

Philippe Starck

La nuova "casa" di Alpine

**BWT ALPINE F1 TEAM
ACCOGLIE L'ACCLAMATO
DESIGNER E ARCHITETTO
FRANCESE CHE HA
PROGETTATO IL NUOVO
MOTORHOME DEL
MARCHIO, INAUGURATO
UFFICIALMENTE DURANTE
IL GRAN PREMIO D'ITALIA
A MONZA**

di Enrico Cammarota

Non ha bisogno di presentazioni il designer Philippe Starck, creativo poliedrico di fama mondiale. La sua visione secondo cui la creazione, in qualsiasi forma, deve migliorare la vita delle persone, lo ha reso uno dei pionieri del concetto di "design democratico", una filosofia che Starck ha espresso in prodotti di uso quotidiano - tra cui il pluripremiato spremiagrumi *Juicy Salif* prodotto da Alessi o le celebri sedie create per Kartell, a cui si aggiungono biciclette elettriche e una turbina eolica individuale - in architetture di hotel e ristoranti, concepiti come luoghi esperienziali, fino all'ingegneria navale e spaziale con mega yacht e moduli abitativi. Spingendo i confini della cultura del design, è divenuto uno dei creatori più visionari e rinomati della scena contemporanea. E tra i suoi molteplici progetti, il nuovo motorhome di BWT Alpine F1 Team il cui lancio ufficiale è stato celebrato durante il Gran Premio d'Italia a Monza con la presenza, tra gli altri, di Luca de Meo, Philippe Starck e Flavio Briatore che POSH ha incontrato durante l'esclusivo evento. «Metà della mia famiglia realizzava aerei - racconta Philippe Starck - mentre l'altra metà si occupava di auto e di competizioni. Mio fratello era un pilota di Formula 1, molto conosciuto nei circuiti perché si presentava in giacca e cravatta: riteneva che la Formula 1 fosse particolarmente elegante. Io facevo assistenza ai rally di mio fratello che correva su Gordini e Alpine. È per questo che, quando Luca (de Meo, ndr) mi ha chiamato per lavorare per la Formula 1, ero davvero entusiasta. È la mia famiglia, la mia famiglia biologica! Luca mi ha chiesto di ricreare una sensazione di Alpine, un progetto complicato perché dovevo immaginare qualcosa che traslasse le Alpi, con eleganza, e che fosse mixato con l'altro spirito, l'anima di Alpine che è tecnologia. Gli italiani e i francesi condividono qualcosa di molto raro nel mondo: l'eleganza dell'ingegneria. Alpine è davvero come il Concorde. Ecco perché per me l'eleganza dell'ingegneria di Alpine si sposa completamente con il marchio: tu non compri Alpine per essere appariscente o per mostrare di avere più soldi, compri Alpine perché ami quella sensazione di connessione bio-meccanica. Quest'auto è una continuazione del tuo corpo, una relazione fisica e sentimentale. Ed è

The world-renowned designer Philippe Starck needs no introduction. His vision, in which creation in any form must improve people's lives, has made him a pioneer of the concept of "democratic design." This philosophy is reflected in everyday products—such as the award-winning citrus squeezer produced by Alessi and the famous chairs created for Kartell, along with electric bicycles and an individual wind turbine—as well as in the architecture of hotels and restaurants, designed as experiential places, and in naval and space engineering, with mega yachts and living modules. By pushing the boundaries of design culture, he has become one of the most visionary and renowned creators on the contemporary scene. Among his many projects is the new BWT Alpine F1 Team motorhome, whose official launch was celebrated during the Italian Grand Prix in Monza, attended by Luca de Meo, Philippe Starck and Flavio Briatore, whom POSH met during the exclusive event. "Half of my family built airplanes," says Philippe Starck, "while the other half was involved in cars and racing. My brother was a Formula 1 driver, well-known on the circuits for wearing a suit and tie: he believed that Formula 1 was particularly elegant. I assisted at my brother's rallies, where he raced with Gordini and Alpine.

