



LO YACHTING *e I PARADIGMI* DELLA POST-OPULENZA

LA NAUTICA COME PUNTA
DI DIAMANTE DI UN *profondo*
cambiamento CHE SEGNERÀ
IL PASSAGGIO DALLA MITOLOGIA
DELLE TENDENZE A UN *vissuto*
più vocazionale E RIDEFINIRÀ
GLI *standard innovativi*
DEL MADE IN ITALY

di Francesco Morace

INSIGHT IN SOT

L'ARTISTA KACEY WONG NAVIGA NELLA BAIJA DI HONG KONG A BORDO DELLA SUA PADDLING HOME, OPERA-PERFORMANCE DA LUI REALIZZATA N'OCCASIONE DELLA BIENNALE DI ARCHITETTURA 2009 DI HONG KONG E SCHENZEN BI-CITY.



LA RICERCA DI KACEY WONG RIVOLTA VERSO GLI SPAZI ABITATI DELLA SUA CITTÀ, HONG KONG, SI INCENTRA SULLA SIMBOLIZZAZIONE CONCETTUALE DEGLI STESSI, ASSUNTI ANZITUTTO PER LA LORO LIMITATA DIMENSIONE DOVUTA ALL'OGGETTIVA DENSITÀ URBANA E TERRITORIALE. IN QUESTO LAVORO L'ARTISTA PORTA IN MARE UN FRAMMENTO RICOSTRUITO DI UN TIPICO CONDOMINIO RESIDENZIALE DEL LUOGO. SU UNA CHIATTA DI LEGNO SOSTENUTA DA FUSTI VUOTI E CIRCONDATA DA PARABORDI FORMATI DA PNEUMATICI DI RECUPERO, ERA COLLOCATO IL PICCOLO CUBO ARCHITETTONICO CHE SINTETIZZAVA NELLA SUA MICRO DIMENSIONE TUTTI GLI STILEMI DELL'ARCHITETTURA RESIDENZIALE LOCALE: ARIA CONDIZIONATA CON MOTORE ESTERNO APPESO A SBALZO, PORTA E FINESTRA CON GRATE DI ACCIAIO INOX, TETTO CON PRATO ARTIFICIALE, BOW-WINDOW AGGETTANTE PER CERCARE DI CONQUISTARE UN PO' DI SPAZIO IN PIÙ, E FACCIATA SCANDITA DALLE CONSUETE PIASTRELLINE FUGATE CHE RESISTONO BEN PIÙ DEGLI INTONACI ALLA SALSEDINE E ALL'UMIDO CLIMA LOCALE. LA PADDLING HOME GALLEGGIANTE ERA SPINTA DALLA SOLA FORZA DEI REMI CHE FUORIUSCIVANO DALLE MURA DOMESTICHE; UN PICCOLO MOTORE FUORIBORDO CONSENTIVA LA SPINTA NECESSARIA IN CASO DI STANCHEZZA DEL VOGATORE-INQUILINO.



La crisi economico-finanziaria si è abbattuta sul mondo dell'economia, dei consumi e sull'esistenza delle persone come un ciclone. Il ciclone trasformerà i paradigmi socio-culturali verso un cambiamento d'epoca che condurrà all'esplosione definitiva dei modelli di comunicazione e di consumo come li abbiamo finora conosciuti. Salteranno così i modelli di business più consolidati e finora praticati, e soprattutto salterà una certa concezione del lusso che ha profondamente attraversato il mondo dello yachting.

Tutti guardiamo al ciclone come qualcosa di inevitabile che ci sovrasta, ne siamo giustamente spaventati, ci chiediamo quando passerà e quante vittime lascerà sul terreno.

Tutti pensano al ciclone, e interi settori produttivi e commerciali stanno subendo un contraccolpo per alcuni mortale. Pochi però riflettono sul fatidico 'occhio del ciclone'. L'occhio del ciclone della crisi può invece produrre il miracolo: proponendo un nuovo punto di vista, che renda finalmente possibile una visione integrale sul mondo dell'impresa e un pensiero lungo sul senso della nostra esistenza e del consumo che ormai ne fa parte in modo significativo. Segnando il passaggio dalla mitologia delle tendenze alla maturazione di nuovi paradigmi.

