

BARCHE®

MONTHLY INTERNATIONAL YACHTING MAGAZINE

COVER

CRN My 55 m *Atlante*

MARZO/MARCH 2016 - Poste italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 355/2003 (converto in Legge 27/02/2004 n° 46 art. 1, comma 1, LO/M)

BARCHE//BOATS

- Ferretti Yachts 550
- Sacs S 900
- Bénéteau Oceanis 35

AZIENDE//COMPANIES

- Invictus Yacht
- Quick

INCONTRI RAVVICINATI//CLOSE ENCOUNTERS

Ipek Kiraç - Sirena Marine

ELETTRONICA//ELECTRONICS

Garmin

LA FABBRICA DELLE IDEE

//THE IDEA FACTORY

- Revolver 43'CC
- Ocea Nemo 44



Stupire il mondo

Sirena Marine fa parte di un gruppo da **600 milioni di euro**. Abbiamo incontrato **Ipek Kirac**, presidente e amministratore delegato del cantiere nautico turco

Amazing the world

Sirena Marine is a part of a group valued at **600 million Euro**.

We met **Ipek Kirac**, President and CEO of the Turkish yard

by Francesco Michienzi

► "Chi dice che è impossibile non dovrebbe disturbare chi ce la sta facendo." L'impossibile è avere successo in un settore difficile come quello dell'industria nautica nel momento di massima recessione mondiale. La persona da non disturbare è **Ipek Kirac, brillante manager, biologa marina**, vari master nel curriculum, determinata e infaticabile lavoratrice che guida con grande impegno e entusiasmo la **Sirena Marine del gruppo turco Kiraça attivo nei settori dell'automotive e dei componenti avanzati**. In soli dieci anni sono state costruite circa 350 barche di cui cento a vela. Tecnologia d'avanguardia con metodi costruttivi moderni, come l'uso dell'infusione per la realizzazione degli

scafi, in un contesto di grande efficienza. In un'area di circa 160 mila metri quadrati, di cui 35 mila coperti, lavorano circa 620 persone. Abbiamo incontrato Ipek Kirac nella sede di Orhangazi a pochi chilometri da Istanbul.

Perché un Gruppo industriale importante come il vostro ha deciso di investire nella nautica da diporto?

Noi siamo una famiglia e un gruppo industriale, la passione ci ha sempre guidato nelle nostre azioni e la nautica da diporto è una storia di emozioni. C'è sempre stata una relazione tra la navigazione e la nostra famiglia, soprattutto dalla parte di mio padre. Abbiamo sempre avuto un rapporto

con il mare e, nonostante l'avventura industriale di mio padre sia iniziata con compagnie automobilistiche, attraverso amici in comune che hanno lavorato con la Fiat, abbiamo iniziato ad avere delle relazioni con Azimut Benetti, uno dei principali cantieri nel mondo che in quel periodo stava cercando un sito per produrre al di fuori dell'Italia. Una delle ragioni per cui abbiamo iniziato la collaborazione è stato anche il desiderio di essere parte dell'industria nautica perché, come vi ho detto prima, la navigazione è stata parte della storia della nostra famiglia per molto tempo.

La profonda crisi iniziata nel 2008 vi ha fatto avere dei ripensamenti sul vostro investimento o vi ha indicato una opportunità in un mercato finanziariamente fragile?

Noi abbiamo cercato di usare questa crisi come un'opportunità piuttosto che come una trappola. Durante questo periodo abbiamo fatto una ricerca e abbiamo osservato che il mercato stava calando, ma guardando al passato ci sono sempre stati periodi altalenanti. Per questo credevamo che un giorno, non sapevamo bene quando, il mercato si sarebbe risollevato, quindi dovevamo sperare e dovevamo avere fiducia in quello che stavamo facendo con le nostre forze. Abbiamo investito nel nostro team, in noi stessi, nelle nostre qualità, nel modo in cui costruiamo e nel nostro stabilimento, abbiamo quindi cercato di creare un'opportunità, perché volevamo essere pronti per quando il mercato si sarebbe ripreso. Ed è per questo che per me è importante fare bene quello che ideiamo. Quando il mercato si risolleverà ci sarà una grande competizione perché vi-



