

IN ATTESA DI UN ALTRO MIRACOLO RIO

Gli Scarani sono entrati nella nautica praticamente nello stesso periodo in cui lanciammo "Nautica", un'idea di Carlo Marincovich e Mario Sonnino, materializzata giornalisticamente da Vincenzo Zaccagnino e poi fortificata nel tempo da chi scrive. Noi facemmo una rivista nuova in tutto, Scarani partì sul sicuro. Nel 1963 il debutto si ispirò alla tradizione costruttiva dei bei motoscafi dei laghi comaschi, strada internazionale aperta da Carlo Riva, ma la prima svolta di leadership fu il Rio Rolls, che presentammo sulle nostre pagine nel 1964. Nell'occasione, una giovane bella maestrina consorte dell'ing. Carlo Scarani, si lanciava - prima in Italia nel settore e non solo - ad applicare i segreti del marketing, creando in un Salone di Genova fino allora molto tradizionale l'evento mediatico: una barca che ruotava sulla sua piattaforma in un gioco di luci che entusiasma tutti i presenti. Per il cantiere quel successo segnò il deciso passaggio dalla elitaria costruzione di alianti - pur riconosciuti ottimi a livello mondiale ma limitati nel numero - a quella più popolare delle barche. Sparì così la parola Avio e rimase solo Nautica Rio. Ricordo poi ancora nitidamente Anna Scarani che mi illustrava il primo 6 metri cabinato nel 1966 e l'8 metri l'anno successivo, ma oltre che alla qualità della produzione era stupefacente il successo che la stessa Anna aveva ottenuto come incontenibile promoter delle barche di Carlo. Tutta la stampa italiana ed estera ne parlava, anche perché la Rio pensava europeo e internazionale e quando la televisione parlava di barche il punto di riferimento era sempre la produzione del cantiere sul lago d'Isèo. Che marketing ragazzi: presenza nei saloni, advertising sulle riviste, rapporti con la stampa eccezionali per i tempi, prezzi sicuramente volti a rendere tangibile lo slogan del cantiere: "La nautica per tutti". Anna Scarani, pur grintosa e tenace nel suo lavoro, fu un po', proprio per il suo ruolo, la "fidanzatina" della nautica italiana e ancor più dei giornalisti. Ma non c'erano solo parole ma fatti molto importanti. Per seguire il boom della barca non basta-



Piergiorgio Scarani

va più la costruzione in vetroresina e l'alluminio non convinceva, così Carlo lanciò le barche termoformate in Abs che gli consentirono quei numeri da piccola industria che portarono alla prima

esperienza in mare qualche milione di italiani. Ecco il miracolo Rio. Veramente in quel periodo ci fu la nautica per tutti: il 310 e il 410 rappresentarono in breve circa il 30% del parco natanti italiano. Poi, forse anche per colpa nostra che lottammo e ottenemmo natanti più grandi con motorizzazioni adeguate perché fossero più sicuri, iniziò la crescita che anche la Rio via via seguì, come si può leggere dettagliatamente nel bell'articolo di Elena Gaggini. Gli Scarani crearono la falange di tanti nuovi appassionati che poi l'hanno seguita fedelmente nel tempo o si sono rivolti a più grandi produzioni nel momento dell'evoluzione familiare. E Anna Scarani, antesignana, lanciò anche la collaborazione con gli stilisti mentre stringeva accordi con le case di motori, sperimentando anche idrogetto e fuoribordo diesel. Tempo eroici della nautica, che vorremmo tanto tornassero, perché il settore deve ricostituirsi appassionati che dalla barca di entrata possano poi spaziare verso lo scafo dei loro sogni. Ne abbiamo parlato con Carlo e Anna, che ora hanno un erede altrettanto deciso a crescere nel figlio Piergiorgio, bocconiano ma col pallino della barca, un bacillo familiare per cinquant'anni e speriamo per tanto, tanto ancora. L'auspicio è che ci possa essere, magari a breve termine un altro miracolo Rio.

