

COSTUME

# Il regno del lusso brilla di luce propria

di Matteo Zaccagnino

Moda, gioielli, auto e naturalmente yacht. Sono solo alcuni dei preziosi ingredienti di DeLuxe, l'evento che ha inaugurato la stagione in Costa Smeralda  
*Fashion, jewellery, autos and yachts, of course. These are just some of the precious ingredients of DeLuxe, the event that inaugurated the Costa Smeralda season*

**R**ecessione economica. Mercati finanziari in crisi. Prezzo delle materie prime in continuo e sensibile rialzo. Tutto vero. Il bollettino di guerra che riempie, giorno dopo giorno, le pagine dei giornali non invita certo all'ottimismo. Eppure c'è un rovescio della medaglia. Quale? Quello emerso da un'indagine di mercato condotta da Merrill Lynch e Cap Gemini sulla ricchezza nel mondo. E qui il suono sordo dei tamburi di guerra lascia il posto alle melodie dei violini. Le Borse europee e nord americane segnano il passo? Giusto. Ma ci sono quelle di Shanghai e Shenzhen che hanno fatto registrare rispettivamente performance del +303 per cento e del +244 per cento. Stesso discorso per la Borsa di Mumbai che ha totalizzato un marcato + 122 per cento. Gli Stati Uniti non sono più il mercato di riferimento per i beni di lusso? Vero, anche se in parte. L'assenza degli acquirenti americani è stata ampiamente rimpiazzata dai nuovi ricchi che arrivano dalla Russia e dal Medio Oriente, senza parlare di Cina e India. Insomma chi opera nella fascia alta di mercato, che siano

auto, gioielli, barche, aerei privati, elicotteri, può star tranquillo: il lusso piace sempre, anzi ancor di più. E i clienti non mancano. I 10 milioni di super ricchi, quelli per intenderci che hanno un patrimonio personale superiore al milione di dollari, investono parte dei loro capitali per dare libero sfogo alle loro passioni. In che modo? Il 16,2 per cento delle loro spese sono indirizzate verso yacht, supercar e jet privati; seguono poi le opere d'arte (15,9 per cento); i gioielli (13,8 per cento) e le vacanze di lusso (13,5 per cento). Elementi questi che, guarda caso, sono alla base di un evento che da cinque anni a questa parte tiene banco, per due giorni, in Costa Smeralda. Il DeLuxe edizione 2008, organizzato come sempre dal Marina di Porto Cervo, passerà alla storia non solo per la qualità degli espositori ma anche per la sostanza dei contenuti. Per la prima volta la manifestazione è stata anche lo spunto per fare alcune riflessioni sull'andamento del mercato del lusso. A fornirle una tavola rotonda dal titolo inequivocabile: "Il Lusso: un'opportunità per il made in Italy, scenari, prospettive e prota-



1



4



5



2

**AN EXCLUSIVE CLUB REALLY SHINES**

Recession, crisis on the financial markets, spiralling raw materials prices: day after day the news just seems to get worse and worse. Hardly the stuff of optimism. Or is it? There is another side to the coin. A Merrill Lynch and Cap Gemini market research survey of world wealth has yielded some intriguing insights. Although the European and North American stock exchanges seem to be in freefall at times, their Shanghai and Shenzhen counterparts have recorded a growth of +303 per cent and +244 per cent, respectively. The same goes for the Mumbai Stock Exchange which is up 122 per cent. So it seems that the American market is no longer the main focus for luxury goods. This is true but only to a certain extent. The lack of American buyers has been more than made up for by the new rich of Russia, the Middle East (without China) and India. So purveyors of luxury cars, jewellery, boats, private jets, helicopters and the like can rest easy: luxury has never been so popular. There are 10 million high net worth individuals out there, by which we mean folk with personal wealth of over a million dollars. And they like to spend their hard earned cash. In fact, 16.2% of their spending is ac-

