento. «Abbiamo cercato di trasferire la nostra visione progettuale, radicata nell'architettura e nell'interior design, allo yacht design, sostituendo la parola "vivere" con la parola "navigare", senza rinunciare all'abitare», spiegano i due architetti.

Sviluppato su tre ponti e motorizzato con quattro motori Volvo Penta D13 Ips 1200, il nuovo nato del cantiere Permare, F100 Glass Cabin, ha una lunghezza fuori tutto di 29,60metri, pur mantenendo lo scafo sotto i 24metri per restare nel range imbarcazioni. Convinto estimatore del lavoro di Roberto Palomba e Ludovica Serafini, nonché grande cultore del mare, l'armatore ha ingaggiato architetti e cantiere per dar vita a un'imbarcazione dall'immagine raffinata, che riflettesse nella coerenza stilistica la firma dello studio, ma anche la qualità ingegneristica e le grandi doti marine delle produzioni Amer Yachts. «Posto che gli ambienti di una barca non sono quelli di una casa e hanno esigenze funzionali diverse, si è lavorato per capire quali aspetti del modo di vivere degli armatori volevamo rappresentare. Senza rinunciare all'idea di uno spazio che fosse semplice, fruibile e godibile nel suo essere lussuoso», raccontano. «Il dato per noi più evidente era dettato proprio dalla natura dell'oggetto: se sei in crociera e, quindi, sul mare, non ha senso riprodurre i tratti di un appartamento galleggiante, magari con vista cieca, o suggestioni che ti portino altrove. L'idea di partenza, dunque, è stata quella di contestualizzare l'esperienza di navigazione nella sua forma piena, lavorando con il cantiere per aprire il più possibile lo sguardo e alimentare il percepito di un oggetto che si affacciasse costantemente verso l'esterno. Da questa prima riflessione è poi nato il progetto di interni vero e proprio, declinato su una serie di elementi che raccontassero la capacità di essere arredo, dettaglio, finitura, materiali, insomma, tutta quella complessità che si porta appresso un buon concept di architettura, percepito con grande qualità».

Si collocano in questa visione alcune scelte progettuali, come quella di ampliare in maniera significativa le finestrate rispetto agli yacht di pari dimensioni, così da restituire maggiore luce e ariosità agli ambienti, stabilendo un contatto visivo continuo con la natura circostante. «Oltre a riproporzionare le bucaure, abbiamo lavorato con materiali riflettenti, inserendo per esempio grandi pareti specchiate che rimandassero, sempre con garbo e pacatezza, al mare, riportato su una visione quasi a 360 gradi». Materiali e tessuti naturali, dalle tonalità chiare, contribuiscono a creare atmosfere fresche e accoglienti, nobilitate dal contrasto cromatico con specchi più scuri che rimandano a un lusso pacato. Per gli arredi, gli architetti hanno selezionato pezzi di design a propria firma, come le lampade e gli arredi bagno, ma anche elementi di linee altrui. Sul main deck, per esempio, la zona living esibisce il tocco raffinato della collezione B&B, mentre verso prua, alle spalle della grande vetrata che delimita l'area dining, si trova la cabina armatoriale, dotata di un ampio bagno e cabina armadio, anch'essa improntata a tonalità tenui. Salendo, nel flying deck, Palomba e Serafini hanno ideato un intimo salotto e zona dining nel divano, tavolo, sedute e lettini prendisole, in armonia con le sfumature dell'acqua. Gli schienali intrecciati e le cuscinate si fondono così sotto il cielo aperto, e portano la firma Venice Collection, di Talenti. Un ambiente sofisticato e confortevole, che dia l'idea del prolungamento tra l'ambiente a bordo e la bellezza della vista sul mare. Il lower deck, infine, ospita quattro cabine ospiti, pensate e arredate sempre rispettando la palette di colori che contraddistingue tutto l'interior di F100 Glass Cabin. «Siamo molto soddisfatti del progetto, sia dal punto di vista della qualità marina sia in termini di qualità estetica. Di norma, il risultato su cui si misura la capacità progettuale degli architetti non è dato da quello che sanno fare ma da quello che gli viene permesso di fare, e riuscire a realizzare ciò che volevamo è per noi un grande successo. Lavorando con un cantiere, per altro, che è stato un moltiplicatore della qualità del prodotto e che, spesso, ci ha aiutati a esprimerci al meglio».

gruppopermare.it
ameryachts.it
palombaserafini.com







L'eco-bespoke si tinge di Blue

Chiara Cantoni

Quando, nel 2016, in occasione di un summit sul diporto a Washington, gli domandarono cosa ne pensasse degli yacht eco-friendly, disse che, sì, la sua barca poteva anche essere definita tale secondo gli standard di mercato, ma era arrivata negli Stati Uniti con 60 tonnellate di gasolio, mentre più di 400 anni prima un genovese c'era arrivato a zero emissioni. Federico Rossi, Chief Operating Officer di Rossinavi, nonché seconda generazione della famiglia al timone, non si nasconde dietro a un dito quando parla di nautica sostenibile, approccian-dola piuttosto con amabile ironia. «Lo stesso anno, al Global Superyacht Forum di Amsterdam, dove il diesel-elettrico veniva considerato una grande novità per l'ambiente, l'amico e progettista Gabriele Zucconi, nonché storico direttore di macchina dell'Amerigo Vespucci, ha ricordato che la nave, costruita nel 1931, montava propulsioni diesel-elettriche. Voglio dire che il tema è complesso e un po' di sano spirito critico non guasta».

Eppure, proprio dal cantiere viareggino, noto per l'altissima qualità artigianale dei suoi yacht da 40 a 70 metri (22 all'attivo, tre in consegna e sei in costruzione), arriverà nel 2024 l'imbarcazione più 'eco' di sempre: il catamarano Sea Cat 40 "Seawolf" da 43metri, disegnato come sempre da Fulvio De Simoni, in grado di navigare per uso giornaliero in modalità 100 percento elettrica e di affrontare una traversata transatlantica all'80 percento del tempo in elettrica e solo per il 20 percento con generatori diesel. Un'efficienza ad oggi mai vista e - potete scommetterci - il greenwashing non centra. Anzi, non centra proprio il 'green' ma il BluE, come Rossinavi ha battezzato la sua filosofia di yacht a basso impatto ambientale, traendo ispirazione dal fitoplancton, capace di convertire la radiazione solare in ossigeno ed emettere luce di notte grazie al fenomeno della bioluminescenza. Allo stesso modo, la piattaforma Sea Cat immagazzina l'energia solare durante il giorno, grazie ai pannelli fotovoltaici installati, per implementare la navigazione in modalità ibrida-elettrica: nessun rumore, nessun odore, nessuna emissione. In pratica, l'esperienza di una barca a vela senza i limiti di una barca a vela. I moduli fotovoltaici, costituiti da celle in silicio monocristallino protette da otto strati di polimero trattato, sono sette volte più leggeri dei tradizionali in vetro e hanno il più alto rapporto potenza/peso disponibile sul mercato, generando energia anche in condizioni di scarsa luce solare.







«Nel 2015 abbiamo lanciato una campagna rivolta ai Millennials, per identificare la barca destinata a quella che poteva essere la nuova generazione di billionaires e, diversamente dalle aspettative, che ipotizzavano oggetti stravaganti e ipertecnologici, è emersa una forte domanda di sostenibilità», spiega Rossi. **«Ci siamo concentrati, allora, sul lifestyle a bordo. L'idea era che lo yacht diventasse una sorta di 'piattaforma educativa' per apprendere stili di crociera più contenuti nei consumi. Poi abbiamo cominciato a lavorare sulla leggerezza degli scafi, l'ottimizzazione delle carene e l'efficienza energetica, fino a sviluppare - insieme ai partner tecnologici Lutron, Videoworks e Siemens - la Rossinavi AI, un'intelligenza artificiale in grado di migliorare il comfort e massimizzare il potenziale ecologico della barca».** Analizzando costantemente il flusso di dati che proviene dalle telecamere esterne e dai sistemi di bordo, l'algoritmo di machine learning è in grado di apprendere e anticipare le esigenze dei passeggeri, supportare le scelte di navigazione e suggerire comportamenti responsabili all'equipaggio sull'uso degli elettrodomestici, delle propulsioni e dei servizi a bordo, oppure, in base al modulo di operatività configurato, agire attivamente sulla gestione dei consumi. Oltre a interagire con la crew, il software comunica con i dispositivi personali degli ospiti e i terminali front-end nelle cabine, raccogliendo feedback sulle loro abitudini per fornirgli un'esperienza su misura. Il sistema di Infotainment, infine, consente di sapere sempre dove sei e cosa ti circonda, dalle imbarcazioni di passaggio, al contesto geografico, agli eventi a terra.

«A prescindere dalle nuove propulsioni che arriveranno sul mercato e che non sono di nostra competenza diretta, abbiamo ottimizzato tutto ciò che si poteva nel sistema barca per un'efficienza senza pari. Inoltre, quando è ormeggiata in porto, in modalità ibernazione, e i consumi sono minimi, la tecnologia BluE consente di deviare il surplus energetico immagazzinato dai pannelli solari verso la terra ferma, facendo del Sea Cat un'enorme power bank. Con Zaha Hadid Architects, abbiamo persino immaginato di arrivare a consegnare, un giorno, anche un modulo per alimentare, per esempio, la villa a Miami o il porto di attracco», continua Rossi. «È un progetto visionario, che esce dalle logiche di puro mercato, in cui ci siamo concessi di pensare ampio. Ma è esattamente questa, secondo noi, la chiave del lusso: la possibilità di concepire un prodotto che, per qualità costruttiva e identità propria, abbia la dignità del sogno».

Ecco il segreto del cantiere, fondato a Viareggio negli anni '70 dai fratelli Claudio e Paride Rossi come carpenteria meccanica per barche da lavoro e, dagli anni '90, come fornitore per la nautica di lusso, maturando know how nella costruzione di navi conto terzi fino al 2007, quando è ufficialmente nato il marchio Rossinavi. «Un salto imposto dalla crisi che stava ridimensionando i cantieri e le commesse in outsourcing. Forti dell'esperienza acquisita, abbiamo scelto di costruire in proprio, creando un nostro brand. Grazie alla fiducia dei clienti, da tecnici siamo diventati imprenditori, imparando a cogliere le differenze culturali tra i vari mercati e le ambizioni di ogni singolo armatore», racconta il Coo. E non è un modo di dire, perché tutto ciò che esce dai cinque poli dislocati fra Pisa e Viareggio (circa 15mila metriquadri di capacità produttiva, più una grande officina meccanica per una produzione limitata a 2-3 superyacht all'anno), è rigorosamente bespoke, non solo nell'allestimento e nell'interior design ma anche nell'architettura navale. **«Siamo una piccola azienda che fa grandi cose: abbiamo 110 dipendenti diretti più diverse aziende nate in seno a Rossinavi che oggi lavorano in esclusiva per noi e contano altre 200 persone»**, spiega Federico Rossi, cresciuto a pane e barche fin dai tempi della scuola, entrato ufficialmente nell'attività di famiglia nel 1996 e poi formatosi seguendo l'intera produzione nella sede di Pisa, l'internazionalizzazione del brand e ogni step aziendale nel corso degli anni. «Qui si fa artigianato vero, 100 per cento full custom, perché è un mestiere che si misura nel dettaglio ed è lì che ti posizioni ma, se hai 1.500 metriquadri di dettagli a bordo, con tanta tecnologia applicata che deve funzionare h24, in condizioni ostili, inizia a diventare complesso: saltano completamente le logiche della produzione di serie, del processo industriale standardizzato. Non a caso siamo un'azienda familiare, proprietaria, rapida nelle decisioni e nel trasferire l'esigenza del clien-

RED SQUIRREL EVENTS

CORTINA SUMMER PARTY 2023

L'evento gourmet più glamour dell'estate ampezzana!
un picnic sull'erba ai piedi delle Tofane, dove i migliori chef, ristoranti ed enoteche del territorio locale offriranno una degustazione delle loro specialità per trascorrere un pranzo immersi nella natura.

RIFUGIO SOCREPES
24 AGOSTO 2023
- ORE 12:30 -

info@rseventi.com

te al prodotto, cosa che non potremmo fare con un'organizzazione di stampo manageriale, quotata in borsa, con investitori a cui rispondere. Lo stesso vale per le nostre falegnamerie, tutti privati che hanno sviluppato il mestiere da zero fino a maturare l'altissima expertise di oggi e, se mi serve una consulenza tecnica, mi forniscono un parere vero, non di convenienza o di protocollo».

Difficile, rischioso, ma necessario. Perché le sfide poste dagli armatori sono tante e, a volte, richiedono di realizzare feature che sono e resteranno di quell'unica imbarcazione. «Come la palestra 'recessata', nella parte prodiera del 49metri Aurora: montata su piattaforma telescopica, veniva in esterno semplicemente premendo un bottone. O la gru per l'alaggio del tender, nascosta nel fumaiolo di Taransay, replica di una navetta del 1930: un tempo, si utilizzavano i davit per calare le scialuppe e così volevamo fare noi rispettando l'estetica originale. Peccato che un tender di oggi pesi dieci volte tanto... Abbiamo dovuto installare una gru che non si vedesse e non alterasse lo stile ma rispondesse allo scopo». **Per non parlare dei dettagli, minuziosamente studiati per ricalcare il fascino retrò di quegli anni: le ferramenta di coperta, i vericelli di manovra, le battagliole in tondo d'acciaio, i passacavi in ottone, le maniche a vento. «Abbiamo accantonato il laminato e siamo tornati a costruire in legno massello stabilizzato, una vera follia.** E, una volta realizzati i mobili, verniciati a pennello in opera, senza alcun processo industriale, un esperto di invecchiamento è venuto ad anticarli a colpi di martello. I pagliolati erano rivestiti in cuoio, gli armadi in cedro, naturalmente profumato». Insomma, un concentrato di savoir faire artigianale e gusto d'antan, ma con equipaggiamenti tecnici all'avanguardia. «Si parte da zero e si sposa una causa, cercando di entrare nel mood del cliente. Poi c'è tanto di nostro. Perché a ogni progetto bisogna dare un'anima, un carattere, e servono competenze».

Competenze confluite, per esempio, nella qualità costruttiva e nella robustezza strutturale di Utopia IV, sopravvissuta allo scontro frontale con una petroliera, che non ha avuto la stessa fortuna. **«È la regina di Miami Beach, 63metri in grado di raggiungere i 31 nodi, per soli 2 metri di pescaggio, l'unica di tali dimensioni in grado di navigare lungo i fondali bassi che la separano da Miami Downtown,** proprio come i motoscafi veloci diretti alle Bahamas. Essendo un'imbarcazione idrogetto a basso pescaggio, per il raffreddamento dei motori abbiamo dovuto pensare ad appositi switch che consentissero di aspirare acqua pulita lateralmente anziché quella mista sabbia da sotto lo scafo. L'insieme di questi dettagli, esclusivi di Utopia IV, l'hanno resa unica e molto nota. Gli armatori erano così orgogliosi che le hanno fatto grande pubblicità, mostrandola a un target di personalità influenti, VIP e celebrità. È il tipo di promozione in cui crediamo, quella in cui è il prodotto a parlare per il cantiere e a diffonderne il nome fra il pubblico che conta».

Progetti per il futuro? «La scelta di un catamarano per il debutto della linea BueE è stata dettata da ragioni tecniche: la prima è che il basso coefficiente di penetrazione dell'acqua richiede una minore potenza propulsiva; in secondo luogo, per la stabilità intrinseca molto alta, non ha bisogno di pinne stabilizzatrici che consumano molto; e, infine, l'ampiezza dell'imbarcazione consente di avere una maggior superficie esposta al sole, dove montare i pannelli fotovoltaici. Ma a coloro che non amano i multiscafo, offriremo anche un monocarena, Infinity 42, di pari lunghezza e comunque molto superiore alle performance di mercato in termini di autonomia elettrica».

rossinavi.com



La Nautica del futuro e delle eccellenze

Antonella Grosso







G.T. Design

Il Salone Nautico Genova entra nel futuro con la sessantatreesima edizione che si svolgerà dal 21 al 26 settembre. Il nuovo concept avveniristico, il Waterfront di Levante progettato dall'architetto Renzo Piano sta prendendo forma e consentirà nel 2024 di godere di una piattaforma unica al mondo per ospitare le eccellenze dell'industria nautica internazionale.

«I canali navigabili, la spettacolare isola che fa da cornice al Padiglione Blu progettato da Jean Nouvel, le nuove banchine espositive, l'ampliamento e il rinnovamento di spazi e servizi offrono già quest'anno alla manifestazione un layout espositivo scenografico e funzionale di forte impatto, e sono punto di riferimento per la nautica e visitatori internazionali.» commenta Saverio Cecchi, Presidente Confindustria Nautica. «Il perfetto connubio tra il Bello e il Ben Fatto, tra ricerca, innovazione e stile, tra il design elegante delle linee e l'attenzione ai dettagli nelle decorazioni degli interni avvicina sempre di più la nautica al settore dell'arredo. Le bellissime imbarcazioni sono case galleggianti personalizzate da designer e architetti». Afferma Alessandro Campagna, direttore I Saloni Nautici. **«Il Salone del Mobile e il Salone Nautico Internazionale Genova compiono un percorso comune: quello di esibire l'eccellenza della produzione italiana in tutto il mondo»**, dice Marco Sabetta, direttore generale Salone del Mobile.Milano. **E Maria Porro, presidente del Salone del Mobile.Milano è stata scelta come presidente di giuria del premio Design Innovation Award, istituito da Confindustria Nautica e i Saloni Nautici nel 2020 per sostenere e promuovere la qualità delle imbarcazioni che si distinguono per innovazione, estetica, comfort abitativo, efficienza energetica e sostenibilità di produzione.**

Dopo l'inaugurazione ufficiale, il 21 settembre, istituzioni e autorità si ritrovano come di consueto per il lunch time nell'atmosfera raffinata ed elegante della VIP Lounge, che porta la firma di Circle Dynamic Luxury Magazine e del suo direttore Margherita Celia Bertolotti in collaborazione con i Saloni Nautici, un progetto con arredi e complementi design di fattura artigianale dell'azienda Pianca, che da piccola falegnameria di famiglia è diventata industria mantenendo intatto il savoir faire artigianale. Gli arredi Pianca nascono in risposta a bisogni reali e sono ispirati da valori solidi coltivati durante decenni. Per Aldo Pianca, il design risponde ai desideri di uomini e donne che hanno bisogno che la casa o lo yacht somigli un po' a loro stessi e sia specchio della propria voglia di unicità. Un luogo vero, disegnato su misura, in cui ci si ritrova. L'azienda ha una grande sensibilità per i materiali naturali e per le finiture che hanno un proprio linguaggio tattile, e sono capaci di svelarsi a poco a poco raccontando la propria origine, la cura per i dettagli e la ricercatezza. **E proprio in questo singolare scenario della VIP Lounge, che si racchiude il concept dell' "estetica dei sensi" legata alla bellezza e alla sostenibilità, dove Pianca presenterà in anteprima la collezione outdoor di ispirazione d'antan, sulla meravigliosa terrazza con affaccio sugli yacht.**

Arredi eleganti, piacevoli al tatto, quelli di Pianca, in sintonia con il Concept di quest'anno dove la VIP Lounge desidera accompagnare gli ospiti in un viaggio sensoriale che coinvolge tutti i sensi, dal piacere di una conversazione o di **un incontro inaspettato al trionfo del gusto di specialità gourmet: la degustazione dell'eccellente caviale Ars Italica, brand della società italiana Caviar (Calvisius Group), le delizie dolci e salate di Mati-Gourmet Maritazzi, nata dall'idea innovativa dello chef Matteo Casaroli e tre giovani imprenditori italiani. Appassionati del cibo di qualità e attenti alle nuove tendenze dello Street**



food internazionale propongono di portare un formato semplice come il maritozzo (un piccolo panino di pasta lievitata) ad essere apprezzato da palati esigenti, farciti con la burrata di Andria e gamberi rossi di Mazara del Vallo, con tartare di manzetta marchigiana, o con pesto di pistacchio di Bronte, ricotta emulsionata e limone Siracusano semicandito, oppure quelli dolci, tra tutti il classico alla panna e crema pasticceria. Oltre alla cucina d'autore dello Chef Resident Aleandro Polenti, una conferma per la VIP Lounge. Il gusto sarà protagonista anche con la presenza di Bruno Pessot, Ceo di Jolanda de Colò, storica realtà friulana fondata da Alana de Colò e dal marito Antonello Pessot specializzata nella produzione, nella ricerca e nella distribuzione di pregiate specialità alimentari provenienti da tutto il mondo. Dalla produzione di salumi d'oca e foie gras all'affumicatura naturale di carni suine e ittiche. Un vero punto di riferimento per l'alta ristorazione italiana. «Oggi sul territorio italiano non esistono aziende con una gamma completa come la nostra», afferma Bruno Pessot. «**I nostri prodotti sono unici come la carne galiziana del maestro Luismi Garayar Oria, il tonno rosso Balfegò, l'agnello norvegese North Lamb, il migliore al mondo per la qualità dei pascoli, il salmone marmorizzato Ora King e la ricciola Hiramasa allevata in mare aperto dell'Australia e apprezzata dai perfezionisti del sushi**». Un viaggio all'insegna di sapori unici, autoctoni e sostenibili attende gli ospiti della VIP Lounge nel talk e degustazioni del 25 settembre. Accompagnati dalle wine tasting dei Conti Thun, tra tutti, il Rosé Valtenesi Micaela, un blend di uve autoctone Groppello, Barbera, Sangiovese e Marzemino dalla beva fresca, leggera e fruttata e lo spumante Bolle di Micaela Brut Rosé.

