

INTERNATIONAL EDITION

THE UNIQUE

DICEMBRE 2025
€ 15,00

MICAELA PALLINI
NE RESTERÀ SOLTANTO UNO

ELENA ACETO DI CAPRIGLIA
MIAMO: SCIENCE & SOUL

ITALO FONTANA
U-BOAT: INNOVAZIONE RIBELLE

ALL'INTERNO

Regali
MADE IN ITALY
per un Natale
indimenticabile

Pomellato

SABINA BELLI

«L'eccellenza del Made in Italy non è
un'etichetta, è un metodo»



sommario

COVER STORY

18 METODO E VISIONE

THE NEWS

26 BIT MILANO

30 FONDAZIONE ANT

32 OLTRE LA STORIA

36 CUCIRE L'ETERNITÀ

40 HUMAN ALGORITHM

44 JULIA ROMA IN CHAT

47 PAROLE DA VIVERE

48 GENIALI & ITALIANI

52 WHOISWHO

56 MADE IN ROME

ART & CULTURE

60 DANTE INFERNO

64 ITALIAN STREET ART

68 HECHA DE LUZ, DE SAL, DE PIEDRA Y PENSAMIENTO

FOOD & WINE

74 NE RESTERÀ SOLTANTO UNO

80 EREDITÀ DI GUSTO E TRADIZIONE

84 A STAR IS BORN

88 LEGGEREZZA COME FORMA DI CULTURA

92 COLTIVARE BELLEZZA

98 L'IPOGEO RINATO

102 AMERICAN DREAM

TRAVEL & LEISURE

108 RADICI & PASSIONE

114 LUSO OLISTICO

BEAUTY & WELLNESS

120 SCENT OF A WOMAN

121 WE REBELLE

122 SCIENCE & SOUL

127 LORENZO PAZZAGLIA

128 LA SVOLTA MADE IN ITALY DI DR. KLEEIN

132 A NOTTE TI FA BELLA

136 PROFUMO DEGLI DEI

FASHION & LIFESTYLE

142 PER LEI: REGALI SOTTO L'ALBERO

144 UN SOGNO RINASCIMENTALE SU DUE RUOTE

147 LUISA SPAGNOLI

148 PER LUI: REGALI SOTTO L'ALBERO

150 L'ANIMA DEGLI SPAZI

154 L'ELEGANZA CHE UNISCE

158 DOLCE & GABBANA

162 IL LUSO DEI TESSUTI PERDUTI

164 DESIGN SENZA CONFINI

168 UN PONTE DI SETA

WATCHES & JEWELLERY

174 TIME TO SPARK!

175 FARNESE GIOIELLI

176 VICENZAORO

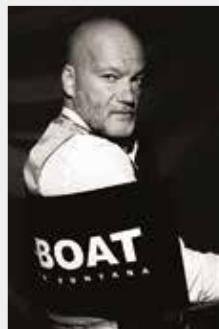
179 DADA ARRIGONI

180 INNOVAZIONE RIBELLE

185 12PM

186 IL POETA DEL LUSO

190 PREMIO THEUNIQUE



INNOVAZIONE *ribelle*

Italo Fontana racconta U-BOAT: dalle bozze dimenticate del 1942 a icona globale del lusso italiano, sfidando i colossi svizzeri con passione toscana e innovazioni audaci.

Italo Fontana on U-BOAT: from forgotten 1942 sketches to a global Italian luxury icon, cheekily challenging Swiss giants with Tuscan passion and daring innovations.

Words: **Fabiana Romano**

Italo, la storia di U-BOAT inizia con i disegni di tuo nonno Ilvo Fontana per la Marina Italiana nel 1942, scoperti da te nel 2000. Come hai trasformato quelle bozze in un marchio globale, e quali sfide hai affrontato nel portare avanti una visione così unica in un'industria dominata da giganti svizzeri?