visitando le fiere nautiche puoi vedere che ci sono molte barche, tanti modelli differenti, comprendi che è così difficile essere diversi e avere un'idea innovativa. Quindi quello che vogliamo fare è concentrarci sul dettaglio, sulle piccole cose e investendo in noi stessi. Già oggi il mercato ha riconosciuto le nostre qualità ed è per questo che esportiamo ad Hong Kong, in America, in Australia. Quindi io penso che aver investito in noi stessi durante la crisi ci stia ripagando e spero andrà sempre meglio.

Negli ultimi anni la Turchia è stata protagonista di uno sviluppo straordinario e, apparentemente, inarrestabile. Chiunque sia tornato a più riprese a Istanbul ha trovato una città in continua trasformazione. Centri commerciali faraonici che si moltiplicano, nuovi grattacieli che modificano lo skyline, infrastrutture sempre più audaci. Come il Marmaray, il tunnel ferroviario sottomarino più profondo del mondo. Una galleria che attraversa il Bosforo, correndo 62 metri sotto la superficie, e che collega la parte asiatica con il lato europeo della città. **Anche nella nautica di diporto la Turchia è uno dei paesi con il tasso di sviluppo migliore, da cosa dipende? È più facile fare industria nel vostro Paese?**

La Turchia ha un'antica tradizione nella realizzazione di mobili di qualità. Il reparto di falegnameria si trova all'interno del cantiere.

Turkey has an old tradition in quality fabrics. The carpentry department is situated inside the yard.

La Turchia è in crescita economica dal 2002 ed è proprio per i supporti finanziari e molti dei progetti menzionati che si può vedere lo sviluppo e notare che l'industria sta migliorando. Anche nella nautica da diporto è evidente questa crescita anche se più lenta. La Turchia è una nazione circondata dal mare su tre lati, la nautica e l'acqua sono parte del nostro patrimonio culturale e auspichiamo grandi sviluppi anche pensando al fatto che ad Istanbul vivono quattro milioni di persone che non hanno mai visto il mare. Non sto scherzando, è la realtà. Non riesco a capire come questo sia possibile, ma penso che il nostro lavoro sia necessario per supportare questa industria al meglio. Penso che noi tutti dobbiamo migliorare questa industria del paese per le persone.

La vostra storia e la vostra organizzazione dicono che avete le potenzialità per crescere nel mercato globale, quali sono i vostri obiettivi?

Per me è importante cambiare la percezione di come le persone pensano alle barche costruite in Turchia, perché è bizzarro, come ho potuto osservare durante questi anni passati, sentire che le persone rispondono 'oh' quando dici loro che la barca è stata costruita nel mio Paese. La gente pensa che non abbiano qualità e quindi possono costare poco, noi vogliamo cambiare questa idea. Il nostro intento è di farci riconoscere dai più grandi competitor e clienti come un'industria in grado di creare qualcosa di diverso che faccia sentire parte di una famiglia, perché questo è un business di famiglia e vogliamo che ogni singolo

cliente dal 33 piedi, al 54 o all'84 e al 68 si senta parte di una famiglia. Il cliente Sirena Marine si dovrebbe sentire speciale perché questo è quello che la mia famiglia rappresenta ed è così che voglio personalmente esprimere la mia cultura. Vogliamo una barca per cui nessuno debba scegliere tra la performance e la navigazione da crociera, vogliamo che si possa avere entrambe ed essere felici, senza dover accettare compromessi. Il nostro intento è quello di mostrare a tutti che siamo "una vera novità sul mercato".

Dal punto di vista costruttivo avete introdotto metodologie particolari?

Non abbiamo introdotto nessun metodo particolare nelle nostre tecniche di infusione e di produzione, quello che stiamo cercando di fare è di portare la qualità ad essere uno standard nella nostra industria, nella nostra cultura. Vogliamo essere diversi nella maniera di osservare, analizzare e curare la nostra produzione, e questo penso sia una marcia in più.

