

BARCHE®

FULL ENGLISH TEXT

MONTHLY INTERNATIONAL YACHTING MAGAZINE

COVER

PRINCESS V65

BOATS

- MOONRIDE 43 RUNABOUT
- BÉNÉTEAU SWIFT TRAWLER 35
- FRAUSCHER 858 FANTOM AIR
- PURSUIT S 328 SPORT
- COASTAL 10M
- ARKOS 21
- SAFFIER SE 37 LOUNGE

25
ANNI
BARCHE



INTERVIEW

CRISTIAN PELLEGRINO

THE IDEA FACTORY

- HOT LAB
- ALESSANDRO INNO
- h3o YACHT DESIGN

EVENTS

- TIMONE YACHTS - AZIMUT
- SANLORENZO ELITE DAYS

PREVIEW

FINCANTIERI GRIFFIN SERIES

HISTORY

OUTBOARDS TO LOVE



Hot Lab

Sono tre e sono giovani, ma collaborano con molti nomi nobili della cantieristica internazionale.

Ad Antonio Romano, Enrico Lumini e Michele Dragoni piace stupire, nel segno dell'eleganza e del made in Italy

Despite their young age, this talented trio works with many of the biggest names in international boat building. Antonio Romano, Enrico Lumini and Michele Dragoni like to amaze with their Italian elegance and production

by Luca Sordelli

photo by Giovanni Malgarini

C

Come raccontare in estrema sintesi cos'è Hot Lab? «*Semplice* – ci racconta Antonio Romano – è il nome stesso dello studio che già dice molto:

HOT rappresenta la sua anima creativa, italiana, "spicy". LAB è invece quella più ingegneristica, precisa, nordeuropea. Un terzo elemento contraddistingue poi il nostro modo di lavorare e ha sempre a che fare con l'italianità e intendo la gentilezza delle linee. Eleganza e sportività insieme, come su una vera Gran Turismo, alla ricerca della semplicità e senza mai strafare, lavorando più di penna che di gomma». Antonio è uno dei tre soci di Hot Lab, lo incontriamo nel loro grande studio milanese dove al lavoro ci sono dieci tra ingegneri, designer e architetti. Anche Antonio è architetto e si occupa della gestione dello studio e della comunicazione. Gli altri due partner sono Enrico Lumini, Interior Chief Designer, e Michele Dragoni, che invece è l'Exterior Chief Designer. È molto difficile riuscire ad incontrarli tutti insieme, il momento per lo studio è molto "hot". Ma se le voci sono tre, la visione è una sola, molto chiara. Tutti e tre sono molto giovani, ma hanno firmato grandi progetti per canteri come Baglietto, Arcadia, Mondomarine, Heesen, Oceanco, RMK e altri ancora.

Il loro esordio nel mondo della nautica è molto interessante. «Ci siamo incrociati lavorando tutti per lo stesso studio di puro Product Design. Tutti e tre abbiamo una storia personale in qualche modo legata al mondo delle barche e del mare, ma non avevamo mai lavorato in questo ambito. Nel 2003 decidemmo di andare a fare un giro al Salone di Genova, erano ancora gli anni d'oro, l'obiettivo era andare nel padiglione degli accessori e proporsi per disegnare una bitta, un verricello... ma le cose non sono andate come previsto». Nessun risultato? Rimandati al mittente?

«Nel padiglione accessori sì, ma poi abbiamo deciso di fare un salto a vedere anche le barche, quelle in acqua. Siamo passati anche da Raffaelli e siamo saliti a bordo di una barca millantando grandi conoscenze nautiche e nonni con il Riva per superare la selezione dei curiosi che veniva fatta in banchina e lì è successo l'imprevedibile. Raffaelli ci commissionò il progetto della loro ammiraglia di 66 piedi. Con i primi – pochi – soldi comprammo un fax portatile e iniziammo». Un inizio che ha del romantico, poi come è