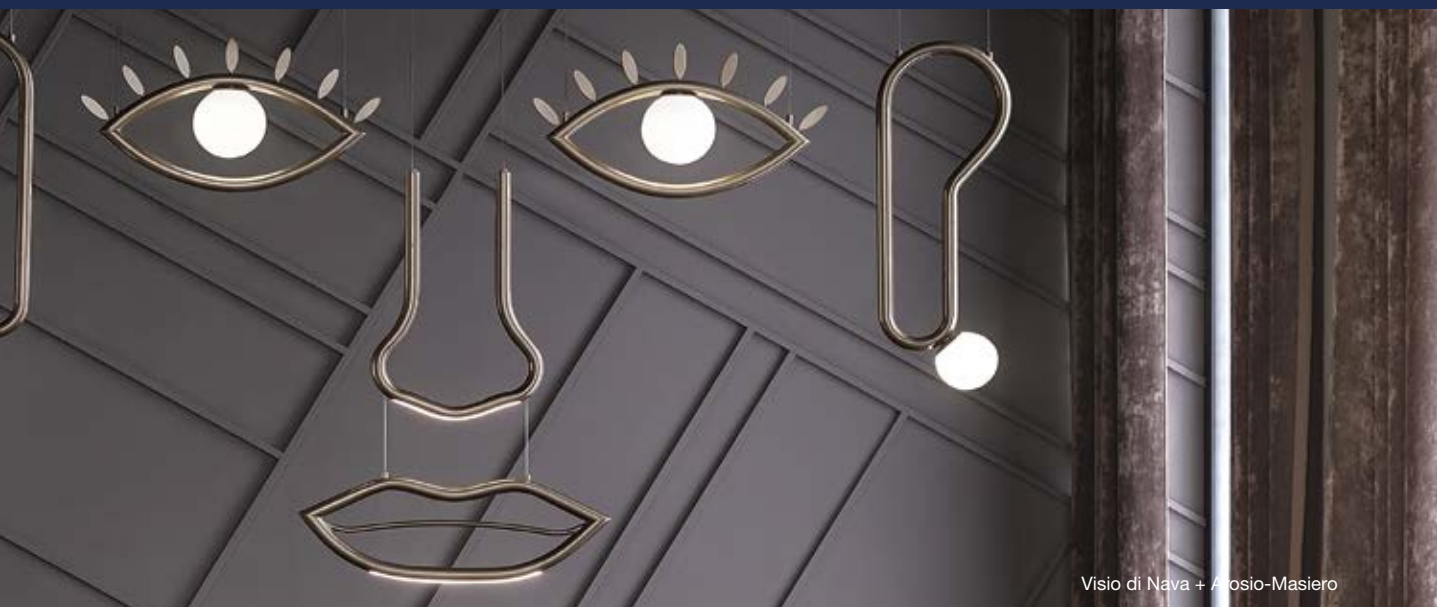




Outdoor Pianca

Nella VIP Lounge sarà possibile ammirare gli eclettici tappeti G.T. Design ispirati all'arte e alle forme fluide ed organiche del mondo naturale che Deanna Comellini, direttrice creativa, sovrappone a pattern arcaici e primordiali. Alle pareti, le carte da parati Spaghetti Wall, realizzate per l'occasione: ogni grafica viene adattata con precisione sartoriale alle dimensioni delle pareti come un abito su misura e l'azienda ha ottenuto la certificazione per l'impiego nel settore nautico Yacht&Cruise. Tutte le grafiche presenti a catalogo possono essere personalizzate nelle cromie e negli elementi decorativi a richiesta. Il team creativo di Spaghetti Wall è fatto di giovani imprevedibili e passionali, un po' artisti e un po' artigiani, fantasiosi e maniaci dei dettagli, che amano il colore e sono sedotti dalle texture. **Questi brand si racconteranno nella serata del 23 dedicata al Living Decor, insieme alle fantastiche luci Visio di Masiero. Un inno all'espressività del volto, in cui l'unione tra misticismo e geometria creano variazioni imprevedibili sul tema dell'immaginazione.** Con oltre quarant'anni di esperienza di imprenditoria familiare, l'azienda Masiero produce oggetti di illuminazione decorativa di alta gamma, con particolare attenzione nel processo di lavorazione del metallo.

Luogo esclusivo riservato alle istituzioni, alle autorità, agli armatori, imprenditori e media internazionali e italiani per vivere un'esperienza immersiva tra arte, design, gusto e lifestyle, la VIP Lounge ospita le opere di Endless, il giovane artista londinese che fonde forme e registri di arte contemporanea alla Street Art. Esporrà nella VIP Lounge, luogo simbolo nel panorama nautico italiano, la celebre Chapel, icona del consumismo, le Worships, adorazione dei brand e delle dee iconiche della moda e l'immane Lizzy



Visio di Nava + Arosio-Masiero



Mati Gourmet



Ars Italica



Rotta sull'idrogeno

Chiara Cantoni

La 'Blueness' di Baglietto, espressione che racchiude il suo sistema valoriale, guadagna una nuova 'B', l'ultima in ordine di arrivo - dopo Bold, Boutique, Balance, Borderless, Brave, Background, Brilliant, Beauty - ma la prima in ordine di priorità: Bzero (B raised to zero), presentato a Montecarlo lo scorso anno e oggi realizzato in un prototipo funzionante su scala 1:1, è il progetto che segna l'impegno deciso del cantiere verso il traguardo delle zero emissioni. In un momento in cui la partita della transizione energetica detta l'agenda e la corsa alle tecnologie più futuribili si fa serrata, Baglietto gioca l'asso: un sistema che prevede l'utilizzo dell'idrogeno green come fonte di energia da implementare sulle imbarcazioni superiori ai 50 metri. Già dal 2024, il prototipo di power station realizzato andrà a contribuire al ciclo produttivo del cantiere, dando modo nel frattempo di ottimizzarne gli aspetti tecnici, ottenere le certificazioni per l'installazione a bordo ed effettuare la ricarica di idrogeno nei serbatoi in autonomia o da fonte esterna.

«Nel 1874 Jules Verne scrisse: "L'acqua sarà un giorno un combustibile. L'idrogeno e l'ossigeno di cui è costituita, utilizzati isolatamente, offriranno una sorgente di calore e di luce inesauribile". Oggi è quel giorno», dice Diego Michele Deprati, AD di Baglietto. «La Power Station BZero è la nostra promessa mantenuta. Da quasi 170 anni il marchio del gabbiano è sinonimo di avanguardia, innovazione e progresso: era doveroso dare il nostro contributo su un tema oggi per noi imprescindibile. In azienda abbiamo istituito il dipartimento Baglietto



Energy, espressamente dedicato allo studio delle nuove tecnologie verdi e di fonti di energia alternative da applicare alla nautica. Il Progetto BZero è un primo importante punto di partenza, ma anche la porta verso la grande sfida del futuro, una sfida fatta di conoscenza, senso di responsabilità, umiltà, ambizione, determinazione e rispetto per il mare. Elementi di cui ogni Baglietto è costituito».

L'obiettivo primario del sistema è quello di aumentare l'autonomia elettrica di crociera in modalità zero emissioni attraverso l'integrazione della tecnologia **fuel cell a idrogeno sulle piattaforme ibride o diesel-electric di cui Baglietto è precursore: il nostro MY Vanadis, consegnato nel 2018, è stato il primo yacht italiano ad aver conseguito la certificazione "Hybrid Power" dal Lloyd's Register**», spiega il direttore del Dipartimento Energy, Alessandro Balzi. «L'idrogeno è l'elemento a più alta densità energetica ma è anche il più leggero e difficile da immagazzinare, a meno di comprimerlo a 350-700 bar o ad altissime temperature. Il nostro particolare sistema di stoccaggio, invece, consente di conservarlo allo stato solido, all'interno di bombole di idruri metallici, a bassa pressione - soli 35 bar - e a temperatura ambiente, quindi in modalità totalmente sicura e compatibile con il diporto».

La power station produce idrogeno con grado 5.0 di purezza a partire da acqua di mare filtrata e deionizzata, grazie a un sistema di elettrolizzatori AEM per una potenza totale di circa 55 kW. «Quelli attualmente disponibili



richiedono ancora un notevole dispendio di energia, ma già dalla prossima generazione garantiranno un salto prestazionale importante». Gli elettrolizzatori sono alimentati primariamente da pannelli fotovoltaici e/o dalla rete elettrica di terra al fine di produrre idrogeno “green”. Il processo di stoccaggio e rilascio è gestito da un sistema di “thermal management” che consente di riscaldare gli idruri durante la scarica di idrogeno e di raffreddarli durante la ricarica. L’energia termica necessaria è ricavata dal modulo fuel cell di tipo PEM (circa 200kW) che usa l’idrogeno come combustibile per la produzione elettrica a zero emissioni. La corrente così generata è controllata mediante un convertitore DC/DC su un bus centrale a 700 V DC del tipo già testato sugli yacht ibridi del cantiere. Sullo stesso bus è collegato un set di batterie agli ioni di litio che ha lo scopo di assorbire picchi e brusche variazioni di carico della domanda energetica lato utente. «Non esiste attualmente un’unica fonte in grado di sostituire tutte le altre», continua Balzi. **«Nell’ottica di raggiungere la neutralità carbonica, utilizzeremo quindi l’idrogeno e le batterie per la modalità a zero emissioni in sinergia con biocarburanti, come HVO o Alga biofuel, e gli e-fuels, carburanti sintetici che, nonostante i costi di produzione, hanno il vantaggio di consentire la sopravvivenza dei motori termici e dell’infrastruttura distributiva esistente».**

Per lo sviluppo del progetto, Baglietto ha messo insieme una squadra di numeri uno nei rispettivi campi: Arco



Technologies per la tecnologia fuel cell, Bluenergy Revolution e H2Boat per l'integrazione dell'idrogeno, Enapter per gli elettrolizzatori modulari, Siemens Energy per l'integrazione delle diverse fonti, e RINA come ente certificatore in tutte le fasi di progetto. Il risultato è una power station che, una volta a bordo, consentirà di sostare all'ancora fino a 75 ore a zero emissioni e di navigare fino a 120 miglia a 7 nodi, generando energia in misura quattro volte superiore rispetto all'uso delle sole batterie. «L'imput allo sviluppo del progetto è venuto dai nostri armatori e dalla considerazione di due fattori rilevanti», spiega il direttore commerciale, Fabio Ermetto: «**Innanzitutto il profilo d'uso delle nostre imbarcazioni, laddove la tecnologia ibrida prevede un utilizzo di 400-500 ore all'anno; ma anche la crescente domanda di soluzioni green per il diporto: l'80 per cento dei nostri clienti ha dimostrato interesse per la formula ibrida, motivato da ragioni principalmente etiche, complice la spinta che viene dalle nuove generazioni,** ma pesano anche l'elevata autonomia di crociera, due-tre volte superiore a quella garantita dal motore diesel soltanto, e la possibilità di navigare solo in elettrico, a zero emissioni e zero rumore, in aree marine protette, sempre più numerose e precluse alle propulsioni tradizionali». Il potenziale commerciale, insomma, c'è. E dice che, sì, la direzione è quella giusta.

[baglietto.com](https://www.baglietto.com)



Maxi, Moderni e Tradizionali a Saint Tropez

Antonella Grosso



Les Voiles de Saint-Tropez, giunta alla 25ª edizione, rivive la grande tradizione della Nioulargue, la storica regata dai cui tutto è cominciato, organizzata nel golfo di Saint-Tropez da Patrice de Colmont nel 1983: spirito competitivo per mare, allegro e festoso a terra. «Volò in jet privato a Porto Cervo con un piccolo e determinato gruppo di amici per convincere gli armatori di grandi yacht a regatare in Francia. La convivialità di Patrice e dei suoi amici li conquistò definitivamente», racconta a Circle Dynamic Luxury Magazine Pierre Roinson, il presidente de La Société Nautique de Saint-Tropez: «un'amicizia che non è venuta meno quarant'anni dopo».



Quest'anno la regata si svolgerà su dieci giorni, dal 29 settembre all'8 ottobre, con un nuovo format per concorrenti e spettatori. La regata dei Maxi Yacht fra le più importanti al mondo mantiene intatto il suo fascino. «Anzi, gli equipaggi dei Maxi Yacht avranno l'onore di aprire le regate, la domenica, esattamente come avvenne quarant'anni fa», afferma Pierre Roinson. Il programma previsto per le diverse flotte, i Maxi, i Moderni e i Tradizionali, sarà diverso ogni giorno, a seconda della velocità di ciascuna delle categorie invitate a regatare e delle condizioni meteorologiche. Quest'anno sarà introdotto un nuovo modo di gestire i percorsi, con informazioni inviate ai regatanti ogni sera prima delle 7.30pm.





«A Les Voiles de Saint-Tropez c'è una tradizione, ereditata dalla Nioulargue, a cui teniamo molto: la Club 55 Cup», racconta il presidente de La Société Nautique de Saint-Tropez. «È una regata per gentiluomini che esalta lo spirito raffinato a cui siamo tanto legati». **Per la prima volta quest'anno, ci saranno tre Coppe Club 55 separate. La Club 55 Historique, tra le due barche originali di Nioulargue, il 12 metri JI Ikra e lo Swan Pride; la Club 55 classica, tra il vincitore dell'anno scorso e lo sfidante di sua scelta, entrambe il giovedì, e la Club 55 Maxi, che si disputerà il mercoledì, giorno di riposo per il resto della flotta dei Maxi.** Come da tradizione, gli equipaggi pranzeranno poi al leggendario Club 55 sulla spiaggia di Pampelonne, di proprietà del carismatico Patrice de Colmont, fondato proprio nel 1955, quando Brigitte Bardot girava il film che rese famosa Saint-Tropez.

Una novità di questa edizione è che il martedì e il venerdì, tempo permettendo, tutte le flotte saranno in acqua contemporaneamente. In questa configurazione, le zone di partenza e di regata saranno suddivise per garantire la migliore convivenza possibile tra le imbarcazioni, che hanno caratteristiche molto diverse.

Quali sono gli Yacht e gli equipaggi favoriti?

«È sempre difficile fare un pronostico prima dell'inizio de Les Voiles de Saint-Tropez», risponde Pierre Roinson. «Naturalmente, il nostro desiderio è quello di avere le più avvincenti regate in acqua unite alla più bella atmosfera a terra, in pieno fair play marittimo. A Les Voiles accogliamo equipaggi internazionali molto forti, ma più che il risultato, conta il modo in cui lo si raggiunge. Più di ogni altra cosa, apprezziamo la passione per le barche ben tenute e ben gestite, e la bellezza del gesto».

Tra i vincitori dell'anno scorso, l'imponente goletta a tre alberi di 54 metri Shenandoah of Sark, varata nel 1902, che si è aggiudicata il Rolex Trophy, sarà ricordata per aver virato nel Golfo di Saint-Tropez con una fresca brezza di maestrale. Nella classe moderna, è stato il TP52 Nanoq, navigato dall'equipaggio del Principe di Danimarca, a vincere ancora una volta il Trofeo BMW.

Non mancano le grandi sorprese: il villaggio delle feste e dei ritrovi di Les Voiles si trasferisce proprio accanto alle regate, sulla Môle Jean Réveille. Questo luogo d'incontro privilegiato, aperto ai partecipanti e al pubblico, è il vero cuore pulsante dell'evento per tutta la durata de Les Voiles. Grazie a questa nuova location, si potrà ammirare il mare da un lato e il campanile di Saint-Tropez dall'altro.

«Ogni regata si svolge nel pieno rispetto del mare perché la tutela dell'ambiente è una priorità assoluta per la Société Nautique de Saint-Tropez in qualità di organizzatore de Les Voiles», conclude il presidente. «A tal fine sono state previste diverse iniziative, dall'organizzazione dell'evento da parte del comitato di regata senza adoperare la carta, all'utilizzo di boe di percorso elettriche, geoposizionate, che non hanno alcun impatto sul fondale marino. Come l'anno scorso, saranno benvenute anche le scolaresche in uno stand appositamente allestito per sensibilizzare bambini e ragazzi sulla necessità di proteggere l'ecosistema marittimo».

lesvoilesdesaint-tropez.fr



Quintessenza emozionale

Marie Gillet

Una ricerca continua e incessante, una bellezza nascosta nei dettagli, le hypercar Pagani, tra le automobili più costose al mondo, nascono come creazioni artigiane non come semplici progetti. Lo scorso giugno, la Pagani ha festeggiato i venticinque anni con un'esposizione dei modelli che hanno segnato la storia dell'azienda dai primi esemplari Zonda alle iconiche Zonda Cinque, Zonda R e Huayra, con un grande concerto nella piazza centrale di Modena. La storia della Pagani nasce molto più lontano. Dalla Pampa argentina, dove un bambino di dieci anni sognava il suo futuro lavorando la balsa per dare forma a modellini di automobili. Nasce nella curiosità di quel bambino che, avido di letture, scopre Leonardo da Vinci e rimane affascinato dal suo dialogo possibile tra Arte e Scienza. Un connubio che non lo lascerà più e che diventerà ispirazione della sua



vita, non solo della sua azienda. Era affascinato dalle Gran Turismo, le macchine che correvano la 24 Ore di Le Mans. Lui aveva in mente solo quelle e non solo diceva che le avrebbe fatte, ma che le avrebbe fatte proprio a Modena, nella terra dei motori. I suoi amici gli hanno sempre creduto come Hugo Racca e Maurizio Ferrari, che lo avevano conosciuto in Lamborghini, contenti di averlo affiancato per 32 anni.

Horacio Pagani ha costruito le hypercar tra le più belle del mondo, futuristiche e rivoluzionarie, e ha fatto dell'azienda un atelier creativo dove una comunità di persone condivide mani e pensiero, affronta le grandi complicazioni della meccanica, le sfide della tecnologia e trova ispirazione reciproca.

«Mettere in discussione le nostre certezze. Soprattutto su quello che pensiamo di saper fare bene. Questo è il nostro metodo di lavoro e non cambierà», racconta a Circle Dynamic Luxury Magazine Horacio Pagani. «Metter-

si in discussione significa saper ascoltare, valutare, mettere in dubbio le proprie scelte ed essere umile per cambiare prospettiva. Così le persone crescono, maturano, acquisiscono e trasmettono conoscenza. Solo se ognuno di noi è incuriosito e appassionato della bellezza diventa un ricercatore di quella», spiega. Passione e disciplina sono i valori dell'azienda. «Noi vogliamo essere leader non per quello che abbiamo fatto fino ad oggi, ma per quello che faremo nel futuro, per lo sguardo che ogni giorno lanciamo un po' più avanti. Sarà questo sguardo che ci consentirà di continuare a fare automobili belle, innovative, sicure, confortevoli e a misura della persona. Chi viaggia in Pagani deve sentirsi a casa, deve riconoscere anche il suo vissuto, reale o desiderato che sia. Era una sfida iniziata 25 anni fa, e continua ad esserlo oggi per domani». **Con i venticinque anni la Pagani porta nelle strade Utopia. Una bella suggestione per annunciare il futuro. Nel guardarla si meraviglia anche Mattia Gessi, Designer and Project Leader della Pagani.** «Sono arrivato in Pagani nel 2011, pochi mesi dopo la laurea. Pensavo di sapere tutto e invece ho iniziato a imparare fin da subito», racconta. «Qui ho capito che il designer deve avere non solo la padronanza delle linee, ma anche dei materiali che a quelle linee daranno funzione e le renderanno tattili. Coniugare disegno e materiali vuol dire coniugare Arte e Scienza; indispensabile per affrontare la bellezza. Quando abbiamo iniziato a lavorare su Utopia ci siamo fatti guidare da questo e oggi ogni volta che scendo in produzione e la guardo mi stupisco come un bambino. Quando sono entrato qui non immaginavo che il mio lavoro potesse essere così bello».

E se per il filosofo Thomas More l'Utopia era un luogo ideale che non esisteva, per un creativo visionario come Horacio Pagani esiste eccome. Più di quattromila disegni stilistici, dieci modelli in scala, due in scala 1:1, innumerevoli idee, ricerche e sperimentazioni su otto prototipi completi per un lavoro di squadra durato più di sei anni. «Ci abbiamo messo la passione, lo sforzo e il sacrificio, nell'intento di creare qualcosa senza tempo e all'avanguardia della tecnologia», afferma Horacio Pagani. La forma fluida e sinuosa, dal parabrezza coi bordi arrotondati ai dettagli delle ali e del cofano, offre una silhouette addolcita che sfrutta i principi dell'aerodinamica per essere maneggevole e stabile a qualsiasi velocità. L'innovazione, al pari della bellezza, è l'altra grande ispirazione quotidiana che si respira in Pagani. Qui il futuro arriva prima che altrove grazie alla ricerca sui materiali compositi, alla tecnologia che consente di lavorare leghe e alluminio ricavandone dal pieno i componenti delle hypercar e anche l'elettronica d'avanguardia. La divisione di Pagani Automobili "Grandi Complicazioni" s'ispira al mondo dell'alta orologeria proprio perché realizza, in serie ultra-limitata, vetture che hanno tecnologie uniche e complesse.

«Le persone che lavorano da noi lo fanno con passione e la passione è contagiosa», dice Leonardo Pagani. «Chi entra in una delle nostre automobili scorge la cura dei dettagli e li vive ogni volta che si mette alla guida. I nostri clienti non acquistano solo un'automobile, ma tutto quell'insieme palpabile di emozioni e di dedizione che ognuno di noi ha messo nel fare la propria parte».





Horacio Pagani



Con una richiesta costantemente in crescita sui mercati europeo, nordamericano e asiatico, acquistare una Pagani significa anzitutto innamorarsi di un desiderio, corteggiarlo e lasciarsene conquistare. L'attesa fa parte del sogno. Serve a immaginare l'automobile e a personalizzarla insieme ai designer e ai tecnici che seguono il cliente giorno per giorno in ogni emozione e suggestione, come può essere vedere un dettaglio dove altri non lo vedono o un colore che per altri non esiste, realizzando così una vettura unica e irripetibile.

Come accadde con Lewis Hamilton, che volle la Zonda dello stesso colore viola del primo go-kart avuto da ragazzino.

