



circle
Dynamic Luxury Magazine



NUMERO 38

IL DESIGN DEI GHIACCI

ONE OCEAN. ROTTA SOSTENIBILE

IL VALORE DEL TEMPO DI MARCO NEREO ROTELLI

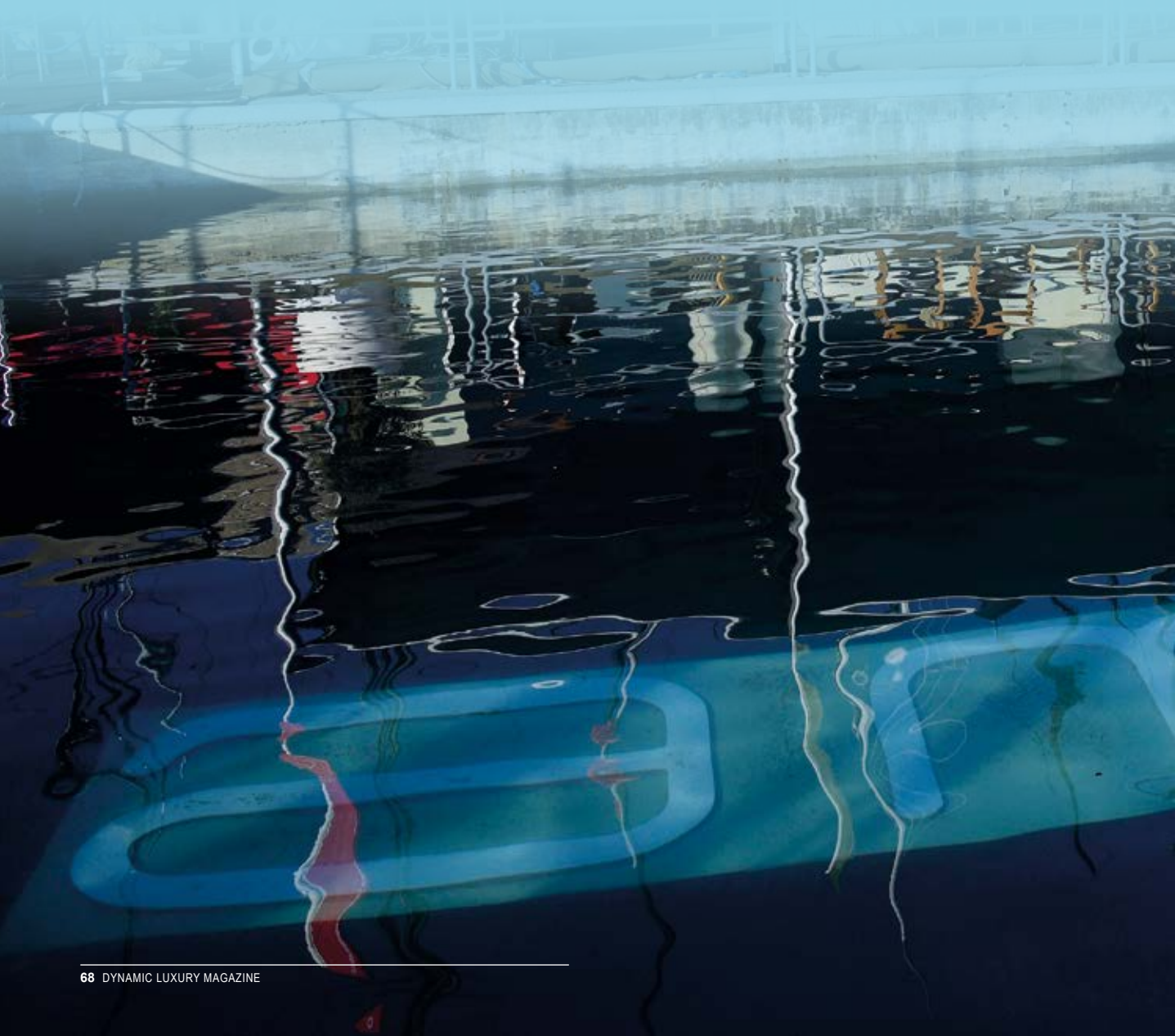
GIANNA FARINA. SPAZI PER LA MENTE

IL CONCEPT SIMPLEXITY DI ORA-ITO



L'arte di restituire

Chiara Cantoni





PRIMA "IL RITORNO DI MONET IN RIVIERA", MOSTRA CHE HA RIPORTATO A BORDIGHERA, SULLA COSTA LIGURE, E A DOLCEACQUA, NELL'ENTROTERRA, TRE CAPOLAVORI DEL PADRE DELL'IMPRESSIONISMO. POI L'EVENTO AL SALONE DI GENOVA CHE HA VISTO OSPITE L'ARTISTA CONCETTA DE PASQUALE E LE SUE SUGGERITIVE ROTTE DI VIAGGIO DIPINTE SU CARTE NAUTICHE. Ora l'eco di antichi poeti fermati su carta dorata da Marco Nereo Rotelli con l'esposizione "Il Tempo dell'Oro", a l'Hotel de La Poste di Cortina D'Ampezzo (da Febbraio 2020). Più di una semplice relazione occasionale, quella fra il cantiere sanremese Amer Yachts e l'arte va configurandosi come una vera e propria passione conclamata che si traduce in promozione, sponsorizzazione e sostegno al talento creativo e al patrimonio made in Italy.

Un percorso iniziato l'anno scorso, in tandem con il Principato di Monaco, per valorizzare i luoghi del territorio ligure dipinti da Monet e raccontare la fitta trama di legami fra le radici storiche del marchio e l'entroterra, la Riviera di Ponente e la Costa Azzurra: legami di prossimità, geografica ma soprattutto culturale, che trovano nel linguaggio universale dell'arte una sintesi narrativa convincente. «Ci siamo spesi per dare rilevanza internazionale all'evento non solo in qualità di



