

A fianco: la Galleria
Rossana Orlandi alla
Promenade du Port di
Porto Cervo.
Foto: Francesca Stella

UNE PROMENADE CULTURELLE

Nel cuore di Porto Cervo,
tra design, arte, moda,
eno-gastronomia,
un cultural district che
inaugura una nuova
visione del lusso:
la Promenade du Port

Una nuova visione del retail e della cultura, dell'arte, della moda e del design: è questa la mission della Promenade du Port di Porto Cervo con le sue gallerie di design come la milanese Rossana Orlandi o la londinese Fumi, gli spazi dedicati all'arte come Louise Alexander Gallery e MDM Museum, i negozi enogastronomici tra cui la nuova Mozz'Art, il BoujisBar firmato Patricia Urquiola, il temporary store di Driade... Nuove realtà che a Porto Cervo vogliono raccontare il lusso contemporaneo, fatto di artigianalità, progetto, cultura e ricerca. Un lusso semplice, come afferma il General Manager della Promenade du Port, Andrea Brugnoli.

How did the idea to create la Promenade du Port come about?
And why at Porto Cervo?

It was born as an investment opportunity, as a diversification project created by the property (prefers not to be quoted, ed.) which since 1962 has been linked to the charm of this area. That's why we wanted to create a new path at Porto Cervo, starting from the idea of the village, after a careful analysis of what exactly luxury was: between the Sixties and the Nineties Porto Cervo developed into - thanks to the prince Aga Khan - an international exotic lounge designed for a certain kind of holiday, bound



In questa pagina: sotto, una delle opere esposte nello spazio Fumi Gallery alla Promenade du Port; a destra, vasi esposti alla Galleria Rossana Orlandi (foto: Francesca Stella). Nella pagina a fianco: una panoramica della Promenade du Port di Porto Cervo



Com'è nata l'idea della Promenade du Port e perché a Porto Cervo?

È nata come un'opportunità d'investimento, un progetto di diversificazione realizzato dalla proprietà (preferisce non essere citata, ndr) che dal 1962 è legata al fascino di questa località. Per questo si è voluto creare un percorso nuovo a Porto Cervo partendo dall'idea del borgo, dopo un'attenta analisi in relazione a che cosa fosse davvero il lusso: tra gli anni Sessanta e gli anni Novanta Porto Cervo si era sviluppato grazie all'intervento del principe Aga Khan, come un salotto internazionale esotico destinato a un certo tipo di vacanza, legato in modo imprescindibile alla natura.

Un concetto che il consorzio Costa Smeralda ha sempre cercato di preservare. Ma dopo gli anni '90 si è sviluppata una concezione completamente in antitesi: sono sopraggiunti brand celebri nel mondo e l'artigianato locale ha iniziato pian piano a scomparire... Porto Cervo ha subito così una vera e propria trasformazione: pur rimanendo un luogo pieno di fascino, ha perso nel tempo quell'allure esclusiva.

Che cosa vuole raccontare la Promenade a Porto Cervo?

Con la Promenade du Port abbiamo deciso di intraprendere una strada diversa, con l'intenzione di riportare a Porto Cervo tutto quello che non esisteva più, cercando di recuperare quei valori di un tempo legati alla qualità e all'unicità. E la maggiore difficoltà risiede proprio in questa ricerca della diversità.

In che modo avete iniziato?

Nel 2007 abbiamo realizzato un'estate di eventi portando ad esempio i Carmina Burana con un concerto sul porto, laboratori dedicati ai bambini, il design walk, mentre l'anno successivo abbiamo inaugurato l'MDM Museum. La partenza è stata piuttosto lenta per diverse ragioni e ancora più difficile è stato far percepire a Porto Cervo la connotazione di questo piccolo borgo dedicato alla cultura dell'arte e del design. Penso che oggi si sia compreso che è necessario investire con un'ottica non solo legata alla breve stagionalità del luogo.

E da questo punto di vista ci sono importanti segnali: quest'anno abbiamo inaugurato il museo con una mostra che rimarrà aperta fino alla fine di ottobre, collegata alla didattica sarda, con laboratori dedicati alle scuole di Alghero, Sassari e della Gallura.

Come vengono selezionati i brand?