Tutti i progetti Pagani si distinguono per una sigla. La terza lettera dell'alfabeto, la prima della sua vita, seguita da un numero che cambia. C8, per esempio è la sigla progettuale della Zonda, C9 quella della Huayra e C10 quella di Utopia. C come Cristina Elizabeth Perez. Aveva solo 19 anni quando ha sposato Horacio. Con lui ha condiviso tutto. Il trasferimento in Italia, la ricerca di un lavoro, i sogni visti in controluce, il lavoro in azienda, i



Utopia

sogni che si realizzano, l'azienda che cresce e che oggi guarda al futuro, i figli che prendono come esempio il padre e ne seguono le tracce. «Mio fratello ed io abbiamo avuto la fortuna di essere stati coinvolti in azienda sin da subito e abbiamo imparato tanto», dice Christopher Pagani. Questa è la Pagani, una famiglia che diventa comunità. Ognuno può portare le proprie idee ed ha la possibilità di esprimersi. Horacio ascolta tutti, coglie spunti e suggestioni, li elabora, li confronta e quasi sempre da questo laboratorio di idee nascono emozioni che diventano progetti. **E il nuovo atelier creativo Pagani Arte è dedicato a espandere l'idea di bellezza coltivata da Horacio. Non più solo hypercar, ma anche interior design per aerei, elicotteri, yacht e suite, tutto all'insegna della ricerca di forme, stili, materiali.** La ricerca del bello diventa così identità esclusiva e riservata, lusso nella sua quintessenza emozionale.

pagani.com



Endless, desideri infiniti

Marie Gillet

Endless, senza fine. Si chiama così il giovane artista londinese che fonde forme e registri di arte contemporanea alla Street Art. La parola incarna la sua illimitata creatività, passione ed energia, ma anche la necessità di espandere il suo lavoro senza limiti. Ha iniziato utilizzando le strade di Londra come vetrine delle sue opere fino a catturare l'attenzione del mondo dell'arte, dei marchi iconici della moda e dei media. I messaggi, profondi e carichi di significato, all'interno delle sue vibranti opere vogliono essere osservazioni imparziali della società e mirano ad esplorare il rapporto dell'umanità con la moda, la pubblicità, il brand-culto, il consumismo e la cultura delle celebrità, spesso fondendo in un tutt'uno immagini urbane contemporanee. La sua costante forza creativa e l'etica del lavoro hanno portato Endless ad emergere nel mondo dell'arte, tanto da diventare il primo street artist presente nella collezione permanente delle Gallerie degli Uffizi a Firenze, con un suo autoritratto con "Gilbert & George", e ad esporre all'interno della Biennale di Venezia. L'artista continua ad esprimere idee attraverso la sua street art, ma le sue opere più esclusive si trovano nelle gallerie Cris Contini Contemporary, a Milano e Londra, e nelle case dei collezionisti di tutto il mondo.

I galleristi Cristian Contini e Fulvio Granocchia hanno apprezzato il suo stile e il suo messaggio artistico contemporaneo diffuso attraverso l'utilizzo dei muri e dell'ambiente urbano e hanno pensato di traslare questi elementi in un contesto galleristico, prima, e museale, poi, estendendo la fruizione delle sue opere a un bacino di utenza più vasto e differenziato. «Una scelta rischiosa, ma che è stata accolta con favore di pubblico e critica», afferma Fulvio Granocchia.

Milano, una metropoli in continuo fermento, poliedrica ed innovativa, ha accolto con entusiasmo lo stile frizzante di Endless. «La città della moda non poteva non apprezzare le nuove icone in stile pop street art dell'artista inglese, da Karl Lagerfeld a Kate Moss, da Cara Delevigne a Naomi Campbell, ma anche l'icona della moda per eccellenza, come la definisce Endless, ovvero la Regina Elisabetta in versione punk, "Lizzy Vuitton"».



Endless Chapel Worship Milano, 2022 Mixed media on canvas 200 x 150 cm



Endless, Lizzy Vuitton Bronze Green, 2023 Mixed media on canvas

A settembre, Endless esporrà le sue opere più note nella VIP Lounge del Salone Nautico Genova, luogo simbolo del panorama nautico italiano, dalla **celebre Chapel, icona del consumismo, alle Worships, adorazione dei brand e delle dee iconiche della moda e l'immane Lizzy Vuitton, masterpiece dell'artista.**

La collaborazione tra l'artista e la VIP Lounge del Salone Nautico Genova è il frutto di una sinergia tra la galleria Cris Contini Contemporary e Circle Dynamic Luxury Magazine. «Insieme, stiamo realizzando progetti artistici di rilievo che combinano l'arte, il settore nautico e l'urbanità», racconta Fulvio Granocchia. «La trasversalità e abilità comunicativa di Endless lo rendono unico e ci fanno pensare che il contesto del Salone Nautico rappresenti un'opportunità per l'artista di diffondere il suo messaggio a un pubblico di collezionisti più ampio».

In passato, Endless ha personalizzato uno yacht con la sua arte e questo lavoro ha avuto una duplice valenza; ha rafforzato la sua convinzione che ogni superficie possa diventare uno strumento di comunicazione ed è stata un'opportunità per i collezionisti che apprezzano il suo stile artistico, che ha consacrato nell'Olimpo delle arti visive la Street Art. Questo segna solo l'inizio di un percorso artistico di grande importanza per lui.

È un'arte provocatoria? Non spetta a me dirlo afferma Endless è una decisione che deve prendere il fruitore. **«L'artista commenta senza criticare una società fatta di consumismo, di culto dei brand e di assenza di spiritualità, interagendo con il pubblico e invitandolo alla riflessione», aggiunge Cristian Contini.** «Apprezziamo il suo stile accattivante e innovativo, nato dalla compenetrazione tra tecniche di street art e icone pop alla Andy Warhol, con un piglio ironico che ricorda Gilbert & George con i quali ha collaborato e collabora tuttora».

Le opere di Endless sono poliedriche e si adattano ad ambienti, scopi e contesti differenti. Sono moderne, eleganti ed opulente, e si adeguano perfettamente allo stile contemporaneo dei grandi brand del lusso, da qui le collaborazioni con Karl Lagerfeld, Fiorucci, Porsche, Elisabetta Franchi e Bobbi Brown. Ma, allo stesso tempo, nella loro natura intrinseca di opere di street art, parlano alle masse e sono a proprio agio in contesti museali e nelle gallerie, sia in dinamiche urbane.

La serie Chapel raffigura l'iconica bottiglia della celebre fragranza Chanel N°5, simbolo del brand parigino, in un gioco di parole che mostra come i luxury brand siano diventati dei culti religiosi per l'umanità. Boutique e negozi rappresentano le Cattedrali, le riviste di moda, come Vogue, le nuove Bibbie.

Nel libro dedicato all'artista, il critico d'arte Pasquale Lettieri descrive le opere di Endless come delle visioni urbane e concettuali, dove si materializza un dialogo con la società dei consumi e del glamour, del gossip. Si tratta di un viaggio tra vecchio e nuovo nel mondo capitalistico, esplorando le contraddizioni e le meraviglie del nostro tempo. Per Lettieri, Endless sconvolge i confini tra l'ordinario e lo straordinario, dissacra le vecchie credenze e sperimenta nuovi orizzonti, configurando un immaginario, che, da un senso mitico e sacro, scende nel reale e nell'umano. Le sue provocazioni sono del tutto umane, fatte con materiali e tecniche della street art che parlano alle masse, in una spontaneità tutta mascherata dalla gestualità del mettere e del togliere, che richiama uno stato primitivo lontano dalle complessità che ci arrivano dal retaggio delle avanguardie. Endless si racconta a Circle Dynamic Luxury Magazine con grande spontaneità in un'intervista frizzante come la sua arte.



Come hai iniziato?

Sono sempre stato un artista. Ho studiato alla Cambridge School of Art, per sei anni, dove mi sono specializzato in Belle Arti e serigrafia e ho imparato diverse tecniche e nuovi modi di pensare e vedere.

La scelta di chiamarti Endless denota già una notevole inclinazione creativa?

Per me Endless è tutto. Rappresenta il processo del mio pensiero creativo, ma descrive anche il mondo che ci circonda.

Quanto una città come Londra ha influenzato la tua percezione della realtà contemporanea e il desiderio di rappresentarla nell'arte?

Londra per me è infinita. Raccoglie ogni aspetto dell'umanità e lo si può vedere per le strade, se si guarda ad occhi aperti. È la mia più grande fonte d'ispirazione e la sua energia, in continuo cambiamento, ispirerà sempre la mia mente creativa.

Che tipo di tecnica e di materiali utilizzi?

Dipende dalla visione che cerco di trasmettere, di solito, si tratta di collage digitale, pittura acrilica, vernice spray e altro ancora. Questi materiali vengono applicati con pittura a mano, alcuni elementi vengono spruzzati su stencil ritagliati a mano e altri sono collage incollati a creare l'opera finale.

A chi t'ispiri? Chi sono stati i tuoi mentori?

Prendo ispirazione soprattutto dalle cose che vedo nella vita quotidiana, piuttosto che da altri artisti. Tuttavia, sono amico degli artisti Gilbert & George, che m'ispirano molto con la loro filosofia «la vita è arte». Credo che abbiano decifrato la purezza della vita di un artista. Io ci sto ancora lavorando.

Quale messaggio vuoi trasmettere al pubblico?

I messaggi sono spesso nascosti e possono essere interpretati in molti modi. Il mio lavoro non ha lo scopo di dire agli altri che cosa pensare, ma piuttosto di invitare a pensare e a sentire in un modo nuovo.

Parli del culto dei marchi e delle celebrità. Perché?

Ho sempre visto cartelloni e pubblicità per le strade di Londra e ne ho riconosciuto il potere. Non solo come immagini commerciali, ma anche come arte di strada con un proprio programma. Ho preso queste grafiche e idee e ho rappresentato un'etica dell'interazione sociale. La gente va al centro commerciale la domenica per venerare i propri marchi e Vogue è la loro nuova bibbia, ricca di questa nuova religione delle celebrità.

Il tuo linguaggio artistico va oltre il semplice consumismo, che cosa vuoi portare alla luce o denunciare?

Le mie opere sono un commento imparziale sulla società. Voglio trasmettere il presente, non cerco di denunciare o portare alla luce qualcosa.

Qual è l'opera che ha suscitato più clamore? E perché?

Non credo di aver fatto nulla di controverso o di aver generato scalpore. Questo non è mai stato il mio obiettivo. Una volta realizzata un'opera penso già a quella successiva, non mi preoccupo della reazione da parte del pubblico.





La presenza del tuo autoritratto alla Galleria degli Uffizi di Firenze ha aumentato la notorietà?

La presenza di un mio lavoro in un museo così prestigioso ha sicuramente allargato i confini della street art, quindi, ne deriva una notorietà diffusa che va oltre il mio riconoscimento personale. Spero che altri musei storici seguano le orme degli Uffizi e includano le opere degli street artists nelle loro collezioni.

Qual è il valore economico attuale delle opere di Endless?

Molto più di ieri, ma non quanto domani.

Dove sono più apprezzate?

Al momento, il mio pubblico più numeroso di collezionisti è in Italia, poiché con la mia galleria, la Cris Contini Contemporary, abbiamo realizzato tante mostre in Italia, a Milano, Treviso e Palermo. Abbiamo intenzione di espanderci quando sarà il momento.

Come hai considerato l'occasione di esporre nella VIP Lounge del Salone Nautico Genova? Perché hai accettato?

Per me è un'opportunità per mostrare le mie opere a un nuovo pubblico. Mi è stato anche detto che è uno dei Saloni Nautici più importanti; quindi, può essere solo un luogo importante per esporre il mio lavoro.

Ritieni che le tue opere possano ben connettersi con il mondo della nautica?

Non creo le mie opere per connettermi con un mondo specifico, spero che le persone scelgano di dedicare il proprio tempo ad osservarle e che possano provare emozioni.

È un mondo per te ancora inesplorato? Ti affascina?

Sono interessato a esplorare tutti gli aspetti della vita, sia quelli umili sia quelli più agiati. Vedere innovazione e maestria è sempre fonte di ispirazione. Tuttavia, capisco che il mio privilegio consiste nel poter fare arte ogni giorno e non darlo per scontato.

Qual è il tuo legame con l'Italia. Come percepisci lo stile di vita italiano?

Gli italiani hanno una grande passione e conoscenza per le arti, oltre che per il cibo e le bevande migliori: tutte queste cose sono una grande vittoria per me.

Quando parli di bellezza convenzionale, che cosa intendi?

Intendo la bellezza percepita che ci è stata trasmessa dalla pubblicità e dai media. Aprendo la mente e liberando la creatività, la bellezza può essere trovata in molte cose che ci circondano.

Nell'opera Lizzy Vuitton, perché hai immaginato la regina con capi di noti marchi di lusso?

In origine, ho usato il motivo di Louis Vuitton sullo scialle della regina per mostrare ciò che noi consideriamo come ricchezza e potere attraverso il simbolismo e la pubblicità. Ho anche giocato sull'idea che la Regina fosse la regina della moda per eccellenza. Negli ultimi anni, ho cambiato il motivo Louis Vuitton in una versione con logo Endless, che descrive i nostri desideri infiniti.

criscontinicontemporary.com

endlesstheartist.com



Life is Beautiful

Marie Gillet

Grandi mappamondi dipinti in resina e pittura acrilica che rappresentano il Pianeta, con i mari, gli oceani, i fiori, la natura, e portano messaggi positivi a tutta l'umanità: «Non esisterà un futuro se non ci prenderemo cura del nostro ambiente naturale».

A lanciare l'appello è la pittrice e scrittrice Paola Buratto Caovilla. Questo monito è sempre stato per lei come una guida. Da ragazza, aveva trovato questa frase ricamata in inglese su un imparaticcio, i punti ricamati che dimostravano l'abilità dell'autore. Di recente, con la nostra testata è stata organizzata la site specific con i suoi globi dipinti, a Venezia a Palazzo Ca' Sagredo, la storica dimora patrizia che la managing director Lorenza Lain ha trasformato in albergo a 5 stelle per far vivere agli ospiti l'experience di un museo, e trasferire la bellezza, la cultura e l'arte di Venezia. «Perché la bellezza arricchisce il mondo se viene raccontata e condivisa», afferma Lorenza Lain. E dall'albergo messaggi di sostenibilità hanno divulgato la propria eco in tutto il mondo, dalle mani di Lorenzo Quinn ai globi di Paola Buratto Caovilla e tanti altri. **Affacciato sul Canal Grande, nel dehor, è presente il globo "No More Time-Oceans are Life" una voce sulla priorità della salvaguardia degli Oceani. La Terra chiede di essere rispettata e amata.**

«Vorrei che i messaggi volassero», racconta a Circle Dynamic Luxury Magazine Paola Buratto Caovilla, fondatrice con il marito della Maison René Caovilla, le calzature gioiello, eccellenza del made in Italy. **«Ognuno di noi desidera lasciare un segno e i miei globi mandano dei messaggi a chi verrà dopo di noi, per esprimere il mio sentire che è assolutamente green per il senso di rispetto verso gli altri, la natura e per quello che è stato creato. L'arte mi ha accompagnato per tutta la vita, ed è per me un linguaggio, un modo di espressione.** Fin da bambina, ho iniziato a disegnare. Sia mio padre, sia madre dipingevano. Nel grande tavolo c'erano tanti pennelli e colori; mia nonna si vantava del suo antenato Battista Piazzetta, pittore veneziano che fa parte della famiglia. Per me dipingere è sempre stato naturale, come per chi in casa ha sempre sentito suonare il pianoforte. Ho frequentato l'Istituto di Belle Arti a Venezia e imparato tutte le tecniche: a olio, acquerello, acrilico. Poi, dieci anni fa ho cominciato a tenere un blog dove parlavo di sostenibilità. Ho scritto dei libri sulla salvaguardia della terra e su Venezia e un libro di pensieri quotidiani per vivere meglio, dove avevo disegnato un globo che si sta sciogliendo. I messaggi che arrivano dalla mia arte sono positivi:









“Life is beautiful” è il mio motto. Non bisogna mai lasciarsi andare, ma continuare a lottare e dare sempre il meglio che possiamo per vivere bene noi e gli altri. Ho un esempio da seguire», dice Paola, «quello di mio padre che andava a fare volontariato in Africa, come un testimone, con il dovere di continuare a dare qualcosa agli altri».

Il suo legame con la Natura e con la città di Venezia è indissolubile. «Per me Venezia è la città del sogno, non facile da vivere, oggi è invasa da un turismo poco attento e deve essere rispettata. È un'opera d'arte sospesa nell'acqua». Il suo ultimo libro “My fashionable Venice” raccoglie i luoghi del cuore della scrittrice, illustrato e acquerellato come se si trattasse di un diario personale. I suoi globi, pieni di fiori e di colori, nati quasi per caso, sono stati esposti davanti a Palazzo Marino alla Biennale d'Arte a Venezia, a Campo San Pio. **Ne ha donato uno alla città di Venezia che l'ha esposto all'Arsenale. Per il giardino della Fondazione Alberto II a Montecarlo, ha realizzato “No More Time-Oceans are Life” sulla salvaguardia degli Oceani. «Lo stesso globo che, con Lorenza Lain, abbiamo deciso di esporre a Ca' Sagredo».**

Adesso nel suo atelier a Montello, vicino al Piave e a Treviso, nella casa dei suoi genitori che ha scelto come buen retiro, in mezzo al bosco e al verde, sta realizzando dei piccoli globi in serie limitata. «Quando sono qui mi si abbassano i battiti del cuore, sono tranquilla. Abbiamo bisogno di essere circondati dal verde, dalla natura autentica per il vero Ben Essere fisico e mentale».

Quando dipinge i globi ci mette tutta l'energia possibile per trasferire agli altri il suo sentire. «Se lo dipingo di blu, immagino di guardare il mare all'orizzonte. Mi dicono che mi vengono molto bene i fiori, perché li guardo tanto e ce li ho dentro il cuore. Mentre li dipingo non li ho davanti, li ho nella punta del pennello».

Il riconoscimento più bello è quello verso sé stessa. La soddisfazione personale di realizzare un'opera, ma di essere già proiettata sulla prossima. E il futuro? «È quello che mi verrà in mente domani. La vita è un evolversi di situazioni che non ci aspettiamo e, quindi, anche per i miei mappamondi è andata così. Si aprono le porte e le opportunità. **Vorrei continuare a mandare messaggi positivi di salvaguardia del Pianeta, ma non so ancora dove arriverò. Portare un mio globo sull'Altare della Patria? Perché no? Tutto è legato al divenire. Per un'artista è bello avere davanti l'Infinito».**

paolacaovilla.it
casagredohotel.com

ART



Il suono dell'arte

Marie Gillet



Palazzo Reale - Ph. Lorenzo Palmieri

Palazzo Reale esprime la vitalità di un museo cittadino che offre ai milanesi e ai visitatori nuovi stimoli e proposte di grande spessore artistico, fruibili per tutti, come si conviene a una capitale culturale. «Desideriamo che diventi un luogo di frequentazione di arte e cultura aperto alla città», afferma Domenico Piraina, direttore di Palazzo Reale. **«E puntiamo ad ospitare artisti che riscuotono un grande successo di pubblico e di critica, le cui opere sono esposte in prestigiosi musei internazionali».** Come la mostra “Xhixha. La Reggia allo Specchio”, un progetto espositivo dell’artista contemporaneo Helidon Xhixha, albanese d’origine e particolarmente legato all’Italia e a Milano, dove si è diplomato all’Accademia delle Belle Arti di Brera.

L’esposizione è stata progettata pensando alle magnifiche sale di Palazzo Reale restaurate di recente. Si parte dalla scalinata monumentale, sul cui soffitto è affrescata un’allegoria dell’Aurora, la dea romana che annuncia al mondo il mattino, dove l’opera “Roccia del Mediterraneo” accoglie il visitatore.

Si prosegue nelle Sale storiche di epoca Neoclassica dove le cinque sculture site-specific di Helidon Xhixha sono state scelte per dialogare con gli interni, prendono forme geometriche ed esaltano gli ambienti della reggia, i suoi arazzi, alcuni dedicati al mito di Medea e Giasone, gli arredi e gli elementi architettonici, rendendo Palazzo Reale protagonista dell’esposizione.

L’artista plasma con abilità l’acciaio inox e lo utilizza per scolpire la luce. «È grazie alla luce che riusciamo a percepire i colori e la profondità delle forme», afferma. Nel suo caso la luce diventa energia. Diceva di lui il critico Philippe Daverio nel 2015 a proposito dell’opera “Iceberg della Biennale di Venezia”: «Xhixha non scolpisce solo la luce, ma attraverso le sue opere genera energia come se fosse un pannello solare».

Sulla superficie d’acciaio la luce danza, vibra, volteggia, scatena un tripudio di forme e colori che sembrano addirittura smaterializzare la scultura. Le sue opere, di grande impatto visivo, giocano sui riflessi specchianti della materia, acquistano dinamismo e si arricchiscono dei riflessi mutevoli generati dall’ambiente circostante e dagli spettatori stessi. Ogni sala in cui sono state installate le opere, attraverso il dinamismo reso evidente dai riflessi raccolti e rilanciati dalla superficie specchiante dell’acciaio, attiva un dialogo fluido tra gli stati di coscienza che affiorano nel pubblico, ogni volta imprevedibile. Ciò rende ancora più unico l’incontro fra lo spettatore e l’opera. Lo specchio è sempre stato un elemento magico, da secoli. «Attraverso lo specchio, riusciamo a vedere e a percepire alcuni elementi visivi e prospettive che non riusciamo a vedere a occhio nudo», spiega l’artista. «Perciò in questo caso cerco di dare al pubblico delle prospettive, delle forme, delle visioni, per creare un dialogo aperto ma soprattutto per approfondire la visione di uno spazio da una prospettiva diversa. Lo specchio è magico, e sarà sempre così».

«Grazie alle sculture di Xhixha che diventano interattive, distorcono, ingrandiscono, capovolgono, frammentano la visione come specchi magici, i visitatori potranno ammirare l’apparato decorativo delle sale in maniera completamente sorprendente, apprezzando nel dettaglio elementi artistici che possono sfuggire a una visione d’insieme e sentirsi protagonisti attivi delle opere e del Palazzo Reale», aggiunge il direttore Domenico Piraina.