L'occhio del ciclone propone nuovi sguardi, nuovi punti di vista, e impatta su tutti i settori in modo rilevante: in particolare i settori del lusso - e in particolare quello dello yachting per le ragioni che vedremo - conosceranno una grande cambiamento nella direzione di un vissuto meno ostentativo e più vocazionale. Andar per mare tornerà a essere una esperienza prima di tutto esistenziale, legato ai valori dell'avventura, dello sport, del viaggio di esplorazione, della sfida individuale o di team. Come è avvenuto per decenni, prima di un impazzimento degli stili di vita.

I nuovi paradigmi che emergeranno dall'onda lunga della crisi in atto nell'ambito economico-finanziario e dei consumi si orienteranno infatti verso alcune dimensioni socio-culturali che già oggi costituiscono la nuova piattaforma strategica e che possiamo definire i paradigmi della post-opulenza: la sostenibilità, lo sharing, la cura e la qualità del tempo e dello spazio.

Il gusto, la sensibilità, la qualità, il benessere, verranno ripensati e ridefiniti nei prossimi anni sulla base di questi nuovi paradigmi che renderanno obsolete le logiche che fino ad oggi hanno imperato nel mondo del lusso, della moda, del life style più ostentativo.

Sono questi i paradigmi per la costruzione di un nuovo scenario dal quale tutte le imprese e le istituzioni non potranno prescindere nei prossimi anni. La sfida sarà per la sopravvivenza: non si tratta di essere più innovativi o avanzati degli altri, ma di esserci o non esserci. Saranno questi - tra l'altro - i bastioni del nuovo modello di business che il made in Italy dell'eccellenza dovrà e potrà proporre con successo, fondato sull'alta intensità dell'esperienza e del gusto e non più semplicemente sull'alta gamma e sul lusso.

Gli standard innovativi per il made in Italy e

ALLA CASA GALLEGGIANTE, PILOTATA DA WONG IN UNA CANDIDA DIVISA DA CAPITANO NAVALE, SI AGGIUNGEVA, QUALE ELEMENTO COMPLEMENTARE E PROGRAMMATICO, LA GIUNCA DI LEGNO TRADIZIONALE TRASFORMATA IN GIARDINO, A SOTTOLINEARE POLEMICAMENTE LA NECESSITÀ DI CREARE SPAZI VERDI NELLA CITTÀ, LA PERFORMANCE, CHE HA CONSENTITO A WONG DI CONQUISTARE IL PREMIO DI MIGLIOR ARTISTA DELL'ANNO 2009 DA PARTE DELL'HK ARTS DEVELOPMENT COUNCIL, VOLEVA ESSERE UNA RIFLESSIONE SUGLI ELEVATI COSTI CHE OGNI ABITANTE DI HONG KONG DEVE SOSTENERE VIVENDO IN APPARTAMENTI STRIMINZITI E ADDENSATI, FRUTTO DELLE LOGICHE IMMOBILIARI DEL MERCATO CHE CANCELLANO OGNI QUALITÀ PAESAGGISTICA. LA PADDLING HOME SUGGERIVA QUINDI, IN FORMA PROVOCATORIA E VISIONARIA, UN'ALTERNATIVA AI MODI DI VITA DELLA CITTÀ, DELINEANDO UNA MICRO CASA GALLEGGIANTE ESTENSIBILE E IN PARTE TRASFORMABILE CHE, OSCILLANDO TRA SPAZIO ABITABILE E OGGETTO DI DESIGN, ASSUMEVA IL MARE COME NUOVO 'TERRENO RESIDENZIALE', REINVENTANDO ALLO STESSO TEMPO LA MEMORIA URBANA DELLE GIUNCHE CINESI ORMEGGIATE SINÒ A QUALCHE DECENNIO FA NELLA BAIÀ DI HONG KONG (MATTEO VERCELLONI).



per lo yachting saranno la verità e la bellezza tipiche del mondo artigianale e della bottega rinascimentale: importanza dei materiali, del design, del dettaglio e della competenza specifica.