A fianco: Philippe Starck, al Gran Premio d'Italia a Monza, in occasione del lancio ufficiale del nuovo motorhome di BWT Alpine F1 Team





il motivo per cui Alpine è completamente differente dagli altri». Starck ha progettato così una struttura a tre piani che viaggia con il team, destinata ai partner, agli ospiti VIP, ai media e al personale per i round europei della stagione di Formula 1, in linea con i piani di crescita ambiziosi dell'azienda, realizzata grazie al supporto del Gruppo di Investitori - Otro Capital, RedBird Capital Partners e Maximum Effort Investments - e ai fondi liberati dal loro recente investimento, reinvestiti per finanziare il progetto.

Le aree interne del motorhome incarnano pienamente lo spirito di Alpine attraverso una mise en scène elegante e accogliente che ricorda un raffinato chalet, con legno caldo ed elementi di corteccia e pelle che creano una allure ispirata alla natura, in dialogo con un audace concetto ingegneristico caratterizzato da una straordinaria leggerezza.

«L'ispirazione per il motorhome deriva dallo spirito stesso di Alpine. Alpine ha quel certo je-ne-sais-quoi francese, è la haute couture delle corse. Il motorhome rappresenta questa eleganza. Non è un oggetto, né un'architettura è tutto incentrato sulla velocità. La sua concezione e la sua costruzione funzionano allo stesso modo di un pitstop: ognuno sa esattamente cosa deve fare e lo fa con estrema rapidità e precisione. Tutti gli elementi lo considerano: è incredibilmente complesso, high-tech e impegnativo». All'esterno, telai in acciaio su misura sono rivestiti con il blu Alpine e pannelli di vetro a specchio, mentre la facciata anteriore si caratterizza per i dettagli in acciaio inox satinato, con elementi di collegamento realizzati tramite CNC. L'unità ospita attrezzature di comunicazione all'avanguardia sia nelle sale riunioni sia nelle aree di lavoro. BWT ha inoltre fornito una tecnologia di filtrazione dell'acqua per l'intero sistema di distribuzione idrica, integrata in tutte le postazioni bar all'interno del motorhome. E tra le altre novità in BWT Alpine F1 Team, il CEO del Gruppo Renault, Luca de Meo, ha annunciato la carica di Flavio

That's why, when Luca (De Meo, editor's note) called me to work for Formula 1, I was really excited. It's my family, my biological family! He asked me to recreate the Alpine sensation, a complicated project because I had to create something that would translate the Alps with elegance and combine it with the other spirit, the soul of Alpine, which is technology. Italians and French share something very rare in the world: the elegance of engineering. Alpine is truly like the Concorde. That's why, to me, the elegance of Alpine engineering fits perfectly with the brand: you don't buy Alpine to show off or flaunt wealth, you buy Alpine because you love that feeling of bio-mechanical connection. This car is an extension of your body, a physical and emotional relationship. And that's why Alpine is completely different from other companies."

Starck designed a three-story structure that travels with the team, intended for partners, VIP guests, media, and staff during the European rounds of the Formula 1 season, in line with the company's ambitious growth plans. The project was made possible with the support of the Investor Group—Otro



Briatore come Consulente Esecutivo per la Divisione Formula 1, che si concentrerà sulla ricerca di talenti di alto profilo, fornendo informazioni sul mercato dei piloti e valutando la struttura attuale. «Un team non diventa importante perché è fatto da molte persone - racconta a POSH Flavio Briatore - ma quando compete e questa è sempre stata la mia visione. Sono convinto che la Formula 1 sia una grande vetrina per la nostra industria e una grande miniera. Sono sempre stato un appassionato. Il mio ritorno è stato un misto di emozioni, perché dalla Formula 1, in realtà, io non ne sono mai uscito come Ambassador per cercare nuovi gran premi e numerosi nuovi sponsor. Ora, però, con questo nuovo incarico sono tornato ad avere la piena responsabilità del team e mi sento ringiovanito, pieno di entusiasmo. Perché tutto questo mi dà una grande spinta».