Il primo maestro per Xhixha è stato suo padre Sali. «Fin dalla tenera età mi portava nel suo atelier, era un pittore e realizzava tableaux monumentali», racconta l’artista. «La sua prima lezione sulla scultura fu: “Ricordati che





ogni materia ha un'anima e tocca allo scultore, di darle vita". Riguardo alle altre fonti d'ispirazione, un grande maestro è sempre stato per me Henry Moore, un esempio perfetto perché è riuscito a dare senso al passato e al presente con un oggetto, una scultura, un'espressione unica. **Un altro mentore è stato uno di quegli artisti che hanno fermato il tempo: Jackson Pollock, che ha reso lo spazio all'infinito, senza inizio e senza fine. Questi esempi mi hanno sempre accompagnato, attraverso i riflessi e le forme, e ora che sono cresciuto sono riuscito a dare un linguaggio alle mie opere.**

L'Italia è la culla della cultura e dell'arte anche per Helidon Xhixha. Ha avuto un ruolo importante e continua ad averlo per il suo successo artistico. «È un Paese meraviglioso, che sprigiona bellezza ovunque si vada, una fonte inesauribile d'ispirazione. Per me è stato fondamentale per formarmi e crescere, non lo cambierei con nessun altro Paese perché mi sento a casa». Xhixha ha lavorato con vari materiali, come il marmo, il bronzo, il vetro di Murano, ma con l'acciaio è stato un amore a prima vista. «Rappresenta la contemporaneità dell'epoca in cui viviamo, è presente in ogni momento della vita quotidiana. Perciò trasformare questo materiale in concetto artistico per me è stato un processo naturale. **L'acciaio segna l'era del futuro. È un elemento importante e vitale, ma ci vuole molta energia per crearlo. È un materiale che diventa fluido, basti pensare a quando esce dalle fonderie per diventare coils, adoro assistere personalmente a questi processi di realizzazione, ha un peso che può essere eccessivo o leggero. Trasmette leggerezza, specie quando viene plasmato e si trasforma in opera d'arte.** Sono i riflessi che danno importanza e leggerezza all'acciaio, perché tutto ciò che esso riflette diventa un fluido continuo, non un blocco rigido. Oltretutto, il pubblico ha il privilegio di diventare partecipe, per cui la leggerezza di questo materiale consiste anche nel dialogo che crea fra la natura e il pubblico». Ogni sala del Palazzo, attraverso i riflessi, si rivela nel modo più espressivo. Il visitatore ha un'occasione unica per vedere in un modo totalmente diverso e innovativo l'architettura, e per dare un senso alla connessione fra contemporaneità e neoclassico.

Non sono mancate le sfide. **L'acciaio inox 316 marino è uno degli acciai più importanti e resistenti al mondo.** «Domarlo e dargli vita non è stato facile perché fin dall'inizio ci volevano dei mezzi in grado di plasmarlo. È un materiale molto capriccioso, che ti insegna sempre qualcosa, ma soprattutto per me è stata una sfida tirare fuori l'energia che ha in sé: sembra un materiale freddo ma, al contrario, per crearlo serve molto calore e questo calore è racchiuso al suo interno. Con la gestualità artistica cerco di plasmare e dare vita al calore interno dell'acciaio».

Attraverso le sue opere Xhixha diventa un unicum con la natura. L'opera non deve essere un blocco a sé stante, deve essere quasi trasparente, quasi invisibile, e soprattutto attraente, il pubblico deve sentirsi attratto così che possa crearsi un dialogo continuo. «È come la musica, un'arte che ho sempre invidiato perché ha un privilegio: non chiede il permesso di entrare nell'anima delle persone. Cerco di trasmettere questa creatività, questa espressione artistica ai miei riflessi, a tutto ciò che cerco di plasmare; in ogni scultura cerco di avvicinarmi alla musica. Si tratta quindi di valorizzare concetti visivi, ma soprattutto di creare un dialogo tra opera, natura e uomo. Per me la musica e il mare sono sempre stati fonti di ispirazione: il mare perché ogni volta che vedo la danza della luce che attraversa le onde vedo la sua profondità infinita; la musica perché è l'emozione più forte, da sempre».

helidonxhixha.com
palazzorealemilano.it



Helidon Xhixha - Ritratto Courtesy l'artista



Nel lusso della campagna

Marie Gillet

Il nome riporta all'atmosfera d'antan dell'epoca scorsa, ed è proprio qui, circondato dalle dolci e gentili colline moreniche, nel territorio incontaminato della Valtenesi, a pochi chilometri dalle sponde del Lago di Garda, che il Wine Resort Conti Thun, pensato come Chateau Francese, è pronto per accogliere gli ospiti in una vera e propria oasi di verde, immersa tra ulivi e vigneti. Qui si viene per rigenerare mente e corpo, per assaporare una wine experience esclusiva fra romantici picnic tra le vigne e degustazioni di Rosè, protagonista assoluto della cantina. Tutto è stato sapientemente studiato per vivere appieno un'atmosfera raffinata nella natura nella sua sconvolgente bellezza.



L'antico casale dell'800 è rimasto quasi intatto, la facciata è stata ripulita e piccoli accorgimenti hanno dato vita a 24 eleganti suite in cui predominano il legno, i tessuti morbidi, i materiali naturali, gli oggetti della tradizione agricola. Gli arredi sono stati realizzati da artigiani locali e altoatesini, nel rispetto delle origini della famiglia dei Conti Thun. La natura invade gli interni, un antico ulivo ha preso nuova vita e domina come una scultura la zona adiacente le scale. Le suite sono abbellite e decorate da tele antiche recuperate da mercati dell'antiquariato e rivestite da un cornicciaio che, con semplici pennellate, raffigurano foglie di vite e ulivi, le sedie sono di recupero, una diversa dall'altra, i lampadari realizzati con tronchi di vite intrecciati o con le





bottiglie di vino bevute dagli ospiti, alle pareti campeggiano i colori della terra: dal rigenerante e vibrante verde oliva, al beige, al sabbia, abbinati al rosa antico con il tocco d'arancio, tonalità presenti in accordo con la natura del Resort.

Anche i letti favoriscono un risposo rigenerante perché sono completamente naturali realizzati con lana di pecora dell'Alto Adige. **«Ce ne accorgiamo dal viso disteso degli ospiti quando scendono a colazione», racconta a Circle Dynamic Luxury Magazine, la contessa Ilona Thun che ha curato l'interior décor di tutto il Resort.** «Sembra di dormire sulle nuvole e camminando a piedi nudi sul pavimento in legno di rovere, spazzolato e oleato al naturale senza lacche, si gode di un dolce massaggio alle piante dei piedi», aggiunge. Regna una grande naturalezza. Quasi tutte le camere hanno una piccola terrazza e il giardino privato che si affacciano direttamente sulle vigne. Tutt'intorno alle piscine, il giardino è il prosieguo della collinetta morenica, in passato era un uliveto, per questo motivo oggi è l'Oasi dell'Uliveto. Ogni suite ha un daybed riservato nel proprio angolo verde circondato da siepi, arbusti e fiori profumati a tutela della privacy. Qui si può godere lo spettacolo della natura perché è l'autentica bellezza del Resort, con il paesaggio che entra come un dipinto nelle camere.

«Mia moglie è andata in giro per tutta l'Italia per un anno intero alla ricerca del luogo che ci facesse battere le farfalle nello stomaco, dove insediarsi e dar vita al nostro progetto del "Wine and Resort Conti Thun", stabilirci e investire in un'azienda vitivinicola, dalla Toscana all'Umbria, fino alla Sardegna», racconta Vittorio Sommo, general manager e marito di Ilona. «Una parte di noi era molto attratta dal Lago di Garda, che è sempre stato il luogo privilegiato dove trascorrevamo le vacanze estive fin da bambini, io amante del wind surf e lei con la sua famiglia altoatesina. Siamo rimasti molto legati a questo territorio e ancora di più quando siamo inciampati nella Valtenesi, scoprendo un paesaggio ancora poco conosciuto, di cui ci siamo innamorati. Una terra baciata dal sole 300 giorni l'anno. Abbiamo visto in questa azienda un potenziale enorme inespresso e siamo venuti in contatto con il Consorzio della Valtenesi scoprendo che era in atto un grande progetto commerciale per il rilancio del vino rosato che, negli ultimi anni, ha avuto una forte accelerazione e richiesta a livello internazionale. Ci siamo trasferiti con i bambini molto piccoli e, giorno dopo giorno, abbiamo dato vita a questa singolare attività. Ci sono tre ambiti che sono importanti: quello produttivo agronomico con la cantina, 15 ettari che circondano l'azienda di cui 13 vitati, la parte d'ospitalità enologica con il Wine Bar, strategico per la crescita del marchio e delle etichette e adesso la parte ricettiva che ha dato completezza al progetto, tra ospitalità e agricoltura».

Il modello a cui si sono ispirati è lo Château francese, qui sembra veramente di essere in Provenza. A due chilometri dalla costa, il Resort non guarda il lago, gli ospiti si distaccano dalla frenesia del lungolago ed entrano in totale armonia con la natura in un contesto molto familiare dall'eleganza discreta.

Svegliarsi nella propria camera con vista sulle vigne, o sulla corte interna dell'800, farsi coccolare da un ampio buffet di prodotti locali di aziende agricole del territorio, iniziare la giornata con un risveglio muscolare nella Spa e una nuotata in piscina, è un vero must per gli ospiti. Poi, vengono organizzati piacevoli tour in e-bike o mountain bike attraverso il territorio che si snoda in percorsi ciclabili suggestivi arrivando fino a Desenzano senza toccare l'asfalto. Il Wine Bar aspetta gli ospiti per un pranzo fronte vigne con un calice di vino, o a bordo piscina, ed è aperto alla sera con un menu più ampio. Da prenotare, su richiesta, l'experience in cantina, tra prodotti tipici e calici di etichette selezionate. Vengono organizzate serate

a tema, quella molto richiesta dagli ospiti è la Sax Night, l'aperitivo accompagnato dalle note di un sax, e poi la serata in cui ad ogni vino Conti Thun è abbinato un piatto gourmet e una canzone del repertorio italiano per coinvolgere in una sinfonia tutti i nostri sensi. **Il Wine Resort è molto apprezzato da un turismo internazionale; gli stranieri assaporano il lifestyle italiano immersi in un piccolo borgo.**

Il lago di Garda sta crescendo in modo importante come destinazione, sia a livello numerico (25 milioni di pernottamenti la scorsa estate), sia qualitativo. Sulla sponda bresciana c'è un turismo elitario rilevante, con la più alta concentrazione di ristoranti stellati della Lombardia e numerosi alberghi cinque stelle. Il nostro picnic nelle vigne è sempre molto richiesto. «**Siamo stati scelti tra le location più belle in Italia», afferma con soddisfazione Vittorio Sommo: è un format semplice ma molto curato.** Diamo tutto l'occorrente, dal cestino ricco di prelibatezze alla bottiglia di vino, alle coperte, per poter trascorre qualche ora spensierata sotto l'ulivo e nelle vigne, un lifestyle italiano in mezzo alla natura».

Il Resort si trova in mezzo tra le alte montagne dell'Alto Garda e la Pianura Padana. Qui le colline hanno una conformazione idonea alla coltivazione dei vigneti, ed è la zona più incontaminata del lago rimasta fortunatamente agricola dove la speculazione edilizia non è arrivata. Nella Spa, viene adoperata una linea di prodotti a base di vinacce per massaggi e trattamenti che rispecchiano il fil rouge dello château francese.

La nostra produzione enologica è aumentata, nel 2018 abbiamo triplicato il numero di bottiglie prodotte perché sono andati a regime i nuovi vigneti impiantati e nel 2025 puntiamo a raggiungere l'obiettivo delle 120 mila bottiglie», conclude Vittorio Sommo. Non sono mancati i riconoscimenti soprattutto sui vini rosati che identificano il territorio: tra tutti, il Rosé Valtenesi Micaela, un blend di uve autoctone Gropello, Barbera, Sangiovese e Marzemino dalla beva fresca, leggera e fruttata e lo spumante Bolle di Micaela Brut Rosé premiato al Merano Wine Festival. Gli ospiti apprezzano il lusso della vera natura. Il piacere di sorseggiare un calice di vino al tramonto, a bordo piscina, scorgendo all'orizzonte i campanili, i filari di cipressi e le colline che si tingono di rosa. Immersi nella quiete.

contithun.com
winesort@contithun.it





PLEASURE



Happy Spirit, Happy Day

Marie Gillet





Si rinnova l'appuntamento glamour più atteso dell'estate ampezzana: il Cortina Summer Party, il tradizionale picnic dal dress code tirolese sui prati del Rifugio Socrepes con la spettacolare vista sulle Tofane.

Un rito irrinunciabile per gli amanti della località, giunto alla quattordicesima edizione. È l'occasione perfetta per ritrovarsi nel piacere delle relazioni e del lifestyle, gustando i piatti preparati da rinomati chef del territorio abbinati a etichette esclusive. Ospiti internazionali, imprenditori italiani, sportivi e frequentatori abituali della regina delle Dolomiti sono attesi, il 24 Agosto, all'evento mondano più ambito che rappresenta il culmine della stagione estiva del luogo. Una giornata da vivere in malga, sulla scia delle memorabili feste degli anni '60, e di quelle future delle prossime Olimpiadi 2026. Quinta scenografica di grande effetto, le Tofane, vere protagoniste assieme alla cucina d'autore degli chef del party tra cui Andrea Ribaldone, chef del nuovo Hotel De Len, che preparerà il suo gustoso risotto alla barbabietola e fondata di Alto Vecchio, e lo chef Alessandro Favrin, da pochi anni approdato al ristorante Seda del Resort Colonia, nelle colline del trevigiano, nato e cresciuto nella pasticceria di famiglia sul Ponte Vecchio di Bassano del Grappa, dopo aver avuto un'importante esperienza al Rosapetra Resort di Cortina, ha deciso di aprire il ristorante di sua proprietà tra le colline del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene. «Quando sono arrivato qui ho scelto un nome legato al territorio, Seda, in dialetto veneto significa seta, questa zona, infatti, era una delle vie principali per la commercializzazione del baco da seta che qui veniva coltivato ancora prima dei vigneti», racconta lo chef. Il ristorante è ospitato all'interno di un casale immerso tra le colline Patrimonio Unesco che accoglie gli ospiti in sei camere, ognuna con il nome di un vitigno autoctono. La sua cucina, elegante e reinterpretata, è frutto di una ricerca costante che parte dai prodotti del territorio, con una visione internazionale accosta le materie prime di qualità, non solo quelle a chilometro zero. «Mi piace abbinare gusti dolci ma contrastati dalla sapidità, dall'acido e dall'amaricante. Un piatto deve essere equilibrato ed esaltare il sapore dell'ingrediente principale», aggiunge. Le sue specialità vanno dalla carne al pesce, anche d'acqua dolce, spazia con grande abilità tra una cucina di terra e di mare, con accostamenti e tecniche di cottura bene equilibrati.

Il suo piatto forte è il Porcino cotto a bassa temperatura e scottato al servizio, con spuma di patate, nocciole, topinambur e olio al sedano di





montagna. Molto noti anche gli Spaghetti con ostrica, burro al crescione e bacon affumicato. Ma in occasione del Cortina Summer Party farà assaporare agli ospiti i suoi Ravioli del Plin al capriolo, segale, mirtillo di bosco e sedano selvatico, una vera goduria.

Incontri, condivisioni di esperienze e art de vivre creano un'alchimia ineguagliabile, ogni anno più ricca e sempre diversa, con la presenza di partner importanti, e la mediapartner con Circle Dynamic Luxury Magazine.

Una giornata da trascorrere immersi nel paesaggio alpino grazie a un format impeccabile con camerieri in abito scuro e guanti bianchi per un servizio a passaggio di specialità gourmet. Alla regia, Erica e Alvisè Zuliani, che affiancano gli chef, i grandi protagonisti dell'evento, con le cucine en plein air circondati dallo spettacolare palcoscenico delle Dolomiti. Non manca anche per questa edizione la premiazione dei migliori outfit tradizionali indossati per l'occasione dagli ospiti.

«Cortina conferma riti e tradizioni», afferma Alvisè Zuliani, ideatore della manifestazione, «nel rispetto dello stile che l'ha resa famosa nel mondo, con sempre maggiore attenzione al desiderio di nutrire corpo e spirito. Senza prescindere da ciò che rende speciale la località: l'aria pura, il verde, il panorama, gli spazi sconfinati, ma anche l'attitudine ad attrarre novità ed energie positive. I prati del Rifugio Socrepes, a 1530 metri di altitudine, sono uno dei luoghi magici di Cortina. Si sale con la seggiovia Chalet Tofane, o per gli sportivi a piedi. Il Cortina Summer Party conserva intatto lo spirito dell'evento, puntando sempre di più alla potente bellezza del territorio e al piacere della condivisione di esperienze con un parterre di circa 600 ospiti». Saranno presenti 22 stand enogastronomici, con diverse specialità da degustare che esaltano le materie prime del territorio ampezzano, come ortaggi, fiori, erbe spontanee, selvaggina, ma anche eccellenze della cucina italiana e una selezione di vini dalle prestigiose etichette della Cantina Venissa e della Maison Pommery.

Dal Rifugio Socrepes si possono fare meravigliose escursioni lungo i sentieri di montagna alla scoperta delle erbe, officinali e aromatiche, come genziane, echinacee, tarassaco, camomille, calendule, grandi protagoniste anche della tavola.

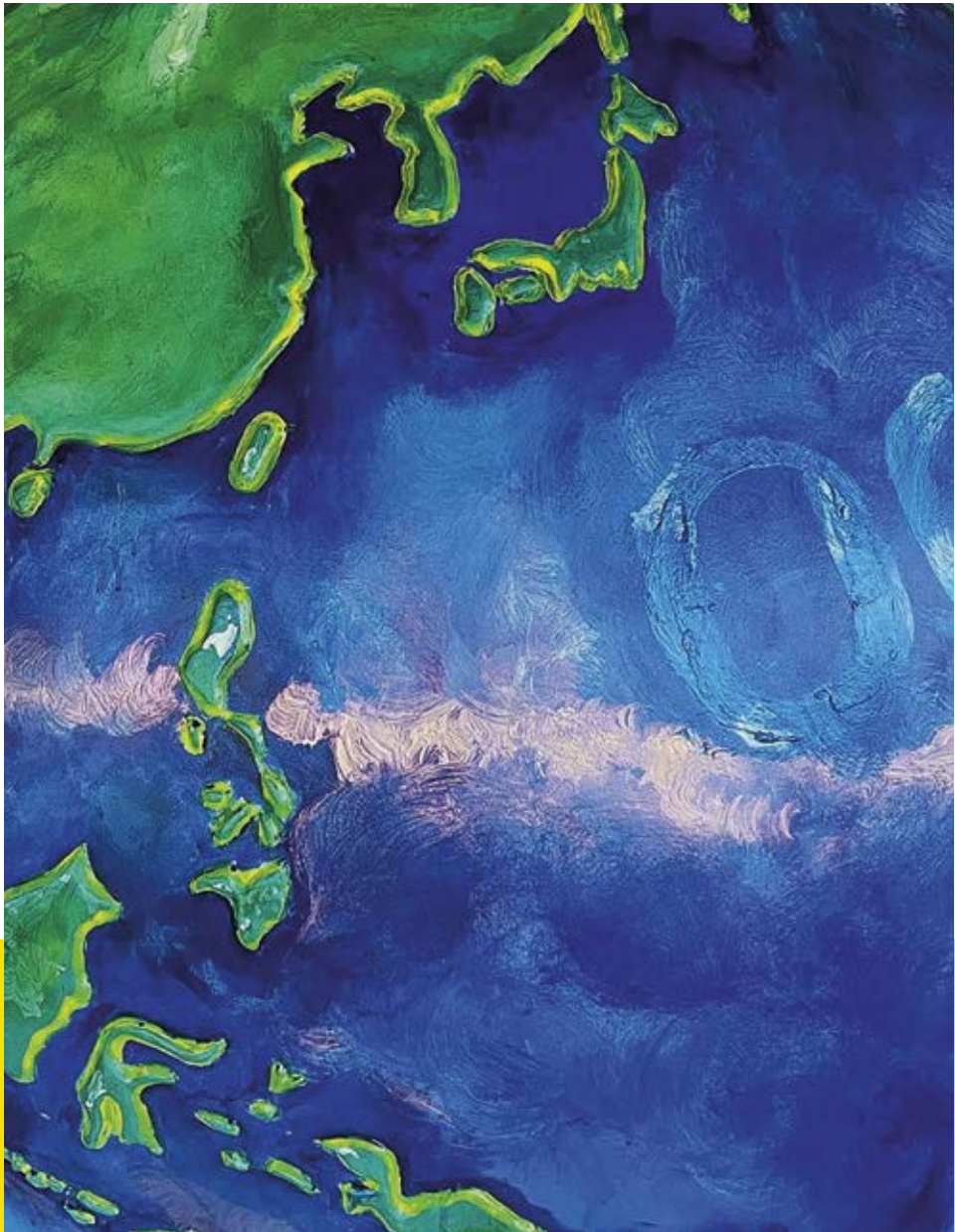
cortinaup.it
rseventi.com



**INVESTI NELLE TUE PASSIONI
NOI SAPREMO PROTEGGERLE.**

WWW.BROKERINSURANCEGROUP.COM

BiG BROKER
INSURANCE
GROUP
Coverholder at LLOYDS
CIACCIOARTE



The aesthetics of the senses

Margherita Celia Bertolotti

"The water that touches the rivers is the last of that which went and the first of that which is to come. Thus is the present time."

Leonardo Da Vinci

Sense is always an effect. Not just an effect in the causal sense; but an effect that triggers sensations, such as "optical effect", "sound effect", or better still, "visual effect", and "tactile effect", between spirit and nature, ideal and real, suggestions between mind and body. A double reality and a double concept of temporality and truth. Sense thought as a mode of expression and "attribute" of things, an intuitive knowledge of the pleasant to grasp the distinction of the beautiful and the ugly.



