

n. 70 febbraio 2024

CLUB MILANO



LA DANZA DEL CAMBIAMENTO

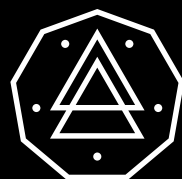
L'innovazione non conosce ostacoli nella città della rinascita

MICHELE FORESTA

FRANCO MAZZUCHELLI

MARCO PIVA

Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - LO/MI



NOVE 25



CORSO BUENOS AIRES 4, 20124 MILANO

VIA CARLO RAVIZZA 3, 20149 MILANO



Il ragazzo della Via Gluck

Recentemente sono tornato sui Navigli a mangiare nel locale di un amico. Si sa, a Milano la stessa zona può essere molto diversa a seconda del civico o del tratto di strada. L'ultima parte del Naviglio Grande, in particolare, si divide da sempre in Ripa di Porta Ticinese, il lato destro che conduce verso la Darsena, e in Alzaia Naviglio Grande, il lato sinistro. Il primo è storicamente luogo di bar e ristoranti, il secondo ha ospitato per anni negozi di quartiere e botteghe artigiane. Da studente ho frequentato spessissimo quest'area per me magica, perché magica era l'idea che un uomo, Leonardo Da Vinci, fosse riuscito a portare l'acqua nel cuore di una città che ha qualche fiume nascosto, l'Olona, il Lambro e il Seveso, ma nessuno che la rappresenti davvero come l'Arno a Firenze, il Tevere a Roma o il Po a Torino. Per tutti, milanesi e turisti di passaggio, i Navigli sono un simbolo dell'operosità e della creatività meneghina. Ricordi ancora nitidi per chi, come me, arrivò qui da ragazzo e poi scelse di rimanervi, raccontano di botteghe artigiane, atelier di pittori, negozi di modernariato, trattorie. Un microcosmo romantico popolato da pianisti, artisti, chef, gente comune, tutti con la stessa voglia di condividere un pezzetto della loro esistenza. La somma di quei pezzetti credo sia la vera eredità e la ricchezza di questo luogo. Tutto questo oggi sembra destinato a svanire, fagocitato da una bulimia che è innanzitutto fretta, movida, junk food. Oggi sembra sia scomparso quel desiderio di condividere qualcosa di sé, a eccezione delle storie su Instagram, tutte uguali, che durano il movimento di un polpastrello. I turisti sono parte attiva di questa involuzione, ma lì si può capire: spendono qua poche ore e non sentono la responsabilità di voler preservare la magia del luogo o il desiderio di farne parte, anche se solo per un attimo. In fondo è così in tutto il mondo e Milano non fa eccezione. Recentemente sono stato a Camden Town, iconica zona di Londra in cui è nato il Punk e che ha ispirato Amy Winehouse. Oggi i pochi punk rimasti, a cui richiedere selfie agli angoli delle strade, sono un'immagine sbiadita di quel passato glorioso. Il rischio è che il nostro amato Naviglio faccia la stessa fine. Nei pressi del locale del mio amico, dove non tornavo da un po', ho ritrovato tre nuovi ristoranti lì dove prima c'erano un negozio di dischi usati, un barbiere e la bottega di un pittore. Forse il caro affitti e coloro che preferiscono ingurgitare cibo a ogni ora del giorno anziché fermarsi a parlare con un artista stanno cambiando la fisionomia del Naviglio. Di sicuro qualcosa si può e si dovrebbe fare, altrimenti tra pochi anni ci troveremo in tanti nostalgici a sentirci come i nuovi "ragazzi della Via Gluck".

STEFANO AMPOLLINI

xacus.com

XACUS

Via Solferino 8

10
Ciao Perri
di Stefania Danzi

12
Cosa ci insegna
lo stadio San Siro
di Moreno Pisto

14
Appuntamenti
a cura della redazione di
Club Milano

18
Potere alle foto
di Marco Torcasio



28

24
Michele Foresta
di Paolo Crespi

26
La Cattedrale
del Movimento
di Alessandra Cioccarelli

28
Franco Mazzucchelli
di Marco Torcasio

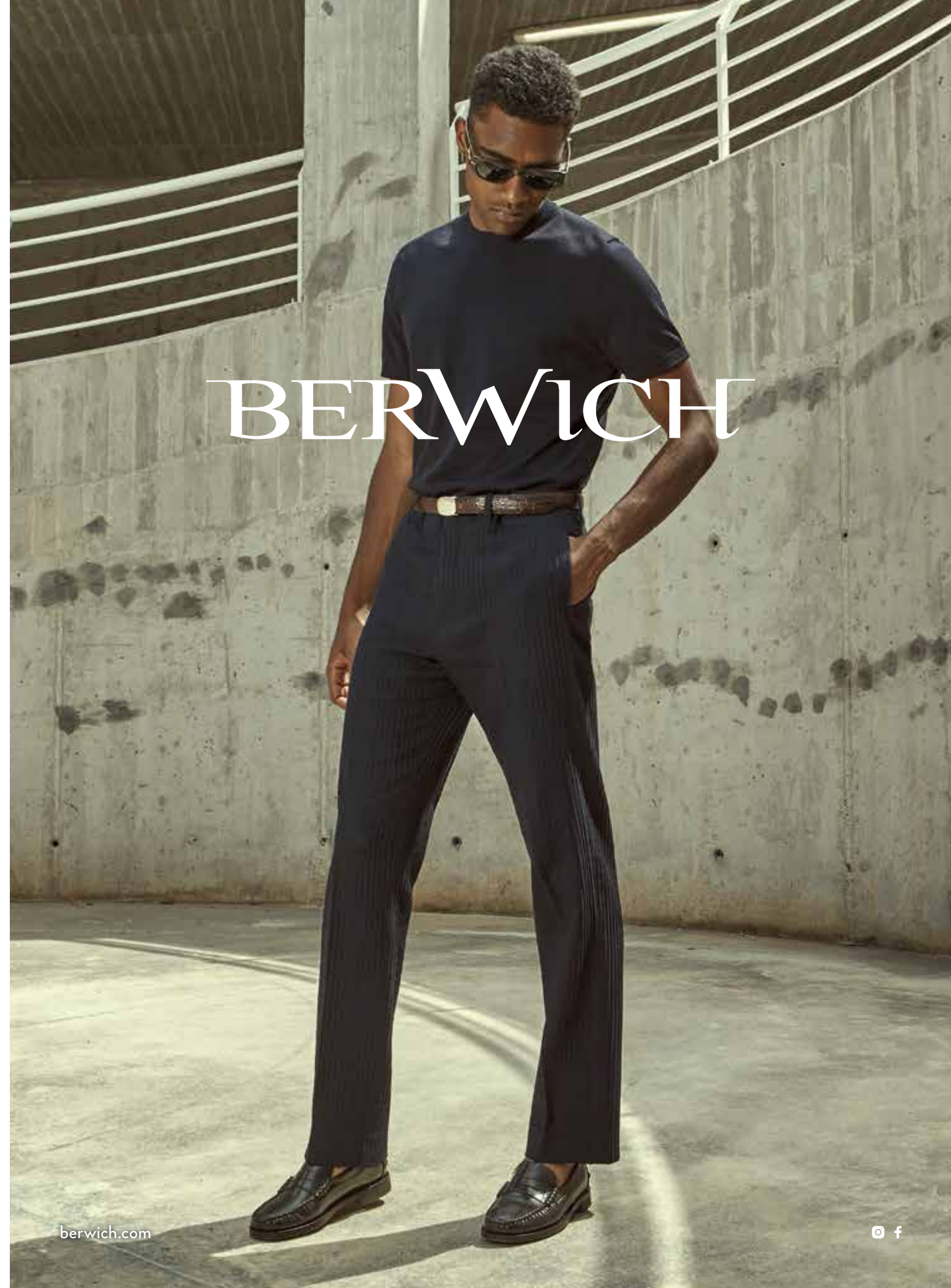
32
Dal Giappone a Milano
with love
di Alessandra Cioccarelli

36
Marco Piva
di Marco Torcasio

38
Brera, un altro modo
di fare calcio
di Enrico S. Benincasa

40
Cosmo Laera
di Paolo Crespi

18





70

43
Storie di ordinaria
creatività
a cura di Giuliano Deidda

52
Rimettere ordine?
di Giuliano Deidda

56
Paolo Xoccato
di Giuliano Deidda

62
Utility Workwear
di Monica Codegoni Bessi

IN COPERTINA. *Innamorati a Prada, 2016. Foto di Cosmo Laera*

64
Destination Porsche
di Stefano Ampollini

66
Va in scena la cucina
massimalista
di Marzia Nicolini

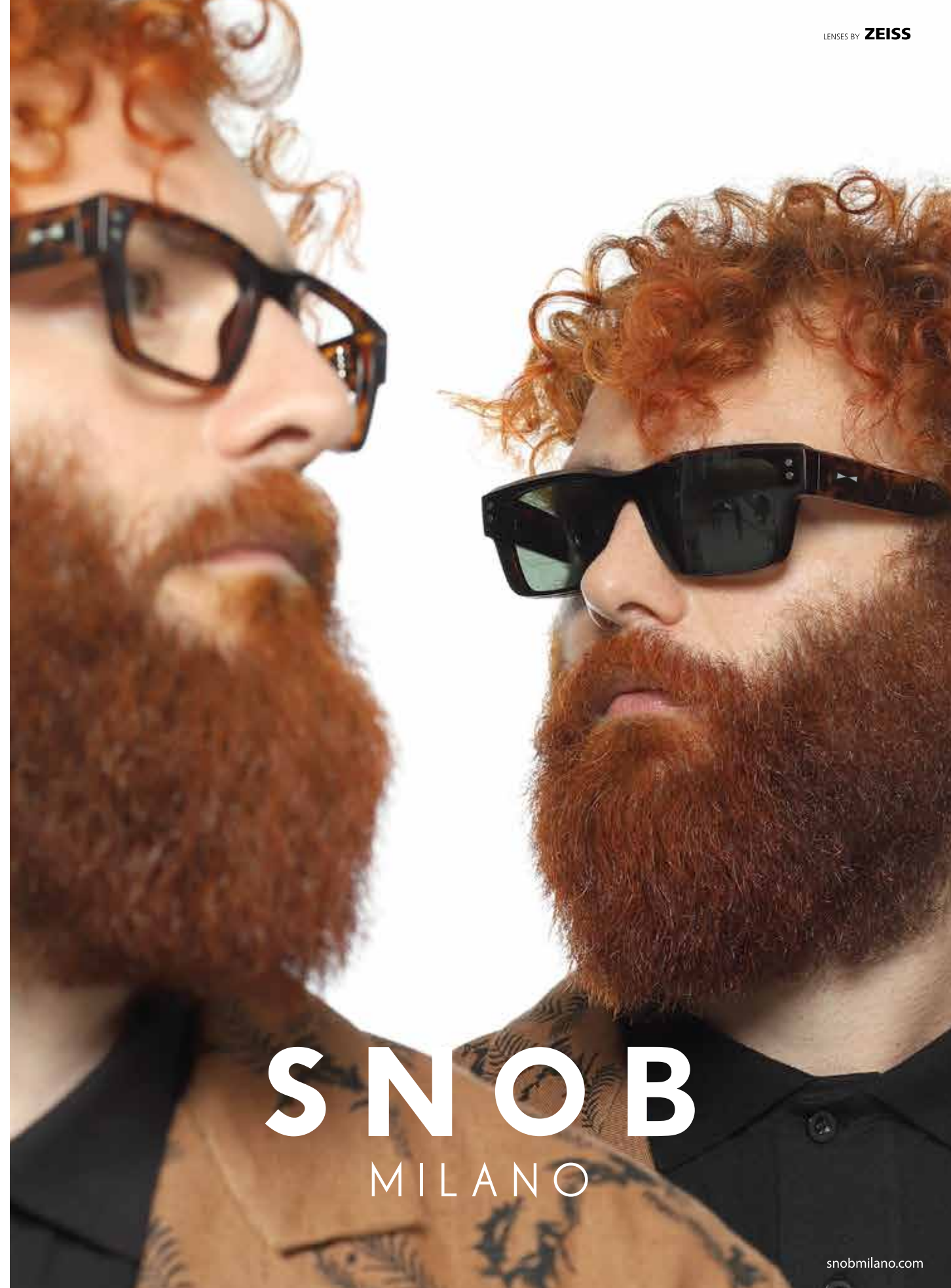
68
Tecnologia da indossare
di Paolo Crespi

70
Hoi An, la città delle
lanterne di seta
di Fausta Filbier

76
Hiroshima, gratitudine
e bellezza
di Carolina Saporiti

78
Mario e Remo Capitano
di Simone Zeni

80
Notizie
a cura della redazione di Club Milano



SNOB
MILANO

Ciao Perri

Roberto Perrone era soprattutto un amico, o un fratello maggiore. Ci ha accompagnato fin dal primo numero di questo giornale. A un anno dalla sua prematura e improvvisa scomparsa vogliamo ricordarlo con le parole di un'amica comune capace di raccontarne lo spirito e il valore meglio di chiunque altro.

“Venerdì sono stato a Soweto con la mia cara amica Stefania e il mio nuovo amico Stefano. Ci guidava una ragazza di lì, Solinka, che ci ha fatto fare un giro non solo turistico, portandoci a visitare il supermercato sociale dove lavora sua sorella e invitandoci a casa sua. Roba autentica, vita vera, non solo la casa di Mandela”, così scriveva Roberto, luglio 2010, finale dei mondiali di calcio in Sudafrica. Stefania ero io, Stefano il vostro direttore. E Roberto era, “roba autentica, vita vera”. 2007, mi era stato regalato *La lunga*, sottotitolo “Quando lo sport e il giornalismo erano più umani”, letto in volo verso il Kazakhstan. La dedica era di chi mi conosceva bene, e sapeva della mia passione per calcio e informazione. Dopo quel libro meraviglioso ho voluto conoscere di persona Roberto, e le dediche, sui suoi libri successivi, sarebbero state le sue. “A Stefania, tessera n.1”.

La prima chiacchierata in un'enoteca e mi aveva perfino perdonato di essere astemia. “Guarda che non te lo metto lo striscione” era la sua minaccia bonaria, rispetto ai miei viaggi in Paesi assai poco turistici. Oppure “A questo punto la rovesciata del Tabarini la voglio assolutamente vedere. Mi presenterò a sorpresa e sotto mentite spoglie”. Erano messaggi così, quelli del “Perrone”, a commentare improbabili partite di calcetto tra amici, dove avere una riga di commento del “Perrone” era ovviamente il massimo onore possibile. “Lei lo conosceva bene?” dice un passaggio de *La lunga*. “Lo consideravo un mio amico. Anche se, le parrà strano, ci siamo visti solo due volte in trent'anni”. Non fu stupito. “Sull'amicizia anche lui la pensava così”. Ecco, pur vedendoci un po' più spesso, con Roberto è andata così. Ciao Perri.