Lucio Petrone



RIO 300

RIO YACHTS COMPIE 50 ANNI CON LO SGUARDO RIVOLTO VERSO L'ALTO

Erano i primissimi anni '60, nell'aria si respirava l'entusiasmo e la spensieratezza offerti dal boom economico, erano gli anni della "dolce vita", quando il giovane imprenditore Luigi Scarani e la moglie Anna, nel corso del loro viaggio di nozze lungo le coste francesi, affascinati dalla particolare atmosfera dei porti e dai legni splendidi delle imbarcazioni, maturarono l'idea di lanciarsi in una nuova avventura. Tornati a casa misero a punto il loro progetto: "mettere su casa e bottega sulle rive del Sebino", ovvero aprire un cantiere, in casa, per costruire barche. È così che nel 1961 nasce il marchio Avionautica Rio che si specializzerà nella realizzazione di alianti ma soprattutto di affascinanti motoscafi in mogano, che prenderanno forma dalle mani di abili Maestri d'ascia. Grande fu l'emozione per il varo della prima unità: il Rio Espera, un 6,90 metri spinto da 235 o 330 HP. Tutti motorizzati Chris Craft e Rolls-Royce i motoscafi Rio si distinguevano anche



Motore Rolls Royce



RIO 310



Anna e Luigi Scarani nel luglio 1960.



Rolls Rio del 1963/64



Un momento di relax a bordo del Rio Espera.

RIO Yachts compie 50 anni

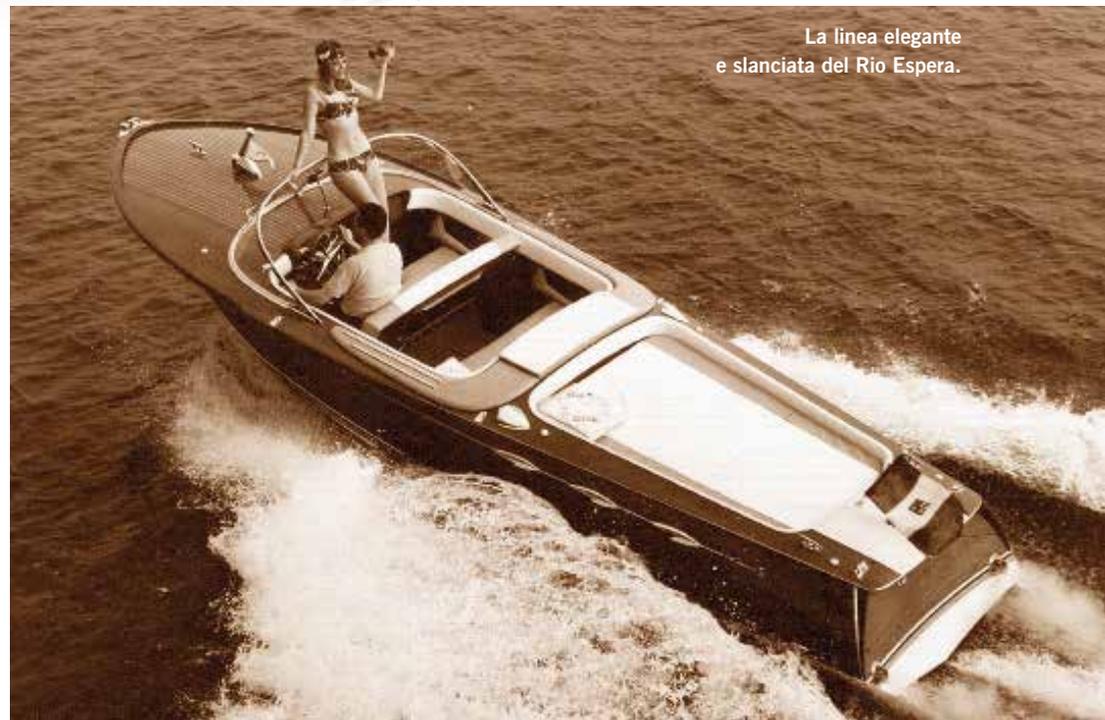
per i loro suggestivi nomi: Colorado, Paraná, Bonito, Espera, nomi, come Rio, di fiumi sudamericani, grande passione del fondatore. Era l'epoca in cui, sottolinea Anna Scarani "ogni barca era un pezzo unico, una barca d'autore, frutto di assidua ricerca, attenta progettazione e puntiglioso lavoro. Un'epoca d'oro culminata con un autentico gioiello che chiamammo Rolls Rio, un prezioso oggetto del desiderio che, guarda caso, montava un motore Rolls Royce." Nel corso degli anni però la barca iniziò a non essere più destinata esclusivamente a una selezionata élite, "con lo sviluppo del concetto di tempo libero, il weekend diventava sempre più un rito irrinunciabile presso le nuove classi sociali che, dopo aver conquistato televisore e Lambretta, iniziava a pensare alla barca" precisa Anna Scarani. La barca perciò, negli anni '70, si trasformò in un prodotto più popolare, alla portata di tutti, e di conseguenza il contenimento dei prezzi divenne un imperativo. Fu così che il cantiere Rio passò dall'artigianato all'industria con il lancio della barca in ABS, materiale plastico termoformato e, in seguito, con il passaggio alla vetroresina. Protagonista e simbolo di questo importante cambiamento di orizzonti è stato il Rio 310 la cui produzione superò le 50.000 unità. Gli anni '80, per Rio, furono segnati dall'apertura verso i mercati internazionali, dalla delocalizzazione delle sedi produttive con la realizzazione di Rio Iberica, dalla capillarizzazione dei punti vendita in tutta Europa e dalla nascita della divisione barche da lavoro, destinate in particolare all'Arma dei Carabinieri. Negli anni '90 il marchio bergamasco, sempre più attento alle esigenze dei clienti, ampliò la rete di vendita con filiali in grado di offrire un accurato servizio post vendita. In quegli anni poi la gamma Rio si arricchì anche di modelli più abitabili e adatti alla crociera, con il Rio 12.90 e il Rio 16.90, caratterizzati dal tet-