Architecture and man must coexist and be in unison in our life. Kengo Kuma, creator of extraordinary projects, creates new identities by designing the forms of his works with onomatopoeic vision, and in occasion of the 18th International Architecture Exhibition edited by Lesley Lokko, dedicated to the Laboratory of the Future, he brings all his originality to Venice with the exhibition "Onomatopoeia Architecture", edited by Chizuko Kawarada and Roberta Perazzini Calarota, at Palazzo Franchetti, headquarters of Art Capital Partners, until the 14 of November. "Every time I go to Venice I feel close to the fluid element of water, I think about the dialogue between man and the elements". Kengo Kuma dialogues with materials, natural elements and sensations, he listens and innovates the design through onomatopoeia, the primitive language in which matter and the body dialogue with each other. Onomatopoeia is the act of creating and using words that includes sounds similar to the noises and sensations to which they refer, so his design approach is tactile, sensory, sometimes sensual. The buildings designed by Kuma have an unexpected lightness, a movement that is almost a symphony, a balance between voids and solids, undulating forms that follow the flow, the vortex, the wind. Rhythm and artistic fluidity are part of his sensibility. Avoiding as much as possible the use of concrete, he creates works in wood, stone, glass, ceramics, which gently rest on the ground, sometimes almost evanescent. He describes himself as a 'materialist' in the

physical sense of the term. His continuous search for new but also ancient building materials makes us realize that there is an unimaginable wealth of materials waiting to be discovered. He brings back the Japanese traditions and the most commonly used materials such as wood, paper and metal, glass ceramics, the architect uses them in an unusual way. In his vision, surfaces do not involve only sight, but all the senses, such as smell, touch and hearing.

The Japanese architect, born in Yokohama, considers the world itself a material and before each project he studies the place in detail to understand authentically the genius loci, its value to create architecture that is in dialogue with the environment and rooted in space and time. Each design work project must be integrated into its context so that it does not upset the balance but is a natural derivation.

"Through materials we can learn about the place and get closer to its specificity". He explains. "By becoming friends with the materials, I was able to learn important things," he adds. He attended the University of Tokyo in the 1970s confronting the architectural masters of the time such as Kenzo Tange. But he achieved his expressive freedom with his experience as a Visiting Student at Columbia University in New York. Kengo Kuma tells an anecdote of when as a young student he shared the tea ceremony with his American friends: "At that moment, I realized how much Americans were attracted to Japanese design," he says. In his idea of sustainable

architecture, materials are reclaimed and people are reconnected to them as memory reclaims itself. Fundamental in his constructions is the use of light with which he achieves the sense of immateriality of space. In Venice, the exhibition narrates an emotional journey of onomatopoeic forms, his most diverse works. For the occasion, Kuma designed a temporary aluminum structure, over five meters high, conceived precisely for the inner garden of Palazzo Franchetti, overlooking the Grand Canal. Among the designed buildings, scattered all over the world, including the Wooden Bridge Museum in Yusuvara, the Garden Terrace Hotel in Nagasaki, the Yunfeng Spa Resort in China and the Japan's National Stadium, the centerpiece of the 2020 Olympic Games. The Wooden Bridge Museum. The resulting shape is an inverted triangle that evokes the surrounding landscape. One of the buildings that best represents the architectural vision of his work is the Water/Glass House in Atami, Japan. A villa built in front of the ocean. He has created a structure that floats on a pool filled with water cascading down from the roof, blurring the contours of the building into the ocean, not just framing it, but in fact inserting it into nature itself. As Kengo Kuma said: "The building becomes a total environment in which everything dissolves, where there is no disarticulation of space, and where boundaries disappear".

labiennale.org
kkaa.co.jp



Those who live well and living better makes better individuals. Creating a habitat of well-being is anything but a whim or an advertising slogan, but the necessary contribution of architecture to the world. Neuroscience and environmental psychology have amply demonstrated how space is able to condition human physiology by arousing different emotional states and consequent bodily responses, which in turn lead to the activation of certain behaviors rather than others. It is not just a matter of guaranteeing living comfort or the healthiness of the environments, using less polluting materials and low energy consumption solutions, but of looking at the person in his entirety, in the complexity of his physical, psychic, emotional dimensions, a multidimensional entity that reacts and interacts continuously with concrete elements of the space: planimetry, fluidity of paths, distribution of housing functions, balance between open and closed areas, proportion between full and empty volumes, arrangement of doors and windows, style of furniture, colours, materials, presence of noise and smells, quality of the air and light... «All elements that the architect must be able to place coherently within a harmonious composition, conducive to the best expression of the human being and, possibly, able to drive him out of the emotional silence in which decades of bad construction have relegated him». Dante Oscar Benini, one of the greatest living archistar, with a long career that blossomed at the school of Carlo Scarpa and studded with excellent collaborations such as those with Oscar Niemeyer and Richard Meier, never stopped questioning the profound meaning of the profession. Above all, he has never abdicated the comparison with that compositional complexity which, in its ability to generate amazement, stands as a natural antidote to the anonymity of places and experience.

Architect Benini, what role does the quality of space play in today's social context?

There is no doubt that architecture can affect people's attitudes, bringing them closer to the behavioral ideal desired by a civil society and a good quality of life, an ideal most often disregarded precisely because of an environment that is not functional to the good. Churchill said it: «we shape our buildings, afterward our buildings shape us», we give shape to our buildings and immediately afterwards the buildings give it to us. The father who feels he can present his family with dignity in his home is a man of worth. Be-

cause people respond to the stimuli of the space you design around them. The concept of beauty, in this sense, ceases to be an aesthetic category to become synonymous with well-being.

Could we therefore say that a good project also has an educational function?

Frank Lloyd Wright argued that architecture was a sort of crusade for the civilization of Europe, he believed in architecture as an expression of the dignity and value of the human being. We don't claim to save the world, but I am convinced that if medicine cures, architecture is prevention. And it is our responsibility to design places to dream of living.

Does the exodus from the city indicate that it is no longer a place capable of fueling this dream?

The city is losing its original function which is to live, it is no longer made to live a friendly and sociable everyday life. Americans speak of "boxes of speed", streams of people who touch but cannot be seen. And, to tell the truth, we no longer even see the city: we discover Milan in August when we look up. So, let's notice good things, that people are learning to call architecture, that art of composition that turns into a storyteller when it leaves you speechless. Each project modifies a piece of the world and the people who inhabit it: it is a responsibility that anyone in this profession cannot shirk. It is not enough to pursue the beautiful, we must seek the sublime, generate emotions that convey positive intentions.

In some ways, then, is the architect also an anthropologist and a sociologist?

Absolutely. And, in this sense, genius consists in giving importance and full dignity to people in their daily life, in elevating the spirit: it is what I like to call "the immense value of useful beauty". People no longer get excited about anything, "not get emotionally involved", they say overseas. This profession is justified only if it manages to touch the strings of the soul.

What does it actually mean?

For example, creating spaces capable of valuing what individuals have in common rather than differences. Whether you design residences, offices or hotels, the search for this balance is the real mission, where today's legislative vacuum follows that of the 60s or the first after the war, when a way of building was perpetrated that annihilated the emotional dimension, giving life to an enormous building production smuggled for architecture. Today, in designing, cosmetic, repetitive, superficial values prevail, in the to-

tal neglect of the art of composition, relegated to a mostly inconsistent decorativeism: it is the 'profound altissimo' of ignorant clients. Instead, the hand must be educated to express the movements of thought, because beauty, if it is truly such, does not separate form and function, aesthetics and technique, but restores all these elements in the complexity of the execution, as in musical composition.

Hasn't the pandemic changed the approach to building?

No, it has simply amplified what the builders of Bolshevik houses have always imagined: a panel, a window, a panel, a window... Now it is understood that people locked up in the house want loggias and balconies and a way has been found to replicate the scheme by providing loggias and balconies for everyone. But the cut remains that of a depressing building speculation and the criterion is always commercial.

What does it take to operate differently?

A great client and a great architect. Architecture is the face of the times and places in which it was born and, sometimes, becomes the representation of a decadence, but there are also happy exceptions that escape the logic of anonymity and which then go around the world. Personally, I believe that the 'Vitruvian Man' is valid for architects, as is the Hippocratic oath for doctors, to recognize the human being in its entirety, in its emotional and psychic dynamics, because the building profoundly influences those who live there. The project is like an egg: if the genesis occurs with a crack from the outside, it is the beginning of the end; if it comes with a crack from within, it is the beginning of the beginning. And every time we make a mark on a blank sheet we have to know which crack it is.

Are there still big clients?

Yes, and they are the ones who knock on the right doors, as opposed to the generalized clients who turn to large engineering companies, enslaved to the residential logic of copy and paste, regardless of the context, the place, the user. But, be careful, the house is the basis of democracy and pursuing sustainability in prices, in the face of perceived quality, is the real challenge. I always say people will forget what you said and did, but they won't forget how you made them feel.

Is there any virtuous example?

Without going far, an example of an environmental context on a human scale, designed fifty years ago, is Milan 2. A decentralized district which, despite being an integral part of the city, embodies a social model that is totally different from the urban one: there is not a graffiti on the walls, green spaces galore, cars never meet a pedestrian and there is everything you need for life, a medical centre, shops, supermarkets... Drawing on the contemporary, an extraordinary example is CityLife, the pinnacle of livability, designed not by chance by three giants like Zaha Hadid, Arata Isozaki and Daniel Libeskind. And the next development will involve another noble signature, that of Bjarke Ingels. Unfortunately, or fortunately, there are no shortcuts: great projects come from great architects, those who restore full value to the profession. CityLife is a city within a city that takes into account any need its residents may have, unfortunately, belonging only to the wealthy classes. The challenge, and the responsibility, is to arrive at transferring the same criterion of closeness to the needs expressed in everyday life to popular contexts as well.

dantebeniniarchitects.com



On the occasion of the celebrations of the 50th anniversary of the iMaestri Collection, Cassina chose to tell the magnificent story and the long research work of the iconic furniture designed by the Masters of the Modern Movement with the exhibition "Echoes, 50 years of iMaestri", directed by Art Director Patricia Urquiola in collaboration with Federica Sala.

"This has been a very stimulating project that has brought me great energy, and which anticipates the release of the book in autumn," Patricia Urquiola says to Circle Dynamic Luxury Magazine. "Remaining a contemporary brand, Cassina has demonstrated a constant focus on the precious cultural heritage of the great masters of the past, enabling their impact also in the present with a great echo." An emblem of contemporary design, the company perfectly combines in its collections the craftsmanship with technological innovations.

The exhibition, inaugurated during the last Milano Design Week and presented inside the historical Palazzo Broggi gave the opportunity to present the company's heritage. "A very special place, a symbol to underline the preciousness of the archive pieces presented in the exhibition," tells Urquiola. "We deliberately chose not to follow a chronological path, but to narrate the fourteen Masters and their projects through five sections, like the chapters of the book, with a contemporary reading, in a play of cross-references between the three-dimensionality of the pieces and the two-dimensionality of the author's photos taken for the book".

Officially presented in 1973, the iMaestri Collection actually began in 1965 with the mass production of the first four models designed by Le Corbusier, Pierre Jeanneret and Charlotte Perriand. Over time, the collection has some of the most iconic furniture of the 20th Century with works by Gerrit Thomas Rietveld, Franco Albini, Marco Zanuso, Ico Parisi and Giacomo Balla. For its 50th anniversary, the Cassina iMaestri Collection has expanded to include new authors who have written the history of design and have earned their place in this universe: Vico Magistretti, Gio Ponti and Carlo Scarpa, already

present in the Cassina portfolio, and Charles and Ray Eames, anticipating the launch of their lighting collection next year.

For the first time, the company's archives (including photographs, drawings, sketches and original manuscripts of the major designers who have collaborated with Cassina, and with the precious contribution of the Foundations and the heirs of the masters, unknown and never realized projects were exhibited.) Urquiola tells Circle the strengths of a leading player in international design always able to anticipate thought and style.

What meaning did you want to convey: The echo of the past that celebrates the future?

A way of reflecting on the innovation of the Cassina method. The company has always committed preserving the authenticity and integrity of iMaestri designs, editing them in a modern key to adapt them to current needs. It is a delicate balance between respect for tradition and the ambition to make design relevant for present and future generations.

"The echo of the past celebrating the future" the highlights Cassina's attitude of always looking to the future to understand social changes and always developing a current collection.

What should we appreciate today about the great masters of the past? And how does the reinterpretation of the work of the great masters take place?

The Masters are those architects and designers who have made those objects that resist the filter of time, influencing generations of designers. They have worked in their own time with great naturalness and spontaneity, never being afraid to experimenting and pushing the limits of living. They embody key concepts, styles and philosophies that have had a significant impact on the evolution of design.

Of the Masters, I admire their spirit of observation that underlies all their approaches. They carefully observe the environment, the cultural context, the behavior, the human needs and transform their creative processes and their projects accordingly. Their ability to quickly transform these observations makes them unique, stimuli and connections, into seemingly simple yet always

ingenious projects. The re-edition of the work of the Masters is a process that requires great care and respect for the legacy of the authors. Cassina is committed to work in close collaboration with the foundations and heirs to ensure an accurate and faithful interpretation of their designs. Subsequently, the company applies its experience and expertise in the field to update products to always meet current needs. The main objective is to maintain the integrity of the original designs, keeping the essence and vision of iMaestri alive, but at the same time making the products relevant to a new audience.

Cassina has marked the history of Italian design with iconic products of great designers. What does the company represent in the design world today?

Cassina is able to remain a protagonist today, setting the guidelines for the future and creating value beyond our contemporary. Unlike many other companies that discovered the importance of dialogue with the classics sometime later, Cassina was well aware of this more than 50 years ago. Since 2015, the year I became Art Director, I have always tried not to be intimidated by this important and precious baggage, trying, with great respect, to make the Icons of contemporary pieces. What I consider fundamental is to try to give a new interpretation, looking at the present and the future, putting them together. We have also worked a lot in this direction in the re-edition of iconic pieces which are often reborn with circular materials, as in the recent case of some classics by Le Corbusier, Pierre Jeanneret and Charlotte Perriand. In products that feature foamed parts, such as the armchair 7 Fauteuil tournant and the stool 8 Tabouret tournant, a polyurethane is used with a percentage of polyols derived from organic origin.

Who was your true great Master?

There is no single answer, I have been lucky enough to have had several such as Castiglioni, Magistretti, Maddalena de Padova, but also Tomàs Maldonado and others. But what is much more interesting, in these years of great changes and transitions towards a digitized and unstable world, is the fact that we are all at the beginning, we are all in some way protagonists of a new youth, and we must therefore contextualize our mentors in a much broader vision.

Which design philosophy are you inspired by?

I like to define each project as a different journey each time. The process is developed through dialogue with the client and the consequent work in four hands. This often leads to an unexpected end result. In many cases, the opportunities arise from architectural projects, where we have to respond to specific which are then useful in general.

How has design changed today, but especially in the future what lies ahead?

Today we are in an important transition moment for design. I think that in the future the production of design objects will continue to evolve and diversify first and foremost towards new forms of distribution and sharing. The systems will become increasingly complex and our role as architects and designers, as technicians and humanists, will first and foremost be to ask questions, interpret the evolution of needs and the potential of research.

cassina.com
patriciaurquiola.com



The new contemporary luxury is the rediscovery of simple pleasures, and puts mental and physical well-being first. The Luxury Real Estate in the Costa Smeralda has changed profoundly in recent years. Market dynamics and socio-cultural needs that are also reflected in the priorities and expectations of customers. Daniela Bracco, president of ImmobiliSarda among the leading players in the real estate sector in Sardinia, affiliated with the prestigious Christie's International Real Estate division. The main demand is, in fact, that of properties built in nature with large spaces and lots of privacy. Sardinia, and in particular Gallura - Costa Smeralda, with its comfortable climate all year and its unparalleled natural wealth is one of the most sought-after destinations in the Mediterranean.

"It is becoming increasingly common for young families to opt for the new lifestyle of the Gallura - Costa Smeralda: they have rediscovered the importance of raising their children in a serene and natural environment, in a positive context with authentic values. Worldliness is no longer the main pivot around which our customer search: the primary need is the search for their own well-being, the beauty of nature, a space to be inhabited no longer seasonally, but lasting throughout the year," says Daniela Bracco. Today there is a great revaluation of the western Mediterranean and the Gallura - Costa Smeralda, which has preserved intact its natural beauty due, fortunately, to the constraints of the 1960s, which protected its coastline and landscapes. The unique conditions that characterize the area, its morphology, the beautiful climate, have defined it as a sought-after destination in the Mediterranean basin, and the foresight of local institutions that are working to ensure services available all year round, guarantee a destination of choice capable of satisfying the needs of a clientele that seeks a lifestyle in contact with nature in an elegant context without equal. Since 1974 ImmobiliSarda, founded by her brother, Giancarlo Bracco, has pursued an innovative policy in the sector, capable of combining the values of man, environmental protection and excellent service.

What is the approach of international customers?

The search for a secure long-term investment is a growing trend among international clientele looking for a seaside asset to devote to the well-being of the family, and the generational change linked to children or grandchildren, or simply looking to indulge in a unique and authentic lifestyle for which Sardinia and Costa Smeralda are prominent and well-known in this beautiful world.

How has the concept of living changed?

An increasingly important trend in recent years is the Second Prime- Home, as a consequence of the lockdowns imposed by the pandemic, which have led to a profound change in the concept of living, with a new awareness and to a different perception of the home itself, not only as a physical place,

but as a place of serenity and well-being, contact with nature and the environment thus becomes fundamental. Sardinia puts ethical and sustainable value first in conceiving contemporary architecture, promoting new ecological plans, private villas or resorts, which are characterized by a low environmental impact. Sardinia, in fact, is no longer the destination for a second holiday home, but has become the main family destination, with historic residences where one can move in and spend long periods, recovering traditions between generations, parents and children, grandparents and grandchildren, who find a rediscovered familiarity and quality of life as an essential element.

What are the highlights of Luxury Real Estate in general and in particular of the Costa Smeralda?

Today, true luxury is the habitat and the home is our means of satisfying a primary need for well-being. When we are asked to give a valuation of the properties we offer, set in this unique territory, we do not talk about prices per square or square meter or specifications but of the quality of the area and the neighborhood, the beauty, the inclusion of the properties surrounded by nature, with beaches and private moorings or large gardens, so we talk about emotions, about nature, about the quality of the environment, what we like to describe in general is the term 'mental wellness'. Our customers tell us every day how this has become a real primary need: wellness, understood in its broadest and most complete sense, more and more to discover an area such as Sardinia and the Gallura and Costa Smeralda in particular.

From an architectural point of view, are there any changes?

New architectural canons emerge, applied both to the construction of new houses and to the renovation of existing villas and properties, according to the new philosophy that merges respect for tradition and the application of avant-garde, organic, sustainable construction cutting-edge techniques designed for holistic human well-being. ImmobiliSarda is promoting new architectural concepts of biophilic wellness design on under construction and tailor-made properties in Gallura. New projects that focus on neuroarchitecture, wellness and comfort of living, the integration of nature in balance with innovation. The search for property in the Gallurese hinterland is an interesting trend in recent years, linked to the redevelopment of estates, country houses, ancient stazzi in the territories with a strong wine vocation, linked to rural life, in synergy with the proximity of services and access to the nearby coastline.

Is the value of the Costa Smeralda and Gallura a growing trend?

As for Costa Smeralda, the most sought-after locations are Cala di Volpe, Romazzino, Golfo del Pevero, La Celvia, Pantogia, but also Porto Rafael and Porto Rotondo, in these beachfront areas a

luxurious villa with beach access, private pier, can be worth between 25 million and 100 million euros and more, but they are clearly trophy assets. The average price in Costa Smeralda is between 1,000 to 10 million euros.

Milan headquarter is designed as an experience tour, how are projects are presented?

We stood out for its ability to update, appeal and satisfy our customer's needs in the best possible way, through Virtual Tour services, with immersive reality to total emotion experiences, visiting properties and the beauty of nature. In recent years, tourism and real estate have had to seek new ways of dialogue and confrontation, at a time where moving was difficult.

What is the added value of the collaboration between ImmobiliSarda and the top brand Christie's International Real Estate?

We are exclusively affiliated to Sardinia with the prestigious auction house through Christie's International Real Estate division, which represents not only an emblazoned brand but a concrete channel for sales and international networking promotion. Present in 45 countries with over 32,000 associates, Christie's International Real Estate is the largest international network of real estate companies dedicated to the sale and management of luxury residences. Access is offered by invitation only to real estate agencies whose success in selling high-end homes which are a professionalism guarantee of standing, experience and quality of offer. Our most prestigious assets are promoted through bespoke marketing and Christie's private sales programs, with privileged attention and exposure reserved highly to selected clients: investors, collectors, connoisseurs and lovers of art, beauty and of rare and unique assets.

Costa Smeralda is an area of lifestyle and culture, so how does the Real Estate market feel the need to use art as a driver?

When we talk about Gallura we like to define it as a Nature Art Gallery, and therefore consider it as a true gallery of natural works of art, set in a unique natural and living context. Real Estate, nature and art are for us an important link with Christie's, for this reason in our marketing, in our promotional activities, we work alongside the art world. Today it is easy to make business about of Picasso, Leonardo, Sciola: for us unrepeatability is this place, where the building serves mainly as a frame. It is important to emphasize the unique numbers of this land: 450 kilometers of protected coastline, 25 islands, 160,000 inhabitants... you have to consider this land as a work of art. In recent years we have created a format of events related to Art: Arte In, which have had as their excellence of Porto Rotondo, Porto Cervo, last year with Portobello area too, but also Milan with its Design Week, we created contemporary art galleries in the heart of Milan and the Leonardo Horse Project of which we were sponsors. During these activities, conceived by ImmobiliSarda, we wanted to combine art, beauty, architecture, respect and love for nature and the environment. Art represents for us a precise model of cultural enhancement and of the territory itself. During these events, the proposals of Real Estate of Gallura - Costa Smeralda are presented as masterpieces, like author's paintings, representing the value of rare assets framed and conserved with wisely by a natural habitat: the common thread is always the search for a vision of nature as a dialogue between man and the environment.

immobilsarda.com
christiesrealestate.com



"We believe that good projects already exist in a kind of collective imagination and that our job is to identify these unconscious needs, give them shape and accompany them into the world. A product, which will be chosen by an infinite number of people unknown to us, will thus be surprisingly familiar from the very first glance. A true love at first sight, like the love of our life. This is evidence. The choices, the tastes... the passion. Everything is evident in what we create. The essence of our work - research, development, design can be summed up in one word: evidence'. The new F100 Glass Cabin model from Amer Yachts, with interior design by the award-winning Palomba Serafini Studio Associati, is not a product that will be chosen by countless people, they have been tailor-made for a single owner. But the concept of evidence equally imposes itself in the powerful objectivity and manifest the celebrated element: the sea, which recurs as a repeated presence in every choice of exhibition design. "We have tried to transfer our design vision in architecture and interior design, to yacht design, replacing the word 'living' with the word 'sailing', without giving up on living," explain the two architects.

