

Nautica Domani il via al 53° Salone: meno giorni e più barche in acqua

Design e scafi allungabili Genova punta sulla vela

Formula snella per richiamare i grandi espositori

In mostra

Nella foto a destra, Oceanis 55, realizzata dai cantieri Beneteau, una delle barche a vela che saranno presentate al cinquantatreesimo Salone Nautico che si inaugura domani a Genova. Qui a fianco, un momento dell'edizione del 2012 del Salone Nautico (foto Ansa / Luca Zennaro)



GENOVA — Il Salone Nautico di Genova era finito, lo scorso anno, nella tempesta. Non era tanto il calo dei visitatori ad aver alimentato le critiche ma quello del business: pochi affari e alti costi, accusava una parte degli espositori, soprattutto i grandi marchi, mentre la vela lamentava di essere trattata da Cenerentola, relegata nell'ultima area disponibile. Minacce quindi di far vela o motore più in là, non solo nella sempre più competitiva Cannes ma in qualche altra località italiana: le autocandidature non mancavano dalla Toscana a Roma. Tutto rientrato? Per ora. Il Salone Nautico, organizzato da Fiera di Genova e Ucina, si gioca molto nell'edizione che apre domani con la formula meno giorni (da nove a cinque) e più acqua (100 mila metri quadri di specchio acqueo su 180 mila complessivi): le barche saranno soprattutto esposte in mare, riducendo i costi e aumentando l'appeal. Risultato possibile perché più di un costruttore ha voluto crederci: «L'anno scorso — dice Massimo Mariotti, presidente di Beneteau Italia — c'erano spazi tristemente vuoti e anche un po' malandati. Era necessario cambiare e si è cambiato. Il gruppo Beneteau è leader mondiale della vela e credo che la garanzia della nostra partecipazione abbia convinto altri espositori a essere presenti. Nel nostro stand ci saranno venditori di dodici Paesi, dalla Turchia a Malta, alla Germania, all'Inghilterra, vogliamo sottolineare la dimensione internazionale. Il mercato italiano della nautica è stato massacrato in questi ultimi cinque anni, anche se la vela



«**Lamberto Tacoli**
La nostra presenza è un simbolo. Siamo un contenitore di made in Italy

per le sue caratteristiche ha sofferto meno degli yacht. Quella del velista, detto senza spocchia, è una storia di vita e di passione che resiste meglio alla crisi». Beneteau ha progettato una barca per così dire modulare che da



«**Massimo Perotti**
I costruttori italiani non possono andare a esporre solo in Francia

un modello basic può «crescere» e modificarsi nel tempo (o decrescere). Anche i cantieri San Lorenzo (la produzione si concentra negli yacht da 20 a 40 metri) scommettono su Genova: «Ho fatto una riunione — spie-



«**Massimo Mariotti**
Era necessario cambiare e quest'anno si è cambiato

ga il presidente Massimo Perotti — con altri costruttori italiani per invitare tutti a dare il massimo in questo Salone, a organizzare i meeting internazionali dei venditori, gli incontri con i clienti, a concentrare gli appun-

180

mila
I metri quadri di spazio dedicati all'esposizione. Di questi centomila sono in mare

tamenti su Genova. Noi rimaniamo i migliori al mondo, inglesi e americani ci copiano e lo so perché me lo hanno detto: assurdo disperdere questo patrimonio anche se il momento è durissimo. Due cifre: nel 2008 il business della nautica era di 6,2 miliardi di euro all'anno e di questi il 47 per cento era rappresentato dal mercato italiano. Nel 2012 siamo scesi a 2,5 miliardi di euro e gli italiani sono calati al 14, c'è chi dice il 17, per cento. Uno sprofondo. Ma i costruttori italiani non possono andare a esporre solo in Francia, dobbiamo avere un Salone nazionale». Cannes ha aperto le danze agli inizi di settembre, Montecarlo è appena terminato con successo, nelle acque monegasche ha di-

I dati di mercato

«Nel 2008 il business della nautica era di 6,2 miliardi, nel 2012 è calato fino a 2,5»

retto i motori il gruppo Ferretti. Ma i cantieri Crn, il brand del gruppo Ferretti per i megayacht, porteranno l'ammiraglia Chopi Chopi, 80 metri (un valore superiore agli 80 milioni di euro) anche a Genova: «Ho insistito, anche se non è stato facile, per questa presenza — dice Lamberto Tacoli, presidente e ad di Crn — perché per me è un po' simbolica. Il Chopi Chopi è un contenitore di made in Italy: lo ha disegnato lo studio Zuccon, lo ha arredato lo studio Laura Sessa, è stato costruito ad Ancona. Ho lottato, come vicepresidente di Ucina, per mantenere il Salone Nautico a Genova. Anni fa dicevamo che Genova era il più grande Salone della nautica a livello mondiale, da allora i Saloni si sono moltiplicati e un buon obiettivo sarebbe poter dire che è il più importante a livello europeo. Questa edizione, più snella, più agile, più dedicata al settore e alle sue esigenze e meno fiera campionaria, e soprattutto con le barche in acqua, rappresenta una svolta». Guardata con interesse anche da chi quest'anno al Salone ha rinunciato come la Marina di Loano, l'ex velista (Moro di Venezia) Max Procopio ne è sicuro: «Siamo andati a Montecarlo. Ma saremo felici di ritornare».