andata? «Eravamo giovanissimi, avevamo 24/25 anni. Difficile farsi accettare in questo mondo. All'inizio ci siamo occupati di barche piccole e di piccole collaborazioni ad esempio con Blu Yachting o con Salpa». Ora però siete specializzati in superyacht, un passaggio non da poco. «Abbiamo sempre lavorato con calma e con professionalità. Ci piace essere precisi e questo è stato sempre molto apprezzato. Siamo anche stati attenti a non fare mai il passo più lungo della gamba e a lavorare molto in termini di comunicazione. E i risultati sono venuti». Quale è stata la prima barca veramente grande di cui vi siete occupati? «Un refit di un Akhir del '79 insieme all'architetto Radovic, in Grecia. E abbiamo anche cominciato a capire come muoverci, qual è il “misterioso” ruolo dei broker, come far fruttare le presenze ai saloni, come relazionarsi con la stampa». In altre parole siete diventati grandi e, se non sbaglio, lo avete fatto sempre avendo un contatto diretto con gli armatori, piuttosto che legandovi a singoli cantieri. «Assolutamente. Questo secondo passaggio è avvenuto solo negli ultimi tre anni. Il primo armatore privato

è stato quello del Noor 37 metri di Bilgi Yachts. Poi sono arrivate altre barche importanti come Biscuit 95 di Filippetti Yachts e soprattutto il Keyla 45, rebuilt di un Trinity».

Come mai il progetto del Noor 37 è stato così importante per voi? «Era per la famiglia, in termini industriali, più importante della Turchia. Da lì, grazie al passaparola, siamo diventati un punto di riferimento in quel paese e ora lì abbiamo quattro barche in costruzione: di 68, 60, 43 e 41 metri. Due di questi arriveranno nel 2019 e 2020».

E in Italia? «I passaggi importanti sono stati Eleonora III e Divine 3, due barche costruite da Columbus, con esterni di Sergio Cutolo. Anche queste due commesse le abbiamo avute grazie a contatti diretti con gli armatori. Ed entrambe hanno vinto dei premi, un'altra costante della nostra storia che ci ha aiutati a crescere». Questo rapporto diretto con gli armatori di superyacht ha sicuramente consentito di capire cosa vogliono, come sono fatti. Che cosa cercano, cos'è il lusso per loro? «Vogliono stupire i loro ospiti, ma non con rubinetti in oro, divani firmati o pareti

in pelle di serpente. Vogliono impressionarli con le innovazioni, la tecnologia e la qualità costruttiva che, ad esempio, consentono di navigare nel silenzio assoluto, e a zero vibrazioni. E significa poi poter avere a bordo tutti i water toys possibili, ma anche una cella per i vini. Il lusso è dato dal vero comfort di bordo».

Ci raggiunge Enrico Lumini, di ritorno da una conferenza dove Hot Lab era invitata a parlare di come stia cambiando il modo di vivere sui grandi yacht. È quindi molto preparato sull'argomento: «Dal 2007 in poi abbiamo riscontrato un cambio di atteggiamento delle richieste, un'evoluzione costante e quasi sincrona della maggior parte degli armatori. Chiedono tutti le stesse cose».

Molto interessante, e cosa vogliono? «Volumetrie, vere o percepite. E questo a prescindere dalla loro provenienza geografica. Se si lamentano di qualcosa è perché mancano altezze – abbiamo lavorato su una barca di 66 metri dove l'armatore voleva 2,7 metri di altezza nel salone – o le larghezze». E il design ha assecondato questa voglia di spazi?



Baglietto V-Line.



Oceanco MY Primadonna.



“

Abbiamo un **approccio molto nordico, non siamo mai in ritardo coi tempi.**

We adopt a very northern approach and we always deliver on time.

”

Antonio's passions

Design object



Iphone

Song



Everything in Its Right Place by Radiohead

Book



Maus by Art Spiegelman

Artist



Roy Lichtenstein

Car



Porsche 911

Movie



Pulp Fiction by Quentin Tarantino

City



Milan

Animal



Panda Rosso



MY Days.