sponsor ma di testimonial, diffondendolo fra i nostri clienti e pubblicizzandolo sulle testate nautiche di tutto il mondo attraverso una pagina che ritraeva la 94' idealmente ormeggiata sotto al ponte immortalato da Monet», racconta Barbara Amerio, alla guida di Amer Yachts. Con oltre trentacinquemila visitatori, il successo della mostra è stato tale da doverne posticiparne la chiusura.

«IL SETTORE DEL DIPORTO, TANTO PENALIZZATO DALLA CRISI, HA RIPRESO A FUNZIONARE, DANDO ALLE AZIENDE UN PO' PIÙ DI RESPIRO PER TORNARE A INVESTIRE: PERSONALMENTE SENTIAMO DI DOVERLO FARE IMPEGNANDOCI CON IL CONTESTO CHE CI HA PERMESSO DI CRESCERE E DI ARRIVARE FIN QUI», SPIEGA AMERIO.



Così è nata la campagna "Non solo Amer", pensata per promuovere attraverso la formazione e la sponsorizzazione di eventi la passione per il mare, il territorio e il navigare in ogni sua forma o espressione, anche creativa. «Il supporto a iniziative culturali non direttamente collegate all'ambito nautico fa parte di quella responsabilità sociale che ci spinge ad azioni di give back, ossia di restituzione al territorio in cui l'azienda è insediata e al made in Italy in generale di cui il nostro design costantemente si nutre. Operazioni forse non vistose né di grandi proporzioni ma che presentano, proprio come il nostro prodotto, un'elevata qualità e un'attenzione alla sostenibilità: per esempio, il sostegno ad artisti vicini alle nostre radici, che utilizzano materie



Amer Yachts 120



prime locali o di riciclo, che traggono ispirazione dal mare, che riscoprono la tradizione per restituire peso al futuro, tutti aspetti comuni anche al nostro lavoro sulle barche e sul design. Riconosciamo in queste operazioni la forza di un linguaggio comune in grado di far conoscere il marchio ma anche realtà di valore a noi collegate, intercettando in maniera trasversale i pubblici sia dell'arte che del diporto».