STEFANIA DANZI È Direttore Comunicazione e Relazioni Esterne presso Italmobiliare SpA. In precedenza ha seguito le Relazioni Internazionali in Italcementi e presso l'Università Bocconi. È scesa in campo più volte come giocatore della squadra dei Tifosi Azzurri, in partite amichevoli contro i tifosi di altre nazionali.



CANADIAN

Cosa ci insegna lo stadio San Siro

Scrivo questo pezzo dopo essere stato allo stadio a vedere l'Inter. In questa stagione sta succedendo qualcosa di magico: noi tifosi neroazzurri siamo uniti da uno spirito di appartenenza, di comunità, che non avevo mai vissuto prima. Le partite stanno diventando un rito collettivo più che delle gare. Ed è tutto meraviglioso. Anche perché la squadra sta giocando a livelli altissimi e guardarla ci rende felici. Tant'è che, spesso, per smaltire l'adrenalina restiamo per ore fuori dallo stadio a confrontarci sullo spettacolo a cui abbiamo appena assistito: ripercorriamo azioni, dettagli, momenti. L'ultima volta, nel piazzale dove avevamo parcheggiato lo scooter, io e altri due amici siamo rimasti soli. Nessuno in giro, i bar chiusi, per la strada passavano solo i camioncini dell'Amsa. A un certo punto mi giro e lo vedo lì: maestoso, ancora illuminato, enorme. Bellissimo. Il Giuseppe Meazza. Lo stadio San Siro. E ho detto a voce alta: "grazie Vittorio per averlo salvato". Sì, sono amico di Vittorio Sgarbi, lo adoro, posso essere accusato di parteggiare per lui. Ma non me ne importa niente. La verità è che tutti i milanesi dovrebbero ringraziarlo. San Siro non verrà buttato giù grazie al suo intervento con la Soprintendenza dei Beni Culturali che ha bloccato la demolizione di quello che in tutto il mondo viene definito La Scala del Calcio. Ma può in effetti venire mai in mente di distruggere qualcosa che si è guadagnato questo nome? Dai, non scherziamo. E farlo in nome del business? È immorale. Ecco, la parola giusta è questa: immorale. Lo stadio di San Siro è stato inaugurato nel 1926, dal 1935 è del Comune di Milano, dal 1947 ci gioca anche l'Inter, nel 1955 è stato aggiunto il secondo anello, con i fondi di Italia 90 è stato terminato. Appartiene alla città, ne ha fatto la storia: è una cattedrale e come tale va trattato. Non so, vi verrebbe mai in mente di distruggere Notre Dame a Parigi o la Sagrada Família a Barcellona? No. Puoi ristrutturarle, migliorarle, questo sì. E a chi troverà questi paragoni eccessivi rispondo che non a caso una delle persone che più capisce di arte in Italia, Vittorio Sgarbi appunto, si è speso per bloccare qualsiasi desiderio di farlo sparire. Ecco, dovremmo tener presente questo esempio noi milanesi. I nostri simboli non vanno cambiati in nome degli affari. Troppo spesso rincorrendo New York, Dubai, Singapore ce ne dimentichiamo. Queste città non hanno la nostra storia. La nostra storia è il vero valore aggiunto che ci contraddistingue. E su cui dobbiamo puntare. Ho guardato San Siro un'ultima volta. Ancora lì, illuminato, maestoso, iconico. E sono tornato a casa più consapevole. Più felice.

MORENO PISTO È stato Direttore di Urban e Riders, oggi dirige MOW. Inviato televisivo con tre libri scritti, su Instagram è @pistoisfree. Fa interviste, scrive di temi d'attualità, si incazza spesso. Tarantino di nascita, montecatinese in gioventù, milanese dal 2004. Ha quattro figli.

“



”

Valsport
S I N C E 1 9 2 0

S T A R T
B Y Y O U R S I D E

Spring Summer 24
H A N D C R A F T E D
I T A L I A N

valsport.it

Il bel canto tra le mura di un teatro, il design che cambia l'abitare, l'arte moderna che suscita visioni... Come forme espressive proprie della nostra città

a cura della redazione di CM



Aldo Fallai per Giorgio Armani, 1977 - 2021

ARMANI/SILOS
FINO ALL'11 AGOSTO

Un racconto, coniugato al tempo presente, di quasi trent'anni di ininterrotto dialogo artistico tra Giorgio Armani e Aldo Fallai. Al momento del primo incontro, a metà degli anni Settanta, Armani è un giovane stilista freelance; Fallai, diplomato all'Istituto d'arte, è un grafico con una felice inclinazione per la fotografia. L'intesa è immediata. Il frutto del loro sodalizio dà forma a produzioni che appaiono attuali oggi come ieri. Curata da Giorgio Armani, Rosanna Armani e Leo Dell'Orco, l'esposizione esplora infatti i confini di un'estetica che ha plasmato l'immaginario collettivo per un trentennio e oltre. Il percorso raccoglie, in rigoroso ordine sparso, circa duecentocinquanta scatti. La mostra accosta immagini prodotte per diverse linee: c'è la foto con il tigrotto, realizzata a Palermo, quando la troupe si rifugia in un giorno di pioggia al circo Togni; c'è la donna in carriera, impersonata da Antonia Dell'Atte, in mezzo alla folla in via Durini, sotto gli uffici Armani. «Rivedendo oggi tutto il lavoro realizzato, sono io stesso colpito dalla forte suggestione che questi scatti sanno ancora emanare, e dalla grande capacità di Aldo di cogliere le sfumature della personalità» ha dichiarato Giorgio Armani.



Ornella Vanoni. Senza fine

TEATRO ARCIMBOLDI
27 E 28 APRILE

Una delle più importanti e riconoscibili artiste della musica, dalla voce intensa e sofisticata, calda e graffiante, torna live per due concerti milanesi che resteranno impressi nella memoria per molto tempo. Ornella Vanoni ha infatti annunciato un secondo concerto al Teatro Arcimboldi di Milano sabato 27 aprile, che va da aggiungersi alla data già annunciata del 28 aprile. Cantante "intellettuale" e impegnata, diva elegante e senza tempo della musica italiana, ha suscitato sin dal suo debutto negli anni Sessanta l'ammirazione del pubblico italiano e degli addetti ai lavori. La sua voce ha fatto la storia, con oltre 55 milioni di copie vendute in tutto il mondo e canzoni che hanno incantato intere generazioni.

miart 2024

ALLIANZ MICO
DAL 12 AL 14 APRILE

Torna la fiera internazionale d'arte moderna e contemporanea di Milano diretta per il quarto anno da Nicola Ricciardi. «Con 181 gallerie (un incremento a doppia cifra rispetto al 2023) provenienti da 28 Paesi e 10 Premi, che saranno assegnati nei giorni di mostra, la ventottesima edizione della fiera milanese ribadisce il suo ruolo di appuntamento imprescindibile per tutto il pubblico dell'arte» afferma Roberto Foresti, vice direttore generale di Fiera Milano. Attraverso portali spaziali e corridoi temporali, suggeriti già dal titolo no time no space, miart si pone l'obiettivo di allargare ulteriormente i propri confini, mescolando passato, presente e futuro per parlare del nostro tempo, cogliendo ciò che nell'arte è stabile e durevole. Sotto, opera di Emilio Vedova. Foto di Paolo Vandrash, courtesy ML fine art, Milano.





Salone Internazionale del Mobile 2024

RHO FIERA
DAL 16 AL 21 APRILE

Il Salone del Mobile torna protagonista nel calendario del design: dal 16 al 21 aprile il più importante appuntamento internazionale per la design industry si svolgerà negli spazi di Rho Fiera, a Milano. Nata nel 1961, la manifestazione propone un ampio ventaglio merceologico di arredi che si distinguono per forza espressiva e innovazione funzionale. Ogni anno, questa kermesse dà forma alla sua vocazione di laboratorio di sperimentazione e contaminazione, luogo di incontro, di relazione e di nuove opportunità di business. È qui che vengono presentati prototipi e novità in fatto di arredo, spazi domestici e stili di vita: camere da letto, zone pranzo e ambienti di servizio, spazi outdoor con i loro mobili e guardaroba, i tavoli e le sedute diventano teatro di una narrazione che parte dalla stanza per esplorare come cambia il modo di vivere e di, conseguenza, l'abitare e l'arredare. Courtesy Museo de Antioquia, Medellín. Foto di Delfino Sisto Legnani.

Dal cuore alle mani Dolce&Gabbana

PALAZZO REALE
DAL 7 APRILE AL 21 LUGLIO

Inaugura ad aprile la mostra che racconta la storia artistica e creativa di Domenico Dolce e Stefano Gabbana. *Dal Cuore alle Mani: Dolce&Gabbana* è un progetto espositivo inedito, un tributo al valore del “fatto a mano”, una narrazione che, attraverso il sogno dell'Alta Moda, esplora le fonti di ispirazione che hanno plasmato la mente e le mani dei due fondatori della maison: dalla passione per la cultura italiana all'amore per la tradizione artigianale rivisitata in chiave contemporanea. Il percorso espositivo si dipana in un susseguirsi di tematiche che mettono in risalto la moltitudine di riferimenti culturali che hanno ispirato il lavoro dei due designer: tra questi, l'artigianato, le arti visive e l'architettura, l'Italia e le sue tradizioni, l'innovazione, il teatro, la musica, l'Opera, il Balletto e la dolce vita. La mostra è curata da Florence Müller, promossa da Comune di Milano - Cultura e prodotta da Palazzo Reale e IMG, società internazionale specializzata in eventi.



TELA GENOVA

ALLIANZ MICO
DALL'11 AL 14 APRILE

POTERE ALLE FOTO. Espositori, mostre e progetti speciali, Premi e oltre settanta gallerie provenienti dall'Italia e dall'estero: torna l'appuntamento internazionale dedicato alla fotografia, organizzato da Fiere di Parma con la direzione artistica di Francesca Malgara. MIA Photo Fair affronta le grandi questioni della contemporaneità, attraverso narrazioni plurali e inclusive che raccontano il cambiamento. Un luogo di incontro e contaminazione, dove si incrociano le raccolte fotografiche provenienti dalle più importanti collezioni private italiane e le istituzioni culturali

di **MARCO TORCASIO**



Patrick Willocq.
Bosala, leopard Walé.
Courtesy Collezione
Giorgio Meo e
VisionQuest 4rosso



Sopra. Dean West.
Cade Silhouette
#4, The Palms.
Courtesy Dean West e
Artitledcontemporary



Sotto. Michel Haddi.
Natalia Avelon,
Playboy Magazine
Germany, Ibiza 2021.
Courtesy 29 Arts in
Progress

“Questa nuova edizione dimostra che
anche nel nostro Paese il collezionismo
fotografico è vivo e pulsante”

FRANCESCA MALGARA



Anne de Carbuccia.
Blue thread #2, 2020.
Courtesy Brun Fine Art

Con oltre vent'anni di esperienza nel settore, **RISCHA PATERLINI** gestisce diverse collezioni private dal respiro internazionale. Per MIA Photo Fair è curatrice e parte del comitato scientifico



foto LAILA POZZO

Come si struttura l'edizione 2024 del MIA Photo Fair e quali saranno gli highlights?

Grandi cambiamenti quest'anno a partire dal luogo destinato alla fiera, la nuova sede di Allianz MiCo in via Gattamelata 13. C'è poi un nuovo direttore artistico che succede a Fabio Castelli – Francesca Malgara – che ha fortemente voluto una serie di novità. Innanzitutto un comitato scientifico attivo nella selezione delle gallerie e dei progetti. Ne fanno parte insieme a me Marialuisa Pastò e Domenico De Chirico che si occupano della sezione *Beyond Photography – Dialogue* ed Emanuela Mazzonis per la sezione *Reportage Beyond Reportage*.

Di cosa tratta la sua sezione?

S'intitola *Oltre i confini del Mediterraneo* e ha un focus particolare su quest'area geografica che è elemento di congiunzione tra Oriente e Occidente nonché punto d'incontro tra le nuove prospettive della fotografia

orientale e occidentale. Vede la presenza di gallerie che provengono dall'Egitto, dalla Tunisia, dalla Grecia e dalla Turchia. Alcune di queste non hanno mai esposto in Italia. Attraverso il mio lavoro curatoriale ho cercato di unire le diversità culturali utilizzando l'obiettivo degli artisti che andrò a presentare.

La Main Section ha un tema specifico?

Changing, fil rouge della fiera, sarà affrontato in tutte le sezioni di MIA Photo Fair, e in particolare nella sezione principale. Punto di forza è la presenza delle gallerie italiane established, che ritrovano nella fiera il loro spazio di incontro e scambio commerciale, presentando mostre sul rispetto dell'ambiente, del dialogo tra le parti e la forza della comunità.

Quali porzioni della fiera sono in evidenza?

Da una parte la sezione dedicata alle istituzioni che contempla la presenza di MuFoCo, il Museo di Fotografia della città di Milano, che ha un archivio meraviglioso ricco di pezzi unici. Al centro della fiera poi la mostra *La forma delle relazioni* – curata della giornalista e scrittrice Rica Cerbarano – dedicata al collezionismo, che vede la presenza di grandi nomi italiani.

In che modo la fotografia diventa protagonista indiscussa del contemporaneo?

In questo momento storico è fondamentale riconoscere grande importanza alla fotografia. Non più strumento di mero reportage ma opera d'arte a tutti gli effetti. Insieme a Francesca Malgara e a tutta la squadra di MIA Photo Fair abbiamo prestato molta attenzione alla qualità delle opere per far sì che la fotografia diventi strumento capace di stimolare riflessioni sulla società, sull'identità e sul cambiamento.

Come risponde il tessuto milanese?

La Fiera si svolge durante la settimana della *Milano Art Week*, interamente dedicata al mondo dell'arte. Inoltre siamo in centro città con un panel di mostre che il Comune supporta grazie alla sensibilità dell'Assessorato alla cultura. Non dimentichiamo che subito dopo prenderanno l'avvio sia la Design Week sia la Biennale di Venezia. Moltissimi collezionisti, curatori e direttori di musei transiteranno da Milano per godere di tutti gli eventi dedicati all'arte.