Quali sono i punti di forza di Sirena Marine?

La passione è il nostro primo punto di forza. Continuerò a dirlo molte volte che nella nostra famiglia questa è la più grande forza. Abbiamo imparato ad essere parte di questa passione e vogliamo fare sempre di più. Ora Sirena Marine sta producendo i Sirena Motor Yachts, e li abbiamo chiamati così perché abbiamo investito tutti questi anni nel nome Sirena Marine e ora siamo dei costruttori di barche. Abbiamo lavorato con Tommaso Spadolini per un anno intero e abbiamo fatto



Investimenti//Investments

fatti negli ultimi 5 anni//Over the last five years
25 milioni di €//million of Euros

N. siti produttivi
//No. of production sites

1
Sirena Marine
in Orhangazi, Turkey



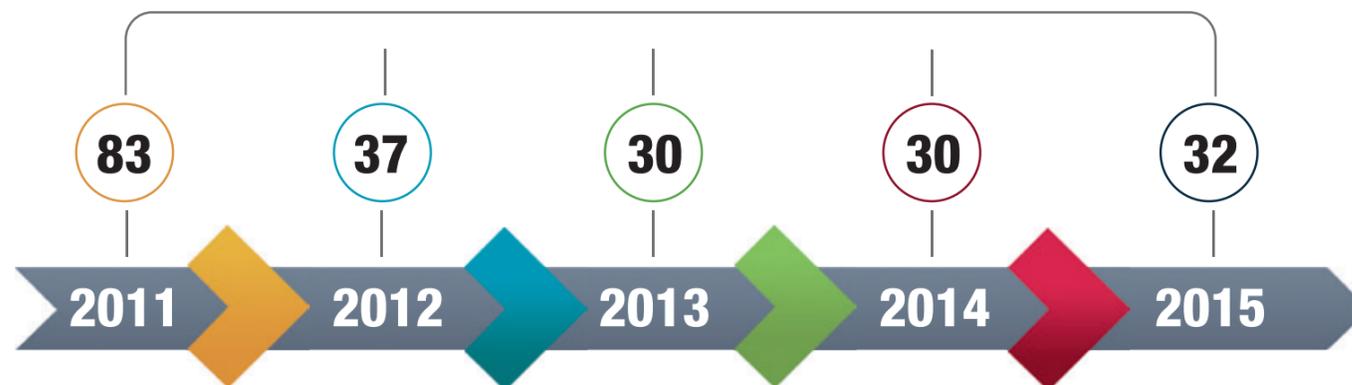
250 Barche a motore a marchio Azimut
//Azimut brand power boats



100 Barche a vela con i propri marchi Azuree e Euphoria + 2 Swan
//Sail boats with Azuree and Euphoria own brands + 2 Swan

dal 2008 a marzo 2016 Sirena Marine ha costruito//from 2008 to March 2016 Sirena Marine built

Barche totali prodotte negli ultimi 5 anni//No. of boats built over the last five years



N. dipendenti diretti e indiretti
//n. of direct and indirect employees

530 operai//workers + **90** impiegati//employees =
620 Totali//Total

Stabilimenti//Plants

Mq complessivi di cui coperti...
//Dimension of the production sites (covered and outdoors)
155000 mq Totale area//Total area
35000 mq coperto//covered

Modelli in produzione//models in production



Azuree 41 LOA 11.99 m • Max Beam 4.22 m • Draft 2.60 m • Engine power 40 hp



Azuree 33 CC LOA 9.9 m • Max Beam 3.66 m • Draft 1.90 m • Engine power 21 hp • Sail Area 66 m²



Azuree 46 LOA 13.99 m • Max Beam 4.25 m • Draft 2.6 m • Engine power 55 hp • Sail Area 124.5 m²