Oggi il percorso intrapreso da Amer Yachts incontra la dimensione artistica e poetica di Marco Nereo Rotelli, co-sponsorizzando la mostra "Il Tempo dell'Oro", allestita a Cortina D'Ampezzo, negli spazi dello storico Hotel de la Poste. «Operando in un settore di altissima gamma, la riflessione di Rotelli sul tempo e sul possesso ci interroga profondamente: che cos'è l'oro? Dove risiede il valore? Nel bene posseduto o nella proiezione emozionale che ciascuno gli attribuisce?», si domanda Amerio. «I nostri prodotti in fondo sono solo suggestioni, suggerimenti di rotte, tracciate affinché gli armatori possano dare, a modo loro, una connotazione all'unico bene di valore che non può essere venduto né comprato, il tempo, quindi, al vissuto che diventa esperienza e, nel tempo, memoria. Oggi più che mai il valore assume una dimensione impalpabile e personalissima: i beni di lusso, come può esserlo uno yacht, non sono altro che strumenti messi a disposizione perché ognuno possa setacciare, vagliare e arricchire il proprio oro. E QUESTO NON HA PREZZO, NON PUÒ ESSERE IN ALCUN MODO QUANTIFICATO O COMMERCIALIZZATO. TUTTO CIÒ CHE IN QUALITÀ DI AZIENDA POSSIAMO E DOBBIAMO FARE È PROVARE A TOGLIERE IL SENSO DI COLPA DALLA SCOPERTA DELL'ORO LEGATO ALL'INSOSTENIBILITÀ DEL LUSO. COME? Proponendo prodotti che rispettino l'equilibrio naturale affinché il godimento del tempo e l'esperienza del valore non avvenga secondo l'ordine dello spreco o dello sfruttamento».

Godere del bello in maniera responsabile, insomma, si può: lavorando in questa direzione, Amer Yachts puomuove da sempre il concetto di lusso sostenibile. Risparmio di gasolio, abbattimento dei consumi, utilizzo di materiali ecologici, tecnologia green, sono tutti impegni concreti che hanno già guadagnato al cantiere numerosi riconoscimenti internazionali. L'ultimo dei quali, recentissimo, la nomination tra i finalisti dell'Ocean Tribute Award 2020, premio per la sostenibilità assegnato dal Principe Alberto II di Monaco in occasione del Boot Düsseldorf. Ennesima conferma della bontà di un'azienda capace di integrare nel suo modello di sviluppo i paradigmi di innovazione verde ed economia circolare. «Il mondo imprenditoriale inizia a guardare in questa direzione», conclude Barbara Amerio, da poco nominata presidente di Confindustria Imperia. «Il mare è una risorsa straordinaria e può fare da volano allo sviluppo dell'intera provincia. L'impegno per il futuro è valorizzarne il potenziale mettendo a fattor comune l'esperienza aziendale maturata in questi anni».

ameryachts.it

THE ART OF GIVING BACK Chiara Cantoni

YACHTS page 68



The relationship between Amer Yachts and Art takes the shape of various events, starting from the exhibition showing three masterpieces of the father of Impressionism - "Il Ritorno di Monet in Riviera" (*The Return of Monet on the Riviera*), passing through the presence of Concetta De Pasquale, painting on nautic maps at the Salone di Genova, to conclude with the exhibition of Marco Nereo Rotelli at Hotel de la Poste in Cortina d'Ampezzo, "Il Tempo dell'Oro" (*The Time of Gold* - 6th February-16th March 2020). This campaign, called "Non solo Amer" (*Not Only Amer*) is intended to promote the passion for the sea, the territory and sailing, in any form and expression, even creative, through cultural events. "The support to cultural initiatives that are not connected directly to the nautic world is part of the social responsibility that lead us to *give back*. In a word, the restitution to the

territory where the company is established and generally to the made in Italy, feeding constantly our design. Today, the path of Amer Yachts meets the artistic and poetic dimension of Marco Nereo Rotelli, co-sponsoring the exhibition "Il Tempo dell'Oro" (*The Time of Gold*), set up till 16th March in Cortina D'Ampezzo, in the spaces of the historical Hotel de la Poste. «Operating in a high-end sector, the reflection of Rotelli on time and its possession, makes us question deeply: what is gold? Where does its value lie? In the asset possessed or in the emotional projection we attribute it?», wonders Amerio. «Our products are only suggestions of routes, traced to give shipowners the possibility to give value to the only asset that neither can be sold nor bought, time, therefore to what is lived and has become experience, and memory, during time. All luxury is available to enrich personal gold".