La trasformazione delle bozze di mio nonno in un marchio globale è stata una sfida enorme. Nel 1942, Ilvo Fontana fu incaricato dal governo italiano di progettare orologi robusti per i piloti della Marina Militare, pensati per essere leggibili in ogni condizione di luce e meteo, ma il progetto fu annullato per ragioni ignote e i disegni rimasero dimenticati per oltre 60 anni. Li ho scoperti nel 2000, mentre ero già un designer per la linea di moda della famiglia, e ho deciso di realizzarli. Ci sono voluti sette anni per lanciare il primo modello completo nel 2007, un'impresa che ha richiesto di rivedere i disegni originali per adattarli a tecnologie moderne. Nel 2000 gli orologi erano piccoli, con dimensioni ridotte, mentre io ho puntato su orologi grandi, con la

corona a sinistra, una scelta che all'inizio faceva ridere molti: dicevano che sembravano sveglie o orologi per non vedenti! Ma questa audacia ha pagato. La corona a sinistra, oltre a essere distintiva, era comoda per i polsi, non dava fastidio. La vera difficoltà è stata far accettare il "Made in Italy" in un settore dominato dagli svizzeri. Tutti dicevano che un orologio di qualità doveva essere svizzero, ma io ho risposto: "Vi metto il miglior movimento svizzero, ma lo assemblo in Italia, perché il Made in Italy è eccellenza, come la moda e le auto italiane". Essere l'unico marchio italiano a Watches and Wonders a Ginevra è un onore e dimostra che la nostra visione ha conquistato il mondo. In 25 anni siamo cresciuti, siamo in oltre 60 mercati, e sono felice di aver dimostrato che si può fare.

Qual è stato il momento in cui hai capito che U-BOAT aveva conquistato un posto speciale nel cuore degli appassionati?

L'ho capito quando personaggi come Sylvester Stallone e Arnold Schwarzenegger hanno iniziato a indossare i



Italo Fontana

miei orologi. Stallone è venuto a Roma, ha incontrato il Papa, ha comprato una Ferrari e poi ha visto la mia collezione mentre e ha voluto degli orologi personalizzati. Poi Schwarzenegger, suo amico, ha chiesto un modello con la scritta "Governatore della California". Vedere i miei orologi al polso di icone come loro, o di Johnny Depp e David Beckham, senza averli pagati come testimonial, mi ha dato la pelle d'oca. È stato il segnale che il mio piccolo grande marchio, partito da zero, aveva conquistato gli appassionati. La fortuna ha aiutato, ma è stata la passione a fare la differenza.

La tecnologia "Oil Immersion" della collezione Darkmoon, come quella celebrativa per i 25 anni, è un esempio della tua passione per l'innovazione. Puoi raccontarci come è nata questa idea e come si integra con altre innovazioni, come il "Locking Ring System" o l'uso di materiali come il tungsteno e il bronzo?

L'idea dell'Oil Immersion nasce dalla mia passione per creare qualcosa di unico, ispirandomi a ciò che vedo intorno a me. Guardando una bussola sulla barca, sono rimasto affascinato dal suo aspetto: il nero assoluto, il movimento fluido delle lancette. Ho voluto un orologio che desse la stessa emozione. Con l'olio all'interno e uno zaffiro leggermente bombato, il quadrante