Sopra. Anders Petersen. *Napoli*, 2022. Courtesy Spot home gallery

Sotto. Serpil Yeter. *See Another Series*, 2024. Courtesy Anna Laudel, Istanbul



MICHELE FORESTA FAR RIDERE È UN'ARTE

Per il popolare conduttore e mago-entertainer, la nostra città è da moltissimi anni il punto di riferimento numero uno e un indirizzo stabile. Ma la natia Sicilia ha sempre un posto speciale nel grande cuore di Mr. Forest

testo **PAOLO CRESPI**

Dallo show della Gialappa (terza edizione ad aprile) alle varie incarnazioni di LOL, dal programma con le due Hunziker al tavolo di Fabio Fazio: il Mago Forest è prigioniero del piccolo schermo?

In un certo senso è così. Nelle ultime stagioni ho fatto tanta tv tralasciando altre possibilità, se si esclude il film di Natale. Nel nostro mestiere a volte le direzioni non le decidi, le cose accadono e si cavalca un po' la tigre. Ma il mio motto è: piuttosto che fare tante cose male preferisco farne una malissimo. Ciò che non era nella mia indole, invece, era lavorare così tanto. Chissà, forse mi hanno sedato e trasportato in giro per gli studi...

Da Nicosia, in provincia di Enna, dove sei nato, a Milano, dove sei cresciuto artisticamente, il salto è apparentemente molto lungo, anche per un mago. Come si conciliano queste diverse appartenenze culturali?

Da siculo-lombardo-veneto (mia moglie Angela è di Treviso e parte del tempo, da vent'anni a questa parte, lo trascorro lì) sono costretto a viaggiare. Il mio "bagaglio sotto pelle" è legato al paese d'origine dove parenti e amici, sempre gli stessi, mi hanno sopportato per il primo terzo della mia vita: ogni volta che ci torno è come se non fossi mai partito. Il rapporto con Milano, la città che mi ha permesso di realizzare il mio sogno, è meraviglioso. Qui è successo quasi tutto, a partire dalla scuola di mimo creata da Maurizio Nichetti come costola

di Quelli di Grock, dove ho iniziato ad abbozzare il mio personaggio del mago comico. E dai piccoli cabaret dove per farsi le ossa bastavano una pedana, un microfono fischiante e una lampadina. Poi naturalmente il trampolino di Zelig e i primi dieci, formidabili anni nella squadra dei Gialappi, inesauribile fucina di talenti (tra loro, ricordiamolo, anche Maurizio Crozza, Paola Cortellesi e Luciana Littizzetto) in cui, dopo una serie di altre esperienze, sono tornato felicemente a giocare da titolare.

Quando non lavori come vivi la città?

Mi piace vagare, anche di notte, senza una meta precisa. Scopro sempre angoli che non conosco, più o meno periferici. Un luogo dell'anima è l'Isola, definizione che non amo, preferisco parlare di piazzale Lagosta e dintorni. Un altro è piazza Duomo: da giovane, abitando nelle pensioni del centro, era il mio quartier generale e i miei amici erano i ritrattisti della Galleria. Quanti ricordi!

Milano è anche una palestra per maghi e aspiranti tali...

Merito di due istituzioni come il Clam - Club Arte Magica, dove esercita un artista versatile come il mio amico Raul Cremona, e il Club Magico Italiano "Piero Pozzi". Entrambi offrono strepitosi corsi di magia e illusionismo. Io non insegno perché mi ritengo ancora un allievo. Ma poiché per me lavoro e passione coincidono, ci vado sempre con grande piacere e ne riporto sempre qualcosa di utile.

Sei un accanito collezionista di vecchie in-

segne, passione condivisa con tua moglie. Quante ne avete accumulate finora?

Non le ho mai contate, ma purtroppo ne ho due case piene. E anche la cantina comincia a scoppiare. Via via si sono aggiunti antichi strumenti per la misurazione: metri, bilancini, meccanismi artigianali molto creativi. Per vedere cose nuove devi andare a visitare i mercatini delle cose vecchie. E a noi piace scovare oggetti perduti nel tempo. Anche mio suocero è della partita.

Nella tua carriera hai fatto centinaia di incontri. Ce n'è uno che batte tutti?

Il mio incontro straordinario e inaspettato è stato sicuramente quello con Renzo Arbore. Da ragazzo seguivo *Alto gradimento* e quanto accompagnavo mio padre a trafficare in campagna appendevamo la radio a un albero per poterlo ascoltare. Aver



Nella foto un ritratto di Mr. Forest. Foto di Nicola Biondo

partecipato con lui, giovanissimo, all'avventura di *Indietro tutta*, è stata un'occasione fantastica. Quando oggi pensi di aver fatto una cosa nuova in tv, Arbore, con la sua leggerezza, l'aveva già fatta. Quarant'anni prima.

In tempi tormentati come quelli che stiamo attraversando oggi far ridere è un antidoto o un palliativo?

Domanda complicata. A volte mi chiedo che senso ha continuare a fare il mio lavoro, che spesso, per dirla con Arbore, viene "dopo il tiggì", foriero solo di cattive, pessime notizie. Ma questo ahimè so fare. Qualche anno fa, i concittadini di Nicosia mi hanno regalato una targa che dice testualmente: "Quando gli eventi suscitano il pianto delle genti, nobile è l'arte di colui che al riso altrui si ingegna". Spero abbiano ragione, almeno in parte.

Inaugurata nel 1931 e progettata da Stacchini, la Stazione Centrale di Milano sorprende ancora oggi per la maestosità degli spazi, le imponenti scalinate e lo straordinario apparato decorativo. Storie, curiosità e segreti della seconda stazione italiana per grandezza e traffico

di ALESSANDRA CIOCCARELLI

LA CATTEDRALE DEL MOVIMENTO

Ci si passa spesso di corsa per acciuffare un treno in partenza in uno dei ventiquattro binari coperti dalla grandiosa tettoia di Fava, ma, rallentando il passo, magari in attesa di un treno in ritardo, e alzando la testa è difficile restare indifferenti al fascino della Stazione Centrale. Tra i principali scali d'Europa, la stazione di piazza Duca d'Aosta, inaugurata nel 1931, merita di essere analizzata più da vicino per la sua architettura e storia. La prima Stazione Centrale di Milano, inaugurata nel 1864 dal re Vittorio Emanuele II, era in piazza della Repubblica, ma risultò presto inadeguata di fronte al crescente traffico dell'Italia unificata. Così già a fine Ottocento si discuteva di realizzare un nuovo scalo, ma solo nel 1906 si posero le fondamenta della struttura, circa 800 metri più a nord dei binari della prima stazione. A vincere il bando di concorso nel 1911 fu Ulisse Stacchini, ma l'inizio dei lavori fu ritardato al 1924 a causa della Prima Guerra Mondiale.

Per le zone più basse fu utilizzato il marmo, per le decorazioni e le parti alte materiali poveri come gesso e cemento: i marmi di cui gli interni sembrano rivestiti sono un'illusione data da materiali come scagliola, selenite, acqua e colore. Considerata uno dei simboli dell'architettura fascista, la Stazione Centrale, definita da Stacchini stesso "La Cattedrale del Movimento", ebbe in realtà come modello la Union Station di Washington ed è forse il più noto esempio italiano di architettura che unisce Eclettismo, Liberty e Razionalismo fascista. L'edificio si presenta con un porticato ad archi, con statue e ornamenti che porta nella Galleria alta quasi 28 metri, da cui si accede al Salone della Biglietteria: da qui partono le ampie scalinate che conducono alla Galleria delle Carrozze. Ricca è la simbologia già nell'apparato decorativo esterno: dalle aquile raffiguranti le conquiste di Trento e Trieste ai cavalli alati di Violi raffiguranti il Progresso, guidato dalla volontà e dalla intelligenza; dai bassorilievi raffiguranti Lavoro, Commercio, Scienza e Agricoltura di Castiglioni ai mascheroni di Mercurio, simboli del progresso delle ferrovie. E ricchissime sono anche le decorazioni interne che portano il nome di Castiglioni, Bazzoni, Cascella (sue sono le lunette al binario 23 che raffigurano personaggi di casa Savoia e scene medievali), Bolgiani e Chini. Da non perdere un'occhiata alla Galleria di testa, colma di decorazioni di Chini e ornata dalle splendide vedute di Milano, Firenze, Roma e Torino.

Mai sentito parlare del Padiglione Reale? All'interno della Stazione esiste un'area in origine riservata ai Savoia. Aperto alle visite in occasioni speciali, il Padiglione Reale, articolato in Sala Reale e Sala delle Armi, era pensato come sala d'aspetto dove la famiglia reale attendeva il treno (dietro lo specchio c'è un passaggio segreto in caso di emergenza). Ma la Stazione Centrale reca memorie, anche dolorose, della storia cittadina. Tra i corridoi e spazi di deposito, sotto la Stazione, ci fu anche un rifugio antiaereo durante la Seconda Guerra Mondiale e tristemente noto è il Binario 21, da cui ebbe inizio l'orrore della Shoah a Milano e da dove partirono i treni con i deportati ebrei diretti ai campi di sterminio nazisti. Oggi il Binario 21 è stato trasformato nel Memoriale della Shoah che include il Muro dei Nomi, in memoria delle persone deportate dal Binario 21, e anche quattro carri merci dell'epoca in cui erano stipati i deportati: solo ventidue avrebbero fatto ritorno a casa e i loro nomi sono riprodotti in giallo.

“Tra i principali scali d'Europa, la stazione di piazza Duca d'Aosta, inaugurata nel 1931, merita di essere analizzata più da vicino per la sua architettura”



Vista dell'atrio biglietteria della Stazione Centrale di Milano

FRANCO MAZZUCHELLI

CONFIGURAZIONI SPAZIALI. Le possibilità espansive dei materiali sintetici sono da sempre il suo campo d'azione, alla ricerca di una relazione dinamica tra opera e luogo sociale, tra progettazione dello spazio e partecipazione dello spettatore

di MARCO TORCASIO



Ritratto di Franco Mazzucchelli. Foto di Andrea Rossetti 2023

Il progetto dedicato all'arte contemporanea *Visioni Diacroniche*, curato da Francesca Colombo, Direttrice Generale Culturale di BAM Biblioteca degli Alberi Milano, e da Ilaria Bonacossa, Direttrice di Palazzo Ducale di Genova, porta al Volvo Studio artisti chiamati a sottoporci la loro visione. Tra questi anche Franco Mazzucchelli, che desideravamo incontrare da tempo. Sin dalle prime esperienze di arte come partecipazione sociale (Alfa Romeo 1971, Volterra 1973), fino ai lavori più recenti, Mazzucchelli, nato a Milano nel 1939, ha sempre aperto la sua ricerca agli spazi pubblici per contaminarli e cercare nelle persone la partecipazione diretta. L'aria è la materia con cui Mazzucchelli si confronta lungo tutto il suo percorso. Leggerezza e flessibilità, contro pesantezza e rigidità per un'arte che non serve per durare nel tempo ma che è destinata a disperdersi. Come gli *Abbandoni*,

poi definiti A. TO. A., opere in pvc create e destinate a inserirsi e perdersi nell'ambiente per generare disturbi temporanei della percezione dello spazio. I colori, materializzati nel pvc, assumono le forme dettate dall'aria veicolata tra le saldature dello stesso materiale plastico nelle opere di Mazzucchelli, ma la sua produzione artistica non si esaurisce soltanto nei famigerati "gonfiabili".

Come descrive l'opera realizzata per il progetto *Visioni Diacroniche*?

L'ho chiamata *Icosaedro*, termine con cui definiamo un qualsiasi poliedro con venti facce. È un'installazione fatta con poco, solo aria a bassa pressione e plastica. Il suo peso totale, malgrado possa apparire monumentale, arriva a malapena a quattro chili. La matematica mi affascina da sempre ma ultimamente mi sto interessando molto alla geometria non euclidea. Nel mio processo di ideazio-

“La parola abbandono mi piace molto poiché ne contiene al suo interno anche un'altra, dono. Ed è questo quello che ho sempre fatto: ho donato le mie opere agli altri”

ne delle superfici gonfiabili non c'è però la pretesa che il pubblico si faccia carico dei linguaggi matematici, i miei giochi d'aria vogliono solo portare lo sguardo verso i percorsi smisurati della fantasia.

Perché proprio i materiali plastici sono da sempre un riferimento per lei?

Le possibilità espansive dei materiali sintetici mi consentono di dar forma a una relazione dinamica tra opera e luogo sociale, tra progettazione dello spazio e partecipazione dello spettatore. Inoltre tra le diverse materie industriali il pvc gonfiabile costa poco ed è quello più adeguato agli interventi su grande scala e per le incursioni all'aperto.

Perché dagli anni Settanta a oggi ciò che più la contraddistingue come artista sono i cosiddetti *Abbandoni*?

Ho iniziato la mia attività nel 1964 con una serie di installazioni gonfiabili realizzate con materiali sintetici. Le ho chiamate *Abbandoni* e poi A. TO A. (Art To Abandon, a toi) proprio perché le abbandonavo letteralmente nei luoghi pubblici. Ai tempi,

pur non avendo bisogno di fare arte per sopravvivere economicamente, ho potuto maturare la convinzione che il mercato uccide tutto collaborando al progetto di un artista a cui erano stati commissionati sessanta quadri in un giorno e mezzo. Per realizzare una mia scultura gonfiabile io potevo arrivare a impiegare anche tre mesi, così crebbe in me il desiderio di abbandonare il mondo dell'arte. La parola abbandono però mi piace molto poiché ne contiene al suo interno anche un'altra, dono. Ed è questo quello che ho sempre fatto: ho donato le mie opere agli altri. Difatti l'osservatore non le contempla mai passivamente, piuttosto le tocca e le modifica fino a muoversi al loro interno, diventando fisicamente partecipe di un evento di cui è attore in tempo reale.

Poi ha cambiato passo?

Ho lasciato da parte gli *Abbandoni* perché non ho mai cercato sponsor e sarebbe diventato molto oneroso sostenere i costi di realizzazione delle opere in autonomia. Oggi, riflettendoci, sarebbero

opere impossibili da realizzare poiché mi scontrerei con le normative ambientali vigenti.

Nella seconda metà degli anni Settanta ai gonfiabili in pvc sostituisce delle vere e proprie strutture aeree in polietilene, in cui i visitatori sono chiamati a entrare. C'è una tappa particolarmente importante in questo percorso?

Nel 1973 l'esperienza all'interno della Triennale denominata *Sostituzione*. Ho collocato all'ingresso un enorme massa d'aria incapsulata nella plastica trasparente obbligando il pubblico a modificare l'agibilità dello spazio. Ricordo che per entrare bisognava farsi largo tra il gonfiabile e il muro. Fu una situazione insolita che diventò ancor più interessante quando, nel tagliare il polietilene durante lo smontaggio, le persone si introdussero spontaneamente all'interno manifestando reazioni curiose.