It is possible to enjoy beauty in a responsible manner: working in this direction, Amer Yachts has always promoted the concept of sustainable luxury: gasoil saving, consumption reduction, use of ecological materials, green technology. The commitment of the shipyard is concrete and has earned several international awards. The last, very recent one, has been the nomination among the finalists of the Ocean Tribute Award 2020, award for sustainability assigned by Prince Albert II of Monaco at Boot Düsseldorf. «The entrepreneurial world is starting to consider the sea as an extraordinary resource, that can make the whole province develop», concludes Barbara Amerio, recently nominated President of Confindustria Imperia. «Our commitment for the future is to enhance its potential!».

Ameryachts.it

THE SEA MADE IN ITALY PASSES THROUGH PIACENZA Chiara Cantoni

SAIL page 74



«In cities without sea, I wonder, where do people go when they want to regain their balance?», asked to himself Banana Yoshimoto in Tsugumi. The author shall be surprised to know that the sea is present anyhow. In the Po Valley, for instance, where there is a little Italian gem, Mylius Yachts, specialized in the design and construction of cruising sailboats between 60-80 feet. A shipyard that is based in Podenzano, but with roots in the nautical tradition of Campania. Their founders, fond of sea and regattas - Mario Sassi, Alberto Simeone e Mario Montefusco - gave birth to an Italian enterprise in 2003. Just one year after, they launched Mylius 11E25, then followed by Mylius 14E55. Almost custom made boats, that have in common a sole momentum to quality, constructive and aesthetic, giving high performance, maximum safety,

neat and elegant design, and extreme care of details. Hard not to notice them. As a result, Luciano Gandini and his daughter Valentina - passionate sailors and long-term entrepreneur, and leaders of TwinPack Group - met the shipyard thanks to Mauro Montefusco, member in their regatta crew at that time. In 2011 the boat designed together with them was ready for the Salone Nautico di Genova and it was clear that there was potentiality.

The Nautical Design Award for the category of sailing boats up to 24 meters and the Premio Progettista dell'Anno (Designer of the Year) confirmed that the orientation was good. «Alberto Simeone had realized an innovative product, that in a moment of deadlock could stand out pointing to further sizes. At that time the shipyard did not have economic means and entrepreneurial skills, therefore, in 2012 we decided to acquire its majority, taking it to Podenzano, where TwinPack headquarter is, to dedicate to the project, investing on bigger yachts», keeps on Valentina, Marketing and Commercial responsible of Mylius Yachts. «The transfer of technology and know how from TwinPack companies, used to work on complex systems, has been determining as far as plant engineering: electric, hydraulic, electronic, software design, etc. TwinPack has used carbonium in its robotic arms, in return».

Our skills grew so much, thanks to the support of important suppliers like Hall Spars for the masts and

Harken for the winches, that in 2019 we founded Mylius Captains Academy, addressed to shipowners and captains. Five appointments of two days each, distributed along the year, where subjects about the management or the maintenance of the boat are treated, studying technical and critical eventual. As we have many requests, for the 2020 edition, we are going to launch Academy also abroad, on an application basis. A good initiative giving our community the family feeling we want. We are like a big family: the limited edition allows us to follow every single shipowner». Many are the occasions to reaffirm it: first above all, the Mylius Cup, annual appointment within the four days of the Rolex Capri Sailing Week. «An opportunity to celebrate, in the sigh of sailing, and launch once more the message of the shipyard "We are Mylius", telling about an Italian excellence, high technology, and passion, shared with our community». These same values were shown last October, too, at Les Voiles de Saint Tropez, where the flagship Mylius 80' "Twin Soul B" won for IR3 class and Mylius 50' "Daguet2" was at the second place for IRC B.

«The visibility of the brand is increasing in importance, on the market as well as on the race course. We want to put it at the disposal of something useful, with a wider horizon, like the protection of the seas and sustainability.

mylius.it



BANCI
FIRENZE

120 YEARS OF DESIGN AND PASSION