

# KING ME

the good news Sicis magazine

02 / 2004

Poste Italiane - Spedizione in abbonamento postale 70% - DCB Bologna



## > SICIS CHIC

let's have a look at Cersaie 2004



## > CATHEDRAL OF LUXURY

the only seven star hotel in the world

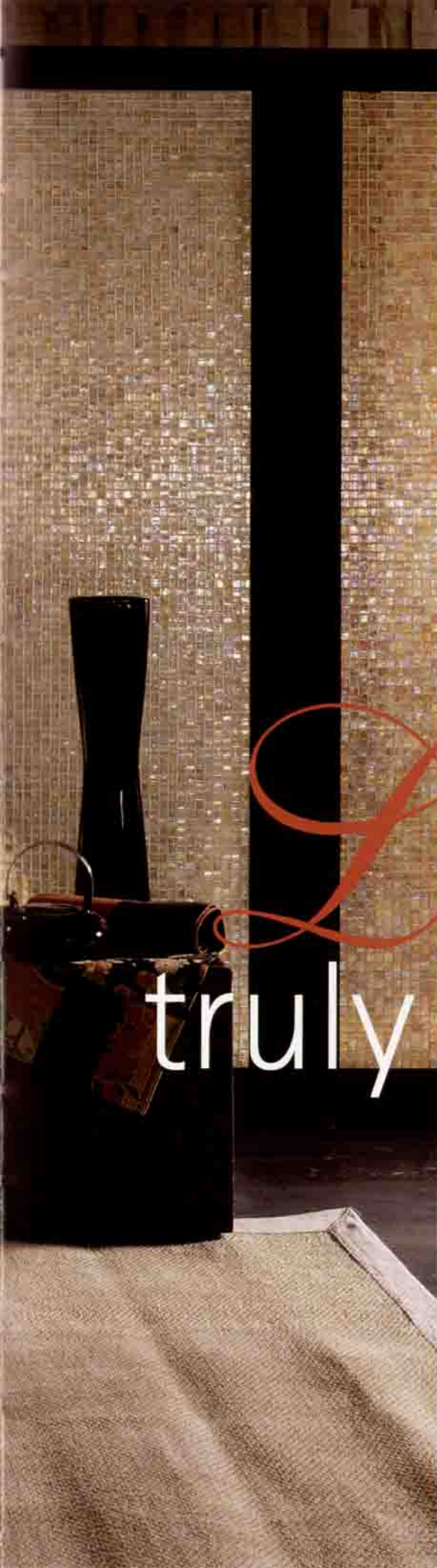


## > THE BELLAGIO

how about Julia Roberts descending?

6  
> TEXT VIRGINIO BRERIORE

On this image:  
Glimmer Collection, mosaics by Sicis.  
Photo by Maurizio Marcato.

A black vase sits on a dark, cylindrical pedestal. The background is a shimmering, textured wall of small, reflective tiles. The foreground shows a textured, light-colored surface, possibly a rug or fabric.

The word is one of those immortal ones, the subject of books and treatises. However, its meaning is uncertain, as everyone interprets it according to their own requirements. It is easier to agree upon its opposite: destitution.

# Is *Luxury* truly a luxury?

In order to discover its meaning, we consulted the Internet, that infallible and ubiquitous oracle of our times that ceaselessly proclaims, "If you're not here, then you don't exist!" Surf it to believe it: the results commenced with the whistle of a train, not a commonplace local train of course, but the legendary "luxury train", the Orient Express, and, 83 webpages later, inevitably ended up with the sites of high-class call girls. However, if you think a thousand dedicated websites sound very little, don't worry: some of them are lists of other luxury sites, in an infinite progression towards the vanishing point of supreme

# Luxury

On these pages: the Burj Al Arab, the only 7-stars hotel in the world, located in Dubai (U.A.E.). All of the mosaics coverings have been realized by Sicis.

nothingness to which some aspire and to which we are all destined.

The Internet nonetheless contains its own truth: it clearly emerges that luxury, as generally understood, refers to three main subjects. These are hotels/holidays, villas/homes and cars/boats.