Euphoria 54 LOA 16.46 m • LWL 14.96 m • Max Beam 4.9 m • Draft 2.40/3.00 m • Displacement 17.900 kg • Ballast 6.200 kg • Main sail area 95 Sqm • Fuel Capacity 400+50 lt • Water Capacity 550 lt • Engine 56 kW



Euphoria 68 LOA 21.07 m • LWL 19.53 m • Max Beam 5.81 m • Draft 3.80 m • Displacement 30,000 kg • Main Sail Area 149.2 m² • Jib Area 115.9 m²



Euphoria 84 LOA 25.60 m • LWL 23.36 m • Max Beam 6.30 m • Draft 4.20 m • Displacement 45,000 kg • Main Sail Area 200.10 m² • Jib Area 163.14 m²



Çağın Genç è il direttore della divisione marina del sito produttivo.

Çağın Genç is the director of the marina division at the building site.

tutto con passione e con la maggior cura possibile. Penso che un altro punto di forza sia il gruppo di persone giovani e competenti e la possibilità di fare tutto in casa. Ci stiamo in qualche modo preparando per qualcosa di più.

Nella percezione del consumatore a che livello si trova il Made in Turchia?

Io lo sto cambiando. Ho bisogno di cambiarlo e deve cambiare perché ricordo com'era un paio di anni fa rispetto ad ora. Non era così buono. Non so molto riguardo al mercato di superyachts perché non so come le barche costruite in Turchia fossero considerate prima. So che qui si producono yacht di grande qualità, ma la produzione di imbarcazioni a motore più piccole è di qualità inferiore. Infatti c'è solo un altro cantiere che ha una buona produzione di power boat. C'è una concezione del made in Turkey come economico e di bassa qualità. In molti saloni nautici ho notato che quando diciamo che le nostre barche sono fatte in Turchia la maggior parte della gente non ci crede, non credono che il nostro sia un marchio turco anche per il nome. Io credo che la nostra qualità sia buona come quella italiana.

Collaborare con progettisti di fama internazionale come Ceccarelli, Humphreys, Frérs o Spadolini è una garanzia di qualità?

Come potrebbe non esserlo. Per noi sicuramente è una garanzia di qualità e penso che sia così perché queste persone hanno voglia di lavorare con noi. Hanno scelto di essere qui. Abbiamo Giovanni Ceccarelli, Rob Humphreys, German Frérs

e anche Tommaso Spadolini ed essere seduta in una stanza con loro è un sogno che si realizza.

L'amministratore delegato della Fiat Chrysler Sergio Marchionne ha detto che "il futuro è tutto da creare e chi vuole veramente bene al suo Paese si deve impegnare ad accettare il nuovo, accettare le sfide anche con l'incognita di esperimenti che non sono totalmente chiari in termini di successo. Uno deve azzardare e prendersi i suoi rischi. Dobbiamo provare a fare cose nella maniera diversa." **Cosa ne pensa di questa affermazione?**

Ho pensato molto a questa domanda. Avrebbe dovuto incontrarmi quando ho iniziato questo lavoro. Allora ero una persona molto diversa, ho imparato molto in questi ultimi anni. Io sono una biologa, ho studiato biologia e ho fatto dei master in America, ma ho sempre avuto la passione per il mare e per questa è stata proprio una sfida. Ho imparato che se hai l'opportunità devi andare avanti in quello che vuoi, in quello in cui credi e qualche volta devi saper prendere delle decisioni e agire nello stesso tempo. Specialmente in nazioni come la Turchia dove si deve andare avanti con metodi politici e pragmatici e gestire le persone diventa ancora più difficile. Ma ho recentemente scoperto che in realtà alla fine della giornata si deve fare quello in cui si crede, io devo fare quello che credo sia giusto per questa azienda e penso di stare prendendo delle buone misure per raggiungere il massimo. Poiché sono giovane sono la più pazza di tutti, posso portare di più all'azienda poiché posso pensare al di fuori degli schemi. Quello che penso io debba fare in questa azienda e in questa industria ora è credere nei miei ultimi quattro anni, in quello che i miei genitori mi hanno insegnato e nelle mie origini.