Chiacchierando con Gianpiero Raffaelli saltò fuori che siamo architetti. Anche lui era molto giovane e ci propose di fare una prova affidandoci il disegno degli interni del 66 piedi, la loro ammiraglia.

While chatting with Gianpiero Raffaelli it emerged that we are architects. He was also very young and he suggested putting us to the test, commissioning us to design the interiors for their 66-foot flagship.

«Assolutamente. Basta pensare agli explorer, al loro diffondersi così rapidamente sul mercato, è accaduto perché sono il vestito che calza meglio per soddisfare questa esigenza. Non conta più la semplice lunghezza della barca. Deve esserci una forte connessione architettonica con gli esterni, la percezione del volume interno deve essere assolutamente amplificata. Ecco quindi comparire anche sconfinata superfici vetrate. Le esigenze funzionali, in termini di interni, non si sono rivoluzionate, ma il rapporto con l'esterno sì».

Tutto questo ci fa capire che se una volta gli armatori volevano stupire prima di tutto chi era fuori dalla barca, dall'esterno verso l'interno, ora accade l'opposto, chiedono ai designer di poter sorprendere chi è dentro nella percezione di tutto ciò che li circonda, senza troppe separazioni tra il dentro e il fuori.

E forse non è un caso che Navette ed Explorer navighino piano, decisamente più piano di quello che facevano i grandi yacht di qualche anno fa. E che la velocità non sia più un valore così importante. «Esattamente, sono la forma ideale per quello che gli armatori vogliono». Torniamo a parlare dei vostri lavori. Se il rapporto diretto con gli armatori è stato sempre molto importante, avete però nel tempo instaurato partnership solide anche con i cantieri. «Sì, e il primo è stato Mondomarine – racconta Antonio Romano – ai tempi di Marco Stroppiana ci hanno affidato la progettazione di una vera gamma, con un 43, un 60 e un 50 metri. Quest'ultimo è diventato Ipanema, linee estreme ma eleganti, sembra disegnata con un unico tratto di matita, rappresenta molto bene il modo di pensare di Hot Lab».



MY Ganimede.



Mondomarine Ipanema.

Poi c'è Baglietto, nome storico, nobile, della cantieristica mondiale. *«Con loro c'è un rapporto molto intenso. Da due anni collaboriamo alla realizzazione della V Line. Ora ce n'è una in costruzione e con loro qualcos'altro di molto interessante arriverà l'anno prossimo, ma per il momento non posso ancora anticipare nulla»*. Avete poi un rapporto molto forte anche con Arcadia, loro rappresentano invece la voglia di rivoluzionare. *«Dal gennaio del 2017 ci occupiamo sia degli interni che degli esterni di tutte le loro barche. È una marchio forte, le loro barche o le ami o le odi. Ma di certo è uno dei punti di riferimento più importante nel modo dello yacht design attuale. Due "nostri" 105 sono già stati venduti e da poco abbiamo presentato il nuovo Sherpa XL, che farà il suo*

debutto a Cannes». Una situazione sempre molto "Hot", quindi, per un laboratorio di idee che non si stanca mai di inventare.

Can you sum up Hot Lab in just a few words? *«That's easy»*, says Antonio Romano. *«Our studio's name says it all. HOT represents its heart, which is "spicy", Italian and creative. LAB represents the engineering side of it, which adopts northern-European-style, precise approach. Meanwhile, a third element characterises our way of working, which has always been all about 'Italianness', that is to say designs with great finesse. They're both elegant and sporty at the same time, like a real Gran Turismo, seeking out simplicity and never overdoing things, getting things right from the start rather than having to rub things*

out and start over again». Antonio is one of the three partners at Hot Lab. We meet him in their spacious office in Milan, where ten people – engineers, designers and architects – are at work. Antonio is an architect too and handles the running of the studio and communications. The other two partners are Enrico Lumini, Interior Chief Designer, and Michele Dragoni, Exterior Chief Designer. It's very difficult to meet them all at the same time, as this is a very "hot" time for the studio. However, while there are three separate people involved, they have a very clear single vision. All three of them are very young, but they've already put their names to major projects for yards such as Baglietto, Arcadia, Mondomarine, Heesen, Oceanco, RMK and many others. They made a very interesting