However, whilst these –plus jewelry and baby-dwarf-crocodile-skin trunks, of course– are the classic desires towards which dreams and imagery of luxury are directed, any phenomenon or product at all can actually aspire to its own small share of sumptuous glory. Consequently, many sites describe super-luxurious coffee machines, inaccessible bicycles, mind-blowing guitars, awesome wines and remarkable cellphones. Certainly, it is difficult to believe the claims of many gas stations that, after having spent a small fortune in fuel, it is a luxury to receive a few travel bags as a loyalty prize. In future we advise US oil magnates to offer us a few ounces of top-quality crude oil in little enameled jerry cans designed by the talented and super-famous Karim Rashid.

Study courses naturally abound, including a "Master in the Marketing of Luxury Goods" at the European Institute of Design in Milan (in Italy, the unquestioned home of luxury fashion and design), which guarantees specialist training in the sector after 270 hours of lessons and just 5,670 euros. The only doubt that arises regards the selection criteria, as "admission is determined by motivational interview", from which we can deduce that, when confronted with an empty Louis Vuitton wallet –that could never contain all the money that it costs– or the 700-euro dress designed for Barbie by Giorgio Armani, applicants must show that they believe in them.

Following the course, participants will, in all likelihood, be able to avoid errors such as that found on a dream-car website: "...Mercedes have lavished a fortune (approximately 450 million euros on the new SLK), which they have been planning for years, putting their hearts into the project and then... Then this super car goes almost unnoticed, obscured by a simple but ingenious accessory: the Aircar, a heating system for the driver's and passenger's head area that enables the car to be driven with the top down even in cold weather (this optional accessory costs 474 euros). Purists have already wrinkled their noses, but the idea is quite honestly brilliant: at the touch of a button the special vents on the headrests emit hot air, which "caresses the head, neck and nape of the occupants like an invisible scarf," as they poetically say in Stuttgart. However, let's move on to the pièces de résistance at last: hotels, homes and boats. The former –as long as they have at least five stars– have the merit of allowing many to experience what it means to be served and revered, or in other words always have someone under your feet, even if only for 24 hours. Of course, there are various kinds of hotels: from the slightly tarnished style of certain Grand Hotels de... to the techno-Arab-style wonders of the Persian Gulf, where unimaginable –and somewhat kitsch– levels of luxury have been reached.

Houses, villas, homes and residences: who wouldn't want a dream house in New York or Paris? Being the guest of a billionaire enables you to discover how the billionaire in question is never home, due to obvious business obligations... And who enjoys his patrician residences? The answer is always the same... the luxury slaves, or as the billionaires call them, "the domestic staff". The same is true for boats: the skipper and seamen live on them and take to the open sea... the owner only sets foot on them for a couple of weeks a year and generally sails near a port.

In regard to this subject, it is worth remembering the words of the last great Rockefeller, who had generations of wealth behind him, when he reminded the newly rich that luxury is not having a second motorboat that is bigger than the first, but building a hospital.

We can but console ourselves with the claims of sociologists that maintain that luxury is associated with the four "S's" in our uncertain, asymmetrical society, namely: Security, Space, Social life and Silence. We would like to add a fifth value: a little bit of Time, if only to scroll through the pictures of that small hotel –luxurious but understated– with just 6 rooms, on an island without cars, where it is always warm and whose name we will not just in case...





# italiano



La parola è di quelle immortali, attorno cui si scrivono libri e trattati. Eppure è di significato incerto, in quanto ognuno la interpreta secondo le proprie esigenze. Più facile intendersi sul suo opposto – miseria.

Per ricercarne il senso abbiamo interrogato Internet, l'infallibile e ubiquo oracolo dei nostri tempi che senza posa recita: "Se non sei qui non esisti!"

Navigare per credere: si inizia con il fischio del treno, naturalmente non un banale locale ma il mitico 'treno di lusso' l'Orient Express, e dopo 83 pagine di siti si finisce inevitabilmente con lo squillo di allegre signorine d'alto bordo. Ma se un migliaio di siti dedicati vi sembrano pochi, non abbiate paura: alcuni di questi sono elenchi di altri siti di lusso, in un'infinita fuga prospettica verso il supremo nulla cui alcuni ambiscono e a cui tutti siamo destinati.