Rio 410 Jet realizzato per le forze di Polizia.



Un convoglio ferroviario trasporta i Rio 310.



La linea elegante e slanciata del Rio Espera.



Il Rio 12,90, primo modello della casa con tettuccio apribile.



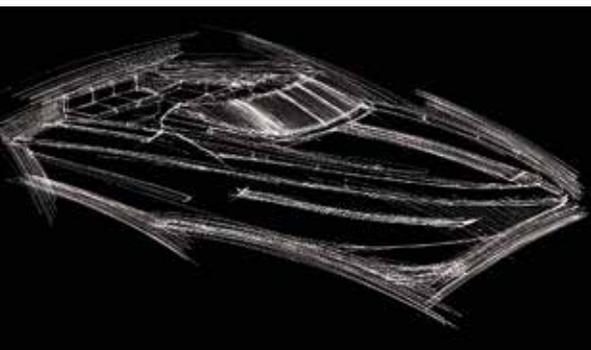
tuccio scorrevole, antesignano dell'hard top. Con il nuovo millennio e in particolare a partire dal lancio delle nuove linee Art, Air e Blu, il marchio Rio, guidato da Piergiorgio Scarani, figlio di Luigi e Anna, inverte la rotta e dice basta alle imbarcazioni "di largo consumo" funzionali sì, ma spartane ed economiche, quelle che per lunghi anni sono state il suo cavallo di battaglia e ne hanno segnato il successo. È giunto il momento di rivolgersi a una clientela più esigente e di distinguersi sui mercati internazionali con imbarcazioni più grandi e di carattere, capaci di mettere in risalto qualità, design e stile italiani. Ne è una valida dimostrazione la nuova ammiraglia, il Colorado 54, un coupé di grande attualità che non ha tardato a ricevere ampi consensi, inserendosi così a testa alta in un

Qui sopra, a sinistra, il Rio 28 Blu del 2008 e a destra, dall'alto, il Rio 36 Air del 2009, il Rio 36 Air B del 2010, e il Rio 42 Art B del 2010. Sotto, il Colorado 54, l'ultima realizzazione del cantiere.





Il Rio 42 Blu B del 2007 e, in basso, linee e rendering del nuovo Espera.