FOTO DI F. NONINO



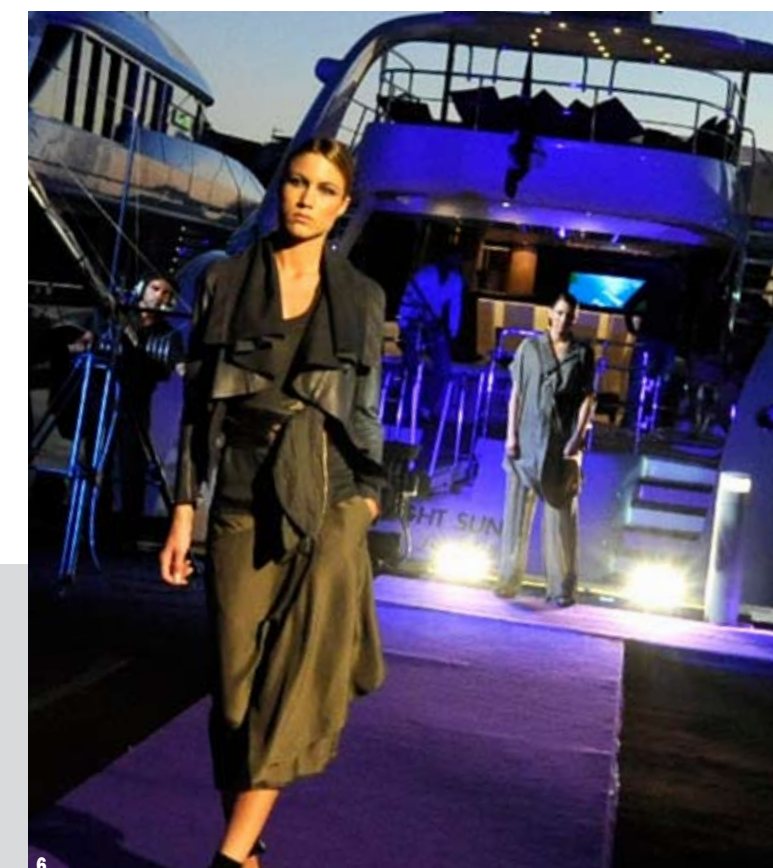
3

1) Modelle sedute sull'Ethuille, creazione di Dolcefarniente.  
2) Una ragazza, il cui polso è impreziosito da un Audemars Piguet, sfoglia il libro di Glaviano.  
3) Una bella immagine di Tom Barrack, l'imprenditore

americano che ha fatto gli onori di casa.  
4) Gabrielle Azzi, presidente di Ibs.  
5) Giuseppe Orsi, l'amministratore delegato di Agusta-Westland.  
6) Le sfilate che hanno fatto da cornice al DeLuxe 2008.

1) Models seated aboard Ethuille, a creation by Dolcefarniente.  
2) A young woman wearing an Audemars Piguet watch skims the book of the collection by Glaviano.  
3) A photo of Tom Barrack, an American

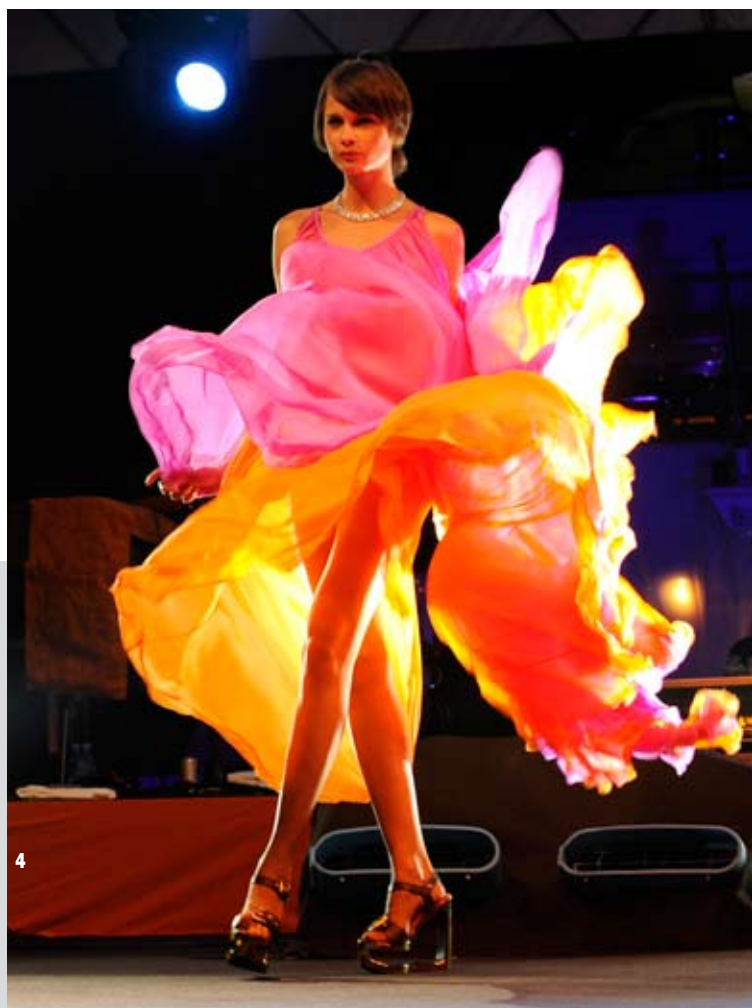
entrepreneur who hosted the event.  
4) Gabrielle Azzi, President of IBS.  
5) Giuseppe Orsi, the Managing Director of Agusta-Westland.  
6) The fashion shows that provided a nice backdrop to DeLuxe 2008.