“Le possibilità espansive dei materiali sintetici mi consentono di dar forma a una relazione dinamica tra opera e luogo sociale”

Quando ha iniziato a fare anche quadri?

A partire dagli anni Novanta ho intrapreso una ricerca sull'estetica dell'arte, denominata *Bieca Decorazione* o semplicemente “BD”. Dopo circa un decennio di silenzio creativo, guardandomi intorno constatavo come la mercificazione dell'arte che avevamo tutti criticato fosse la regola e soprattutto che si mascherava il legittimo bisogno di ogni artista di vendere le proprie opere. Ma qualsiasi opera d'arte, anche quella portatrice del più elevato contenuto ideologico, una volta appesa diventa decorazione e assume un significato completamente diverso dall'originale intenzione artistica. Così ho voluto definire la mia serie di quadri gonfiabili “bieca decorazione” con autoironia, e cinismo forse, ma non in senso spregiativo.

Milano ha mai riconosciuto formalmente il suo immenso – me lo lasci dire – rilievo artistico e culturale?

Milano è la mia città e ringrazio sempre tutti quelli che mi coinvolgono in iniziative e progetti d'arte. Penso ad esempio ad *Aria, terra, acqua* messo in piedi in occasione della Design Week 2023, un doppio intervento che ha interessato il Giardino Giancarlo De Carlo della Triennale di Milano e la Darsena dei Navigli.



Franco Mazzucchelli,
A.TO A., 1971,
Alfa Romeo, Via
Traiano, Milano.
Courtesy l'artista e
ChertLüdde, Berlino.
Foto Enrico Cattaneo

DAL GIAPPONE A MILANO WITH LOVE

Andando per librerie, gallerie d'arte, gioiellerie e negozi di artigianato a Milano è possibile acquistare piccoli tesori giapponesi, ma soprattutto vivere esperienze immersive capaci di riflettere l'essenza del Sol Levante

Non esiste a Milano l'equivalente nipponico di Chinatown, ma molti Nikkei (gli emigrati dal Giappone e i loro discendenti) vivono nel capoluogo meneghino: in Italia la comunità nipponica più numerosa si trova proprio a Milano e provincia, fin dal 1976 esiste infatti una scuola che segue i programmi scolastici della madrepatria. E tante sono le associazioni e i negozi fioriti nel tempo in città che permettono di avvicinarsi alla cultura giapponese e conoscere meglio il fascino delle sue tradizioni. Al contempo shop, ristorante, coworking, moderna izakaya, spazio espositivo, Tenoha, primo concept store giapponese in Europa, è uno dei più noti in città e ha aperto a Milano nel 2018: un edificio industriale degli anni '20, in via Vigevano, è oggi uno spazio polifunzionale di oltre 2500 metri quadri dedicato al Giappone e alla sua miscela di tradizioni secolari e modernità. Daruma, maneki neko (gatti della fortuna), orologi, abbigliamento, ma anche speciali whisky e sakè vi attendono nel select shop improntato all'essenzialità tipicamente giapponese. Per un'esperienza immersiva c'è poi lo spazio Tenoha Exhibition, che ospita un ricco calendario di mostre: *Fantasmì e Spiriti del Giappone*, *Storie di donne samurai* e *Robotland* per citarne alcune recenti.

Risale invece al 2001 l'apertura dell'ormai storica Tanabata, libreria giapponese sita in zona Porta Romana, in via Adige. Tanabata si è fatta conoscere per l'alta specializzazione in libri, riviste e narrativa in lingua giapponese, ma non solo. Tra un libro e l'altro è possibile scoprire pezzi unici e curiosità dell'artigianato del Sol Levante. Da Tanabata è disponibile anche un servizio di traduzioni, interpretariato e realizzazione di documenti, testi e siti web in giapponese e in tutte le lingue estremo-orientali.

Rimanendo in Porta Romana, in viale Lazio, merita una visita anche Sakurasan, negozio di oggettistica e abiti tradizionali giapponesi con un accurato assortimento di complementi d'arredo e di abbigliamento, specialmente femminile: si spazia tra kimono, yukata, ventagli, parasole, geta, furoshiki, accessori per la cerimonia del tè, bacchette, fūrin, no-

di **ALESSANDRA CIOCCARELLI**



INDIRIZZI

Tenoha via Vigevano 18
Tanabata via Adige 7
Sakurasan viale Lazio 6
Paraventi Giapponesi-
Galleria Nobili via Marsala 4
Haruto Ito via Tivoli 8
Natsuko Toyofuku corso
 Como 9 **Yuriko** via della
 Moscovia 27

Un'immagine tratta dalla mostra *Botteghe di Tokyo - The Exhibition*, dell'artista polacco Mateusz Urbanowicz, presso Tenoha



Creazioni artigianali
della gioielleria Yuriko

Sotto. Gli spazi di
Paraventi Giapponesi
- Galleria Nobili nel
cuore di Brera



“Tante sono le associazioni e i negozi fioriti nel tempo in città che permettono di avvicinarsi alla cultura giapponese e conoscere meglio il fascino delle sue tradizioni”

ren (tradizionali divisori in tessuto giapponesi che vengono posizionati tra stanze, pareti, porte o finestre). Altra destinazione imprescindibile è la Paraventi Giapponesi - Galleria Nobili in via Marsala, in zona Porta Garibaldi. Specializzata in arte giapponese antica, con una peculiare attenzione alla pittura su paravento, collabora con artisti contemporanei giapponesi e italiani promuovendo mostre personali e collettive, oltre a organizzare corsi sulla cultura artistica giapponese. Attiva ormai da più di dieci anni nel mercato dei paraventi giapponesi antichi, la galleria ha arricchito la sua proposta con paraventi differenti per epoca, stile e dimensioni, ma la predilezione rimane per gli stili naturalistici.

Non mancano, sempre in zona Garibaldi-Brera, indirizzi preziosi di gioielleria per chi è in cerca di anelli, pendenti, spille, accessori speciali come Haruto Ito, che propone gioielli poetici e originali ispirati alla natura, o Natsuko Toyofuku, che impiega per i suoi gioielli la perla, magica “gemma” cara alla cultura giapponese, ma anche metalli “non nobili” come argento e bronzo prevalentemente fusi a cera persa. Galleria di riferimento per molti orafi di design e officina di ricerca è poi Yuriko, nata dall'unione tra lo spirito mediterraneo di Alessandro Fornasiero e l'attitudine minimalista della moglie Madoka. Qui troverete eleganti gioielli con pietre e bronzo oltre all'oro e all'argento, che uniscono tecniche di lavorazione antiche con tendenze più contemporanee.

Gli amanti degli origami, furoshiki e piccoli portafortuna non possono dimenticare un'incursione da La Zacca, il delizioso universo di Mayumy, situato in via San Carpofo, che vende piccoli oggetti e prodotti fatti a mano importati dal Giappone.

Ema, suminagashi, shibori, orizomegami sono alcune delle tecniche tradizionali protagoniste dei workshop di Gami no Yume, la realtà nata dalla passione di Diana Sangiorgio e Dario Cogliati per il Giappone e la carta. Immersi tra musiche e incensi giapponesi e accompagnati da tè e dolcetti tradizionali, durante i loro laboratori, organizzati a Milano e provincia, potrete creare oggetti artigianali utilizzando inchiostro, carte speciali, seta, legno ma anche immergervi in un'esperienza estetica che ben racchiude la cultura giapponese.

Da non perdere infine un'occhiata al calendario del Centro di Cultura Giapponese attivo fin dal 1975 a Milano nella promozione della cultura nipponica e dei suoi valori con corsi su legatoria, ikebana, arti tradizionali e conferenze di storia e cultura.

CUSTODIRE PASSATO E FUTURO. Riscrivere l'architettura preservandone il fascino. È questa la mission dello studio guidato da **MARCO PIVA**, protagonista della trasformazione di Palazzo Venezia in Gran Melia Palazzo Cordusio

di **MARCO TORCASIO**

Come nasce la riconversione di Palazzo Venezia in Gran Melia Palazzo Cordusio?

Il progetto di riqualificazione, restauro e cambio di destinazione d'uso dell'ex sede delle Assicurazioni Generali nasce nel 2018, in seguito al trasferimento della sede di Generali nella torre a CityLife e al conseguente svuotamento del Palazzo. Abbiamo assunto l'incarico affinché Palazzo Venezia, col suo grande valore storico e artistico (ricordiamo che fu disegnato dall'Architetto Luca Beltrami a fine '800), diventasse un luogo che, pur conservando il suo prezioso passato, si plasmasse sul tempo presente, aprendosi alla città e alla sua dinamicità.

Che tipo di intervento è stato condotto?

Ci siamo basati sui fondamenti metodologici della "conservazione", con interventi minimi e strettamente necessari, nel rispetto totale della struttura e di tutto ciò che al suo interno aveva valore. Il restauro conservativo ha avuto quindi l'obiettivo di ripristinare la storicità di tutto l'involucro edilizio a partire dalle facciate esterne, passando per i serramenti in legno fino ai manti di copertura, al restauro dello scalone monumentale, delle terrazze e della cupola. Per tutte le parti che non è

stato possibile conservare, il dialogo costante con la Soprintendenza di Milano ha permesso di selezionare materiali e tecnologie compatibili, pur se nettamente distinguibili, per non cadere nel "falso storico", senza forzare l'architettura ma plasmandoci su essa.

Cosa rimane dello storico palazzo?

Un importante intervento conservativo è stato dedicato alla scala monumentale, per la quale sono stati levigati i marmi a parete e a pavimento e ricucita la continuità nelle porzioni mancanti attraverso una campionatura attenta. All'ultimo piano, nella parte più emblematica dell'edificio, la cupola, ora divenuta la reception del nuovo albergo Palazzo Cordusio Gran Melia, il restauro conservativo ha riportato alla luce gli intonaci originali oltre che le strutture metalliche che sostengono l'intera calotta ottagonale, mantenute a vista come omaggio alla conformazione originale.

Qual è la parte più interessante dell'edificio?

La corte interna, cuore dell'edificio, prima parcheggio e prima ancora zona di rimessaggio dei cavalli, dove, in accordo con la Soprintendenza, abbiamo potuto realizzare una copertura in accia-

io e vetro totalmente svincolata dall'edificio, che però crea un nuovo luogo, un lounge-bar con giardino aperto alla città.

Il progetto si iscrive nel disegno di più ampio respiro che vede Milano al centro di una vera e propria trasformazione urbanistica?

Palazzo Venezia, in virtù della sua posizione, rappresenta il fulcro, anche geometrico, dell'area. Fu disegnato infatti proprio con lo scopo di essere centro dell'asse visivo da via Dante arrivando dal Castello: la sua riqualificazione è stato un atto dovuto nei confronti della città. È stato un lavoro impegnativo, ma la soddisfazione è quella di aver contribuito alla riscrittura della Piazza, per la quale è previsto un progetto più ampio di "re-design", di pulizia e semplificazione (di organizzazione del traffico, dello spazio, della creazione di zone pedonali e aree verdi etc). Il disegno del Comune che dovrà essere sviluppato nei prossimi tempi donerà sicuramente nuova linfa alla zona e Palazzo Venezia, con la sua posizione focale tra Orefici e Mercanti, è già protagonista.

A quali altri progetti per la città ha lavorato?

Ci sarebbero moltissimi esempi, senza andare troppo indietro nel tempo ed escludendo tutta la parte "temporanea" relativa a installazioni e fiere, citerei il progetto di riqualificazione e ampliamento dello storico Excelsior Hotel Gallia, luogo

simbolo che in passato ha dato via al fenomeno del calciomercato e ora è tornato in auge con eventi dal respiro internazionale.

Come giudica la sua città?

Milano ha sempre guardato in avanti, al futuro, alla trasformazione, alle cose da fare e con questo tipo di atteggiamento purtroppo nel tempo ha eliminato elementi iconici come le mura spagnole o i Navigli, praticamente scomparsi. Sono consapevole che il mantenimento avrebbe limitato in parte l'espansione della città, però ritengo che certi interventi progettuali l'abbiano peggiorata anziché migliorata. Oggi fortunatamente si è diffusa una certa sensibilità da parte dei progettisti, come anche degli sviluppatori, che vedono una grande opportunità nel processo di restauro e recupero di volumi di edifici complessi posizionati all'interno del tessuto urbano.

Cosa rimane del "fascino milanese" mentre la città cambia volto?

Milano è in continua trasformazione, ma elementi del suo fascino restano immutati. Penso a Brera, fucina di creatività e artigianalità. I vicoli acciottolati e le botteghe caratteristiche sono testimoni di un passato vibrante, e la modernità vi si fonde armoniosamente. In questo quartiere, pur nella sua evoluzione, l'essenza della creatività continua a pulsare e ad alimentare la vitalità di Milano.



Ritratto di Marco Piva.
Foto di Lodovico Colli
di Felizzano

L'ingresso del nuovo
Gran Melia Palazzo
Cordusio, durante
gli interventi di
riqualificazione.
Foto di Andrea
Martiradonna

BRERA, UN ALTRO MODO DI FARE CALCIO

La terza squadra di Milano “in serie A nel Mondo”, la cui storia è cominciata all’inizio del millennio, prosegue la sua attività non solo in Italia con una serie di progetti originali, ma sempre portando positività dentro e fuori il terreno di gioco

di **ENRICO S. BENINCASA**



“Chris Gardner, imprenditore americano, si è innamorato del Brera e ha messo in piedi un team di investitori che ha reso possibile, a gennaio 2023, la quotazione del gruppo nel Nasdaq”

Era l'estate del 2000 quando il mondo calcistico milanese fu scosso dalla nascita del Brera FC, allora la terza squadra professionistica della città iscritta al campionato di serie D. Fondata dal giornalista ed editore Alessandro Aleotti e allenata inizialmente da Walter Zenga, il Brera uscì presto dalle categorie pro del calcio italiano ma continuò la sua attività tra i dilettanti. Oggi, dopo oltre due decenni di vita, quella neroverde è una realtà unica nel mondo del calcio. «In questi anni abbiamo fatto tanti progetti, operando in maniera poco codificata e senza seguire schemi tradizionali», ci racconta Alessandro Aleotti, figlio del fondatore-presidente del club. «Abbiamo coinvolto il quartiere e i giovani con la scuola calcio non competitiva, ma anche realtà come quella del carcere, con il Free-Opera». Gli esempi sono tanti e difficili da condensare in poche righe, ma certamente l'espansione geografica del Brera è un unicum a livello italiano: «Per fare calcio professionistico in Italia servono strutture e un seguito che a Milano, con due delle squadre più forti del mondo, è difficile da creare», prosegue Alessandro. «Con il Brera abbiamo creato squadre in altri Paesi come la Macedonia, il Mozambico e la Mongolia». Sono così nate rispettivamente il Brera Strumica, il Brera Tchumene e il Brera Ilch, che militano anche nella massima serie in ciascuna di queste Nazioni. «Siamo la terza squadra di Milano in serie A, ma non quella italiana, e abbiamo il desiderio di arrivare in tutti i continenti», ci dice Alessandro. A rendere più concreto il tutto c'è stato anche un cambio di passo a livello organizzativo, come la recente quotazione di Brera Holdings al Nasdaq. Chris Gardner, imprenditore americano, si è innamorato del Brera e ha messo in piedi un team di investitori che ha reso possibile, a gennaio 2023, la quotazione del gruppo nel listino statunitense. Per il campionato in corso il Brera Fc non ha iscritto una squadra, ma le cose dovrebbero cambiare il prossimo anno in modo da presentare una compagine neroverde e milanese al Fenix Trophy, una delle tante iniziative di questa realtà: «Si tratta di un torneo basato sulla formula della Champions League ma con squadre europee dilettanti, scelte per ragioni storiche, culturali e sportive. Il torneo ha l'approvazione dell'UEFA e le final four si svolgeranno in Italia a maggio a Desenzano». In questa storia c'è un approccio al mondo del calcio diverso, dove il gioco è sempre in primo piano: «Il calcio genera positività», conclude Alessandro, «è uno sport che contiene dei significati intrinseci che non c'è bisogno di sottolineare troppo: affrontare un avversario, anche se diverso da te, vuol dire riconoscerlo. Per noi, insomma, il calcio è qualcosa che fa bene».