RIO Yachts compie 50 anni

segmento di mercato già piuttosto congestionato e competitivo.

Nel 2011 Rio festeggia i suoi primi 50 anni con il trasferimento della produzione nella moderna sede di Chiuduno, sempre in provincia di Bergamo, "un passo importante a sostegno del deciso riposizionamento verso l'alto del marchio", sottolinea Piergiorgio Scaranari, "prevediamo di costruire barche da 10 a 20 metri, sempre di alta gamma e con forte identità. Puntiamo inoltre a sviluppare lo stampaggio in infusione, l'impiego di vernici metallizzate a protezione del gelcoat, la diffusione delle trasmissioni a POD, i pannelli fotovoltaici, l'attenzione al contenimento dei pesi e all'ambiente, pur con scafi performanti ed emozionanti." Un anno dunque importante destinato a lancio delle tre nuove linee di imbarcazioni dagli stessi nomi dei modelli di 50 anni fa: la Colorado, con i modelli più grandi dotati di hard top chiusi, la Parana, con modelli semiaperti, e l'Espera, con gli open puri. È sarà proprio l'Espera, proposta in due versioni, la mascotte del 50° anniversario di Rio e il simbolo del giro di boa del cantiere, un 10 metri, "entry level della gamma, che è al limite tra un tender di megayachts e una barca da giorno" tiene a precisare Marino Alfani, il giovane architetto che ne ha curato il design, e prosegue "è un progetto ispirato al passato non per le linee o per i contenuti, ma per i concetti. 50 anni fa era la volontà di vivere e godersi il mare in maniera esclusiva e a 360° che spingeva una persona a comprarsi una barca. Questo è quello che abbiamo deciso di offrire. Abbiamo pensato che oggi l'armatore ha bisogno di una barca da vivere e per vivere il mare, vuole un oggetto esclusivo e di carattere, che non sia un impegno ma un piacere, ecco cosa vuole, quindi una barca dagli spazi flessibili, con la possibilità di essere personalizzata secondo i propri gusti e le proprie esigenze pratiche ed estetiche, in una parola "Espera" !"

Elena Gaggini



Mattiazzo: "Sono cambiate le regole del gioco"

NUOVA KERMESSA A VENEZIA PER UNA "NAUTICA SU MISURA"

E' un vero e proprio "giro di boa" quello compiuto dal Salone Nautico di Venezia che in questa edizione primaverile si presenta con una nuova location, nell'immediata terraferma veneziana, a San Giuliano, e nel centro storico della Serenissima, all'Arsenale, ma, soprattutto, con un nuovo "format mirato" al coinvolgimento di quanti amano



il mare. Giuseppe Mattiazzo, A.D. di Expo-venice, la società che organizza l'evento, e Lorenzo Pollicardo, consulente della stessa - nonché di Federagenti e C.N.A. -, lasciata definitivamente la consueta sede del Terminal Passeggeri della Stazione Marittima di Venezia, oggi impegnato estate e inverno a ospitare il crescente traffico crocieristico, essendo costretti a cambiare hanno decisamente puntato a una svolta. La scelta è caduta sul Parco di San Giuliano, il più grande d'Europa, dove per gli stand saranno installate tensostrutture a terra mentre in acqua saranno esposti natanti e imbarcazioni medio piccole. La scelta dovrebbe risultare felice se si considera che si parla di un'area strategica a due passi dall'aeroporto internazionale Marco Polo di Tessera, collegato all'autostrada A4 e alla stazione FS di Mestre. E le grandi barche? Ci saranno anche quelle, ma nella più prestigiosa delle strutture, l'antico Arsenale Navale della Repubblica Serenissima. La magnifica secolare struttura - che per la sua architettura, genesi e storia, basta da se a far attrazione - oltre che sede espositiva dei maxiyacht, ospiterà anche grandi e qualificati eventi.

Ma la vera novità di questo Salone sta nel coinvolgimento consolidato, convinto e diretto di enti locali e associazioni di categoria, dall'Assoindustria alla CNA passando per Consormare e Distretto Nautico, nel sostenere