A SINISTRA
U-65 Automatic
cal. Miyota 8N24 Skeleton

sembra vivo, con le lancette che paiono attaccate al vetro, proprio come una bussola. È un effetto visivo pazzesco. Questa tecnologia, introdotta per la prima volta nella collezione Capsoil e poi evoluta nella Darkmoon ispirata al lato oscuro della luna, immerge completamente il movimento al quarzo svizzero Ronda e il quadrante in un bagno d'olio speciale, creando un'illusione ottica di assenza di vetro: i colori del quadrante - nero, verde, blu, rosso o marrone con finitura soleil - diventano più intensi e profondi, con una bolla d'aria visibile per compensare le variazioni termiche. È resistente all'acqua fino a 50 metri, ma va tenuto lontano da fonti di calore. Poi c'è il "Locking Ring System", un brevetto che elimina il fastidio di usare le unghie per regolare l'orario: premi un pulsante, e la corona esce. È pratico e innovativo, e permette anche una sostituzione rapida della batteria, un vantaggio per i modelli al quarzo come quelli Darkmoon. Per i materiali, uso il tungsteno per le lunette, che rimane lucido per anni, resistente come il diamante, e il bronzo per un'estetica unica, spesso con trattamento PVD invecchiato per un look vintage. Innovazioni che nascono dal mio desiderio di fare cose diverse, di non

seguire mai le tendenze ma di crearle, e che si integrano perfettamente in collezioni come la Darkmoon 40mm o 46mm, che uniscono dimensioni più contenute a un design audace.

U-BOAT è sinonimo di "Made in Tuscany" e ogni orologio assemblato a Lucca. Quanto conta per te il legame con la tua terra, e come si riflette questo orgoglio toscano nelle tue collezioni attuali?

Il legame con la Toscana è tutto per me. Vivo a Lucca, dove assembliamo ogni orologio su una collina circondata da vigneti e cavalli. Anche i cinturini sono fatti in Toscana. Questo orgoglio si riflette in ogni collezione: Capsule, Classico, Darkmoon Anniversary. Non è solo il "Made in Italy", ma proprio il "Made in Tuscany". È l'energia di questa terra, la musica di Puccini, la bellezza di Lucca, che mi ispira. Quando viaggio, sono felice di partire, ma ancora di più di tornare. Ogni orologio porta con sé questa identità toscana, fatta di artigianalità e passione.

Hai collaborato con forze speciali come il GIS dei Carabinieri e la NATO, portando precisione e robustezza ai tuoi orologi. Qual è la collezione che incarna maggiormente questo spirito?

Le collaborazioni con il GIS dei Carabinieri e il Nono Reggimento Col Moschin sono un davvero un motivo di orgoglio per me. Non metto semplicemente il loro logo sugli orologi per venderli, come fanno altri. Loro vengono da me, circa cento persone ogni anno, e si fanno fare orologi personalizzati che comprano per sé. Ad esempio, ho creato edizioni limitate come il Classico AB 45 per il GIS, prodotta in soli 120 pezzi, con quadrante speciale con logo GIS, indici in carbonio e cassa in bronzo PVD, che riflette la robustezza richiesta dalle operazioni speciali. Queste esperienze mi spingono a creare orologi ancora più resistenti e funzionali, con dettagli come la corona a sinistra o materiali come il tungsteno, perfetti per chi cerca affidabilità estrema. Per la NATO, le mie creazioni supportano unità come i Carabinieri in missioni di policing stability, enfatizzando precisione militare. La collezione Classico incarna al meglio questo spirito di robustezza con i suoi design ispirati agli orologi militari degli anni '40, water resistance fino a 100 metri e movimenti ETA modificati per durare in condizioni estreme.

Guardando avanti, quali sono i tuoi sogni per i prossimi 25 anni? C'è un progetto che vuoi realizzare?

Il mio sogno più grande è vedere i miei orologi al polso delle persone. Recentemente ho fatto un evento con i miei clienti, quelli che hanno creduto in me fin dall'inizio, e vedere la loro passione mi ha emozionato. Non voglio grattacieli o castelli, voglio che tutto continui così:



creare orologi che rendano felici me e chi li indossa. Per il futuro, ho già in mente un'innovazione che nessuno ha mai fatto, e sono sicuro che al prossimo Watches and Wonders vi sorprenderò. Voglio continuare a creare con passione, mantenendo il cuore italiano.

Ci hai accennato alla possibilità di personalizzare gli orologi in modo estremo, anche con sculture tridimensionali. Puoi raccontarci di più?