6

gonisti del comparto dell'ecceellenza", alla quale hanno partecipato alcuni tra gli interpreti più importanti di questo settore, da Francesco Trapani, Ad di Bulgari, a Giuseppe Orsi, presidente del Gruppo Agusta-Westland, da Arthur Tay, chairman di Sult Corporation, a Georges-Henri Meylan, Ad di Audemars Piguet. Senza contare la presenza di Françoise Izaute, Ad di Platinum Guild International, e quella di Vincenzo Cannatelli, Ad del Gruppo Ferretti. Già, la nautica. Sempre di più gli yacht sono una leva importante per il settore del lusso. Ma non basta. Al pari dei gioielli e delle auto e della moda, sono oggi i tratti distintivi di quel Made in Italy che permette al nostro paese di recitare un ruolo da protagonista in un contesto internazionale sempre più competitivo. E bastava percorrere la banchine del Porto Vecchio per toccarlo con mano. La cornice era degna delle grandi occasioni. «Il DeLuxe è una vetrina prestigiosa», racconta Gabriele Azzi, presidente di Ibs. «Seguiamo l'evento sin dall'inizio e la nostra presenza è diventata, edizione dopo edizione, sempre più importante. Que-

s'anno abbiamo portato sette barche: dal Viking 64, anteprema per il mercato italiano, ai due modelli dei Cantieri di Sarnico, il 60 e lo Spider, e il Cigarette 39 Unlimited. A questi si aggiungono tre modelli Riviera: 47 sportyacht e fly 51. Ad agosto il cantiere australiano presenterà al salone di Sydney un nuovissimo 70 piedi e una versione di un 60 piedi della linea sportyacht». Dall'acqua alla terraferma il passo è breve. E qui erano tanti i gioielli da ammirare. Come la Zonda Roadster F, supercar in carbonio realizzata in soli 25 esemplari; nella top ten delle più ammirate anche la Slr McLaren Roadster, una bella e impossibile, la Lamborghini Gallardo 560-4 o la Maybach 57-S, ammiraglia indiscussa delle quattro ruote presenti a Porto Cervo. Al pari delle auto spiccavano in tutto il loro luccicante splendore i gioielli di Bulgari e i cronografi Royal Oak di Audemars Piguet. A suo agio anche Gianni Danieli di Danimar che commercializza in esclusiva i modelli Azimut. «Non può esserci un evento a Porto Cervo senza considerare l'aspetto nautico e il DeLuxe credo abbia ben evidenziato come una barca,



counted for by yachts, supercars and private jets. Next in line is art (15.9%); jewellery (13.8%) and luxury holidays (13.5%). The result is that for the last five years the Costa Smeralda has hosted a very special two-day event featuring just those luxury products. The 2008 DeLuxe, organised as ever by the Porto Cervo Marina, will go down in history not only for the quality of its exhibitors but also the substance of its content. For the first time the event hosted a round table on the subject of "Luxury: an Opportunity for Made in Italy, Scenarios, Outlook and Protagonists of the Excellence Segment." The round table was attended by some of the leading exponents of the sector including Bulgari top man Francesco Trapani, Agusta-Westland Group Chairman Giuseppe Orsi, Sult Corporation Chairman Arthur Tay and Audemars Piguet boss Georges-Henri Meylan. Also contributing were Françoise Izaute, Managing Director of Platinum Guild International, and Vincenzo Cannatelli, Managing Director of Gruppo Ferretti. Ah yes, which brings us back to yachts which are playing an increasingly important part in the luxury sector. They are also raising the Made in Italy profile on the increasingly competitive international stage.