Nel caso della dimensione 'dell'andar per mare' - intesa come esperienza memorabile - la bellezza del paesaggio e l'autenticità dei processi di navigazione assumeranno un ruolo nuovo dando spazio alla variabile della vocazione e non più solo alle evocazioni e alle suggestioni patinate: più competenza e conoscenza del mondo marino, meno star system e feste a bordo.

Lo scenario complessivo porterà a trasformare la sensibilità estetica legata al gusto e alla bellezza in una dimensione comunicativa e commerciale che dovrà dimostrarsi fortemente sostenibile: punto di incontro decisivo tra variabili estetiche e variabili etiche. Gli interni degli yacht continueranno ad essere curati ed eccellenti dal punto di vista del design, della scelta di materiali, di attenzione al dettaglio, di innovazione tecnologica, ma eviteranno le scelte più ostentative e non in linea con lo stile di pensiero di chi naviga, di chi accetta le regole - a volte anche dure - della navigazione, e della performance non solo sportiva ma anche umana e relazionale.

Il mainstream torna dunque a essere quello della essenzialità, della semplicità profonda con uno sfondo esistenziale e culturale, dove i riferimenti continuano a essere i grandi romanzi di avventura, i grandi classici della vita di mare da Hemingway a Melville.

La navigazione e lo yachting si liberano in questo modo definitivamente dall'alone che il fashion system e il mondo della politica e dell'imprenditoria rampante ha proiettato impropriamente su questo settore, che invece riacquisirà progressivamente nel tempo la propria dignità e la propria competenza, per incarnare il più grande bisogno emerso in questi ultimi due anni: tornare all'essenza delle cose e al cuore delle esperienze, senza rinunciare alla qualità autentica e liberandosi da tutte le complicazioni del consumo e dai suoi inutili eccessi.

Il superamento del paradigma dell'opulenza vede quindi in atto un ventaglio di fenomeni e dinamiche evolutive sui quali costruire le potenzialità per un nuovo scenario che come un filo d'Arianna potrà portarci al di fuori del labirinto della crisi: lo yachting potrebbe diventare - seguendo queste sensibilità - la punta di diamante di questo cambiamento.

Yachting as the tip of the iceberg of a deeper change that marks the passage from the mythology of trends to a more vocational experience that will redefine the innovation standards of Made in Italy. The economic-financial crisis has impacted the world of business, consumption and everyday life like a cyclone. The cyclone will transform socio-cultural paradigms in the direction of an epochal change that will lead to the definitive explosion of known models of communication and consumption. Established business models will vanish, and with them a certain conception of luxury that is deeply rooted in the world of yachting. We all look at the cyclone as if it were something inevitable that overwhelms