Developed on three decks and powered by four Volvo Penta D13 Ips 1200 engines, the new born from the Permare shipyard, F100 Glass Cabin, has an overall length of 29.60metres, while keeping the hull under 24metres to remain in the boat range. Convinced admirer of the work of Roberto Palomba and Ludovica Serafini, and a great lover of the sea, the owner engaged architects and shipyard to create a vessel with a refined image, reflecting in its stylistic coherence the

signature of the studio, but also the engineering and the great marine qualities of Amer Yachts productions. "Given that the environments of a boat are not those of a house and have different functional requirements, we worked to understand which aspects of the owners' way of life we wanted to represent. Without renouncing the idea of a space that was simple, usable and enjoyable in its luxuriousness," they recount. "The most obvious fact for us was dictated by the nature of the object: if you are on a cruise and, therefore, on the sea, there is no point in reproducing the features of a floating flat, perhaps with a blind view, or suggestions that would take you elsewhere. The starting idea, therefore, was to contextualize the experience of navigation in its full form, working with the site to open up the gaze as much as possible and feed the perception of an object that constantly looked outwards. From this initial reflection, the actual interior design was born, based on a series of elements that tell the story of the ability to be furniture, detail, finish, materials, all that complexity that comes with a good architectural concept, perceived with great quality". Some design choices, such as that of significantly enlarging the windows compared to yachts of the same size, are part of this vision so as to give more light and airiness to the rooms, establishing continuous visual contact with the surrounding nature. "In addition to re-proportioning the holes, we worked with reflective materials, inserting for example, large mirrored walls that would gently and calmly refer to the sea, brought back to an almost 360-degree view". Natural materials and fabrics in light tones contribute to the creation of

fresh and cozy atmospheres, ennobled by contrasting colors with darker mirrors that evoke a subdued luxury.

For the furnishings, the architects have selected design pieces of their own signature, such as lamps and bathroom furniture, but also elements of other people's lines. On the main deck, for example, the living area displays the refined touch of the B&B collection, while towards the bow, behind the large window delimiting the dining area, is the owner's cabin, equipped with a large bathroom and walk-in wardrobe, also featuring soft tones. Going up, on the flying deck, Palomba and Serafini have designed an intimate lounge and dining area with outdoor by Talenti. A sophisticated and comfortable environment that gives the idea of the extension between the ambience on board and the beauty of the sea view. Finally, the lower deck houses four guest cabins, designed and furnished in keeping with the color palette that characterizes the entire interior of the F100 Glass Cabin. "We are very satisfied with the project, both from the point of view of marine quality and in terms of aesthetic quality. Normally, the result against which the architects' design ability is normally measured not by what they can do but by what they are allowed to do, and being able to realize what we wanted is a great success for us. Working with a construction site, moreover, which has been a multiplier of the quality of the product and which, often, has helped us to express ourselves at our best".

gruppopermare.it
ameryachts.it
palombaserafini.com



When asked at a yachting summit in Washington in 2016 what he thought about eco-friendly yachts, he said that, yes, his boat could also be called such by market standards, but it had arrived in the US with 60 tons of diesel, whereas more than 400 years earlier a Genoese man had arrived there with zero emissions. Federico Rossi, Chief Operating Officer of Rossinavi, and the second generation of the family at the helm, does not hide behind a finger when talking about sustainable boating, approaching it rather with amiable irony. "That same year, at the Global Superyacht Forum in Amsterdam, where diesel-electric was considered a great innovation for the environment, my friend and designer Gabriele Zucconi, and historic engine manager of the Amerigo Vespucci, recalled that the ship, built in 1931 used diesel-electric propulsion. I want to say that the subject is complex and a bit of healthy critical spirit does not hurt". Yet it is precisely from the Viareggio shipyard, known for the high quality craftsmanship of its yachts from 40 to 70 meters (22 to their credit, three on delivery and six under construction), will arrive in 2024 the most "eco" boat ever: the 43-metre Sea Cat 40 'Seawolf' catamaran, designed as always by Fulvio De Simoni, capable of sailing for daily use in 100 per cent electric and to tackle a transatlantic crossing 80 per cent of the time in electric and only 20 per cent with diesel generators. Efficiency never seen before and - you can bet - greenwashing has nothing to do with it. In fact, it has nothing to do with "green" at all, but with BluE, as Rossinavi has christened its low environmental impact yacht philosophy, drawing inspiration from phytoplankton, capable of converting solar radiation into oxygen and emitting light at night thanks to the phenomenon of bioluminescence.

Similarly, the Sea Cat platform stores solar energy during the day, thanks to installed photovoltaic panels, to implement navigation in hybrid-electric mode: no noise, no smell, no emissions. Basically, the experience of a sailing boat without the limitations of a sailboat. The photovoltaic modules, consisting of monocrystalline silicon cells protected by eight layers of treated polymer are seven times lighter than conventional glass and have the highest power-to-weight ratio available on the market, generating power even in low sunlight conditions. "In 2015 we launched a campaign aimed at Millennials, to identify the boat intended for what could be the new generation of billionaires and, contrary to expectations, which hypothesised extravagant and hyper-technological objects, a strong demand for sustainability emerged," says Rossi. "We focused, then, on the lifestyle on board. The idea was for the yacht to become a kind of 'educational platform' for learning more moderate cruising styles in consumption. Then we started working on lightweight and optimization hulls, with energy efficiency, until we developed - together with technology partners Lutron, Videoworks and Siemens - the Rossinavi AI, an artificial intelligence able to improve the com-

fort and maximize the boat's ecological potential'. By constantly analyzing the data stream coming from external cameras and on-board systems, the machine learning algorithm is able to learn and anticipate passenger needs, support navigation choices and suggest responsible behavior to the crew on the use of appliances, propulsion and on-board services, or, depending on the configured operation module, with act on consumption management. In addition to interacting with the crew, the software communicates with the personal devices and the front-end terminals in the cabins, collecting feedback on their habits to provide them with a tailor-made experience. Finally, the infotainment system allows you to always know where you are and what's going on around you, from passing boats, to geographical events ashore. "Regardless of the new propulsion units that will come onto the market and which are not within our direct competence, we have optimized everything we could in the boat system for an unrivalled efficiency. Furthermore, when moored in port, in hibernation mode, and consumption is minimal, BluE technology allows the surplus energy stored by the solar panels to be diverted to the land, making the Sea Cat a huge power bank. With Zaha Hadid Architects, we have even imagined one day delivering a power supply module, for example, the villa in Miami or the docking port," Rossi continues. "It is a visionary project, outside the logic of pure market, where we allowed ourselves to think wide. But this is exactly, in our opinion, the key to luxury: the possibility of conceiving a product that, in terms of construction quality and its own identity, has the dignity of a dream". This is the secret of the shipyard, founded in Viareggio in the 1970s by brothers Claudio and Paride Rossi as mechanical carpentry for work boats and, since the 1990s, as a supplier for luxury yachts, developing know-how in the construction of ships for third parties until 2007, when the Rossinavi brand was officially born. "A leap imposed by the crisis that was downsizing the shipyards and outsourcing orders. Strengthened by the experience gained, we chose to build our own, creating our own brand. Thanks to customers' trust, we went from being technicians to entrepreneurs, learning to grasp the cultural differences between the various markets and the ambitions of each individual shipowner," says Rossi. And this is not a figure of speech, because everything that comes out of the five poles located between Pisa and Viareggio (around 15 thousand square meters of production capacity, plus a large mechanical workshop for a production limited to 2-3 superyachts per year), is strictly bespoke, not only in the bespoke, not only in fittings and interior design but also in naval architecture. "We are a small company that does big things: we have 110 direct employees plus several companies born within Rossinavi that today work exclusively for us and count another 200 people," explains Federico Rossi, who grew up with bread and butter, and boats from his school days and officially joined the family business in 1996 and then trained following the entire production in the Pisa headquarters, the internationalization of the brand and every step of the company over the years. "Here we do real craftsmanship, 100 per cent full custom, because it is a craft that is measured in the detail and that is where you position yourself, but if you have 1,500 square meters of detail on board, with so much applied technology that has to work around the clock, in hostile conditions, it starts to become complex: The logic of mass production, of the standardized industrial process, is completely

skipped. It is no coincidence that we are a family-owned, proprietary company, quick in making decisions and in transferring the customer's needs to the product, which we could not do with a managerial organization, listed, with investors to answer to. The same applies to our carpenters, all private individuals who have developed the trade from scratch to the very high expertise of today and, if I need technical advice, they provide me with a true opinion, not one of convenience or protocol". Difficult, risky, but necessary. Because the challenges posed by ship owners are many and, at times, require them to realize features that are and will remain of that one boat. "Like the gym 'recess' in the forward part of the 49metre Aurora: mounted on a telescopic platform, it would come out simply by pressing a button. Or the crane for hauling the tender, hidden in the funnel of Taransay, a replica of a 1930s shuttle: at one time, davits were used to lowering the lifeboats and that is what we wanted to do while respecting the original aesthetics. Too bad that a tender we had to put a crane that wouldn't be visible and wouldn't alter the style, but would serve its purpose. Not to mention the details, meticulously designed to recreate the retro charm of those years: the deck fittings, the maneuvering winches, the round steel stanchions, the brass fairleads, the wind sleeves." We have shelved laminate and went back to building in stabilized solid wood, a real madness. And, once the furniture was made, painted with a brush on site, without any industrial process, an ageing expert came to antique them with a hammer. The floorboards were covered in leather, the wardrobes in cedar, naturally scented'. In short, a concentrate of *savoir faire* and old-fashioned taste, but with state-of-the-art technical equipment. "You start from scratch and take up a cause, trying to get into the customer's mood. Then there is a lot of our own. Because every project must be given a soul, a character, and skills are needed". Skills that flowed, for example, into the build quality and structural robustness of Utopia IV, which survived a head-on collision with an oil tanker, which was not so lucky. "She is the queen of Miami Beach, 63 meters capable of reaching 31 knots, for only 2 meters of draught, the only one of that size capable of navigating the shallow waters that separate her from Miami Downtown, just like the speedboats bound for the Bahamas. Being a low-draft hydrojet boat, for the cooling of the engines we had to think of special switches that would allow clean water to be sucked in from the side instead of the mixed sand from under the hull. The combination of these details, exclusive to Utopia IV, made it unique and very well known. The owners were so proud that they gave her great publicity, showing her to a target audience of influencers, VIPs and celebrities. This is the kind of promotion we believe in, where the product speaks for the shipyard and spreads its name among the public that matters. Plans for the future? "The choice of a catamaran for the debut of the BluE line was dictated by technical reasons: firstly, the low water penetration coefficient requires less propulsive power; secondly, because of the very high inherent stability, it does not need stabilising fins that consume a lot of power; and finally, the width of the boat allows for a greater surface area exposed to the sun, where photovoltaic panels can be mounted. But to those who do not like multihulls, we will also offer a monohull, the Infinity 42, of equal length and in any case much superior to the market performance in terms of electric autonomy".

rossinavi.com



With the sixty-third edition that will take place from 21 to 26 September. The new futuristic concept, the Waterfront Levante designed by architect Renzo Piano is taking shape and will allow in 2024 to enjoy a unique platform in the world to host the excellence of the international nautical industry. "The navigable river, the spectacular island that frames the Blue Pavilion designed by Jean Nouvel, the new exhibition quays, the extension and renovation of spaces and services that already offer this year's event a spectacular and functional exhibition layout of strong impact, and are a reference point for the boating industry and international visitors." says Saverio Cecchi, President Confindustria Nautica. "The perfect combination of the Beautiful and the Well Made, between research innovation and style, between the elegant design of the lines and the attention to detail in the interior decoration brings the boating industry ever closer to the furniture sector. The beautiful boats are floating houses customized by designers and architects." Says, Alessandro Campagna, General Manager of I Saloni Nautici. "The Salone del Mobile and the Genoa International Boat Show share a common path: that of exhibiting the excellence of Italian production all over the world," says Marco Sabetta, General Manager Salone del Mobile Milano. Maria Porro, President of the Salone del Mobile Milano has been chosen as president of the jury of the Design Innovation Award, set up by Confindustria Nautica and the Saloni Nautici in 2020 to support and promote the quality of boats that stand out for innovation, aesthetics, living comfort, energy efficiency and sustainability of production. After the official opening on 21 September, institutions and authorities meet as usual for lunchtime in the refined and elegant atmosphere of the VIP Lounge, which bears the signature of Circle Dynamic Luxury Magazine and its editor Margherita Celia Bertolotti in collaboration with the I Saloni Nautici, a project featuring handcrafted furniture and design complements from the Pianca company, which has grown from a small family carpentry workshop into an industry while maintaining intact the savoir faire craftsmanship. Pianca furniture is born in response to real needs and is inspired by solid values cultivated over decades. For Aldo Pianca, design responds to the desires of men and women who need their homes or yacht to look a little like themselves and reflect their desire to live and

for uniqueness. The company has a great sensitivity for natural materials and for finishes that have their own tactile language, and are capable of revealing themselves little by little by telling their origin, attention to detail and refinement. Elegant furniture, pleasant to the touch, that of Pianca, in tune with the Concept of this year, where the VIP Lounge wants to take guests on a sensory journey (involving all the senses), from the pleasure of a conversation or an unexpected encounter to the triumph of taste of gourmet specialities: the tasting of the excellent caviar Ars Italica, a brand of the Italian company Calvisius Group, the sweet and savory delights of Mati-Gourmet Maritozzi, born from the innovative idea of chef Matteo Casaroli and three young Italian entrepreneurs. Passionate about quality food and attentive to new trends in international street food, they propose to bring a simple format such as the maritozzo (a small leavened dough sandwich) to be appreciated by discerning palates, stuffed with Burrata di Andria and red prawns from Mazara del Vallo, with beef tartare Marche, or with Bronte pistachio pesto, emulsified ricotta and Syracuse semi-candied lemon, or the sweet ones, among all the classic with custard cream. In addition to the signature cuisine of Resident Chef Alejandro Polenti, a confirmation for the VIP Lounge. Taste will also be the protagonist with the presence of Bruno Pessot, Ceo of Jolanda de Colò, the historic Friulian company founded by Antonello Pessot specialising in the production, research and distribution of fine food specialities from all over the world. From the production of goose and foie gras cured meats to the natural smoking of pork and fish. "Today on Italian territory there are no companies with a complete range like ours," says Bruno Pessot. A journey of unique, indigenous and sustainable flavors awaits VIP Lounge guests in the talk and tastings on 25 September. Accompanied by wine tastings of Conti Thun wines, among them, the Rosé Valtenesi Micaela, a blend of native Gropello, Barbera, Sangiovese and Marzemino grapes with a fresh, light and fruity taste, and the sparkling wine Bolle di Micaela Brut Rosé. In the VIP Lounge it will be possible to admire the eclectic G.T. Design rugs inspired by art and the fluid and organic forms of the natural world that Deanna Comellini creative director, superimposes on archaic and primordial patterns. On the walls, the Spaghetti Wall wallpa-

pers, created for the occasion: each graphic is adapted with sartorial precision to the dimensions of the walls like a tailor-made suit. All the graphics in the catalogue can be customized in the colors and decorative elements on request. The creative team of Spaghetti Wall is made up of young unpredictable and passionate people, part artist and part craftsman, imaginative and obsessive details, who love color and are seduced by textures. These brands will be showcased on the evening of the 23rd dedicated to Living Decor, together with the fantastic Visio Lights Collection by Masiero. With over forty years of experience of entrepreneurship family business, the Masiero Group produces high-end decorative lighting objects range, with particular attention paid to the metalworking process. Exclusive venue reserved for institutions, authorities, ship owners, entrepreneurs and international and Italian media to live an immersive experience between art, design taste and lifestyle, the VIP Lounge hosts the works of Endless, the young London-based artist who fuses contemporary art forms and registers with Street Art. He will exhibit in the VIP Lounge, a symbolic place in the Italian nautical scene, the famous Chapel, icon of consumerism, the Worshipships, adoration of iconic brands and goddesses of fashion and the ever-present Lizzy Vuitton, the artist's masterpiece, the only street artist to have a permanent exhibition at the Uffizi Galleries in Florence, for the evening of the 24, the artist will present an autographed reproduction of one of his works. The collaboration between Endless and the VIP Lounge at the Genoa Boat Show is the fruit of a synergy between Cris Contini Contemporary and Circle Dynamic Luxury Magazine who have in their portfolio several important projects that combine art, the nautical sector and urbanity. In the same evening on 24 September, a Caribbean cocktail and refined luxury so dear to Hemingway, to the sensory sphere of taste and smell, tasting the best Rum of the Dominican Republic, imported to Italy by Dragan Dekic, combined with chocolate, and strictly Cuban cigars. Dragan Dekic, a Serbian born in Croatia and now an Italian citizen, through the company Drag&Max, is retailer and exclusive importer for Italy of Caribbean Rums. "The Boat Show, after Vinitaly Show, is the most important event for us, a great opportunity to increase business relations both in Italy and abroad," says Dragan Dekic. It will be possible to taste the Ron Veleiro, with the logo of the sailboat that is the great passion of the owner: Xo, a rum of fascinating elegance, amber-colored with golden reflections which come from a long ageing process in barrels used for bourbon whisky; the Dorado, from a secret recipe based on sugar cane, pure and harmonious; Anejo, in oak barrels aged for 5 years and the Reserva Especial with an intense aroma with persistent contrasts of old wood and a final scent of tobacco, perfect to pair with Montecristo and Romeo Y Julieta Tacos, with appreciable notes of fine wood, earth and undergrowth with aromas of hazelnut and dried fruits together with subtle spices note.

salonenautico.com | gtdesign.it
 cosentino.com | spaghettiwall.it
 masierogroup.com | pianca.com
 prismaitalia.com | rumdeicaraibi.it
 matigourmet.com | jolandadecolo.com
 contithun.com | arsitamica.it
 cashmeregin.com | cookinglab.com
 brokerinsurancegroup.it



Baglietto's 'Blueness', an expression that encapsulates its value system, gains a new 'B', the last in order of arrival - after Bold, Boutique, Balance, Borderless, Brave, Background, Brilliant, Beauty - but the first in order of priority: Bzero (B raised to zero), presented in Monte Carlo last year and now realized in a 1:1 scale working prototype, is the project that marks the yard's firm commitment to the goal of zero emissions. At a time when the energy transition game is setting the agenda and the race for the most futuristic technologies is intensifying, Baglietto plays the ace: a system that envisages the use of green hydrogen as an energy source to be implemented on boats over 50 metres long. As early as 2024, the power station prototype built will contribute to the shipyard's production cycle, giving optimize its technical aspects, obtain certifications for installation on board and recharge hydrogen in the tanks independently or from an external source. "In 1874 Jules Verne wrote: 'Water will one day be a fuel. The hydrogen and oxygen of which it is composed, used in isolation, will provide an inexhaustible source of heat and light. Today is that day,'" says Diego Michele Deprati, CEO of Baglietto. "The Power Station BZero is our fulfilled promise. For almost 170 years the seagull brand has been synonymous with the avant-garde, innovation and progress: it was only right to make our contribution on a subject that is issue that is indispensable for us today. In the company we set up the Baglietto Energy Department expressly dedicated to the study of new green technologies and alternative energy sources to be applied to the nautical sector. The BZero Project is a first important starting point, but also the door towards the great challenge of the future, a challenge made of knowledge, sense of responsibility, humility ambition, determination and respect for the sea. Elements of which every Baglietto is made up'. The primary objective of the

system is to increase the electric cruising range in zero-emission mode through the integration of hydrogen fuel cell technology on the hybrid or diesel-electric platforms of which Baglietto is a forerunner: our MY Vanadis, delivered in 2018, was the first Italian yacht to be certified "Hybrid Power" from Lloyd's Register," explains the director of the Energy Department, Alessandro Balzi. "Hydrogen is the element with the highest energy density but it is also the lightest and most difficult to store it, unless you compress it at 350-700 bar or at very high temperatures. Our particular storage system, on the other hand, allows it to be stored in a solid state, inside cylinders of metal hydrides, at low pressure - only 35 bar - and at room temperature, thus in a totally safe and recreationally compatible". The power station produces hydrogen with a purity grade of 5.0 from filtered and deionised seawater, thanks to an AEM electrolyser system with a total output of around 55 KW.

"The currently available electrolysers are still energy-intensive, but already by the next generation they will provide a quantum leap in performance. The electrolysers are primarily powered by photovoltaic panels and/or the shore power grid in order to produce green' hydrogen. The storage and release process is managed by a thermal management system that allows the hydrides to be heated during hydrogen discharge and cooled during recharging. The thermal energy required is obtained from the PEM fuel cell module (approx. 200KW) that uses hydrogen as fuel for zero-emission electricity production. The current generated in this way is controlled by a DC/DC converter on a central 700V DC bus of the type already tested on the yard's hybrid yachts. A set of lithium-ion batteries is connected to the same bus to absorb peaks and abrupt load variations in user-side energy demand. "There is currently no single source that can re-

place all the others, continues Balzi. "With a view to achieving carbon neutrality, we will therefore use hydrogen and batteries for the zero-emission mode in synergy with biofuels, such as HVO or Alga bio-fuel, and e-fuels, synthetic fuels that, despite their production costs have the advantage of allowing the survival of existing heat engines and existing distribution infrastructure'.