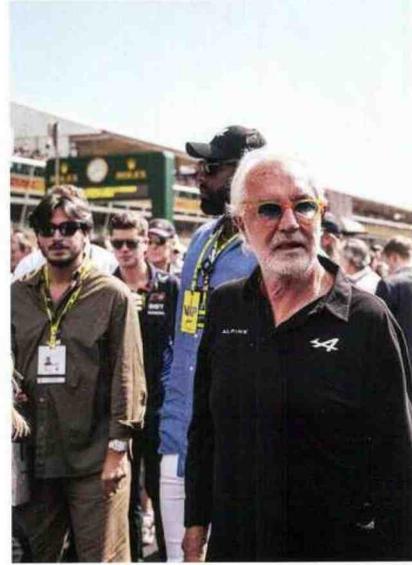
**"SONO CONVINTO CHE LA FORMULA 1 SIA UNA GRANDE VETRINA
PER LA NOSTRA INDUSTRIA E UNA GRANDE MINIERA."**

FLAVIO BRIATORE

In alto: il nuovo motorhome di BWT Alpine F1 Team ideato da Philippe Starck

Capital, RedBird Capital Partners, and Maximum Effort Investments - and the funds released from their recent investment, which were reinvested to finance the project. Entirely directed by the French designer, the motorhome's interior spaces fully embody the spirit of Alpine through an elegant and welcoming setting reminiscent of a refined chalet, with warm wood, bark, and leather elements creating an atmosphere inspired by nature, in dialogue with a bold engineering concept characterized by extraordinary lightness. "The inspiration for the motorhome comes from the spirit of Alpine itself. Alpine has that certain French je-ne-sais-quoi, it is the haute couture of racing. The motorhome represents this elegance. It's not an object, nor architecture: it's all about speed. Its conception and construction work just like a pitstop: everyone knows exactly what to do, and they do it with extreme speed and precision. All elements factor this in: it's incredibly complex, high-tech, and challenging."

Outside, custom-made steel frames are clad in Alpine blue and mirrored glass panels, while the front façade features satin-finish



"L'ISPIRAZIONE PER IL MOTORHOME DERIVA DALLO SPIRITO STESSO DI ALPINE. ALPINE HA QUEL CERTO JE-NE-SAIS-QUOI FRANCESE, È LA HAUTE COUTURE DELLE CORSE. E IL MOTORHOME RAPPRESENTA QUESTA ELEGANZA. NON È UN OGGETTO, NÈ UN'ARCHITETTURA: TUTTO È INCENTRATO SULLA VELOCITÀ."

PHILIPPE STARCK

In questa pagina: Flavio Briatore, nominato dal CEO del Gruppo Renault, Luca de Meo, Consulente Esecutivo per la Divisione Formula 1. A fianco: Philippe Starck

stainless steel details, with CNC-machined connection elements. The unit houses state-of-the-art communication equipment in its meeting rooms and work areas. BWT also provided water filtration technology for the entire water distribution system, integrated at all bar positions within the motorhome.

In other news, Renault Group CEO Luca de Meo has announced Flavio Briatore's appointment as Executive Advisor for the Formula 1 Division, focusing on scouting top talent, providing insights on the driver market, and assessing the current team structure. "A team doesn't become important because it's made up of many people," Briatore told PDSH, "but because it competes, and that's always been my vision. I am convinced that Formula 1 is a great showcase for our industry and a great mine. I've always been passionate about it. My return was a mix of emotions because, in reality, I never left Formula 1 as an ambassador seeking new Grand Prix events and numerous new sponsors. Now, however, with this new role, I've returned to having responsibility for the team, and I feel rejuvenated because all of this gives me great motivation."