Sì, offriamo una personalizzazione unica. Possiamo creare sculture tridimensionali sulla cassa, in materiali come argento o bronzo, fatte a mano. Ho realizzato orologi con il Colosseo per Roma, il Ponte Vecchio per Firenze, ma anche disegni personalizzati come barche, ville o persino volti. Ogni pezzo è unico, come una scultura protetta dal vetro. È un'espressione dell'artigianalità italiana, e i clienti restano a bocca aperta.

Cos'è per te il Made in Italy?

Il Made in Italy è appartenenza, orgoglio, storia. È la bellezza dell'Italia, la nostra capacità di creare cose uniche, dalla moda alle auto, agli orologi. Vivo nel Made in Italy ogni giorno, e lotto per mantenerlo vivo, nonostante la globalizzazione. È un privilegio essere italiano e portare questo valore nel mondo attraverso i miei orologi, fatti con l'idea e l'artigianalità italiana. Mi dispiace quando i nostri marchi vengono comprati da gruppi stranieri, ma finché si producono qui, con mani e cuore italiano, va bene.

Italo, the story of U-BOAT begins with your grandfather Ilvo Fontana's drawings for the Italian Navy in 1942, which you discovered in 2000. How did you transform those sketches into a global brand, and what challenges did you face in pursuing such a distinctive vision in an industry dominated by Swiss giants?

Turning my grandfather's sketches into a global brand was a monumental challenge. In 1942, Ilvo Fontana was commissioned by the Italian government to design rugged watches for Navy pilots, crafted to be legible in any light or weather conditions, but the project was mysteriously scrapped, and the drawings lay forgotten for over 60 years. I stumbled upon them in 2000, already a designer for our family's fashion line, and resolved to bring them to life. It took seven years to launch the first complete model in 2007, a feat that demanded reworking the original designs to suit modern technology. Back in 2000, watches were petite, with modest dimensions, whereas I went for bold, oversized pieces with the crown on the left—a choice that initially had people chuckling, saying they looked like alarm clocks or timepieces for the visually impaired! But that daring paid off. The left-sided crown, beyond being distinctive, proved comfortable on the wrist, never digging in. The real hurdle was gaining acceptance for "Made in Italy" in a field ruled by the Swiss. Everyone insisted a quality watch had to be Swiss, but I countered: "I'll fit the finest Swiss movement, yet assemble it in Italy, because Made in Italy spells excellence, just like our fashion and motor cars." Being the sole Italian marque at Watches and Wonders in Geneva is a tremendous honour and proof that our vision has conquered the world. In 25 years, we've expanded to over 60 markets, and I'm chuffed to have shown it can be done.

When did you realise that U-BOAT had secured a special place in the hearts of enthusiasts?

I knew it when luminaries like Sylvester Stallone and Arnold Schwarzenegger started sporting my watches. Stallone popped over to Rome, met the Pope, snapped up a Ferrari, and then spotted my collection—he insisted on bespoke pieces. Then Schwarzenegger, his mate, requested a model inscribed "Governor of California." Seeing my watches on the wrists of icons like them, or Johnny Depp and David Beckham, without a penny paid for endorsements, gave me proper



goosebumps. It was the sign that my little-big brand, starting from scratch, had won over the aficionados. Luck lent a hand, but passion made the difference. The "Oil Immersion" technology in the Darkmoon collection, including the 25th-anniversary edition, exemplifies your zeal for innovation.

Could you tell us how this idea came about and how it dovetails with other breakthroughs, like the "Locking Ring System" or the use of materials such as tungsten and bronze?