Erika Dellacasa

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Con il nuovo iOS7

Schermi mobili e zoom tra le app: arriva la nausea da iPhone



Dinamico Il nuovo schermo

Apple racconta di oltre 200 milioni di possessori di iPhone e iPad che nei primi tre giorni dal lancio (il 20 settembre) hanno installato iOS7, il nuovo sistema operativo per dispositivi mobili. L'intasamento dei server creato dai cosiddetti *early adopter*, i fanatici della novità che non sono più un numero sparuto come in passato, era evidente soprattutto nelle prime ore. Poi il tappo è esploso: dopo una settimana i «7» erano già oltre il 50% del totale dei dispositivi della Mela. E sono iniziati i problemi. «L'iPhone mi dà la nausea» è una frase apparsa online a opera di diversi utenti. Il malessere non era filosofico ma

proprio fisico. In termini medici si dice «chinetosi», nel gergo di tutti i giorni si traduce come mal d'auto: un effetto delle animazioni del nuovo sistema su soggetti particolarmente sensibili. La soluzione? Quella definitiva la potrà regalare solo Cupertino con un aggiornamento che permetta di eliminare gli effetti di zoom nella transizione da un'app all'altra. Nel frattempo si può mitigare l'effetto optando per uno sfondo statico.

Federico Cella

VitaDigitale

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Florida Marcella Hazan, 89 anni, era arrivata a New York da Cesenatico nel '55. Autodidatta ai fornelli, i suoi ricettari negli Usa sono diventati un classico

Addio alla cuoca per caso che portò in America i gusti italiani

DAL NOSTRO INVIATO

NEW YORK — «Basta soffocare la pasta sotto una spessa coltre di sugo e grosse polpette, basta mettere aglio dappertutto e in grande quantità». Cuoca per caso, autrice di libri di enorme successo negli Usa anche se non era in grado di scrivere in inglese, Marcella Polini Hazan ha portato al di là dell'Atlantico la passione per ingredienti prima pressoché sconosciuti come l'aceto balsamico, ma, soprattutto, ha cambiato il modo degli americani di mangiare «Italian style». Avvicinandoli a una cucina che, negli Anni 60 e 70, molti consideravano ancora esotica.

Poco nota nel nostro Paese, questa donna che è morta domenica a 89 anni nella casa nella quale si era ritirata in Florida, è stata la Julia Child italiana: un'ambasciatrice del

gusto mediterraneo che ha pian piano ha cambiato le abitudini alimentari degli americani con le sue lezioni di cucina trasmesse e riprese dalla stampa. I grandi nomi della ristorazione italiana in America oggi sono altri ma tutti — da Mario Batali a Lidia Bastianich — piangono una donna che è stata per loro maestra o apripista.

Un pioniere: anche merito suo se oggi la cucina italiana è acclamata nel mondo. In America la nostra ristorazione ha sopravanzato tutte le

Differenze gastronomiche

Disgustata dal caffè locale e dalla salsa di mirtillo sul tacchino decise di recuperare le tradizioni della sua terra

altre, a partire da quella francese, diventando la punta di diamante del «made in Italy». Non era così quando, a metà degli anni Cinquanta, questa ragazza di Cesenatico, laureata in Biologia a Ferrara, che non sapeva cucinare nemmeno un uovo, sbarcò a New York. Anni in cui i pochi ristoranti italiani erano localini con la tovaglia rossa a quadri e l'immancabile fiasco di Chianti sul tavolo.

Marcella, che aveva sposato un pellicciaio ebreo americano ma nato in Italia, quando si trasferì a New York subì un vero e proprio choc culturale: disgustata dal caffè americano («ha il sapore dell'acqua con la quale pulisco la moka»), incredula davanti alla *cranberry sauce* messa sul tacchino servito per la festa del Ringraziamento. Ma, soprattutto, decisa a non arrendersi a tante



Passioni Marcella Hazan, scomparsa domenica a 89 anni, fotografata nella cucina della sua casa di Longboat Key, in Florida (foto Ap)

goffe imitazioni della cucina italiana. La ragazza di Cesenatico cominciò a studiare, a scavare nella memoria della sua infanzia romagnola e si mise ai fornelli.

Tornò in Italia per alcuni anni, dove si dette alla cucina lombarda e a quella romana, così diverse dalla sua. Rientrata negli Stati Uniti, diceva di voler solo cucinare pranzi decenti al marito. Volendo allargare la gamma delle sue conoscenze, si mise a frequentare un corso di cucina cinese. Quando il docente decise di tornare in Asia per un anno sabbatico, la scuola le chiese di sostituirlo: ovviamente trasformando la natura del corso, lasagne al posto dell'anatra laccata. Fu un successo strepitoso. Marcella cominciò a dare lezioni anche a casa sua, che divenne un salotto frequentatissimo dai critici gastronomici, come Craig Claiborn-

ne del *New York Times* (che l'ha celebrata ieri in prima pagina): da lì la celebrità, i libri, le trasmissioni televisive.

Condotte sempre puntando sulla semplicità della cucina italiana, l'uso di pochi ingredienti ma freschi. La Polini Hazan ha riportato l'America ai sapori genuini della cucina italiana (anche se i puristi restano perplessi quando vedono che nel suo sugo c'è il burro al posto dell'olio di oliva). Comunque un'ambasciatrice che ha fatto breccia anche tra i grandi chef e critici americani e inglesi, da Rachel Ray a Jay Rayner. Fino allo struggente epitaffio di William Parker: «La tua anima generosa ha dato vita all'immagine dell'Italia nel mondo».

Massimo Gaggi

© RIPRODUZIONE RISERVATA