Un giocatore del Brera Tchumene, squadra che partecipa alla massima serie in Mozambico

L'IMMAGINE OLTRE LO STRUMENTO

Il fotografo pugliese **COSMO LAERA** si divide fra la sua terra, che ama moltissimo, e Milano, dove si è formato e dove oggi insegna. È un figlio dell'era analogica ma è a suo agio anche con l'intelligenza artificiale, che sperimenta con gli allievi di Brera

di **PAOLO CRESPI**

Lei è il primo fotografo della sua famiglia?

No, ho appreso i primi rudimenti facendo esperienza con un mio zio che, quand'ero un ragazzo, mi ha accompagnato in questo percorso. Frequentavo il suo studio, poi, negli anni Ottanta, ho cominciato a cimentarmi con la professione insieme a lui nella natia Alberobello.

Come definisce il suo rapporto con Milano?

Vitale. È la città che da giovane mi ha permesso di aprirmi al mondo, a contatto con fuoriclasse come Gabriele Basilico e Gianni Berengo Gardin, e di far conoscere i maestri della fotografia internazionale nel sud Italia, il territorio che mi appartiene di più, come animatore di festival diffusi e rassegne specializzate dapprima in Puglia – la regione dove sono cresciuto e dove vivo tuttora con la mia famiglia – poi in Calabria e Basilicata dove a varie onde ho portato i massimi esponenti della fotografia del mio tempo, a partire da quelli legati all'agenzia Magnum: da Elliott Erwin, scomparso alla fine di novembre, a Mark Riboud o a Martin Parr. Da dieci anni a questa parte, quando sono nati i corsi universitari di fotografia, insegno la mia materia all'Accademia di Brera e quindi durante l'anno trascorro a Milano tre giorni su quattro della mia settimana tipo. È la mia seconda patria.

Nella bellissima foto che ci ha concesso per la copertina di questo numero di Club Milano prevale l'istinto o la costruzione?



In realtà è la classica foto istantanea, non studiata: ho avuto la fortuna di cogliere questa coppia in visita alla Fondazione Prada, solitamente piuttosto affollata, in un momento in cui nessun altro passava di lì. E l'effetto ha una sua poesia. In generale sono attratto dai luoghi legati all'arte e alla cultura, come Gibellina e il Cretto di Burri, oggetto di un progetto visibile sul mio sito personale. In quasi tutte le mie immagini c'è una presenza umana, che mi conduce in quel determinato luogo e lo abita.

L'architettura è una delle costanti del suo lavoro. Nel suo portfolio mi ha colpito una foto

del monastero di Montecassino che sembra un quadro metafisico, con le figure umane disposte nel grande chiostro come personaggi di un presepe...

Lì, al contrario, l'immagine realizzata durante una ricognizione sui luoghi di San Benedetto nasce da una messinscena "filmica", costruita nell'arco di alcune ore, scattando in momenti successivi e sovrapponendo i frame più interessanti in fase di post-produzione. La scansione graduale dello spazio è una delle possibilità della fotografia digitale, che ci affranca dalla logica del millesimo di secondo e ci avvicina all'arte pittorica, con un risultato a volte destabilizzante per la persona che lo osserva, frutto anche delle distorsioni visive legate alle ombre e alla luce che cambia all'interno dell'architettura. Con questa tecnica ho portato a termine da poco un progetto lungo un anno dedicato alle feste patronali in Puglia, con riprese che duravano anche quattro ore.

E nella vita di tutti i giorni?

Scatto molte foto occasionali che pubblico anche nel mio racconto giornaliero su Instagram. La mia,

come avrà intuito, è una passione totalizzante: non mi lascia tempo per altro.

Dal suo punto vista, l'intelligenza artificiale è un rivale o un alleato per voi creatori di immagini?

Per quanto mi riguarda, anche se faccio parte di una generazione "analogica", non è un nemico da temere o demonizzare, ma un'opportunità su cui cominciare a lavorare. Con alcuni dei miei studenti di Brera lo stiamo già facendo attraverso programmi di AI che generano immagini attingendo all'enorme archivio web costituito dal materiale visivo che ognuno di noi, più o meno consapevolmente, produce ogni giorno. A un certo punto, forse, non avremo più bisogno di una fotocamera. Ma sicuramente ci servirà una visione personale, presupposto fondamentale della creatività. Ma prima c'è un altro gap da superare...

A cosa si riferisce?

Nelle scuole italiane la fotografia è entrata solo timidamente, come educazione all'immagine. Dipendesse da me, dovrebbe essere materia di studio obbligatoria fin dalle elementari.

Nella pagina accanto, Ritratto di Cosmo Laera

La foto di Cosmo Laera *Eden Urban Nightscape #2*, 2012





DESIGN E TECNOLOGIA

Epos inaugura la stagione con il lancio di Luxor, una collezione caratterizzata da un'eleganza seducente e raffinata. Inoltre, vengono introdotti i nuovi modelli in acetato ad alta densità che ampliano l'offerta del marchio milanese

La nuova proposta stilistica di Epos è Luxor. Una collezione di sei modelli, ciascuno disponibile in tre colorazioni diverse, che si contraddistinguono per le linee femminili e sofisticate. I dettagli in metallo e le decorazioni raffinate sono il simbolo di un'eleganza senza tempo, in linea con la vera essenza del brand. Oro, Smeraldo, Diamante, Quarzo, Rubinia e Topazio, questi i nomi scelti per richiamare il concetto di lusso espresso con una palette cromatica di forte impatto. I modelli Luxor si distinguono anche per l'innovativa tecnologia dei terminali dotati di grip anticaduta. Una caratteristica nata dalla collaborazione con uno studio artigianale di design e finalizzata a garantire una vestibilità ottimale. Ogni modello è realizzato con lastre di acetato Mazzucchelli con giochi di trasparenze distintivi, una combinazione cromatica che contribuisce ad esaltare il prodotto. Tra le ultime novità del marchio spiccano anche i modelli realizzati in acetato ad alta densità. Nove occhiali, sottili e leggeri, che garantiscono un comfort e una solidità senza precedenti. Per arricchire l'offerta, Epos espande la gamma di occhiali da vista clip-on realizzati in Hexetate con l'aggiunta di cinque nuove forme. Hexetate è un materiale leggero, eco-friendly e riciclabile, che offre maggiore resistenza ai graffi rispetto all'acetato tradizionale.

www.eposmilano.com

STORIE DI ORDINARIA CREATIVITÀ.
Fa la differenza nel lavoro, di qualunque settore, ma anche nelle piccole cose quotidiane. Quel mix di fantasia, intuito e sensibilità è ciò che aggiunge valore al nostro tempo, al nostro stile e alla nostra qualità della vita. Anche e soprattutto in questi tempi manipolati da limitati logaritmi è fondamentale essere creativi, per evolvere, crescere e migliorarsi. O anche solo per non annoiarsi o peggio deprimersi. Ci sono infinite applicazioni di questa caratteristica, che abbiamo ritrovato in tutti i personaggi che abbiamo incontrato in giro per la città, dei quali raccontiamo le storie nelle prossime pagine

a cura di **GIULIANO DEIDDA**

foto **LUDOVICA ARCERO**

MATTEO OSCAR GIUGGIOLI

ATTORE

“Il ruolo più forte che ho interpretato è stato in uno spettacolo teatrale, *Destinatario sconosciuto*, di Katherine Kressmann Taylor, che racconta l’evoluzione dell’amicizia tra un tedesco e un ebreo, tra il 1932 e il 1934. Sono stati divertenti anche gli ultimi progetti ai quali ho partecipato, da *Billy*, film di Emilia Mazzacurati di cui sono protagonista, a *Suspicious Minds* di Emiliano Corapi, presto nelle sale. Interpretare Mauro Repetto degli 883 in *Hanno ucciso l’uomo ragno*, la serie Sky di prossima uscita, è stata una vera sfida. In questo caso è stato stimolante scavalcare le generazioni e immergermi in un periodo senza smartphone”.

location

Radisson Collection Hotel
Palazzo Touring Club Milan
corso Italia 10

Abito monopetto
due bottoni in tweed
di lana e cotone
con pantaloni una
pinces, pull girocollo
in maglia di lana e
cotone e mocassini
in pelle trapuntata
con suola in gomma,
tutto **DIOR MEN**



MATTEO MILIONE

CEO DI YOUTHQUAKE

“Youthquake è un’agenzia creativa in ambito digital marketing data-driven. Sostanzialmente utilizziamo i dati degli utenti, che sono disponibili sul web, e li incrociamo con quelli del brand che si rivolge a noi, in modo da creare una filiera di dati integrata. Lo studio di queste informazioni ci permette di creare campagne e strategie social per i nostri clienti. Sono molte le realtà che utilizzano queste informazioni. L’esempio più famoso è quello della serie *Stranger Things*, nata dalle analisi delle ricerche sul web commissionate da Netflix. La nostra peculiarità è quella di utilizzare i dati scientifici in un’agenzia creativa”.



Parka in lino
spalmato e
pantaloni flat front in
lino, tutto **120% LINO**

location
Ristorante Nabucco
via Fiori Chiari 10



ALBERTO VANIN

ARCHITETTO E INTERIOR DESIGNER

“Dopo i lockdown legati al Covid le persone sono diventate più consapevoli e attente all’ambiente domestico. Il mio cliente tipo è altospendente e in cerca di una soluzione complessiva, quindi si affida a me completamente. La visibilità mediatica è diventata fondamentale, soprattutto per chi ha una professione che richiede di essere sempre al passo con i tempi. I social sono il mio biglietto da visita, mentre il sito web è solo un rimando di supporto. Nel mio caso è arrivata poi la tv, con un programma su La7 insieme a Paola Marella. In seguito è partito *Case da Vip*, un format nato sui social, che presto potrebbe approdare su un network televisivo”.

location
Hub Pianca & Partners
via di Porta Tenaglia 7N3



MARKO LIPKOVAC

MODELLO PER GUYS MGMT

“Ho cominciato a fare il modello due anni fa nel mio Paese, la Croazia, con un lavoro per un’azienda italiana, Calzedonia Intimissimi. Subito dopo ho iniziato a spostarmi per lavoro tra Istanbul e Amburgo, ma contemporaneamente continuando a studiare chinesologia all’università, nel mio paese. Da qualche mese sono stato chiamato a Milano dall’agenzia Guys, sono arrivato a fine gennaio e devo dire che spero di continuare qui, perché mi piace tutto, la cultura, lo stile di vita e la lingua, che voglio imparare. Nonostante ami il percorso delineato dai miei studi, vorrei continuare la carriera di modello il più a lungo possibile”.

location
Brera Design
Apartment
via Palermo 1

Field jacket in lana
con coulisse nascosta,
girocollo in maglia di
lana, mocassini in vitello
spazzolato con suole in
cuoio e calze in cotone,
tutto **PAUL SMITH**,
camicia in cotone
stampato **XACUS**,
pantaloni flat front in
cotone **AT.P.CO**, cintura
in pelle **GAVAZZENI**



Field jacket in cotone
L'IMPERMEABILE,
T-shirt in jersey di
cotone, **AT.P.CO**,
chinos in cotone
TELA GENOVA,
Stan Smith in pelle
con suola in gomma
ADIDAS ORIGINALS

location
Terenzi
Communications
via Bergognone 9

DAVIDE D'ADDATO

AUTORE TELEVISIVO E CONDUTTORE RADIOFONICO

“In questo momento sto lavorando come autore per MasterChef Italia a tempo pieno. Io e tutti i bravissimi colleghi della squadra siamo nella fase embrionale di scrittura della prossima stagione. Mi sono laureato in Linguaggio dei media all'Università Cattolica di Milano e, durante gli studi, mi è stata data l'opportunità di lavorare e collaborare con il programma *Il Grande Talk*, l'antenato dell'attuale *Tv Talk*, che all'epoca era trasmesso da TV2000. In seguito mi sono fatto le ossa nella redazione degli show su La7 di Geppi Cucciari e Maurizio Crozza, che non ringrazierò mai abbastanza per tutto quello che mi hanno insegnato”.

FEDERICO MARTELLI

CANTAUTORE

Giubbino in
poliestere
CANADIAN,
pull girocollo in
maglia di cotone e
viscosa **PTOI**,
pantaloni una pince
in nylon con elastico
in vita **BERWICH**

location
U Barba Bottega
Genovese via
Pontaccio 5

“Vengo da Novara, dove ho fatto parte di diverse band prima di trasferirmi a Milano per lavoro. Qui, grazie all'incontro con il produttore Dario Moroldo è nato il progetto Martelli ed è arrivata l'intuizione di *Bello Bello*, pubblicata nel 2021 con Peer Music. La mossa di presentarmi a *Italia's Got Talent* per promuovere la mia musica ha avuto dei risvolti che non mi aspettavo, un mondo generalista mi ha fatto diventare virale. Sono ora passato a Talento, l'etichetta di Aurora Boreale, con cui ho appena pubblicato un duetto, *Giù dal pero*, brano con il quale abbiamo partecipato a *Una voce per San Marino*, nella speranza di conquistarci l'Eurovision”.