For the development of the project, Baglietto puts together a team of number ones in their respective fields: Arco Technologies for fuel cell technology, Bluenery Revolution and H2Boat for hydrogen integration, Enapter for modular electrolysers, Siemens Energy for the integration of the different sources, and RINA as the certifying body in all project phases. The result is a power station that, once on board, will allow up to 75 hours at anchor with zero and sail up to 120 miles at 7 knots, generating four times more energy than using batteries alone. "The impetus for the development of the project came from our owners and the consideration of two relevant factors," explains sales director, Fabio Ermetto: "First of all, the usage profile of our boats, where hybrid technology use of 400-500 hours per year; but also the growing demand for green solutions for pleasure boating: 80 per cent of our customers have shown interest in the hybrid formula, motivated mainly by ethical reasons, thanks to the drive coming from the new generations, but also the high cruising range, two to three times longer than that guaranteed by a diesel engine alone, and the possibility of sailing solely in electric mode, with zero emissions and zero noise, in protected marine areas, which are increasingly numerous and precluded to traditional propulsion systems'. The commercial potential, in short, is there. And it says that, yes, the direction is the right one.

baglietto.com



Les Voiles de Saint-Tropez, now in its 25th year, revives the great tradition of the Nioulargue, the historic regatta from which it all began, organized in the Gulf of Saint-Tropez by Patrice de Colmont in 1983: competitive spirit at sea, cheerful and festive on land. "He flew by private jet to Porto Cervo with a small and determined group of friends to convince owners of large yachts to race in France. The conviviality of Patrice and his friends won them over definitively," he tells *Circle Luxury Dynamic Magazine*, Pierre Roinson, the president of *La Société Nautique de Saint-Tropez*: 'a friendship that has not waned forty years later'.

This year the regatta will take place over ten days, from 29 September to 8 October, with a new format for competitors and spectators. The Maxi Yacht Regatta, among the most important in the world retains its charm.

"Indeed, the Maxi Yacht crews will have the honor of opening the regattas on Sunday, exactly as it happened forty years ago," says Pierre Roinson. The program planned for the different fleets, the Maxis, Moderns and Traditions sails, will be different each day, depending on the speed of each fleet, and the weather conditions. This year will see the introduction of a new way of managing the courses, with information sent to the racers each evening before 19.30.

"At Les Voiles de Saint-Tropez there is a tradition, inherited from the Nioulargue, the Club 55 Cup," says the president of *La Société Nautique de Saint-Tropez*. "It is a gentleman's

regatta that exalts the refined spirit to which we are so attached to." For the first time this year, there will be three separate Club 55 Cups. The Club 55 Historique, between the two original Nioulargue boats, the 12mt, *Jl Ikra* and the *Swan Pride*; the Club 55 Classic, between last year's winner and the challenger of his choice, both on Thursday, and the Club 55 Maxi, which will be contested on Wednesday, the day of rest for the remaining of the Maxi fleet. As tradition, the crews will then have lunch at the legendary Club 55 on the Pampelonne beach, owned by the charismatic Patrice de Colmont, founded in 1955, when Brigitte Bardot was shooting the film that made Saint-Tropez famous. A new feature of this edition is that on Tuesdays and Fridays, weather permitting, all fleets will be on the water at the same time. In this configuration, the starting and regatta areas will be divided to ensure the best possible coexistence between the boats, which have very different characteristics.

Which yachts and crews are favored?

"It is always difficult to make a prediction before the start of Les Voiles de Saint-Tropez," replies Pierre Roinson. "Of course, our wish is to have the most exciting racing on water combined with the most beautiful atmosphere on land, in full maritime fair play. At Les Voiles we welcome very strong international crews, but more than the result, the way in which it is achieved counts. More than anything else, we appreciate the passion for well-maintained and well-managed boats,

and the beauty of the act". Among last year's winners was the imposing 54 metre, three-masted schooner *Shenandoah* of Sark, launched in 1902, which won the Rolex Trophy, will be remembered for tacking in the Gulf of Saint-Tropez in a fresh mistral breeze. In the modern class, it was the TP52 *Nanoq*, sailed by the crew of the Prince of Denmark, to win the BMW Trophy once again. There is no shortage of big surprises: the party and meeting village of Les Voiles is moved right next to the regattas, on the Môle Jean Réveille. This privileged meeting place, open to participants and the public, is the real beating heart of the event for the entire duration of Les Voiles. Thanks to this new location, one can admire the sea on one side and the Saint-Tropez bell tower on the other.

"Every regatta is held with full respect for the sea because the protection of the environment is a top priority for the *Société Nautique de Saint-Tropez* as the organizer of Les Voiles," concludes the president. "To this end, several initiatives have been planned, from the organization of the event by the race committee regatta without using paper to the use of electric course buoys, geopositioned, which have no impact on the seabed. Like last year, school groups will also be welcome at a specially set up stand to make children and young people aware of the need to protect the maritime ecosystem".

lesvoilesdesaint-tropez.fr



A continuous and incessant research, a beauty hidden in the details, Pagani hypercars, among the most expensive cars in the world, are born as handcrafted creations not as simple projects. Last June, Pagani celebrated twenty-five years with an exhibition of the models that have marked the history of the company from the first Zonda models to the iconic Zonda Cinque, Zonda R and Huayra, with a big concert in the central place of Modena. Pagani's history goes back much further. From the Pampas Argentina, where a ten-year-old boy dreamt of his future working with balsa wood to shape model cars. It was born in the curiosity of that child who, eager to read, discovered Leonardo da Vinci and was fascinated by his possible dialogue between Art and Science. A union that would never leave him again and that would become the inspiration of his life, not only of his company. He was fascinated by the Grand Turismo, the cars that raced the 24 Hours of Le Mans. He only had those in mind and not only said he would make them, but that he would make them in Modena, in the land of motors. His friends always believed in him, like Hugo Racca and Maurizio Ferrari, who had met him at Lamborghini, happy not only for having believed in him but also for having worked alongside him for 32 years. Horacio Pagani has built some of the most beautiful hypercars in the world, futuristic and revolutionary, and has turned the company into a creative atelier where a community of people share hands and thoughts, faces the great complications of mechanics, the challenges of technology and find mutual inspiration. "Questioning our certainties. Especially about what we think we can do well. This is our way of working and will not change," Horacio Pagani tells to Circle Dynamic Luxury Magazine. "Questioning means being able to listen, evaluate, one's choices and being humble in order to change perspective. This is how people grow, mature, acquire and transmit knowledge. Only if everyone is intrigued and passionate about beauty becomes a seeker of it," he explains. Passion and discipline are the company's values. "We want to be leaders not because of what we have done so far, but because of what we will do in the future, for looking a little further ahead every day.

It will be this look that will allow us to continue making beautiful, innovative, safe, comfortable

and people-friendly cars. Whoever travels in a Pagani must feel at home, must recognize their experience, whether real or desired. It was a challenge that began 25 years ago, and continues to be so today for tomorrow". With the 25th anniversary Pagani brings Utopia to the streets. A beautiful suggestion to announce the future. Looking at it, even Mattia Gessi, Pagani's Designer and Project Leader. "I arrived at Pagani in 2011, a few months after graduating. I thought I knew everything and instead I started learning the right away," he says. "Here I realized that the designer must not only have a mastery of lines, but also of the materials that will give those lines function and make them tactile. Combining design and materials means combining Art and Science; indispensable for dealing with beauty. When we started working on Utopia we were guided by this and today every time I go down to production and look at it I am amazed like a child. When I came in here I didn't imagine that my work could be so beautiful". And if for the philosopher Thomas More, Utopia was an ideal place that did not exist, for a creative visionary like Horacio Pagani it exists.

More than four thousand stylistic drawings, ten scale models two in 1:1 scale, countless ideas, research and experimentation on eight complete prototypes for a team effort that lasted more than six years. "We put passion, effort and sacrifice into it, with the aim of creating something timeless and at the cutting edge of technology," says Horacio Pagani.

The fluid and sinuous shape, from the windscreen with rounded edges to the wing and bonnet details, offers a softened silhouette aerodynamic principles to be maneuverable and stable at any speed. Innovation, like beauty, is the other great daily inspiration at Pagani. Here the future arrives sooner than elsewhere, thanks to research into composite materials, the technology that allows alloys and aluminum to be machined from solid hypercar components and even cutting-edge electronics. The Pagani Automobili's "Grand Complications" division is inspired by the world of haute horlogerie precisely because it produces, in ultra-limited series, cars with unique and complex technologies. "The people who work for us do it with passion and the passion is contagious," says Leonardo Pagani. "Whoever enters one of our car sees the attention to detail and ex-

periences it every time he gets behind the wheel. Our customers don't just buy a car, they buy palpable set of emotions and dedication that each of us put into doing our part. With steadily demand growing in the European, North American and Asian markets, buying a Pagani means first and foremost falling in love with a desire, wooing it and letting it conquer you. Waiting is part of the dream. It is about imagining the car and personalize it together with the designers and technicians who follow the customer day by day in every emotion and suggestion, such as seeing a detail where others do not see it or a color that for others does not exist, thus creating a unique and unrepeatable car. As it was the case with Lewis Hamilton, who wanted the Zonda in the same purple color of the first go-kart since he was a kid. All Pagani projects are distinguished by an abbreviation. The third letter of the alphabet, the first in its life, followed by a number that changes. C8, for example, is the design code of the Zonda, C9 that of the Huayra and C10 that of the Pagani. C like Cristina Elizabeth Perez. She was only 19 years old when she married Horacio. With him she shared everything. The move to Italy, the search for a job, the dreams seen in backlight, the job in the company, the dreams coming true, the company that grows and now looks to the future, the children who take their father as an example and follow his footsteps. "My brother and I have been lucky enough to have been involved in the company from the very beginning and we learnt a lot," says Christopher Pagani. This is Pagani a family that becomes a community. Everyone can bring their own ideas and has the opportunity to express himself. Horacio listens to everyone, takes ideas and suggestions, processes them, compares them, and almost always is a workshop of ideas that gives rise to emotions that become projects. The new Pagani Arte creative atelier is dedicated to expanding the idea of beauty cultivated by Horacio. No longer just hypercars, but also interior design for planes, helicopters, yachts and suites, all under the banner of research into shapes, styles, materials. The quest for beauty thus becomes exclusive and reserved identity, luxury in its quintessential emotional.

pagani.com



Endless, without end. This is the name of the young London-based artist who fuses forms and registers of contemporary art with Street Art. The word embodies his limitless creativity, passion and energy, but also the need to expand his work without limits. He began by using the streets of London as showcases for his works until he caught the attention of the art world, iconic fashion brands and media. The messages, profound and charged with meaning, within his vibrant works are intended to be unbiased observations of society and aim to explore humanity's relationship with fashion, advertising, cult brands, consumerism and celebrity culture, often merging contemporary urban images into one. His constant creative force and work ethic have led Endless to emerge in the art world, so much that he became the first street artist present in the permanent collection of the Gallerie Uffizi in Florence, with his self-portrait "Gilbert & George", and to exhibit in the Venice Biennale. The artist continues to express ideas through his street art, but his most exclusive works can be found in the galleries Cris Contini Contemporary, in Milan and London, and in the homes of collectors around the world.

Gallery owners Cristian Contini and Fulvio Granocchia appreciated his style and his contemporary artistic message spread through the use of walls and of the urban environment and thought of translating these elements into a context gallery, first, and then in a museum, extending the fruition of his works to a broader and more differentiated catchment area. "A risky choice, but one that was welcomed by the public and critics," says Fulvio Granocchia.

Milan, a metropolis in constant ferment, multifaceted and innovative, has enthusiastically welcomed the sparkling style of Endless. "The city of fashion could not fail to appreciate the new pop street art style icons of the English artist, from Karl Lagerfeld to Kate Moss, from Cara Delevigne to Naomi Campbell, but also the fashion icon par excellence, or the Queen Elizabeth in punk version, "Lizzy Vuitton". Says Endless.

In September, Endless will exhibit its best-known works in the VIP Lounge of the Genoa Boat Show, a symbolic place on the Italian nautical scene, from the famous Chapel, icon of consumerism, to the worships, adoration of brands and iconic fashion goddesses, and the ever-present Lizzy Vuitton, masterpiece of the artist.

The collaboration between the artist and the VIP Lounge at the Genoa Boat Show is the fruit of a synergy between the Cris Contini Contemporary gallery and Circle Dynamic Luxury Magazine. "Together, we are realizing artistic projects that combine art, the nautical sector and urbanity," says Fulvio Granocchia. "The transversality and communicative ability of Endless makes

it unique and make us think that the context of the Boat Show represents an opportunity for the artist to spread his message to a wider audience of collectors”.

In the past, Endless has customized a yacht with his art and this work had a dual significance; it reinforced his conviction that every surface can become a communication tool and it has been an opportunity for collectors to appreciate his artistic style, which has consecrated Street Art into the Olympus of the visual arts. This marks only the beginning of a very important artistic journey for him.

Is it a provocative art? It is not for me to say, Endless is a decision for the viewer to make. “The artist comments without criticizing a society of consumerism, brand worship and lack of spirituality, interacting with the audience and inviting them to reflect,” says Cristian Contini. “We appreciate his captivating and innovative style, born from the interpenetration of street art techniques and Andy Warhol-style pop icons, with an ironic flair reminiscent of Gilbert & George with whom he has collaborated and still collaborates with today”.

Endless' works are multifaceted and adapt to different environments, purposes and contexts. They are modern, elegant and opulent, and fit perfectly with the contemporary style of the big luxury brands, hence the collaborations with Karl Lagerfeld, Fiorucci, Porsche, Elisabetta Franchi and Bobbi Brown. But, at the at the same time, in their intrinsic nature as works of street art, they speak to the masses and are at home in museum and gallery contexts, as well as in urban dynamics.

The Chapel series depicts the iconic bottle of the famous fragrance Chanel N°5, symbol of the Parisian brand, in a play on words that shows how the luxury brands have become religious cults for humanity. Boutiques and shops represent cathedrals, fashion magazines, such as Vogue, the new Bibles.

In the book dedicated to the artist, the art critic Pasquale Lettieri describes the works of Endless as urban and conceptual visions, where a dialogue with the society of consumption and glamour, of gossip. It is a journey between old and new in the capitalist world, exploring the contradictions and wonders of our time. For Lettieri, Endless upsets the boundaries between the ordinary and the extraordinary, desecrates old beliefs and experiments new horizons, configuring an imaginary, which, from a mythical and sacred sense, descends into the real and the human. His provocations are entirely human, made with street art materials and techniques that speak to the masses, in a spontaneity all disguised by the gestures of putting and removing, recalling a primitive state far removed from the complexities that arrive from the legacy of the avant-garde.

Endless tells Circle Dynamic Luxury Magazine with great spontaneity in an interview as sparkling as his art.

How did you started?

I have always been an artist. I studied at the Cambridge School of Art, for six years, where I specialized in fine art and screen printing and learnt different techniques and new ways of thinking and seeing.

Does the choice to call yourself Endless already denote a considerable creative inclination?

For me is everything. It represents my creative thought process, but it also describes the world around us.

How much has a city like London influenced your perception of contemporary reality and the desire to represent it in art?

London for me is infinite. It encompasses every aspect of humanity and you can see it on the streets, if you look with your eyes open. It is my greatest source of inspiration and its ever-changing energy will always inspire my creative mind.

What kind of technique and materials do you use?

It depends on the vision I am trying to convey, usually digital collage, acrylic paint, spray paint and more. These materials are applied by hand painting, some elements are sprayed on stencils cut out by hand and others are glued collaged to create the final work.

What message do you want to convey to the public?

Messages are often hidden and can be interpreted in many ways. The aim of my work is not to tell others what to think, but rather to invite them to think and feel in a new way.

You talk about the cult of brands and celebrities. Why?

I always saw billboards and advertisements on the streets of London and I recognized their power. Not only as commercial images, but also as street art with its own agenda. I took these graphics and ideas and represented an ethos of social interaction. People go to the mall on Sundays to worship their brands and Vogue is their new bible, full of this new celebrity religion.

Your artistic language goes beyond mere consumerism, what do you want to bring to light or denounce?

My works are an unbiased comment on society. I want to convey the present, I am not trying to denounce or bring something to light.

Has the presence of your self-portrait at the Gallerie Uffizi in Florence increased notoriety?

The presence of my work in such a prestigious museum has certainly expanded the boundaries of street art, therefore, resulting in a widespread notoriety that goes beyond my personal recognition. I hope that other historical museums will follow the footsteps of the Uffizi and include the

works of street artists in their collections.

What is the current economic value of Endless's works?

Much more than yesterday, but not as much as tomorrow.

How did you view the opportunity to exhibit in the VIP Lounge at the Genoa Boat Show? Why did you accept?

For me it is an opportunity to show my work to a new audience. I was also been told that it is one of the most important boat shows in the world; therefore, it can only be an important place to exhibit my work.

Do you think your works connect well with the world of boating?

I do not create my works to connect with a specific world, I hope that people choose to spend their time looking at them and that they can experience emotions.

Would you like your works to find space on luxurious Superyachts?

Once I have created my works, I don't often see them hanging in the homes of collectors. I try not to think about how other people could live with my works as I am busy creating the next one. I hope that my work can be appreciated equally in a museum, in a home or on a luxury yacht.

Is it a world still unexplored for you? Does it fascinate you?

I am interested in exploring all aspects of life, both the humble and the more comfortable ones. Seeing innovation and craftsmanship is always inspiring. However, I understand that my privilege lies in being able to make art every day and not to take it for granted.

What is your connection with Italy. How do you perceive the Italian lifestyle?

Italians have a great passion and knowledge for the arts, as well as the food and the best drinks: all these things are a big win for me.

When you talk about conventional beauty, what do you mean?

I mean the perceived beauty that has been conveyed to us by advertising and the media. By opening the mind and releasing creativity, beauty can be found in many things that surround us.

In the play Lizzy Vuitton, why did you imagine the queen wearing garments from well-known luxury brands?

Originally, I used the Louis Vuitton motif on the queen's shawl to show what we see as wealth and power through symbolism and advertising. I also played on the idea that the Queen was the fashion queen par excellence. In recent years, I have changed the Louis Vuitton into a version with the Endless logo, which describes our infinite desires.

**criscontinicontemporary.com
endlesstheartist.com**



Large globes painted in resin and acrylic materials representing the Planet, with seas, oceans, flowers, nature, they bring positive messages to all of humanity: "There will be no future if we do not take care of our natural environment".

Painter and writer Paola Buratto Caovilla launched the appeal. This warning has always been a guide for her. As a girl, she had found this phrase embroidered in English on an imprimatur, the embroidered stitches showing the author's skill. Recently, she organized an site-specific exhibition with her globes paintings, in Venice at Palazzo Ca' Sagredo, the historic patrician residence that managing director Lorenza Lain has transformed into a luxury hotel to give guests the experience of a museum, and transfer the beauty, the culture and the art of Venice. "Because beauty enriches the world if it is told and shared," says Lorenza Lain. And from the hotel, messages of sustainability have spread their echo around the world, from the hands of Lorenzo Quinn to the globes of Paola Buratto Caovilla and many others. Overlooking the Grand Canal, the dehor features the globe 'No More Time-Oceans are Life' a voice on the priority of protecting the Oceans. The Earth asks to be respected and loved.

"I wish the messages would fly," Paola Buratto Caovilla tells to Circle Dinamic Luxury Magazine, she founder with her husband the Maison René Caovilla, the jeweled shoes, excellence of made in Italy. "Everyone wants to leave a mark and my globes send messages to those who will come after us, to express my feelings, which are absolutely green out of a sense of respect for others, nature and for what has been created. Art has accompanied me my whole life, and is

for me a language, a way of expression. Since I was a child, I started to draw. Both my father and mother painted. On the big table there were many brushes and paints; my grandmother used to boast about her ancestor Battista Piazzetta, a Venetian painter in the family. For me, painting has always been natural, as for someone in the house who has always heard the piano playing. I attended the Institute of Fine Arts in Venice and learnt all the techniques: oil watercolor, acrylic.

Ten years ago, I started keeping a blog where I talked about sustainability. I wrote books on saving the earth and Venice and a book of daily thoughts for better living, where I drew a globe that is melting. The messages coming from my art are positive: 'Life is beautiful' is my motto. We must never let go, but continue to fight and always give the best we can to live well for ourselves and others. I have an example to follow," says Paola, "that of my father who went to volunteer in Africa, as a witness, with the duty to continue giving something to others". Her bond with Nature and the city of Venice is indissoluble. "For me Venice is the city of dreams, not easy to live in, today it is invaded by uncaring tourism and must be respected. It is a work of art suspended in water". His latest book "My fashionable Venice" collects the places of the writer's heart, illustrated and water-colored as if it were a personal diary. Her globes, full of flowers and colors, created almost by chance, were exhibited in front of Palazzo Marino at the Art Biennale in Venice, in Campo San Pio. She donated one of it to the city of Venice, which displayed it in the Arsenale. For the garden of the Albert II Foundation in Monte Carlo, she created "No More Time-Oceans are

Life" on the preservation of the Oceans. "The same globe that, with Lorenza Lain, we decided to exhibit at Ca' Sagredo'. Now in her atelier in Montello, near Piave and Treviso, in the house of her parents that she chose as her buen retiro, in the middle of the woods and greenery, she is making small globes in a limited series. "When I'm here, my heartbeats drops, I am calm. We need to be surrounded by greenery, by authentic nature for true physical and mental well-being". When she paints the globes she puts all the energy she can into transferring her feeling. "If I paint it blue, I imagine I am looking at the sea on the horizon. They tell me that flowers come to me very well, because I look at them so much and have them in my heart. When I paint them I don't have them in front of me, I have them in the tip of my brush".

