

# Bluegame: 2.500 varianti da scegliere al computer

La barca presentata al Salone di Genova può essere riprogettata secondo i gusti dell'armatore. Costo base: 800mila euro

di **Giorgia Gessner**

**T**ra le tantissime proposte del 48° Salone di Genova, che si era aperto sabato scorso e si chiuderà domenica, ce n'è una diversa da tutte le altre.

Si chiama Bluegame 47, è lungo 14,2 metri e appartiene alla categoria dei "walkaround", un tipo di barca a motore usato soprattutto per pescare, dotata di un bel ponte, ma anche di una piccola cabina e quasi sempre di potenti motori.

Il Bluegame 47 è stato progettato da Louis Codega e nasce da un'idea di due grandi nomi di nome: Luca Santella, velista olimpionico di Flying Dutchman (una classe di barche a vela molto competitive, lunghe poco più di sei metri con un equipaggio di 70 persone), e Carlo Bossola, motonauta, pluricampione mondiale di offshore. Il walkaround presentato a Genova, è costruito dall'omonimo cantiere toscano di Massa con tecniche comuni ai grandi yacht, in vetroresina in infusione con accessori e componenti di alta gamma e molti particolari in carbonio. Ha una carena, a V molto profonda a prua e piatta a poppa, che garantisce una navigazione dolce e asciutta anche con mare formato ed è motorizzato con due Cummins da 715 cavalli per velocità massima e di crociera rispettivamente di 37 e 34 nodi.

Fin qui si potrebbe pensare a una barca come tante altre. Ma la sua particolarità è quella di essere disponibile in otto diverse configurazioni di partenza, ulteriormente personalizzabili, ognuna destinata a un impiego specifico. La versione di base chiamata "Open" ed è la più comune per l'uso di-

portistico e familiare, prevalentemente diurno; la "T-Top" ha in più un tettuccio rigido per ripararsi dal sole anche in navigazione; la "Tender", è intuitivo, è pensata come barca appoggio per grandi yacht a vela e a motore (ma anche per la villa al mare). C'è poi la "Hard Top", che ha una tuga che consente di ottenere un locale ivorino, chiuso e climatizzato, per usare la barca anche fuori stagione e in climi freddi; la "Marlin Hard Top" ha invece una scoda di timoneria sopra il tettuccio rigido ed è adatta a chi preferisce un impiego misto, diporto e pesca; la "Fisherman", dotata di una sventante tuga tow er e di un pozzetto con casse murate, ed è dedicata agli appassionati di



pesca d'altura, il cosiddetto big game.

Ultima delle otto versioni è la "Gaddy", che ha la poppa aperta: il grande spazio disponibile può essere utilizzato per trasportare ad esempio derive, moto d'acqua o quant'altro, oppure per creare un'altissima prendisole con lettini e chaise-longues. Ma non basta. Come dicevamo, le varianti di base del Bluegame 47 possono essere ulteriormente personalizzate.

Per ciascuna versione si possono scegliere interni in cinque configurazioni: un locale dinette con cucina e una cabina con bagno, oppure due cabine e due bagni, o ancora tre letti o persino un'inedita versione "Chef", con l'intero sottocoperta occupato da una cucina e ben attrezzata cucina per preparare pasti sontuosi ad uno stuolo di ospiti. Ognuna di queste varianti può a sua volta avere o no la cabina per il marinaio. Vengono inoltre proposte soluzioni estetiche con 15 colori differenti, singoli o coordinati. Incrociate il tutto e otterrete 2.500 scafi personalizzati, diversi uno dall'altro. Tanto che il cantiere ha adottato il termine "crossover" per definire uno scafo trasversale alle diverse tipologie oggi esistenti.