A quick stroll down the Porto Vecchio provided proof of that. "DeLuxe is a prestige showcase," said IBS President Gabriele Azzi. "We've been with the event since the start and we've had an increasingly important presence with every edition. This year we've brought seven boats, including the Viking 64, the Cantieri Sarnico's 60 and Spider, making their Italian debuts, and the Cigarette 39 Unlimited. Plus three Riviera models: the 47 sportyacht and fly 51. In August, the Australian yard will unveil the brand-new 70' at the Sydney Show plus a version of a 60' for its sportyacht range," said Azzi. Ashore there was plenty to admire too, including the Zonda Roadster F, a limited edition carbon-fibre supercar of which just 25 have been built, the superb SLR McLaren Roadster, the Lamborghini Gallardo 560-4 and the Maybach 57-S. Bulgari was also showing its finest jewellery while Audemars Piguet brought along its Royal Oak chronograph. Feeling right at home too was Gianni Danieli of Danimar which has the exclusive Azimut dealership: "It would be impossible to stage an event in Porto Cervo without looking at the nautical aspect, and I think that the DeLuxe has shown how a boat, a piece of jewellery or a supercar can all be-



**1) Alanis Morissette, la cantante canadese protagonista di uno splendido concerto.**  
**2) Craig David, la cui voce ha allietato gli ospiti del DeLuxe.**  
**3) Marcello Maggi, Ad di Isa, con sua moglie.**  
**4) Una modella sfilata per la collezione Cala di Volpe della stilista Adriana Glaviano.**  
**5) Un momento delle sfilate in banchina.**  
**6) Fabrizio Politi di Fashion Yachts.**  
**7) Le bollicine di Perrier Jouet hanno rallegrato i palati degli ospiti nella due giorni in Costa Smeralda.**

**1) Alanis Morissette, the Canadian singer and protagonist of a splendid concert.**  
**2) Craig David whose voice delighted the guests at DeLuxe.**  
**3) Marcello Maggi, Managing Director of Isa, with his wife.**  
**4) A model for the Cala di Volpe collection by stylist Adriana Glaviano.**  
**5) A moment during the fashion shows.**  
**6) Fabrizio Politi of Fashion Yachts.**  
**7) The bubbles of Perrier Jouet enlivened the guests during these two days in the Costa Smeralda.**

un gioiello e una fuoriserie possano far parte dello stesso esclusivo club». L'A di Azimut era rappresentata dal 116, a bordo del quale Tom Barrack ha accolto i suoi ospiti di riguardo; dal 68 Evolution e dall'86s. «Proprio la Costa Smeralda è al centro dei nostri futuri investimenti. A breve inaugureremo un ufficio di rappresentanza di 150 metri quadrati nel marina nuovo. Alla base di questa scelta l'idea di aprire una base per il charter», aggiunge Danieli. Ammiraglia della flotta schierata nelle acque del DeLuxe era ancora una volta il 47 metri del cantiere Isa: «Il nostro coinvolgimento in questo evento», racconta Marcello Maggi, «si fonda sullo splendido rapporto di amicizia con Tom Barrack. Quest'anno abbiamo voluto potenziare la nostra immagine portando anche il 120», prosegue Maggi, che aggiunge: «Stiamo attraversando un momento magico. Abbiamo appena consegnato un 48 metri. A questo seguiranno un 50, un 60, e un 63 metri. Inoltre abbiamo siglato un contratto importante sul quale riferiremo a Montecarlo. Soddisfazioni anche per la linea dei 120, nove le unità costruite, e siamo pronti con il primo Isa 140 che sarà consegnato a ottobre 2009». E proprio Sonka, il 47 metri del cantiere anconetano, è stato il punto di partenza e di arrivo delle tante sfilate che hanno rallegrato le notti DeLuxe. Un'occasione questa che ha fornito il pretesto per ammirare le collezioni di Guy Laroche, Fendi, o quella disegnata da Adriana Glaviano che ha dato vita alla linea Cala di Volpe by Glaviano e ancora quella di Massimo Crivelli con il suo Cala di Volpe-Bain de Minuit. Moda uguale fashion. Con questi presupposti non poteva mancare Fabrizio Politi che, con la sua Fashion Yachts, è oggi una delle realtà più dinamiche sulla scena. «Sono tanti i tratti che hanno in comune questo evento e l'idea che ho io della barca da concepire non più come qualcosa che deve obbedire solo alle leggi del mare, ma che, a mio avviso, deve essere un contenitore di emozioni e atmosfere», racconta Politi. «Capisco di aver raggiunto il mio scopo», sottolinea Politi, «nel momento in cui sento, com'è successo nei due giorni della manifestazione, i commenti delle per-