The Oil Immersion concept sprang from my drive to craft something utterly unique, inspired by the world around me. Gazing at a compass on my boat, I was captivated by its absolute black and the fluid sweep of the hands. I wanted a watch that evoked the same thrill. With oil inside and a slightly domed sapphire crystal, the dial appears alive, the hands seemingly glued to the glass, just like a compass. It's a staggering visual effect. This technology, first unveiled in the Capsol collection and evolved in the Darkmoon—drawing from the moon's dark side—fully immerses the Swiss Ronda quartz movement and dial in a special oil bath, creating an optical illusion of no glass at all: the dial colours—black, green, blue, red, or brown with soleil finishing—grow more vivid and profound, with a visible

air bubble to offset thermal changes. It's water-resistant to 50 metres, though best kept from heat sources. Then there's the "Locking Ring System," a patented gem that banishes the nuisance of prying with fingernails to set the time: press a button, and the crown pops out. It's practical and clever, easing battery swaps too—a boon for quartz models like the Darkmoon. For materials, I use tungsten for bezels, which stays gleaming for years, tough as diamonds, and bronze for a singular aesthetic, often with aged PVD treatment for a vintage vibe. These innovations stem from my urge to do things differently, never chasing trends but setting them, and they mesh seamlessly in collections like the Darkmoon 40mm or 46mm, blending more restrained sizes with bold design.

U-BOAT is synonymous with "Made in Tuscany," with every watch assembled in Lucca. How much does your bond with your homeland matter to you, and how does this Tuscan pride shine through in your current collections?

My tie to Tuscany is everything. I live in Lucca, where we assemble each watch on a hill amid vineyards and horses. Even the straps are crafted in Tuscany. This pride infuses every collection: Capsule, Classico, Darkmoon Anniversary. It's not merely "Made in Italy," but squarely "Made in Tuscany." It's the vitality of this land, Puccini's music, Lucca's beauty that fuels me. When I travel, I'm glad to set off, but even gladder to return. Every watch carries this Tuscan identity, woven from craftsmanship and passion. You've collaborated with elite forces like the GIS Carabinieri and NATO, infusing precision and toughness into your watches.

Which collection best embodies this spirit?

Collaborations with the GIS Carabinieri and the Ninth Col Moschin Regiment fill me with real pride. I don't just slap their logos on for sales, as others might. They come to me—about a hundred folk yearly—and commission bespoke watches they buy themselves. For instance, I created limited editions like the Classico AB 45 for



GIS, just 120 pieces, with a special dial bearing the GIS logo, carbon indices, and a bronze PVD case that mirrors the robustness demanded in special ops. These partnerships push me to forge even harder, more functional watches, with details like the left-sided crown or tungsten materials, ideal for those needing ultimate reliability. For NATO, my creations bolster units like the Carabinieri in stability policing missions, stressing military precision. The Classico collection captures this rugged spirit best, with designs echoing 1940s military watches, water resistance to 100 metres, and modified ETA movements built to endure extremes.

Looking ahead, what are your dreams for the next 25 years? Is there a project you're keen to realise?

My grandest dream is seeing my watches on people's wrists. Lately, I hosted an event with my earliest believers, and their fervour moved me no end. I don't crave skyscrapers or castles; I want things to carry on like this: crafting watches that delight me and their wearers. For the future, I've got an innovation up my sleeve that no one's ever done, and I'm certain it'll astonish at the next Watches and Wonders. I'll keep creating with passion, heart firmly Italian.

You've hinted at extreme personalisation, even with three-dimensional sculptures. Could you tell us more?

Indeed, we offer unrivalled personalisation. We can sculpt three-dimensional forms on the case, in silver or bronze, all handcrafted. I've made watches with the Colosseum for Rome, the Ponte Vecchio for Florence, or bespoke designs like boats, villas, even faces. Each is one-of-a-kind, like a sculpture safeguarded under glass. It's a celebration of Italian artistry, and clients are gobsmacked.

What does Made in Italy mean to you?

Made in Italy is belonging, pride, heritage. It's Italy's beauty, our knack for creating singular things—from fashion to cars to watches. I live it daily and fight to keep it alive amid globalisation. It's a privilege to be Italian and share this value worldwide through my watches, born of Italian ideas and craftsmanship. It pains me when our brands are snapped up by foreign groups, but as long as they're made here, with Italian hands and heart, it's all right.