Tutta questa versatilità, ovviamente, ha un costo: per la versione base "Open" si parte da 789mila euro (Iva esclusa), ma si arriva facilmente a sfiorare il milione di euro. L'applicazione di questa versatilità è stata resa possibile da un programma computerizzato, primo nel suo genere, e oggi unico, nel panorama casertense internazionale. Si tratta di un software configurativo che non va confuso con un gioco di grafica virtuale ma che consente di trasformare in realtà ogni singola scelta in quanto tutti gli elementi che compongono questo vero e proprio puzzle sono stati già previsti in fase di progettazione. In sostanza, il cliente può vedere sullo schermo come sarà la barca che ha scelto e prima di ordinarla può modificarla più e più volte. E poi può stamparla, ottenendo una fotografia che gliela mostrerà in tutti i suoi dettagli, nome sulla poppa compreso.



**ARMANI CASA- PIÙ NEGOZI E SERVIZI SU MISURA**

Prosegue la crescita della struttura retail di Armani casa, la linea di arredamento lanciata da Giorgio Armani nel 2000 (nella foto, una proposta per la zona notte) - negli ultimi 9 mesi sono stati aperti sette monomarca, a Kuwait, Cile, Shanghai, Pechino, Tel Aviv, Istanbul, Mosca e Kuala Lumpur, ma la distribuzione complessiva può contare su un network di 80 spazi in 45 Paesi. Entro fine anno si aggiungeranno tre monomarca a Dubai, Jakarta e Bahrein e verranno potenziati i servizi alla clientela, che già oggi può contare sulla consulenza per l'interior design di un'intera abitazione.

**IN ANTEPRIMA DA CORSO COMI A LEVVIS DI DAMIEN HIRST**

Saranno in vendita solo per un mese, dal 29 ottobre al 30 novembre, poi diventeranno un'opera d'arte da collezione. Sono i Levvis 501 by Damien Hirst, che in Italia si potranno acquistare solo a Milano, da 10 Corso Como. Hirst, le cui opere hanno battuto ogni record alle aste di arte contemporanea, ha creato per Levvis un'edizione limitata di 501, forse il più famoso modello di years al mondo, utilizzando la tecnica dello "esplan painting". La collezione Levvis by Damien Hirst comprende anche t-shirt e felpe e utilizza i simboli cari all'artista, a cominciare dal teschio.

**LA CALZETTERIA ITALIANA IN MISSIONE A SHANGHAI**

Si svolgerà il 17 e il 18 ottobre, presso lo Shanghai Centre Atrium, la missione "Italian Legwear Shanghai", organizzata dal Centro servizi calza di Castel Goffredo in collaborazione con la Camera di commercio di Mantova e la Regione Lombardia. La missione coinvolge 12 aziende e gli 11 importanti distretti italiani della calzetteria, con circa 6.600 addetti distribuiti in 4.000 imprese di ogni dimensione: nel 2007 l'atturato è stato di 1,3 miliardi, pari a circa l'80% della produzione nazionale, con un export del 70 per cento.

**SECONDO NEGOZIO A MOSCA PER HENRY BÉGUÉLIN**

La Russia si conferma uno dei mercati più interessanti per il made in Italy di fascia alta. Il marchio di abbigliamento e accessori Henry Béguélin inaugurerà a giorni a Mosca il suo secondo monomarca russo, che segue di poco l'apertura della boutique di San Pietroburgo. Sarà uno spazio di circa 50 metri quadrati inserito nel lussuoso contesto del nuovissimo Lotte Plaza Commercial Centre e ospiterà le collezioni di accessori (la pelletteria Henry Béguélin è fatta a mano in una fabbrica laboratoriale di Vigevano) e la prêt-à-porter. [www.henrybeguelin.it](http://www.henrybeguelin.it).



## SU MISURA

**Varianti di base.** Il primo passo nell'acquisto di un Bluegame 47 è la scelta tra una degli otto principali modelli, destinati a usi leggermente diversi, dal dipinto classico alla pesca (illustrazione a fianco). Poi si passa ai colori e al design delle parti esterne e soprattutto degli interni (nelle foto in alto, da tre le molte soluzioni possibili). L'armatore può vedere al computer l'aspetto che avrà la sua barca e modificarla finché non gli sembra ideale.