FOTO DIE NONNOI 1



2



3

long to the same exclusive club." Azimut was represented by the 116, aboard which Tom Barrack received his VIP guests, the 68 Evolution and the 86s. "The Costa Smeralda lies at the heart of our future investments. Very shortly, in fact, we'll be opening a 150-square-metre office in the new marina, the idea of which is to provide a charter base," adds Danieli. The flagship of the show was once again the 47-metre Isa. "Our involvement in this event," said Marcello Maggi, "is down to our great friendship with Tom Barrack. This year we wanted to further boost our image by bringing along the 120' too," he continues adding: "This is a magical time for us. We have just delivered a 48-metre which we'll be following up with a 50-metre and a 63-metre. We're also delighted with the 120 series with nine built and we're ready to go with the first Isa 140 which is due to be delivered in October 2009." Sonka, the Ancona yard's beautiful 47-metre, was the starting and finishing point for the many catwalk shows that enlivened the DeLuxe evenings. Which gave those presented the opportunity to admire the latest collections from Guy Laroche, Fendi and also from Adriana Glaviano who now has the Cala di Volpe by Glaviano



4



5



6



7

1) La tavola rotonda dove si riconoscono il moderatore Paolo Gila con i relatori Francesco Trapani, Vincenzo Cannatelli, Arthur Tay e Giuseppe Orsi.  
2) La Mercedes SLR

McLaren Roadster.  
3) Georges Henri Meylan della maison Audemars Piguet.  
4) L'Azimut 116, teatro di alcuni cocktail davvero esclusivi.  
5) Un primo piano di

Francesco Trapani, Ad di Bulgari.  
6) Le comode sedute realizzate da Dolcefarniente.  
7) Una modella posa accanto al modello dell'Azimut 86s.

1) A moment during the Round Table discussion with moderator Paolo Gila, Francesco Trapani, Vincenzo Cannatelli, Arthur Tay and Giuseppe Orsi.  
2) The Mercedes SLR

McLaren Roadster.  
3) Georges Henri Meylan of Audemars Piguet.  
4) The Azimut 116, the site of various exclusive cocktail hours.

5) A close-up of Trapani, Managing Director of Bulgari.  
6) The comfortable seats by Dolcefarniente.  
7) A model poses next to an Azimut 86s model.



lines as well as Massimo Crivelli with his Cala di Volpe-Bain de Minuit range.

Fashion Yachts boss Fabrizio Politi was there too as his yard is now one of the most dynamic movers and shakers on the scene: "This event has a lot in common with my idea of boats as something which no longer has to simply obey the laws of the sea but which, I feel, has to be a receptacle for emotions and atmospheres," he told us. "When do I know I have achieved my goal?" he continued. "When I hear, as happened during the two days of this event, the comments of people who come aboard and feel entirely at their ease but don't feel they are on a boat."

Several new models will soon be added to the Fashion Yachts range, starting with the 88 which Politi describes as "the boat that everyone is waiting for." The Cantieri Opera was also showcasing an innovative 18-metre. The Hotchya Shipyard, a new megayacht yard from Russia, was also on hand. But that's no mere coincidence as Moscow will host a new edition of DeLuxe in April next year after one in Singapore in late October.

sone che, salite a bordo, hanno avuto la sensazione, pur essendo a loro agio, di non trovarsi su una barca». Una gamma, quella di Fashion Yachts, che oltre al 68 potrà contare a breve sull'ingresso di nuovi modelli a iniziare dall'88. «È la barca che tutti aspettano», commenta Politi. Oltre a Fashion Yachts, tra le new entry da registrare i Cantieri

Opera, attivi sulla scena per un innovativo 18 metri che ha fatto molti proseliti, e Hotchya Shipyard, nuova firma russa nel settore dei megayacht. Non a caso. Proprio Mosca sarà teatro, ad aprile del prossimo anno, di una nuova edizione del DeLuxe che, dopo Singapore (in programma a fine ottobre), allarga i suoi confini.



1) Il modello del megayacht di Hotchya, firma russa nel settore dei superyacht e new entry insieme a Fashion Yachts, e ai Cantieri Opera al DeLuxe 2008.  
2) Una ragazza osserva i totem con gli sponsor dell'evento, che ha

visto tra i partner Yacht Capital, Yacht Design e Yachtsman.  
3) Un momento delle sfilate. In questa foto si vedono gli abiti di Fendi che, insieme a Guy Laroche, hanno portato un tocco di alta moda nella manifestazione.

1) The model of a megayacht by Hotchya, the Russian brand in the superyacht sector and a new entry to DeLuxe 2008 together with Fashion Yachts and Cantieri Opera.  
2) A young woman observes the list of the sponsors of the event,

which had as partners Yacht Capital, Yacht Design and Yachtsman.  
3) A moment during the fashion show. In this photo, one appreciates the clothes by Fendi who, together with Guy Laroche, brought a touch of high fashion to the event.