Internet comunque ha una sua verità: emerge chiaramente che il

lusso, comunemente inteso, fa riferimento a quattro soggetti principali: alberghi/vacanze; ville/abitazioni; auto/barche. Ma se questi –oltre naturalmente ai gioielli e ai bauli in cucciolo di cocodrillo nano– sono i granitici desideri verso cui veleggia il sogno e l'immaginario del lusso, di fatto qualsiasi fenomeno o prodotto, può aspirare alla sua goccia di sontuosa gloria. Per cui molti siti parlano di macchine per il caffè iperlussuose, di biciclette inavvicinabili, di chitarre da urlo, di vini da sballo, di telefonini mirabolanti. Certo, si fatica a credere, come sostengono ai tanti distributori di carburante, che dopo aver speso migliaia di quattrini in benzine, sia un lusso il ricevere come premio di fedeltà al prodotto alcuni borsoni da viaggio... Consigliamo in futuro ai petrolieri americani di offrirci poche onces di greggio doc, in tanichette smaltate disegnate dal bravo e stranoto Karim Rashid. Naturalmente non mancano i corsi di studio tra cui spicca il "Master in marketing dei beni di lusso" dell'Istituto Europeo di Design di Milano (Italia, patria incontrastata della moda e del design di lusso) che dopo ben 270 ore e soli 5.670 euro garantisce una formazione specialistica nel settore. L'unico dubbio sono i cri-

teri di selezione, infatti:

"L'ammissione avviene tramite colloquio motivazionale" da cui si deduce che messi di fronte a un portafoglio vuoto di Vuitton –che non potrà mai contenere tutti i soldi che costa –o al vestitino da 700 euro della Barbie, disegnato da Armani, bisognerà dimostrare di crederci.

Dopo il corso, con ogni probabilità, si eviteranno errori come quello segnalato su un sito di auto da sogno: "... alla Mercedes per la nuova SLK spendono un capitale (circa 450 milioni di euro), studiano anni, ci mettono il cuore e poi... Poi tutta questa super macchina passa quasi in sordina, oscurata da un accessorio semplice ma geniale:



L'Aircscarf, (in italiano "sciarpa d'aria"), il riscaldamento per la zona della testa del guidatore e del passeggero per viaggiare anche quando fa freddo con la capote abbassata (è un optional da 474 euro). I puristi hanno già storto il naso, ma l'idea onestamente è geniale: premendo un tasto, dalle speciali bocchette di ventilazione nei poggiatesta fuoriesce l'aria calda che "come uno scialle invisibile – dicono poeticamente a Stoccarda – lambisce la testa, il collo e la nuca dei passeggeri". "Ma veniamo infine ai pezzi forti: gli alberghi, le dimore, le barche. I primi, purché da cinque stelle in su, hanno il merito di consentire a molti di provare, anche solo per 24 ore, cosa voglia dire essere serviti e riveriti, ovvero avere sempre qualcuno tra i piedi. Certo ci sono alberghi di vario tipo: dal gusto un pò fané di certi Grand Hotel de... alle tecno-arabeggianti mirabilie del petrolifero Golfo, dove si raggiungono livelli di lusso inimmaginabili.

Francamente un po' kitsch.

La casa, la villa, la dimora, la residenza. Chi non ne vorrebbe una da sogno a New York o a Parigi? Essere ospite di un miliardario consente di scoprire come il miliardario in questione non ci sia mai per ovvi obblighi lavorativi ... E chi si gode le sue patricie dimore? Sempre gli stessi... gli schiavi del lusso, cioè i miliardari, li chiamano 'la servitù'. Identico discorso per le barche: lo skipper, il marinaio, le vivono, prendono il largo... l'armatore ci sale sopra 15 giorni l'anno, e naviga in genere nei pressi di un porto.

Sull'argomento vale la pena ricordare quanto detto dall'ultimo grande Rockefeller il quale, ricco da più generazioni ricordava ai neofiti che il lusso non è avere un secondo motostafo più grande del primo, ma costruire un ospedale.

Non ci resta che consolarci con quanto affermano i sociologi: nella incerta società asimmetrica il lusso è legato a quattro esse: Sicurezza, Spazio, vita Sociale, Silenzio. Ci permettiamo di aggiungere un quinto valore: un pò di Tempo, non fosse altro che per scorrere le immagini di quel piccolo albergo –di lusso ma



understated– di solo 6 stanze, su di un'isola senza automobili, sempre calda... di cui per prudenza non diciamo il nome...

# il lusso è davvero un lusso?