Il suo modo di condurre la Sirena Marine è figlio di una cultura manageriale di tipo internazionale, ma c'è qualche elemento più specifico legato alla tradizione del suo Paese?

Ci stiamo dirigendo verso uno stile internazionale, per esempio la maggior parte delle persone oggi parlano in inglese tra di loro più che in turco a causa dei designer e delle persone con cui lavoriamo a livello internazionale. Stiamo anche utilizzando alcune tradizioni del nostro paese, come l'arredamento, la qualità e la produzione a mano. Posso dire che le nostre barche sono tutte costruite con la qualità della manifattura turca.

La Turchia è un Paese giovane, con un'età media sui 30 anni e oltre il 40% della popolazione ha meno di 24 anni. Un fattore molto positivo che si riflette sullo sviluppo economico del suo Paese. Anche lei è molto giovane, ritiene questa condizione un valore aggiunto? Spero di sì. Come ho appena detto i tempi stanno cambiando, ma ancora la cosa più preziosa che ci circonda è l'esperienza. Io l'ho capito

quando sono entrata in questa compagnia ed è una delle cose che ho cercato di fare. Dato che ero giovane ho cercato di formarmi con le esperienze e quello era l'unico modo con cui potevo bilanciarmi per poter andare avanti. Credo che sia un valore in più perché l'esperienza è usata per fare le cose in modi differenti ma quando sei giovane puoi benissimo trovare molti più modi per operare e per questo credo che abbiamo un vantaggio nell'essere giovani.

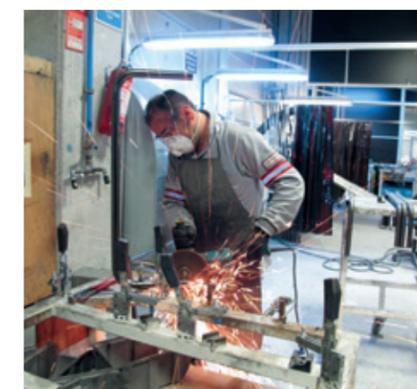
Avete mai pensato di acquistare qualche marchio internazionale?

Certamente ci è passato per la testa, non avremmo avuto problemi di liquidità nell'acquistare cantieri finlandesi o italiani o qualsiasi altro cantiere, ma per noi è importante costruire qualcosa di nostro. Sarebbe stato molto più facile comprare un cantiere già presente, ma a questa famiglia non piacciono le cose facili, noi facciamo le cose difficili e le facciamo nel miglior modo possibile.

► "WHOEVER SAYS THAT IT'S IMPOSSIBLE SHOULDN'T BOTHER THOSE WHO ARE MANAGING TO SUCCEED". The impossible is succeeding in a hard field like the boating one at the peak of global recession. The person not to bother is Ipek Kirac, a brilliant manager, marine biologist with many masters in the curriculum, a determined and tireless worker who is managing with great commitment and enthusiasm the Sirena Marine company, part of the Turkish Kiracı Group which operates in the automotive and advanced composites sector. In just ten years they have built about 350 boats, one hundred of which are sailing boats. A cutting-edge technology and modern building methods, like the use of the infusion process in the hull building, in an environment great efficiency. In a site of about 160 thousand sqm, 35 thousand of which is covered, there are around 620 people working. We met Ipek Kirac in the Orhangazi site, a few kilometers from Istanbul.

Why has such an important industrial Group as yours decided to invest in pleasure boating?

We are a family and an industrial group, our actions have always been guided by passion and boating is a story of emotions. Boating has been a part of our family for a long time on my father's side. So we have always had a connection to the sea and although my father's adventure in his own company first started with the automobile brands, through mutual friends who worked at Fiat, we started a relationship together with Azimut Benetti, one of the most well known ship yards in the world, which was looking for a production site abroad. One of the reasons we started the collaboration was also the desire to be part of the marine industry because, as I told you before,





TUTTE LE FASI DI LAVORAZIONE SI SVOLGONO ALL'INTERNO DEL CANTIERE, COMPRESA LA REALIZZAZIONE DEGLI SCAFI CON LA MODERNA TECNICA DELL'INFUSIONE.