RIMETTERE ORDINE?

Le collezioni maschili per l'autunno inverno 2024, che si sono avvicendate sulle passerelle negli ultimi due mesi, hanno proposto un ritorno agli archetipi maschili, riutilizzando i classici in modalità inedite

di **GIULIANO DEIDDA**



“Può sembrare un dettaglio, ma era da tantissimo tempo che non si vedeva una cravatta in passerella”



“Devi conoscere le regole prima di poterle infrangere.” Questo principio, che per più di cinquant’anni ha guidato il lavoro di Paul Smith, uno dei principali punti di riferimento della moda maschile, è ribadito ancora una volta nella sua collezione presentata a Parigi a gennaio. Può comunque essere utilizzato come chiave di lettura per analizzare le proposte per la prossima stagione, che hanno calcato le passerelle negli ultimi due mesi. Si tratta infatti di un concetto basilare nella storia del menswear, valido soprattutto nei nostri tempi postmoderni in cui sembra valere tutto. Gli attuali mashup di riferimenti, stili, fluidità di genere e appropriazioni culturali varie, che vanno a comporre lo stile di una collezione, hanno infatti bisogno di essere incanalati in dei codici, tradizionali o nuovi di zecca non importa, per essere d’impatto, o perlomeno avere un qualche senso. Alla fine, è in questa banale regola, valida per la moda come per tutte le arti, che sta la differenza tra una proposta che funziona e una che lascia il tempo che trova. Questa chiave di lettura si rivela particolarmente adatta alle proposte per la prossima stagione, per la direzione che sembra prendere l’abbigliamento maschile.

Da un lato c’è la tendenza a offrire capi studiati per essere indossati, un rinnovato gusto per l’understatement che da qualche stagione si stava facendo strada. Sicuramente si riparte dalla rivisitazione dei grandi classici, a cominciare dall’abbigliamento formale, evidenziato dal ritorno dell’accessorio più penalizzato negli ultimi anni, a causa di lockdown e smart working, la cravatta. Può sembrare un dettaglio, ma era da tantissimo tempo che non se ne vedeva una in passerella. Finalmente si sono riprese la scena e, oltre tutto, come fulcro di una serie di proposte estremamente influenti, a partire da Prada, dove completano i contemporanei abiti dalle giacche over, con tanto di spalline sostenute e revers importanti. Paul Smith, naturalmente, le include nel suo guardaroba classico riconfigurato, in cui i capisaldi del tailoring inglese sono contaminati da elementi casual, a partire dal denim, il tutto esaltato da scelte cromatiche polverose in un gioco di tono su tono. A proposito di cravatte e tono su tono, Maximilian Davis ha utilizzato entrambi in modo decisamente azzeccato nella sfilata di Ferragamo, ispirata agli anni Venti del Novecento. Il direttore creativo della griffe fiorentina è uno di quelli che le regole le conosce bene, considerato che oltre a quelle del menswear deve tener conto anche dell’heritage di uno dei capisaldi della moda italiana. Grazie a questo, è infatti in grado di proporre riferimenti alle divise militari, giacche dalla silhouette impeccabile, shorts da uomo per l’inverno e cravatta e camicia dello stesso colore nello stesso look. Il massimo dell’impat-

Sopra. Gucci autunno inverno 2024. Nella pagina accanto. Prada autunno inverno 2024

to in questo senso ce l'hanno però due uscite, totalmente monocromatiche, composte da camicia, cravatta e pantaloni ampi realizzati nella stessa pelle, con borsa abbinata. La pelle del resto è stata utilizzata parecchio in queste collezioni, proprio per il suo essere preziosa e facilmente portabile. Anche sulla passerella di Tom Ford, per esempio, è comparso il total look camicia pantaloni, anche se in questo caso le linee e i codici sono molto diversi, Peter Hawkins ha prediletto infatti silhouette decisamente aderenti e slanciate e scelte cromatiche dark, in linea con l'estetica del brand, da sempre tesa a esaltare la bellezza nel senso più classico e totalizzante del termine, anche in modo aggressivo. Oltre alla pelle, anche il denim ha un ruolo da protagonista in queste collezioni che si propongono di riutilizzare tutti i classici e gli archetipi maschili in modo contemporaneo. Anche in questo caso, l'opzione più diffusa è quella del total look, o quasi. Prada ne propone una versione lavata per camicia, pantaloni e cravatta (immancabile), da portare sotto il cappotto dai volumi squadri. Kim Jones sceglie per Dior Men un tessuto più spesso e scuro, per il completo field jacket e pantaloni ampi, con cuciture a contrasto. Junya Watanabe, non solo decide di includere il denim in collezione, ma come nel suo stile, collabora direttamente con Levi's, nella creazione di 12 look, inclusa la tuta, uno dei capi rappresentativi di un altro filone di trend che continua a essere evidente, quello del workwear. Tornando al punto di partenza, invece, l'understatement ha dato il suo meglio in alcune proposte viste sulla passerella di Gucci, dove Sabato De Sarno dà l'idea di cercare di fare ordine in un heritage pesante e estremamente diversificato, in modo da riuscire a dare spazio alla propria visione in modo riconoscibile. In questa collezione va detto che gioca la carta dell'eleganza, declinata in molteplici varianti non scontate. L'intento riesce più volte, a partire dalle silhouette lineari degli abiti doppio petto con abbottonatura nascosta e profilo a contrasto sullo scollo, da portare con la camicia abbottonata, in questo caso senza cravatta e sopra i nuovi mocassini, un ibrido tra i classici horsebit e le creepers. Un approccio simile si è visto nelle proposte maschili di Tod's, nell'esordio di Matteo Tamburini alla direzione creativa. Il designer ha puntato infatti sul rigore estremo, rieditando i classici maschili dal gusto dichiaratamente milanese, giacche e cappotti strutturati e pantaloni morbidi, in abbinamenti cromatici tono su tono. Anche in questo caso il tocco di stile è dato dalla barretta metallica che arricchisce la nuova versione dei mocassini con i gommini, marchio di fabbrica della griffe.

Tom Ford autunno
inverno 2024



LARDINI

STILE E PERFORMANCE. Inaugurato a ottobre 2022, lo store Xacus in via Solferino è il veicolo della visione del brand. L'AD **PAOLO XOCCATO** ci spiega come non si tratti di un semplice punto vendita, e ci racconta dell'inedito progetto artistico The Art Of Becoming

di **GIULIANO DEIDDA**

A un anno e mezzo dalla sua apertura, possiamo fare un bilancio sullo store Xacus in via Solferino?

Nonostante sia partito tardi rispetto ai nostri programmi, a causa del Covid, siamo decisamente soddisfatti, perché si sta dimostrando in linea con i piani di sviluppo. Sta performando secondo le aspettative anche se posso affermare che darà risultati ancora migliori quando sarà a pieno regime. Mi riferisco a progetti che dobbiamo ancora finalizzare internamente.

Come ha influito la scelta della location sulla tipologia di clientela?

Questa ubicazione ci porta fondamentalmente due tipi di clientela, i locali e i turisti, non ce n'è una che emerge. Si tratta di un'utenza adatta al tipo di progetto in entrambi i casi. Del resto a Milano c'è storicamente un'affezione per la camiceria, si tratta in particolare di una tipologia di consumatore che tende a fidelizzarsi.

Qual è l'unicità del negozio rispetto a altre realtà di shopping?

Innanzitutto la mano dell'architetto Matias Sagaria, che ha creato un concept innovativo per lo store, estremamente contemporaneo, ma pensato per esaltare la tradizione. Del resto siamo un'a-

zienda con una storia e Sagaria è riuscito a dare un'interpretazione corretta alla nostra visione. Ci proponiamo come specialisti nel nostro campo, per cui il negozio deve poter contenere un enorme assortimento delle nostre proposte. Cerchiamo di trasferire ai clienti la nostra competenza, come un vero e proprio servizio di consulenza. Questo è il valore aggiunto del nostro punto vendita, il racconto sul senso dei nostri prodotti. Ciò che stiamo per finalizzare è invece il servizio di personalizzazione, in modo da realizzare i capi esattamente secondo i desideri del cliente, non solo su misura. Stiamo portando a compimento una formula contemporanea, anche grazie alla tecnologia, che permetterà al cliente di visualizzare la realizzazione della camicia.

Tra l'altro, lo store è periodicamente il teatro del progetto The Art Of Becoming. Com'è nato questo concept?

Sì, la prima puntata del progetto di collaborazione con gli artisti è coincisa con l'opening della boutique. Crediamo che questa contaminazione risulti in un bel linguaggio. La scelta del titolo, in italiano l'arte del divenire, è già emblematica, infatti si tratta di interpretare il nostro prodotto collegandolo a dei temi ogni volta diversi. Simone

Brillarelli, che ha inaugurato questo percorso, ha raccontato attraverso diverse tecniche l'italianità. Matteo Cibic, che abbiamo coinvolto l'occasione del Salone del Mobile lo scorso anno, ha interpretato la tradizione manifatturiera con l'opera Mystery/Mastery. L'ultima protagonista è stata Anaïs Herd-Smith, che ha presentato un progetto legato alla sostenibilità in collaborazione con il nostro partner Fedrigoni, che produce carta ottenuta dagli scarti della lavorazione del cotone, che noi utilizziamo per il packaging.

A questo proposito, come selezionate gli artisti con cui collaborare?

Vengono scelti di volta in volta, in base al momento e al tema da sviluppare, il prossimo, che presenteremo nei giorni di Miart, è un giovane artista che lavora il marmo e la pietra, ma non posso dire di più in questo momento.

Tornando allo store, avete notato delle differenze nei best seller, rispetto a altri corner?

La differenza principale è che nel nostro flagship abbiamo più spazio, non ci sono i vincoli degli altri punti vendita. Per questo capita che degli articoli che il mercato non può acquistare per svariati motivi, dai noi abbiano grande successo. In generale le tendenze di vendita sono le stesse, ma ci sono del-

le nicchie di prodotto che solo nel nostro negozio sono in grado di dare soddisfazione.

Quali sono i pezzi forti di questa stagione?

Siamo ancora all'inizio, ma in questa fase va bene tutta la parte active, le camicie più performanti. Siamo stati dei precursori in questo segmento, rivolto a un consumatore dinamico che cerca comfort, praticità e facilità d'uso, oltre allo stile. A Milano poi funzionano molto bene le wrinkle free in cotone, molto adatte al mondo del business. Si tratta di prodotti per clienti attenti. Nei prossimi mesi prevediamo che i modelli in lino faranno delle ottime prestazioni in termini di sell in.

Su quali modelli puntate invece per l'autunno inverno prossimo?

Ora che ci avviciniamo alla fine della campagna vendite, possiamo dire che c'è una continuità sulla parte performance. Inoltre si sta vendendo bene tutta la parte delle lane leggere, oltre alle overshirt, che prendono sempre più piede, in jersey pesante, velluto e in generale in tessuti sostenuti.

Quali sono i prossimi passi?

Come ho detto, innanzitutto perfezionare i servizi dell'hub milanese, a quel punto potremo replicare il format in altre città in Italia e in Europa, per cominciare.



A sinistra Paolo Xoccato, AD di Xacus.
A destra Xacus Store, via Solferino 8

UN SALOTTO NEL SALOTTO

È stata inaugurata lo scorso gennaio la nuova boutique Rolex in Galleria Vittorio Emanuele II, come sempre insieme a Rocca, una delle più importanti catene di negozi di gioielli e orologi di lusso al mondo. La casa ginevrina corona così il sogno di essere presente nel salotto di Milano, divenuto sempre più prestigioso negli anni, con spazi armonici e rispettosi dei codici stilistici che caratterizzano questo luogo. Il progetto d'interni è di ACPV Architects Antonio Citterio Patricia Viel e consiste in un'ampia operazione di restauro, ispirata al design originale della famosa galleria commerciale, costruita in stile neorinascimentale. La boutique si sviluppa su tre livelli, un piano terra per l'accoglienza dei clienti, un piano ammezzato dedicato alla vendita e un piano superiore esclusivo. Gli interni del negozio esaltano e valorizzano l'artigianato italiano e le lavorazioni storiche, radicate nella tradizione del design locale. Lo stile del negozio incoraggia le persone a vivere lo spazio, aprendo un collegamento visivo che, dall'esterno, attraversa le aree espositive e raggiunge la moving room.



SGUARDI RAMPANTI

Lanciata lo scorso 24 febbraio, con un party al Teatro Alcione in piazza Vetra, la nuova collezione Eyewear di Ferrari segna il debutto della partnership del brand con EssilorLuxottica. La serata è stata l'occasione di presentare una panoramica della collezione di occhiali, che include include costruzioni in titanio Made in Japan, modelli rifiniti con inserti di pelle e silhouette in acetato di alta gamma. Più di 500 ospiti hanno festeggiato il lancio in un ambiente in perfetto stile Ferrari, intrattenuti con il DJ set di Anfisa Letyago & Brioski.



DA COLLEZIONE

Lo scorso autunno ha debuttato il primo lancio di Eton x The Beatles, una collezione in edizione limitata, tributo alla band britannica che ha rivoluzionato la musica pop. Ripercorre i momenti più significativi della storia del gruppo, per esempio una stampa all'over rievoca l'inconfondibile incrocio di Abbey Road, un'altra è ispirata all'album Revolver. Il direttore creativo Sebastian Dollinger ha inoltre voluto ricreare la camicia indossata da John Lennon nel documentario Get Back, prodotto dopo la registrazione dell'album Let it Be.



ARTE AI PIEDI

La collezione primavera estate 2024 Outsides di Sebago ridisegna i classici mocassini del brand con un'estetica visionaria, trasformandoli in una tela su cui sperimentare pattern molto connotati. I colori danno così nuova energia allo stile intramontabile di questo modello, risultato di una grande sapienza artigianale. Due sono le stampe principali, entrambe provenienti da un passato all'avanguardia, il damier optical e le caleidoscopiche fantasie multicolori, che ricordano la psichedelia degli anni Settanta.