debut in the world of boating. *«We met when we all worked for the same pure product design studio. We all had a personal history tied in some way to the world of boats and the sea, but we'd never worked in this field. In 2003 we decided to visit the Salone di Genova. These were still the golden years and our aim was to visit the accessories pavilion and put ourselves forward to design a bitt, a winch... but things didn't go to plan»*. No results? Sent packing? *«Yes, that's what happened in the accessories pavilion, but then we decided to take a look at the boats too, the ones in the water. We also visited Raffaelli and hopped on board a boat, boasting about our extensive connections in the world of boating and our grandparents at Riva in order to be picked from among all the onlookers on the pier. It was there that something unexpected happened. Raffaelli commissioned us to design their 66' flagship. With the first – very little – money we made, we bought a portable fax machine and got to work»*. This is something of a fairy-tale start. How did it go after that? *«We were very young, just 24/25 years old. It's difficult to be accepted into this world. We started off by dealing with small boats and small partnerships, with Blu Yachting and Salpa for example»*. However, now you specialise in superyachts. That's a considerable step up. *«We've always worked calmly and with great professionalism. We like to be precise and this has always been much appreciated. We've also taken great care never to take too big a step forward and we've focused on our communications. And this has produced results»*. What was the first really big boat you dealt with? *«The refit of a 1979 Akhri together with the architect Radovic, in Greece. We also started learning about how to proceed, the 'mysterious' role played by brokers, how to make the most of trade fairs, how to deal with the press»*. In other words, you grew up and, if I'm not mistaken, you've done so by maintaining direct contact with boat owners,

Per poter garantire comfort, spazi, silenziosità, grandi aree per un'infinità di water toys, bisogna avere, ovunque, volumi sconfinati e anche viaggiare piano.

So as to be able to guarantee comfort, space, quietness, large areas for an infinite number of water toys, you need to have huge volumes everywhere and travel slowly.



67m Explorer by VSY.

Enrico's passions

Design object



Tulip by Saarinen

Car



Lotus Elise Mk1

Song



Il Cirano by Guccini

Movie



Shindler's list

Book



Che la festa cominci by Ammanniti

City



Amsterdam

Artist



Picasso

Pet



Cat

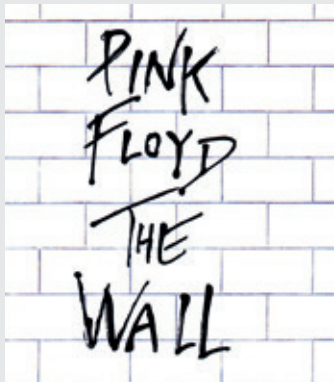
Michele's passions

Design object



Lancia Stratos Zero

Song



The Wall by Pink Floyd

Book

Perchè non sono Cristiano
by Bertrand Russel

Artist



Salvador Dalí

Car



Lamborghini Miura

Movie

2001 Odissea nello spazio
by Kubrick

City



Zermatt

Pet



Cat

Nel bagaglio delle collaborazioni dello studio ci sono anche quelle con Oceanco, Heesen, AES, con Hylas Yachts per un “piccolo” 58’ insieme a German Frers e con Vsy per un Explorer di 68 metri.