The most beautiful recognition is that towards oneself. The personal satisfaction of realizing one work, but already being projected onto the next. And the future? "It is what that will come to me tomorrow. Life is an evolution of situations that we do not expect and, therefore, that is how it is for my globes too. Open doors and opportunities. I would like to continue sending positive messages of safeguarding the Planet, but I don't know where I will get to yet. Carrying one of my globes to the Altar of the Fatherland? Why not? Everything is related to becoming. For an artist it is good to have in front of Infinity."

paolacaovilla.it
casagredohotel.com



Palazzo Reale expresses the vitality of a city museum that offers the Milanese and their visitors new stimuli and proposals of great artistic depth, accessible to all, as benefit a cultural capital. "We want it to become a place of art and culture open to the city," says Domenico Piraina, General Manager of Palazzo Reale. "And we aim to host artists who enjoy great success with the public and critics, whose works are exhibited in international prestigious museums." Like the exhibition "Xhixha. La Reggia allo Specchio", a project exhibition by contemporary artist Helidon Xhixha, Albanian by origin and particularly attached to Italy and Milan, where he graduated from the Accademia of the Fine Arts of Brera. The exhibition was designed with the magnificent rooms of the Royal Palace in mind recently restored. It starts from the monumental staircase, on whose ceiling is an allegory of Aurora, the Roman goddess announcing the morning to the world, is frescoed on the ceiling where the work 'Rock of the Mediterranean' welcomes the visitor. It continues in the historic rooms of the Neoclassical era where the four site-specific sculptures by Helidon Xhixha have been chosen to dialogue with the interiors, take geometric shapes and enhance the rooms of the palace, its tapestries, some dedicated to the myth of Medea and Jason, the furnishings and architectural elements, making Palazzo Royal protagonist of the exhibition. The artist skillfully molds stainless steel and uses it to sculpt light. "It is thanks to light that we can perceive colors and the depth of shapes," he says, in his case, light becomes energy. Critic Philippe Daverio said of him in 2015 about the work "Iceberg at the Venice Biennale": 'Xhixha not only sculpts light, but through his works he generates energy as if he were a solar panel'. On the steel surface, light dances, vibrates, twirls, unleashes a riot of shapes and colors that seem even to dematerialize the sculpture. His works, of great visual impact, play on the mirror-like reflections of the material, acquire dynamism and are enriched by the changing reflections generated by the surroundings and the viewers themselves. Each room in which the works have been installed, through the dynamism made evident by the reflections gathered and relaunched by the reflective surface of steel, activates a fluid dialogue between the states of consciousness emerging in the audience, each time unpredict-

able. This makes the encounter between the spectator and the work. The mirror has always been a magical element, for centuries. "Through the mirror, we can see and perceive certain visual elements and perspectives that we cannot see with the naked eye," explains the artist. "So in this case I try to give the audience perspectives, shapes, visions, to create an open dialogue but above all to deepen the vision of a space from a different perspective. The mirror is magic, and always will be". "Thanks to Xhixha's sculptures, which become interactive, distort, magnify, invert, fragment the vision like magic mirrors, visitors will be able to admire the decorative apparatus of the rooms in a completely surprising way, appreciating in detail artistic elements that may escape an overall view and feel like active protagonists of the works and of the Royal Palace," says Domenico Piraina. The first teacher for Xhixha was his father Sali. "From an early age he used to take me to his studio, he was a painter and made monumental tableaux," says the artist. "His first lesson on sculpture was: 'Remember that every material has a soul and it is up to the sculptor to give it life'. Regarding other sources of inspiration, a great master has always been Henry Moore for me, a perfect example because he managed to give meaning to the past and present with an object, a sculpture, a unique expression. Another mentor was one of those artists who stopped time: Jackson Pollock, who made space into infinity, without beginning and without end. These examples have always accompanied me, through reflections and shapes, and now that I have grown up, I have been able to give a language to my works". Italy is also the cradle of culture and art for Helidon Xhixha. He has played an important role and continues to do so for his artistic success. "It is a wonderful country, which radiates beauty wherever you go, an inexhaustible source of inspiration. For me it has been fundamental in shaping me and growing, I wouldn't change it with any other country because I feel at home. Xhixha has worked with various materials, such as marble, bronze, Murano glass, but with steel it was love at first sight. "It represents the contemporary of the age in which we live, it is present in every moment of everyday life. Therefore turning this material into an artistic concept was a natural process for me. Steel marks the era of the

future. It is an important and vital element, but it takes a lot of energy to create it. It is a material that becomes fluid, just think of when it leaves the foundries to become coils, I personally love to witness these manufacturing processes, it has a weight that can be excessive or light. It transmits lightness, especially when it is molded and turned into a work of art. It is the reflections that steel gives its importance and lightness, because everything it reflects becomes a continuous fluid, not a rigid block. Moreover, the public has the privilege of becoming a participant, so the lightness of this material also lies in the dialogue it creates between nature and public". Each room of the palace is revealed in the most expressive way through reflections. The visitor has a unique opportunity to see architecture in a totally different and innovative way, and to make sense of the connection between contemporary and neoclassical. There was no shortage of challenges. 316 marine grade stainless steel is one of the most important and resistant steels in the world. "Taming it and bringing it to life was not easy because right from the start we needed the means to shape it. It is a very capricious, which always teaches you something, but above all for me it was a challenge to bring out the energy it has in it: it looks like a cold material but, on the contrary, it needs a lot of heat to create it, and this heat is contained within it. With artistic gestures, I try to mold and give life to the inner warmth of steel". Through his works, Xhixha becomes one with nature. The work must not be a block in itself, it must be almost transparent, almost invisible and above all attractive, the audience must feel attracted so that a continuous dialogue is created. "It is like music, an art that I have always envied because it has a privilege: it does not ask permission to enter people's souls. I try to transmit this creativity, this artistic expression to my reflections, to everything that I try to mold; in every sculpture I try to approach music. It is therefore to enhance visual concepts, but above all to create a dialogue between job nature and man. For me, music and the sea have always been sources of inspiration: the sea because every time I see the dance of light crossing the waves I see its infinite depth; music because it is the strongest emotion, always.

helidonxhixha.com
palazzorealemilano.it



The name brings back the atmosphere of yesterday, and it is right here, surrounded by the gentle moraine hills, in the unspoiled of Valtenesi, a few kilometers from the shores of Garda lake, that the Wine Resort Conti Thun, conceived as a French Chateau, is ready to welcome its guests in a true oasis of greenery, surrounded by olive groves and vineyards. Here you come to regenerate mind and body, to savor an exclusive wine experience among romantic picnics, the vines and tastings of Rosé, the absolute protagonist of the winery. Everything has been skillfully designed to fully experience a refined atmosphere in the midst of nature in all its overwhelming beauty. The old 19th century farmhouse has remained almost intact, the façade has been cleaned up and small touches have given rise to 24 elegant suites in which the predominant features are wood, soft fabrics, natural materials and traditional farming objects. The furnishings were made by local and South Tyrolean craftsmen, respecting the origins of the Counts Thun family. Nature invades the interior, an ancient olive tree has taken on new life and dominates the area adjacent to the stairs like a sculpture. The suites are embellished and decorated with antique canvases salvaged from antique markets and covered by a framer who, with simple brushstrokes, depict vine leaves and olive trees, the chairs are reclaimed, one different from the other, the chandeliers made from interwoven vine trunks or wine bottles drunk by guests, on the walls colors of the earth stand out: from the regenerating and vibrant olive green, to beige, to sand, combined with antique pink with a touch of orange, shades present in harmony with nature in the Resort. Even the beds are conducive to regenerative rest because they are completely natural made from South Tyrolean sheep's wool. "We can tell by the relaxed faces of the guests when they come down for breakfast," Countess Ilona Thun, who designed the interior décor of the entire Resort, tells Circle Dynamic Luxury Magazine. "It feels like sleeping on clouds and walking barefoot on the floor, brushed and oiled naturally without lacquer, massage to the soles of the feet," she says. A great naturalness reigns. Almost all rooms have a small terrace and private garden overlooking the vineyards. All around the pools, the garden is the continuation of the moraine hill, in the past it was an olive grove, which is why today it is the Oasis of the olive grove. Each suite has a reserved

daybed in its own green corner surrounded by hedges, shrubs and scented flowers to protect privacy. Here you can enjoy the spectacle of nature because it is the authentic beauty of the Resort, with the landscape that enters the rooms like a painting. "My wife travelled all over Italy for a whole year looking for a beautiful sensation where we could settle down and start our -Conti Thun Wine and Resort- project, from Tuscany to Umbria, to Sardinia," says Vittorio Sommo, general manager and Ilona's husband. "Part of us was very attracted to this area and even more so when we stumbled upon the Valtenesi, discovering a still little-known landscape, which we fell in love with. A land kissed by the sun 300 days a year. We saw in this company a huge unexpressed potential and we came into contact with the Valtenesi Consortium and discovered that a major commercial project was underway for the relaunch of rosé wine which, in recent years, has had a strong acceleration and demand at an international level. We moved in with very young children and, day after day, we gave life to this unique activity. There are three areas that are important: agronomic production with winery, 15 hectares that surrounding the winery, 13 of which are planted with vines, the wine hospitality part with the Wine Bar, strategic for the growth of the brand and the labels, and now the hospitality part that has given completeness to the project, between hospitality and agriculture". The model we took inspiration from is the French Château, here it really feels like being in Provence. Two kilometers from the coast, the resort does not look at the lake, guests get away from the hustle and bustle of the lakefront and enter into total harmony with nature in a very homely setting of discreet elegance. Waking up in your room with a view of the vineyards, or of the 19th century courtyard, being pampered by an ample buffet of local products from local farms, starting the day with a muscular awakening in the Spa and a swim in the pool, is a real must for guests. Then, pleasant tours by e-bike or mountain bikes through the area, which winds its way along evocative cycle paths as far as to Desenzano without touching asphalt. The Wine Bar awaits guests for lunch facing the vineyards with a glass of wine, or by the pool, and is open in

the evening with a more extensive menu. To book, on request, the experience in the cellar, among typical products and glasses of selected labels. Theme evenings are organized, the one very requested by guests is the Sax Night, an aperitif accompanied by the notes of a saxophone, and then the evening in which each Conti Thun wine is paired with a gourmet dish and a song from the Italian repertoire to involve all our senses in a symphony. The Wine Resort is highly appreciated by international tourism; foreigners savor the Italian lifestyle immersed in a small village. Garda lake is growing significantly as a destination, both in numbers (25 million overnight stays last summer) and qualitative level. On the Brescian shore there is significant elite tourism, with the highest concentration of starred restaurants in Lombardy and numerous five-star hotels. Our picnic in the vineyards is always in great demand. "We have been chosen as one of the most beautiful locations in Italy, says Vittorio Sommo with satisfaction. We provide everything you need, from a basket full of delicacies to a bottle of wine, to blankets, so you can spend a few carefree hours under the olive trees and in the vineyards, an Italian lifestyle in the midst of nature". The resort is located in the middle between the high mountains of Alto Garda and the Po Valley. Here the hills have a conformation suitable for the cultivation of vineyards, and it is the most unspoiled area of the lake that has fortunately remained agricultural, where building speculation has not arrived. In the Spa, a line of products based on marc-based products for massages and treatments that reflect the fil rouge of the French Château. "Our wine production has increased, in 2018 we tripled the number of bottles produced because new vineyards were planted and in 2025 we aim to reach the target of 120 thousand bottles", says Vittorio Sommo. There was no shortage of awards, especially for the rosé wines that the Valtenesi Micaela Rosé, a blend of native Gropello and Barbera grapes, Sangiovese and Marzemino, which is fresh, light and fruity and the sparkling wine Bolle di Micaela Brut Rosé awarded at the Merano Wine Festival. Guests appreciate the luxury of true nature. The pleasure of sipping a glass of wine at sunset, by the pool, glimpsing on the horizon the bell towers, rows of trees and the hills tinged with pink. Immersed in the quiet.

contithun.com
wineresort@contithun.it



The most eagerly awaited glamour event of the Ampezzo summer is back: the Cortina Summer Party, the traditional picnic with Tyrolean dress code on the meadows of the Rifugio Socrepes with the spectacular view of the Tofane. An unmissable ritual for lovers of the resort, now in its fourteenth edition. It is the perfect occasion to get together in the pleasure of relationships and lifestyle, enjoying dishes prepared by renowned chefs of the area paired with exclusive labels. International guests, Italian entrepreneurs, sportsmen and regulars of the Queen of the Dolomites attends on 24 August, at the most coveted event that represents the highlight of the summer season in the area. A day to be experienced in the alpine place in the wake of the memorable parties of the 1960s, and the future ones of the forthcoming 2026 Olympics. Fifth scenic of great effect, the Tofane, great protagonists together with the author's cuisine of the party chefs, including Andrea Ribaldone, chef of the new Hotel De Len, who will prepare his tasty beetroot risotto and Alto Vecchio, and chef Alessandro Favrin, who recently arrived at the Seda restaurant of the Colonia Resort, in the Treviso hills, with his specialities ranging from meat to fish, including freshwater, and with great skill between

land and sea cuisine, with well-balanced combinations and cooking techniques. His signature dish is Porcino cooked at a low temperature and seared on serving, with potato mousse, hazelnut, artichokes and mountain celery oil. Also very popular is the Spaghetti with oyster, watercress butter and smoked bacon. But on the occasion of the Cortina Summer Party he will make guests taste his Ravioli del Plin with venison, rye, wild blueberry and wild celery, a real treat. Meetings, sharing experiences and art de vivre create an unrivalled alchemy, richer and more diverse every year, with the presence of important partners, and media partners such as Circle Dynamic Luxury Magazine. A day spent immersed in the alpine landscape thanks to an impeccable format with waiters in dark suits and white gloves for a service of gourmet specialities. Directed by Erica and Alvise Zuliani, who flank the chefs, the great protagonists of the event, with kitchens en plein air surrounded by the spectacular backdrop of the Dolomites. Also for this edition, there will be an award ceremony for the best traditional Tyrolean outfits worn by guests for the occasion. "Cortina confirms rituals and traditions," says Alvise Zuliani, creator of the event, "while respecting the style that has made it famous

throughout the world, with increasing attention to the desire to nourish body and spirit."

Without neglecting what makes the location special: the pure air, the green the panorama, the boundless spaces, but also the ability to attract new and positive energies. The meadows of Rifugio Socrepes, at an altitude of 1530 metres are one of Cortina's magical places. It can be climbed with the Chalet Tofane. The Cortina Summer Party preserves intact the spirit of the event, focusing more and more on the powerful beauty of the area and the pleasure of sharing experiences with a parterre of around 600 guests. There will be 22 food and wine stands, with various specialities to taste that enhance the raw materials of the Ampezzo area, such as vegetables, flowers, wild herbs, but also excellence of Italian cuisine and a selection of wines from the prestigious labels from Cantina Venissa and Maison Pommery.

From the Socrepes Refuge one can make wonderful hikes along the mountain paths to discover herbs, medicinal and aromatic, such as gentians, echinaceas, dandelions, camomile, marigolds, great protagonists of the table as well.

cortinaup.it
rseventi.com

Direttore Responsabile
Margherita Celia Bertolotti

Direzione artistica e impaginazione
CS Graphic Design
Stampa Artefatti, NO

Hanno collaborato
Virginia Bach, Chiara Cantoni,
Marie Gillet, Antonella Grosso
Traduzioni Celia Claudia Diamante

Segreteria di redazione
redazione@circleluxurymag.com
Pubblicazione registrata presso il tribunale
di Milano anno 2008
Numero 48 Agosto 2023

Redazione e amministrazione
Circle Luxury Magazine
tel. +39 333 9986921
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 Elera Umbr 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
GESSI MILANO
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
CASCIONI ECO RESORT ARZACHENA
CERESIO 7 MILANO Milano
CERVO HOTEL COSTA SMERALDA
MERAVIGLIOSO COSTA SMERALDA COURMAYER
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 CAPRI PALACE
HOTEL CA SAGREDO Venezia
HOTEL CASIONI Costa Smeralda
HOTEL CERVO COSTA SMERALDA
HOTEL CIPRIANI Venezia
HOTEL CIPRIANI Milano
HOTEL DE LEN Cortina
HOTEL FILARIO COMO
HOTEL FAIRMONT Monaco FR
HOTEL FALORIA Cortina BL
HOTEL HERMITAGE Monaco FR
HOTEL LA RESERVE PARIS
HOTEL RESORT LE MATOTE CN
HOTEL MANDARIN ORIENTAL Hong Kong
HOTEL PALAZZINA G Venezia
HOTEL PAN DEI PALAIS Saint-Tropez

HOTEL PRINCIPE DI SAVOIA Milano
HOTEL ROSAPETRA CORTINA
HOTEL SPORTING PORTO ROTONDO
HOTEL SUGOLOGONE Nuoro
HOTEL VILLA D'ESTE Cernobbio CO
HOTEL VILLA DEL GOLFO Costa Smeralda
HOTEL VIU / BULK Milano
HOTEL JW MARRIOTT Venezia
HOTEL RESORT COLLINA D'ORO Lugano CH
PALAZZO VENART Venezia
OASR AL SARAB DESERT RESORT BY ANANTARA Abu Dhabi
RIFUGIO RIA DE SACCO - KRALER
TERME MANZI HOTEL & SPA Casamicciola Terme NA
HOTEL VILLA CRESPI AORTA Orta San Giulio NO
VILLA ERBA Cernobbio CO
VIVA Milano

MARINE

MARINA CALA DEI SARDI
MARINA CALA DEL FORTE
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
MARINA MOLINAS GROUP
MARINA DI SCARLINO Scarlino GR
MARINA PORTO ROTONDO
MARINA DI VARAZZE Varazze SV
PORTOPICCOLO Sistani 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 Leuca
YACHT CLUB MONACO Monaco MC
YACHT CLUB PORTO CERVO
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
ANVERA
ANTONINI NAVI
APREAMARE YACHTS
AZIMUT BENETTI YACHTS
BAGLIETTO YACHTS
BENETEAU GROUP
BLUGAME YACHT
CANTIERE BAGLIETTO
FIART
FINCANTIERI
ITALIAN SEA GROUP
LAGOON
MANGUSTA YACHTS
MYLIUS YACHT
MOMY, Design
NATUCA CASAROLA
NAUTORS' SWAN
OLBIA BOAT SERVICE
PERINI NAVI
ROSSETTI SUPERYATCHS
ROSSI NAVI
SAN LORENZO YACHTS
SILVER ARROWS MARINE
TANKOA

CIRCUITI

ASSOMARINAS
2FAST4YOU
AEROPORTO OLBIA
AERONAUTICA MILITARE
ALTEC
ART PROJECT - MARCO NEREO TROTELLI
AUTOMOTIVE
AYNOHE PARK HOUSE UK
BANK OF CHINA
BANCA GENERALI private
BANCHE FIRENZE
BARBARA PACI GALLERIA Pietrasanta LU
BAROVIERE & TOSO
BELLA STRADA SAINT TROPEZ

BENTLEY MOTORS
BIENNALE DI VENEZIA
BOUCHERON PARIS
CALVISIUS CAVIAR
CANTINA LA CANOSA
CANTINE DAL VERME TORRE DEGLI ALBERI
CARGO PLUS - SKY EMIRATES
CASINO VENEZIA - VELA
CASSINA DESIGN
CASTELLO ZAVATTARELLO
CESARI UMBERTO
CENTRO VELICO CAPRERA
CHRISTIES REAL ESTATE IMMOBILSARDA
COLLINA DEI CILIEGI WINE
COMUNE MILANO
CONFINDUSTRIA
CONFINDUSTRIA LOMBARDIA
CONFINDUSTRIA MARMOMACCHINE
CONFINDUSTRIA NAUTICA
CONFINDUSTRIA SARDEGNA
CONSORZIO COTA SMERALDA
CONSORZIO PORTO ROTONDO
CONTRACT ATELIER
CRIS CONTINI CONTEMPORARY
DANTE BENINI ARCHITECTS
FLY MOVE DIANCHE'
FONDAZIONE DONA' DELLE ROSE
FONDAZIONE LUCIANA MATALON
FOOD FOR YOU
FONTANA ARTE
FRANK KRALER
GAGGENAU
GALLERIA CLAVE PARIGI
GALLERIA FUMAGALLI MILANO
GALLERIA GLAUCO CAVACIUTI MILANO
GALLERIA PADULA Lericci SP
GALLERIA POGGIALI FIRENZE
GIORGETTI ATELIER
GREEN WISE
GRUPPO SAN DONATO FOUNDATION
HALCYONGALLERY Londra
HANNESY MOET CHANDON
HONG KONG TDC
HOLONIX
IDENTITÀ GOLOSE
INTERNI MILANO
ISTITUTO IDROGRAFICO DELLA MARINA MILITARE
ITALIANGROUP, DRIADE, FONTANARTE, VALCUCINE
LAGO
LMC
LA SCOLCA CANTINE
LEFAY RESORT
LEXUS ITALIA
LIUNI
LIVIGNO, GIN CONTRABBANDO
MADONNA DI CAMPIGLIO
MAISON BURTIN CHAMPAGNE
MARCO POLO CLUB
MARCHESI ALFIERI
MARCHESI ANTINORI
MARINA MILITARE ITALIANA
MC LAREN AUTOMOTIVE
MATI 1909
MERIDIANI
MUSEO SCIENZA E TECNICA MILANO
MUSEO STORICO DELLA MARINA MILITARE, Venezia
NOMAD ST MORITZ
NONINO SPIRITS
J SAFRA SARASIN BANK
PAGANI AUTOMOTIVE
PERRIER JOUET MAISON
PETRONNE DISTILLERIA
PIAGET ITALIA
PIANCA & PARTNERS
PIECES OF VENICES
QC TERME
RELAIS & CHATEAUX
ROBERTO CIPRESSO CANTINE
ROLEX
RUM DOMENICANO
RUINART CHAMPAGNE
SABRINA MONTE-CARLO
SALONE NAUTICO CANNES
BOAT SHOW MONTECARLO
SALONE NAUTICO GENOVA
SAMSUNG
SAN PELLEGRINO
SILVERSEA
SOHO HOUSE Londra
SOTHEY'S ITALIA
SUMMER PARTY Cortina d'Ampezzo BL
TASCA D'ALEMERTINA WINERY
TATE GALLERY Londra
TOM DIXON DESIGN
TRIENNALE DI MILANO
ULM CIRCUITO MONDIALE MOTONAUTICA
UFFICIO DELLA REGIONE Venezia
VIP LOUNGE THE BRIDGE Hong Kong
VIP LOUNGE THE WING Hong Kong
VIP LOUNGE Salone Nautico Genova
VISMARA DESIGN
VOLLES DE SAINT-TROPEZ
YACHT SHOW Monaco



Ca'Sagredo  Hotel
★★★★★
VENEZIA

Campo Santa Sofia
4198/99 - Ca' d'Oro
30121, Venezia

info@casagredohotel.com
www.casagredohotel.com

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

Ca' Sagredo Hotel - 6000mq di Bellezza





Sport, Arte e Cultura
a Porto Rotondo
dal 1985

YCPR.IT