LUSSO URBANO E SOSTENIBILE

Nove25, brand sinonimo di gioielleria urban, debutta con una nuova linea, Fine Jewelry, una collezione di gioielli impreziositi da diamanti lab grown. Inoltre, al tradizionale argento vengono affiancate per la prima volta delle proposte in oro, sia giallo che rosa e bianco, a 9 o 18 carati. Il risultato è una selezione di anelli, fedi, fedine, solitari e chevalier, da ordinare e personalizzare attraverso il configuratore MyNove25, sul sito web o direttamente negli store del brand. Si tratta di una proposta come sempre all'avanguardia per il settore. L'utilizzo di diamanti coltivati in laboratorio, con le stesse caratteristiche chimiche e fisiche di quelli naturali ma a un costo più accessibile, infatti evita l'estrazione delle materie prime, consentendo una produzione etica e sostenibile.

foto H2O

Anello solitario
personalizzabile
refinito a mano in
oro 18 carati con
diamante lab grown
NOVE25

Come nessun altro trend è simbolo della contemporaneità. Nella nostra realtà multitasking, in cui la velocità è essenziale, insieme all'esigenza di soluzioni all'insegna di praticità e funzionalità, la tendenza workwear spopola da ormai più di una stagione, e dalle passerelle approda nella vita quotidiana di tutti disegnando un nuovo concetto di eleganza effortless. Un tempo

La moda ispirata agli abiti da lavoro spopola da diverse stagioni nei guardaroba di uomini e ragazzi di tutte le età. Non si tratta solo di una scelta di stile, è una vera e propria tendenza culturale che durerà ancora

Utility Workwear

di **MONICA CODEGONI BESSI**



appannaggio dei più giovani, che scelgono questo stile, caratterizzato da pantaloni cargo e capi decorati da una pioggia di zip che quasi ricordano l'estetica punk, per le sue connotazioni street, oggi entra a far parte dei guardaroba più eleganti. Fendi, per questa stagione ha anticipato tutti, come si è visto alla sfilata maschile della griffe, special guest a Pitti Uomo 104. Si è trattato di un evento altamente rappresentativo, a partire dalla scelta della location, nella Fendi Factory, il nuovo headquarter produttivo nel cuore della campagna toscana, per celebrare l'eccellenza della maison nella pelletteria made in Italy. In un vero e proprio omaggio agli artigiani della griffe, sono stati citati gli elementi del loro abbigliamento, i camici, i grembiuli e le cinture multitasche. Anche gli accessori sono in tema, come i pendenti a forma di chiave dell'armadietto, le piastrine con su scritto Made in Fendi e le spille StaFF Only. Questo codice estetico è centrale anche nelle collezioni di altri brand in questa stagione, in un mix di sartorialità e stile utilitaristico. Per esempio 1017 Alyx 9SM propone una selezione di gilet multitasche, pantaloni e bermuda cargo e giacche in pelle trattata. 44 Label Group e Junya Watanabe invece, con il loro gusto decisamente urban, sposano uno spirito molto audace che parla di ribellione pensato per le nuove generazioni. Prada interviene con la sua autorità ed eleva la tendenza al massimo dello chic, proponendo camicie con gilet multitasche camouflage da indossare con i jeans. Un altro capo immancabile è naturalmente la tuta, minimalista quella di Zegna, in seta stampata per Etro, immacolata per Valentino, rosa quella firmata Loewe. Etudes la propone invece in nylon, Dolce & Gabbana osa con il pizzo, Magliano ne propone una versione filologica, in tela di cotone beige.

Sulla passerella di Fendi lo spolverino con impunture a contrasto cita senza mezzi termini il camice da lavoro

Dalla fabbrica alla passerella, la tenuta da lavoro diventa chic con gli accessori giusti



MANUEL RITZ

Overshirt sfoderata in cotone tecnico con tasche applicate e ricamo embossed



BERWICH

Pantaloni regular fit una pince in lino italiano con disegno resca e coulisse in vita



CANALI

Cappello da pescatore in nylon con coulisse elastica con accessorio finitura canna di fucile



LOUIS VUITTON

Baule porta scarpe in tela Damouflage e pelle, con apertura superiore e laterale



VOILE BLANCHE

Sneakers in suede e tessuto tecnico con suole in gomma ultraleggera e stampa serigrafata sul bordo

Destination Porsche

di STEFANO AMPOLLINI

Apri a Milano un punto di incontro, non una semplice concessionaria, che rappresenta per la casa tedesca una nuova filosofia incentrata sul cliente

Prosegue l'evoluzione dei Centri Porsche italiani per adeguarsi alla nuova Corporate Identity del Marchio. "Destination Porsche" è il nome scelto dalla Casa di Stoccarda per esprimere la nuova filosofia, che vede la trasformazione dello showroom da punto vendita a "destinazione", ovvero da luogo prevalentemente incentrato sul prodotto a esperienza focalizzata sul cliente. Dopo Piacenza, Perugia e Treviso, è il Centro Porsche Milano Nord ad aprire le porte del nuovo showroom, proponendo un nuovo modo di vivere lo spazio fisico della concessionaria, in grado di favorire nuovi momenti di contatto. In questa nuova concezione e configurazione, la concessionaria diventa un luogo di incontro, di eventi, di approfondimenti ma anche di semplice ritrovo tra appassionati. «Porsche ha sempre dimostrato di saper anticipare i tempi e con Destination Porsche vogliamo far fede a questa lunga tradizione, proponendo un modo nuovo di concepire il punto vendita. Il Centro



Porsche Milano Nord ne è l'esempio concreto: vogliamo che i nostri clienti si sentano accolti in questo nuovo spazio che rispecchia la nostra filosofia orientata all'innovazione e al concetto di lusso informale», dichiara Pietro Innocenti, Amministratore Delegato di Porsche Italia. Per aderire al concept "Destination Porsche", il Centro Porsche Milano Nord – il primo dei tre Centri Porsche facenti parte di Porsche Retail Italia ad adottare la nuova Corporate Identity – ha riprogettato la struttura già esistente, dotandola di nuove funzionalità e trasformandola completamente. I lavori di ristrutturazione sono iniziati a marzo 2023 e il risultato finale incarna perfettamente la dicotomia tra tradizione e innovazione tipica di Porsche. La facciata esterna in lame di alluminio si ispira alle prese d'aria dell'iconico modello 911 e al contempo crea un'atmosfera invitante e accattivante all'ingresso. La configurazione degli interni reinterpreta abilmente l'eredità unica del Motorsport Porsche ed è caratterizzata da spazi ampi che promuovono l'interazione e la relazione con gli ospiti, superando i canoni delle concessionarie tradizionali.

Diverse zone tematiche accompagnano i clienti in un viaggio nel mondo Porsche: le novità di prodotto, il mondo E-Performance, la vista "dietro le quinte" dell'officina, l'usato "Porsche Approved" e la Fitting Lounge di Porsche Exclusive Manufaktur dove le auto dei sogni diventano realtà, solo per citarne alcune. Anche l'interior design degli spazi comuni è stato pensato per favorire l'esperienza del cliente: la nuova Porscheplatz è il simbolo di questo nuovo concept, un'area esclusiva in cui ogni elemento, dalle cromie ai complementi d'arredo, è stato accuratamente scelto per incoraggiare la socializzazione e offrire agli ospiti momenti di svago in un'atmosfera rilassata e accogliente, anche, per esempio, mentre ricaricano la propria vettura presso i due punti di ricarica ultrarapidi da 350 kW disponibili. Le opere di ristrutturazione interna hanno inoltre incluso un'espansione del primo piano, che oggi ospita sale riunioni, uffici e aree relax volte a creare un'ambiente più



moderno e funzionale anche per il personale del Centro Porsche.

"Destination Porsche" significa anche maggiore digitalizzazione per offrire ai clienti un'esperienza senza soluzione di continuità. Numerosi touch screen danno vita ai prodotti e ai servizi del marchio Porsche in modo interattivo. La firma elettronica, il pagamento online e il processo di accettazione digitale del service disponibile dal prossimo anno elevano la customer experience a un nuovo livello.

Nella pagina accanto, La facciata esterna in lame di alluminio si ispira alle prese d'aria dell'iconico modello 911 e al contempo crea un'atmosfera invitante e accattivante all'ingresso

Sopra. "Destination Porsche" è il nome scelto dalla Casa di Stoccarda per esprimere la nuova filosofia di punto vendita: spazi più aperti, atmosfera più coinvolgente e un'esperienza di marchio incentrata sul cliente

Stile “more is more” per la zona dedicata alla preparazione dei pasti. Conviviale, allegra ed eclettica, la cucina del 2024 si riempie di suggestioni e mette in scena un mix and match di materiali e colori. Sempre con assoluta eleganza

Va in scena la cucina massimalista

di **MARZIA NICOLINI**

La cucina componibile in legno massello della collezione Incontrada di Marchi Cucine mette in scena una calorosa atmosfera country, con dettagli cromatici ispirati a viaggi lontani



Tempo di dire addio alle cucine monocromatiche, monomateriche e monotematiche, così di moda negli anni 2000, quando il total white era la norma. La kitchen area del nuovo anno è massimalista e incoraggia la messa in scena di più colori, materiali e stili, attingendo liberamente a epoche, luoghi e scuole estetiche differenti, abbracciando anche pattern e decori country e provenzali. Il fascino dell'eclettismo, nel segno del “more is more” e dell'audacia creativa. Una tendenza anticipata a inizio anno dal report 2024 di Pinterest, piattaforma social che si dimostra sempre un passo avanti nel decretare quali saranno i trend estetici più ricercati online (e concretizzati offline). Che cosa aspettarsi dalla cucina massimalista? Visualizzate un ambiente in grado di mettere istantaneamente di buonumore, celebrando – tra le altre cose – il fascino degli oggetti, dei mobili e degli accessori di seconda mano, vedi alla voce “sedute, tavoli, lampade ed elettrodomestici vintage”. Più colore c'è, meglio è, con l'invito a osare sfumature brillanti di verde per un effetto natura indoor, rosa cipria per sentirsi all'istante in un film di Wes Anderson, giallo canarino per chi adora il mood solare. Una curiosità? Pinterest segnala la passione-ossessione per l'angolo caffetteria, ad esempio appendendo alla parete della propria cucina una lavagna di gesso su cui segnare le “bevande del giorno”, ma anche aggiungere decorazioni e accessori in stile coffee house. In questo caso, il riciclo creativo è il benvenuto. Uno spassionato consiglio: se vi è possibile, affidate il restyling della cucina in chiave massimalista a un bravo interior designer. Questo perché se è vero che l'estetica “more is more” invita a esprimersi liberamente, per un risultato armonioso occorre avere una visione d'insieme, così da evitare che i colori cozzino tra loro, creando un sottile, ma saldo fil rouge tra i vari pezzi protagonisti della vostra cucina. Vi ricordate il detto “il troppo stroppia”? Questo è il rischio dello stile di arredo massimalista. Per il resto, buon divertimento.

La bellezza nostalgica degli arredi vintage incontra l'allegria vibrante dei colori pop



BLEU PROVENCE

Leggiadra lampada da soffitto Ak007or con braccio fisso in ottone e rosoni in vetro dal fascino retrò



MAISONS DU MONDE

Riverside è un solido tavolo da pranzo quadrato bicolore con originali gambe effetto torchon



SELETTI

Vassoio Hybrid Dorotea in porcellana disegnato da Ctrlzak ispirandosi all'incontro tra oriente e occidente



TIFERNO MOBILI

Color rosso carminio scuro per questo barattolo con tappo in ceramica e doppio manico



DESIGN CIFSA

Lalabonbon è una sedia imbottita in velluto dall'estetica vintage e una voluta patina vissuta

Tecnologia da indossare

di **PAOLO CRESPI**

Gli accessori hi-tech cosiddetti “weareable” stanno vivendo un momento d’oro, in particolare nel comparto dell’audio. A guidare il successo, la ricerca estetica, la miniaturizzazione e le alleanze con i brand del lusso



Fashion victim o techno addict? Oggi si può essere entrambe le cose e fare pure un figurone. Nel nuovo mercato del lusso, per chi può permetterselo, c’è un’intersezione interessante fra gli accessori moda e i device tecnologici di ultima generazione. Figlia di una ricerca estetica che ha sempre interessato la fascia alta dell’elettronica di consumo, questa nicchia di prodotti ha fatto un salto di qualità con l’avvento dei cosiddetti “indossabili”, gadget che invece di essere integrati e magari nascosti negli indumenti (vecchia filosofia), ora possono fare tranquillamente bella mostra di sé e completare un outfit, arricchendolo e conferendogli un tocco di originalità.

La parola d’ordine, infatti, è personalizzazione. Sia che si tratti degli ultimi modelli di smart glasses in grado di rivoluzionare o integrare la nostra percezione della realtà esterna, sia che si tratti di portare a tracolla un telefono-gioiello che ha tutta l’aria di una pochette ma cambia elettronicamente il suo aspetto ogni volta che lo si desidera (la proposta di Honor V Purse, dedicata prevalentemente al pubblico femminile), la differenziazione e la capacità sorprendere, creando uno stile diverso per ogni persona, sono la chiave di molte delle nuove proposte.

Il comparto più affollato è naturalmente quello degli headset, cuffie e auricolari wireless (ma anche a filo) destinati alla riproduzione dell’audio di qualità, per musica, podcast e chiamate. Qui l’enorme varietà di forme, colori e dimensioni disponibili è determinata anche dalla vastissima gamma di applicazioni ed esperienze d’uso quo-

A fianco, i Ray-Ban Meta, smart glasses molto stilosi. Permettono di condividere la propria visuale su Facebook e Instagram

tidiano legate a questa classe di prodotti, indossabili per eccellenza. Dove l’impiego “professionale” e quello destinato al tempo libero (sport e intrattenimento indoor o outdoor) in alcuni casi si sovrappongono. I più richiesti sono quelli che puntano soprattutto sull’innovazione, su nuove componenti in grado di offrire prestazioni superiori e su materiali e dettagli di pregio, talvolta unici nel loro genere. I produttori di smartphone competono o si alleano con i marchi più prestigiosi dell’audio e l’offerta è oggi la più ampia e variegata del mercato. Fra tanto bendidio non c’è davvero che l’imbarazzo della scelta. E la produzione a getto continuo di novità non sembra destinata (per ora) al calo fisiologico che interessa molti altri ambiti della consumer electronics.

NON SOLO IN-EAR. Anche le tradizionali cuffie a padiglione, con o senza filo, spesso dotate della funzione di cancellazione del rumore, per un ascolto ottimale in treno o in aereo, stanno vivendo un momento d’oro. L’estetica minimalista va per la maggiore, ma non mancano modelli caratterizzati da un form-factor più ricercato, che si fanno ammirare dagli audiofili anche quando non sono in azione.



In alto, Free-clip, gli innovativi auricolari open-ear, intercambiabili, presentati da Huawei

Sopra, 99 Neo, iconiche e confortevoli cuffie a doppio archetto proposte da Meze Audio

Una tradizione nata nel XVI secolo, quando era un porto commerciale che attirava mercanti da tutto il mondo: cinesi, giapponesi, europei. Siamo a Hoi An, nel Vietnam centrale, dove migliaia di lanterne di seta tutte le sere accendono il fiume e la città

testo **FAUSTA FILBIER**

foto **KEL 12**

Hoi An, la città delle lanterne di seta

FAUSTA FILBIER è una giornalista appassionata di antropologia, geografia, storia, geopolitica. Una vita trascorsa a esplorare luoghi lontani e a scrivere reportage, che l'hanno portata in giro per il mondo, in Africa soprattutto, ma anche in Europa, Asia, Americhe ed Estremo Oriente.