Ricerchiamo marchi che siano legati in un certo modo all'arte e al design, anche in fase di start-up o che non hanno in Italia un punto vendita. Alcuni brand hanno richiesto di far parte della Promenade, pensando

magari di creare una sorta di outlet open air - che è quello che vorrebbero un po' tutti - ma non è nelle nostre intenzioni.

Con la Promenade vorremmo che il lusso fosse interpretato come un ritorno a cose molto più semplici legate all'unicità. Riportando "il profumo del pane": e mi riferisco anche all'universo eno-gastronomico che a Porto Cervo non riesce a esprimere pienamente la sua qualità eccelsa.

Quali le novità di quest'anno all'interno della Promenade du Port?

Driade nel mondo del design, My style di Bellora, Mozz'Art, caseificio di mozzarella e ricotta prodotte in loco e gestito da due giovani lucani, primo concetto di bottega enogastronomica che non esisteva a Porto Cervo. Abbiamo inaugurato anche un bar realizzato dalla designer Patricia Urquiola e gestito con il suo staff da Matt Hermer fondatore di uno dei più noti nightclub londinesi - il Boujis - che verrà brandizzato BoujisBar Porto Cervo. Tra gli opening, un importante multibrand, Donne Concept, già presente a Cagliari e a Forte Village, oltre al ristorante gestito da Finger's, tra i più noti nomi della cucina fusion.

Progetti per il futuro?

Aprire all'interno della Promenade du Port un Food Market e una spa. E aprire una Promenade anche in location estere.

inescapably to nature. But after the Nineties a completely opposite concept has developed instead: celebrity brands appeared in the world and local craftsmanship gradually began to disappear... So Porto Cervo underwent a real transformation: although it remains a very charming place principally thanks to the Costa Smeralda Consortium which has preserved it by growing it according to certain rules, over time it has lost that exclusive allure so beloved by Aga Khan. What does the Promenade want to tell visitors to Porto Cervo?

With the Promenade du Port, we decided to attempt a different route, with the intention of bringing back to Porto Cervo everything that no longer existed, without imitating the Piazzetta with its 35 years of splendid history. We want to take a totally different path, seeking to retrieve those values once associated with the quality and uniqueness of a particular manufacture. And our greatest challenge lies in this quest for diversity.

How did you start?

In 2007 we only put on a summer of events, for example bringing a concert of Carmina Burana to the port, children's workshops, the design walk... while the following year we launched the MDM Museum, the first location chosen to be opened. The start has unfortunately been very slow for various reasons and it has been even more difficult to get Porto Cervo to understand the connotations of this little village dedicated to the culture of art and design. I think that today it is understood that it is necessary to invest from a perspective not only focused on the location's brief season but seeking to overcome this obstacle. And from this point of view there have been important signs: this year we opened the museum on May the 15th with an exhibition that will remain

open until the end of October. And especially to connect with Sardinian education, organising workshops for the children of schools in Alghero, Sassari and Gallura.

How do you select the brands to bring to the Promenade?

We are always tied to a particular research into art, design, wine and food, and fashion retail, also with brands still in the start-up phase or who don't have a shop in Italy: an international lounge such as Porto Cervo can become a launch-pad for them.

There are brands that have asked to be part of the Promenade, perhaps thinking of creating a sort of open air outlet - which is something that everyone wants a bit - but that is not part of our plans. Thus reinterpreting the concept of luxury, understood as a return to a modern interpretation of much simpler things, to bring back to Porto Cervo, "the smell of bread" - a phrase that expresses what we are trying to do with the Promenade.

Which openings do you have this year?

Driade from the design world, My style by Bellora, a dairy of mozzarella and ricotta - Mozz'Art - produced in situ and managed by two young people from Lucania, the first concept of a wine and food workshop that didn't already exist at Porto Cervo. In addition, we opened a bar created by the designer Patricia Urquiola and managed by the staff of famous London nightclubs - Boujis - which will be branded BoujisBar Porto Cervo. An important multi-brand opened too, Donne Concept which is already at Cagliari and Forte Village and a new restaurant managed by Finger's. Plans for the Plan of the future?

Among my plans are opening a Food Market and a spa within the Promenade du Port. There's also the idea of opening Promenade du Port abroad.



Un'immagine panoramica della Promenade du Port.
Photo: Francesco Nonnoi