ALL THE BUILDING PROCESSES ARE MADE IN HOME, INCLUDING THE HULLS WHICH ARE MADE BY THE MODERN INFUSION TECHNIQUE.

the navigation has been part of the history of our family for a long time.

Referring to the deep financial crisis which began in 2008, have you had second thoughts about your investment or have you considered it an opportunity in a financially fragile market?

We tried to use it as more of an opportunity than a trap, because during that time we did a research and we saw that the market was going down but looking at the past there have always been periods of ups and downs. So we believed that one day, we did not know when, the market

was going to pick up again, so we should hope and we should have faith in what we were doing, in our strength and our company.

We have invested in our team, in ourselves, in our quality, in the way we build things and in our plant, so we tried to create an opportunity, because we wanted to get ready for when the market would pick up.

And that is why it is important for me to do what we create well. When the market rises again there will be great competition because visiting the boat shows, you can see that there are many boats, many different models and you understand that it is so hard to be different, to have an innovative idea. So what we want to do here is focus on the details, on the little things and invest in ourselves.

To date the market has recognized our quality and that is why we export to Hong Kong, America, Australia.

So I think that having invested in ourselves during the crisis is paying off and I hope it will get better.

*Over the past few years Turkey has enjoyed an extraordinary and apparently unstoppable development. Whoever has returned several times to Istanbul has found a city in constant transformation. Pharaonic shopping centers which are multiplying, new skyscrapers which are changing the skyline, increasingly suggestive infrastructure. Like the Marmaray, the deepest undersea rail tunnel in the world. A tunnel which crosses the Bosforo running undersea for 62 meters connecting both the Asian and European area of the city. **Turkey is one of the countries with the best rate of development even in pleasure boating. What is it due to? Is it easier to have industry in your Country?***

Well Turkey has been in an economical growth since 2002 and because of the economical support and many of the mentioned projects you can see the development and notice that industry is getting better. But in pleasure boating I think it's a bit slower. Turkey is a country surrounded by the sea on three sides, boating and water are a big part of our cultural heritage and we hope large developments also thinking about the fact that Istanbul is home to four million people who have never seen the sea. I'm not kidding, this is true. I don't understand how that can be, but I think our job is important to support this industry as well. I think we all have to improve this industry in our country for the people.

Both your history and organisation show that you have the potential to expand in the global market. What are your aims?

In my opinion it is important to change the way people think about the boats made in Turkey because it's weird, as I could see during the past years, hearing people say "oh" when you tell them that the boat has been made in Turkey. People think that there's no quality and so they can be cheap. We want to change this perception. Our aim is to be recognized by all of the top players and customers as an industry able to create something different, able to make you feel part of a family, because this is a family business and we want every single owner, from a 33-footer to a 54 or a 84 or a 68, to feel part of a family. The Sirena Marine's customer should feel special because this is what my family represents and that's how I want my own heritage to be. We want a boat that no one has had to choose either performance or cruising, you can have both and be happy without having to compromise. Our aim is to show everyone that we are the new cool kids on the block in one way and that we plan to stay.

From a building point of view, have you introduced any special methods?

We haven't introduced any special method in our infusion production techniques, what we are trying to do is make quality a standard in our company and in our heritage. We want to be different in the way we analyse and look after our production, I think it's more a special touch.

What are the strengths of Sirena Marine?