The studio's portfolio includes projects with Oceanco, Heesen, AES, with Hylas Yachts for a “small” 58’ together with German Frers, and with Vsy for a 68-metre Explorer.

rather than tying yourselves to individual yards. *«Absolutely. This second phase has only taken place over the last three years. The first private owner had a 37-metre Noor from Bilgi Yachts. Then other important boats came along, such as the Filippetti Yachts Biscuit 95 and, above all, the Keyla 45, rebuilt out of a Trinity».*

Why was the Noor 37 project so important for you? *«It was for Turkey's most important family in industrial terms. From then on, thanks to word of mouth, we have become a reference point in that country and we currently have four boats under construction there measuring 68, 60, 43 and 41 metres. Two of them will be launched in 2019 and 2020».*

And what about Italy? *«Our most important projects have been the Eleonora III and Divine 3, two boats built by Columbus, with exteriors by Sergio Cutolo. We also obtained these two commissions thanks to direct contacts with boat owners. And both of them have won awards, another constant feature in our history that has helped us to grow».* This direct relationship with superyacht owners has definitely made it possible to understand what they want, how they think. What are they looking for? What do they perceive as luxury? *«They want to amaze their guests, but not with gold taps, designer sofas or snakeskin walls. They want to impress them with innovations, technology and construction quality, which make it possible to travel in total silence, for example, with no vibrations. And it also means having all the water toys possible on board, as well as a wine cellar. Luxury is the result of real on-board comfort».*

We're joined by Enrico Lumini, on his way back from a conference where Hot Lab had been invited to talk about how the way of life on large yachts is changing. He's therefore very well-prepared when it comes to this subject: *«Since 2007 we've observed a change of attitude in the requests we receive, an ongoing development that has happened at*

almost the same time among the majority of boat owners. They all ask for the same things».

That's very interesting. And what do they want? *«Space, either real or perceived. This is the case wherever they come from. If they complain about anything it's that there's not enough height – we worked on a 66-metre boat where the owner wanted the lounge to be 2.7 metres high – or width». And has design supported this desire for space? «Absolutely. Just think of the Explorers and how they spread so rapidly across the market. This happened because they're the best fit for this requirement. The mere length of the boat is no longer important. There has to be a strong architectural connection with the exteriors. The perception of the internal volume absolutely has to be amplified. This explains the appearance of endless glass walls. When it comes to interiors, the practical requirements haven't been revolutionised, but the relationship with the exterior has been».*

All this makes us understand that while owners once wanted to amaze people first and foremost with what was outside the boat, from the exterior inwards, now the opposite is the case. They want designers to produce something that will surprise everyone who enters in the way that they perceive their surroundings, without too many separations between inside and out.

And perhaps it's no coincidence that Navettes and Explorers travel slowly, decidedly more slowly than the large yachts of a few years ago. And that speed is no longer such an important value. *«Exactly. They're the ideal shape for what the owners want».* Let's go back to talking about your projects. While the direct relationship with owners has always been very important, you have also built up solid relationships with boat yards over the years. *«Yes, the first was Mondomarine»,* says Antonio Romano. *«When Marco Stroppiana was there they commissioned us to design a real range, with a 43, a 60 and a 50-metre boat.*



Nella foto da sinistra: Elena Seregini, Chiara Pastore, Michele Dragoni, Antonio Romano, Antonio Scognamiglio, Vittorio Pieroni, Enrico Lumini, Gianluca Brugnerotto.
In the picture from the left: Elena Seregini, Chiara Pastore, Michele Dragoni, Antonio Romano, Antonio Scognamiglio, Vittorio Pieroni, Enrico Lumini, Gianluca Brugnerotto.

The latter became Ipanema. Its extreme but elegant lines make it look like it was designed with a single, unbroken pencil stroke, perfectly representing Hot Lab's way of thinking».

Then there's Baglietto, a legendary and noble name in international boat building. *«We have a very intense relationship with them. We've been contributing to the development of the V line for two years. One of them is under construction now and something even more interesting will be coming out with them next year, but I can't say any more at the moment».* You also have a very strong relationship

with Arcadia, who represent the desire for revolution. *«We have been working on the interiors and exteriors of all their boats since January 2017. It's a very strong brand. You either love or hate their boats. However, what is certain is that it's one of the most important reference points in the world of contemporary yacht design. Two of 'our' 105s have already been sold and we recently presented the new Sherpa XL, which will make its debut at Cannes».* So, the situation is always very “Hot”, for a laboratory of ideas that never tires of inventing. ■



Arcadia - A105 R.J.



Sherpa 78.