us, and we are justifiably frightened. We wonder when it will end and how many victims it will leave in its wake. Everyone thinks about it, and entire sectors of production and commerce are trying to stand up to its effects, with varying degrees of success. Few people, though, consider the so-called 'eye of the storm'. The eye of the storm of the crisis, though, can produce the miracle: offering a new viewpoint that finally makes a complete overview of the world of business possible, and reflection on the meaning of our existence and of consumption, which by now is a significant part of that existence. The eye of the storm offers new observations, new viewpoints, and impacts all sectors in an important way: especially the luxury sectors - and in particular that of yachting, for reasons we will examine below - will undergo a major change in the direction of less showy, more vocational living. Going to sea will return to its essence as an existential experience, connected to values of adventure, sport, exploration, individual or team challenges. As happened for many decades, before the craze of irresponsible lifestyles. The new paradigms that will emerge from the long wave of crisis in progress in the economic-financial sphere and in consumption will be oriented, in fact, toward certain socio-cultural dimensions that already constitute, today, a new strategic platform. We can see them as the paradigms of post-opulence: sustainability, sharing, care and quality of time and space. Tastes, sensibilities, qualities and wellbeing will be rethought and redefined over the years to come on the basis of these new paradigms, that will make the reigning logic of the world of luxury, fashion and ostentatious lifestyle obsolete. These are the paradigms for the construction of a new scenario that will be unavoidable for all businesses and institutions over the next few years. The challenge will be to survive: no longer to be more innovative or advanced than the others, but simply to be or not to be. These - among others - will be the bastions of the new business model that the Made in Italy of excellence will have to (and can) propose with success, based on high intensity of experience and taste, no longer simply on the high end and luxury. The innovation standards for Made in Italy and yachting will be the truth and beauty typical of the world of crafts, the Renaissance workshop: the importance of materials, of design, of details and specific forms of expertise. In the case of the dimension of 'going to sea' - seen as a memorable experience - the beauty of the landscape and the authenticity of processes of navigation will take on a new role, making room for the variable of the vocation, not just the evocative force of glossy imagery: more competence and knowledge of the marine world, less star system and on-board parties. The overall scenario will lead to transformation of aesthetic sensibilities connected with taste and the beauty of a communicative and commercial dimension that will have to be clearly, forcefully sustainable: a decisive meeting point between aesthetic and ethical variables. The interiors of yachts will continue to be carefully made in terms of design, choice of materials, attention to detail, technological innovation, but they will avoid the more ostentatious choices, those not in line with the style of thinking of the yachtsman, of those who accept the rules - even harsh rules - of navigation, and of performance seen not only in terms of sport, but also in terms of human relations. The mainstream, then, will see a return to the essential, to profound simplicity with an existential and cultural backdrop, where the references continue to be the great adventure novels, the great classics of life at sea, from Hemingway to Melville. Navigation and yachting can thus free themselves of the halo the fashion system and the world of politics and aggressive business have improperly projected over the sector. Instead, yachting can gradually re-establish its own dignity and expertise, embodying the larger need that has emerged over the last two years: to return to the essence of things and to the heart of experiences, without sacrificing authentic quality, getting free of all the complications of consumption and its useless excesses. Getting beyond the paradigm of opulence, then, means a range of phenomena and evolutionary dynamics on which to construct the potential for a new scenario, a thread that can help to lead us out of the labyrinth of crisis: yachting could become - in keeping with these sensibilities - the tip of the iceberg of this change. - **Caption pag. 57** The artist Kacey Wong in the bay of Hong Kong, on her Paddling Home, a work-performance created for the Architecture Biennial 2009 of Hong Kong and Shenzhen Bi-city. - **Caption pag. 58** The research of Kacey Wong on living spaces in his city, Hong Kong, focuses on their conceptual symbolizing, viewed first of all in terms of their limited size due to objective urban and territorial density. In this work the artist takes a reconstructed fragment of a typical apartment out to sea. On a wooden barge sustained by empty barrels and surrounded by salvaged tires, a small architectural cube sums up, in its micro-dimension, all the styles of local residential architecture: air conditioning with an external motor protruding from the wall, doors and windows with stainless steel security gates, roofs with artificial grass, bow windows hung on the exterior to gain a bit of extra space, facades paced by the usual tiles that stand up to the salt air and humidity of the local climate better than stucco. The floating Paddling Home is driven by oars that emerge from the domestic walls; a small outboard motor provides force in case of fatigue on the part of the paddling tenant. - **Caption pag. 59** The floating house driven by Wong in a white captain's uniform was joined by a complementary, programmatic element, a traditional wooden junk transformed into a garden, to underline the need to create green spaces in the city. The performance, which brought Wong the prize for best artist of the year 2009 from the HK Arts Development Council, prompted reflection on the high cost for every inhabitant of Hong Kong to live in tiny apartments, the result of real estate market logic that erases any landscape quality. The Paddling Home suggested, in a provocative, visionary way, an alternative to the ways of living of the city, creating an extensible and partially transformable floating micro-home that wavers between living space and design object, taking the sea as a new 'residential terrain', while reinventing the urban memory of the Chinese junks moored until a few decades ago in the bay of Hong Kong (Matteo Verzelloni).