Passion is our first strength. I'm going to say this many times, that for our family this is our biggest strength. We have learnt from being part of this passion and we want to do even more. We felt this passion for our own brand and now Sirena Marine is producing its own power boats, Sirena Motor Yachts. We have worked with Tommaso Spadolini for an entire year and again we have tried to do everything with passion, with the best care. I think that another strength is that we are a our group of people who are both young and knowledgeable





**LA GAMMA DI BARCHE A VELA
COMPRENDE SEI MODELLI DA 39
A 84 PIEDI. TUTTE PRESTIGIOSE
LE FIRME DEI PROGETTISTI:
GIOVANNI CECCARELLI, ROB
HUMPHREYS, TOMMASO SPADOLINI
E GERMAN FRERS.**

*THE SAIL BOAT RANGE INCLUDES SIX
MODELS FROM 39 UP TO 84 FOOT.
ALL THE DESIGNERS ARE WELL
KNOWN: GIOVANNI CECCARELLI, ROB
HUMPHREYS, TOMMASO SPADOLINI
AND GERMAN FRERS.*

and we can do everything in house. So we are, in a way, getting ready for more.

At what level is the Made in Turkey for the consumer?

I'm changing that, I need to change that because I believe it will change because I remember how it was a couple of years ago compared now. It wasn't so good. I don't know too much about the superyachts market because I don't know how boats made in Turkey were thought of in the day. I know they make very good quality yachts, but their power boats aren't as well made. There is only one company able to build good quality power boats. There is an expectation, that made in Turkey is going to be cheap or bad quality. In many boat shows I have noticed that when we say that our boats are made in Turkey most of people don't believe us, they don't believe that ours is a Turkish brand also because of the name. I believe that our quality is just as good as the Italian one.

Do you think that working together with internationally renowned designers like Ceccarelli, Humphreys, Frérs or Spadolini is an assurance of quality?

How can it not be. For us of course it is an assurance of quality and I think that it is so because these people want to work with us. They have chosen to be here. We have Giovanni Ceccarelli, Rob Humphreys, German Frérs and also Tommaso Spadolini and when I sit in a room with all these people, it's a dream that has turned into reality.

Sergio Marchionne, the Fiat Chrysler Ceo, said that "The future is all to create and whoever really loves his Country must commit to accepting the new, accepting challenges even with the uncertainty of experiments which are not totally clear in terms of success. One must dare and take his chances. We have to try to do things in a different way". **What do you think about this statement?**

I have thought a lot about this question. You should have met me the day I started this job. At that time I was a very different person, I have learnt a lot during these last years. I'm a biologist, I studied biology and I did my master in America, but I have always had passion for the sea and for me this was a challenge. I have learnt that if you have the

opportunity you must go after what you want, in what you believe and sometimes you need to make decisions and act at the same time. Especially in Turkey, where you have to go through political or pragmatic ways to manage people which makes it even harder. But I have recently found out that actually at the end of the day you have to do what you believe in, I have to do what I believe true for this company and I believe I'm taking very good measures to achieve the maximum. Because I'm young I'm the crazier one, I can bring more to the company as I can think unconventionally. In my opinion I believe that what I have to do in this company and in this industry now is believe in my last four years, believe in what my parents have taught me and believe in where I come from.

You are managing the Sirena Marine company with an international style, but are there any other particular details in the tradition of your Country?

We are moving towards an international style, I mean most people now talk in English amongst themselves more than in Turkish because of international designers and international people we are working with. But we are also using some traditions of our country like furniture and craftsmanship. I can say our boats are all handcrafted in a special way as is the Turkish tradition.

Turkey is a young Country, with an average age of 30 years and over 40% of the population is under 24 years old. A very positive influence which is revealed in the economic development of your Country. You are very young too, do you think that this is an additional value?

I hope so. As I have just said, I think that times are changing but again the most valuable thing you have around yourself is experience and I realized that when I became part of this company and that's one of the first things that I've tried to do. Due to the fact I was young I tried to form myself with experiences and that was the only way I could balance myself in order to move on. I believe that's an additional value because experience is used to do things in different ways but when you are young you can try to find different ways to do things and I think we have the advantage of being young.

Have you ever thought to acquire an international brand?

Of course it has crossed our mind, we have said that financially we wouldn't have had problems acquiring a Finnish or an Italian yard or any other yard, but for this family is important to create something of our own. It would be easier buy an existing yard, but this family doesn't do things the easy way, we do them the hard way and we do them in the best way we can.

B