Una donna con la bicicletta, il più diffuso mezzo di trasporto locale, va al mercato a vendere frutta e verdura



UN MAGICO SCINTILLIO. Furono i giapponesi nel XVI secolo a portare a Hoi An le lanterne di seta sagomate: le appendevano davanti alle case come augurio per la famiglia di felicità, fortuna, amore. Una tradizione mantenuta nei secoli seguenti, di cui si sono appropriati tutti gli abitanti della città.



Nella pagina accanto. Due donne con le tradizionali ceste a bilanciere, ideali per trasportare qualsiasi merce

In questa pagina. Sopra. Lanterne di seta illuminano le centinaia di barche che alla sera scivolano lente sul fiume Thu Bon

Sotto. Costruito dai giapponesi nel XVII secolo, Chùa Cầu è l'unico ponte coperto al mondo con all'interno un tempio buddhista

Migliaia di luci di tutti i colori. Immobili o fluttuanti. Si accendono tutte le sere, appena fa buio. Sono tantissime lanterne di seta che regalano uno spettacolo unico e meraviglioso. Siamo a Hoi An, in Vietnam, nella provincia centrale di Quang Nam, un'antica città nata da un villaggio di pescatori. Si estende su una superficie che non raggiunge il mezzo chilometro quadrato, sulla riva nord del fiume Thu Bon, in prossimità della sua foce.

La tradizione delle lanterne si è sviluppata tra il XVI e il XVII secolo, quando la città era un vivace porto commerciale nel quale arrivavano mercanti provenienti da tutto il mondo: cinesi, giapponesi ed europei (che là chiamavano Faifoo) si stabilirono lungo le sponde del tortuoso Thu Bon. Furono proprio i giapponesi a portare le lanterne di seta sagomate: le appendevano davanti alle loro case come augurio per la famiglia di felicità, fortuna e amore. Una consuetudine mantenuta nel tempo, di cui si sono appropriati tutti gli abitanti della città.

Oggi Hoi An, dichiarata Patrimonio Unesco nel 1999, è un esempio eccezionalmente ben conservato di porto commerciale su piccola scala, dove culture locali e straniere (soprattutto cinesi e giapponesi con successive influenze europee) si sono fuse, producendo un ambiente culturale e architettonico unico al mondo. Il suo declino, alla fine del diciannovesimo secolo, ha fatto sì che la città non mutasse rapidamente, conservando in larga parte il suo tessuto urbano tradizionale.

Sono poco più di un migliaio gli edifici antichi e ben conservati, costruiti tutti con una struttura in legno: monumenti, botteghe, abitazioni, edifici religiosi – pagode, templi e case di culto – spesso scolpiti con motivi tradizionali. Disposti fianco a fianco, si susseguono in file strette e ininterrotte lungo stradine pedonali, disegnate

“Hoi An, dichiarata Patrimonio Unesco nel 1999, è un esempio perfetto di porto commerciale su piccola scala”

a griglia, con l'asse principale che corre parallelo al fiume. A unire invece le due sponde di un piccolo canale, proprio nel cuore della città, è invece l'antico ponte rosa di Chùa Cầu. Coperto da una tradizionale pagoda, fu costruito dalla comunità giapponese all'inizio del XVII secolo, come collegamento con i mercanti cinesi che abitavano sulla riva orientale. In passato simbolo di separazione, oggi è diventato un simbolo di pace e fratellanza. Ricostruito più volte, conserva ancora il suo spiccato stile giapponese, ed è l'unico ponte coperto al mondo con un tempio buddhista al suo interno.

E le lanterne? Le prime si basavano su un antico modello cinese, adattato poi dai giapponesi in uno stile unico. Queste lanterne, chōchin, utilizzate per scopi rituali, cerimoniali o decorativi, sono le antenate di quelle di Hoi An. E quando la seta diventò una delle principali merci del suo porto, gli artigiani locali iniziarono a produrle. Proprio come i giapponesi che avevano migliorato la versione cinese, allo stesso modo i vietnamiti ne svilupparono ulteriormente lo stile. Nel XVII secolo Hoi An aveva ormai la sua caratteristica lanterna, dalla struttura a spirale e un esterno in seta vietnamita di diversi colori, ognuno con il proprio significato tradizionale.

Oggi, quando cala il sole, migliaia di lanterne si accendono tra le stradine e sul Thu Bon. Uno spettacolo brillante di colori che si apprezza al meglio sul fiume, a bordo di una delle tantissime barchette che aspettano proprio di portarti nel mezzo di questa magia. Perché nell'acqua si riflettono le mille luci della città e delle lanterne fatte scivolare sulla superficie: un augurio di felicità, fortuna e amore.



“Hoi An conserva un migliaio gli edifici antichi in legno: botteghe, abitazioni, pagode, templi. Fianco a fianco, corrono in file strette lungo stradine pedonali”

Nella pagina accanto. All'alba, due pescatori gettano la rete nelle acque del fiume Thu Bon

Hiroshima, gratitudine e bellezza

di CAROLINA SAPORITI

Verso la prefettura di Hiroshima e il mare
Interno di Seto per conoscere la storia
del Sol Levante, immergersi nella sua
profonda cultura e nella bellezza di una
natura sacra e incontaminata



Sopra. Il Museo della Pace di Hiroshima, sito presso il parco Heiwa Kinen Koen

Nella pagina accanto. La caratteristica preparazione delle ostriche al vapore. Foto Carolina Saporiti

Un viaggio in Giappone inizia ancora prima di salire sull'aereo. Chiunque ci sia già stato non si stanca di ripetere a chi ci sta per andare cosa aspettarsi, ma la verità è che non si è mai davvero pronti alla delicatezza di questo Paese. Arrivo a Hiroshima quando sta per iniziare il periodo cosiddetto sakura, quello della fioritura dei ciliegi e nei giorni seguenti capirò perché questo concetto giapponese è entrato nel nostro immaginario. Hanami significa "ammirare i fiori" e più volte vedrò persone giapponesi con lo sguardo rivolto ai rami degli alberi. È così davvero il Giappone, un mondo dove la gratitudine verso la natura e ciò che offre è radicata nelle persone.

La città di Hiroshima è tristemente conosciuta per la bomba atomica, ma si rivela una città di sorprendente vitalità. Il Parco della Pace e l'Atomic Bomb Dome sono monumenti potenti, testimoni di una storia dolorosa, ma anche simboli di speranza e resilienza che generano – con la solita delicatezza giapponese – una riflessione profonda sulla storia, sulla guerra e sulla pace. Ma Hiroshima va ben oltre il suo passato. La città è anche un vivace centro culturale, con scoperte gastronomiche da fare: assaggio l'okonomiyaki, che mi presentano come la pizza di Osaka. Letteralmente questa parola andrebbe tradotta con "ciò che vuoi alla griglia", ma sostanzialmente si tratta di un pancake agrodolce condito con cavolo, carne e altri ingredienti. La prefettura di Hiroshima è famosa anche per le sue ostriche: sono più grandi di quelle a cui siamo abituati e si mangiano quasi sempre cotte, soprattutto al vapore. Le si possono assaggiare un po' ovunque, ma il consiglio è di mangiarle in uno dei tanti take-away, come quelli che si trovano sull'isola di Miyajima. È qui che inizia il mio approccio con il Mare Interno di Seto. Dichiarato Parco Nazionale del Giappone, è uno degli scenari naturali più affascinanti mai visti. Chi ha letto Murakami verrà riportato immediatamente nei suoi romanzi di fronte a questi paesaggi quieti, misteriosi e, a tratti, malinconici. Sono in tutto più di settemila le isole del Mare Interno di Seto, in dieci diverse prefetture, e quella di Miyajima è una delle più vicine al porto di Hiroshima. L'isola è famosa soprattutto



per il santuario shintoista di Itsukushima con il suo immenso torii rosso (la porta di ingresso) che quando c'è l'alta marea sembra galleggiare sull'acqua, mentre quando è bassa, emerge completamente dal mare e gli si può camminare intorno.

Il viaggio continua a Takehara, la "piccola Kyoto" di Hiroshima per poi proseguire a Jogecho dove assisto a uno spettacolo di Teatro Gagaku e dove scopro la tradizione delle Hina Ningyo, le bambole ornamentali giapponesi: oggi è rimasto un solo produttore in città, ma in epoca Meiji (1868-1912) qui arrivavano clienti da tutto il Paese per acquistarle.

Altre isole si possono visitare in bicicletta: il percorso più famoso si chiama Shimamami Kaido ed è lungo circa 70 km. Un altro è il Tobishima Kaido che collega cinque isole a sud est di Hiroshima: ne fa parte anche l'isola di Osaki shimojima con la città portuale di Mitarai. Quando arrivo qui, la frenesia di Hiroshima è un ricordo lontanissimo. Le donne dell'isola mettono fiori freschi fuori dalle porte di casa, come segno di benvenuto, e si possono comprare le arance prendendole direttamente dalle cassette in strada. Ed è proprio questa l'essenza di un viaggio in Giappone: lasciare un pezzo di noi, portando a casa qualcosa della sua delicatezza di cui fare tesoro.

Due stelle accanto al Duomo

Con il loro ristorante Verso, all'interno dell'hotel The Glamore, hanno ottenuto due stelle Michelin a meno di un anno dall'inaugurazione. Così quello dei fratelli **MARIO e REMO CAPITANEO** è diventato lo chef's table più ambito della città. Una storia di successo che è soltanto all'inizio del racconto

di **SIMONE ZENI**



Nei vostri rispettivi curriculum vantate importanti esperienze nel mondo dell'alta cucina. Quali sono quelle che più di tutte vi hanno formato?

Remo: Un'esperienza importante è stata quella al Grand Hotel Quisisana di Capri, dove abbiamo lavorato insieme. La nostra carriera è però iniziata dopo, a Milano. Siamo stati al fianco di Andrea Berton al Trussardi alla Scala nel 2006, dove sono poi rimasto per tre anni, fino a raggiungere la seconda stella. Mario era invece andato a lavorare nella cucina di Carlo Cracco. Nel 2009 sono entrato nella brigata di Enrico Crippa a Piazza Duomo ad Alba, per tornare dopo un anno e mezzo circa in Lombar-

dia, accanto a Enrico Bartolini, che proprio in quel momento si stava spostando dal suo ristorante di Montescano al Devero Hotel a Cavenago di Brianza. Lavorando da qui in poi entrambi in diverse realtà di chef Bartolini, ci siamo definitivamente "trasferiti" nel 2016 al Mudec, dove abbiamo festeggiato le tre stelle Michelin nel 2019 e dove siamo rimasti fino al 2020.

Un rapporto saldo e duraturo quello con l'unico tristellato presente a Milano. Qual è l'insegnamento di quegli anni che ancora vi portate dietro?

Mario: È stata un'esperienza che ci ha fatto maturare sotto ogni aspetto. È cresciuta la nostra competenza in cucina e abbiamo contribuito alla crescita dell'universo di Enrico Bartolini imparando a gestire ogni aspetto della ristorazione, oltre al piatto.

Oggi siete al comando del ristorante Verso. Quando è nato il progetto?

Remo: Durante il lockdown del 2020. In quel periodo, dopo aver dato le dimissioni, abbiamo iniziato a pensare a un progetto che esprimesse la nostra idea di cucina e riflettesse entrambe le nostre identità.

Che atmosfera si respira in questo nuovo indirizzo milanese recentemente premiato, a pochissimo dalla sua apertura, con ben due stelle Michelin?

Mario: Verso vuole essere un ristorante molto attento al cliente ma non troppo al servizio. Io e Remo stiamo dietro i tre chef's table e, mentre cuciniamo, siamo in continuo dialogo con il cliente che ci sta di fronte, aiutati dal personale di sala nel servizio. Abbiamo immaginato un ristorante in cui la barriera fra sala e cucina fosse totalmente dissolta. Un unico spazio aperto in cui l'ambiente è essenziale ma l'atmosfera è calda e accogliente. I clienti sono partecipi di quello che succede in cucina ma niente mai li prevarica: sono sempre al centro della nostra attenzione.

Vi trovate all'interno di The Glamore Milano Duomo, che si compone di molteplici attività di ristorazione. Che tipo di dialogo c'è con la proprietà?

Remo: Siamo gli ideatori di Verso e abbiamo la completa direzione del ristorante. Lo spazio ci è stato dato dal gruppo per lavorare con piena libertà di azione. Abbiamo un ottimo rapporto che va oltre l'aspetto professionale. Loro credono molto in noi e insieme lavoriamo bene e godiamo di grande fiducia.

I vostri piatti signature da provare?

Mario: La carta si compone di un percorso degustazione di sei portate, con possibilità di arricchirlo con ulteriori due piatti. C'è poi il menu alla carta con tre piatti per ogni sezione. Gli imperdibili? Sicuramente l'Animella, ricci di mare e caffè. L'animella ricorre spesso nelle nostre proposte, è una ricetta che ci rappresenta molto. Poi ancora lo Spaghettone al granchio reale, maraschioli e finger lime e il Soufflé al cioccolato Araguani e mandarino tardivo di Ciaculli.

*Verso Ristorante
presso The Glamore
Milano Duomo via
Silvio Pellico 2*

SOUFFLÉ AL CIOCCOLATO ARAGUANI E MANDARINO TARDIVO DI CIACULLI. *Ingredienti per la base*

al cioccolato: 500 cl di latte, 180 g di albume, 200 g di cioccolato fondente, 80 g di farina di riso, 120 g di zucchero. Per la base montata: 400 g di albume, 120 g di zucchero, zeste di mandarino q.b. *Per il sorbetto:* 500 ml di succo di mandarino, 3 mandarini di Ciaculli, 150 g di zucchero. *Preparazione:* mescolare albume, latte, farina di riso e zucchero. Mettere su fuoco medio fino a raggiungere 85 gradi. Aggiungere il cioccolato fondente e mescolare. Raffreddare. Montare albume e zucchero. Aggiungere zeste di mandarino, unire la base montata alla base al cioccolato. Traferire in stampi monoporzione spennellati di burro e spolverati di zucchero. Cuocere a bagnomaria in forno a 200°C per circa 20 minuti. Sciogliere lo zucchero nel succo di mandarino filtrato. Riporre in congelatore, mescolare ogni tanto. Servire il soufflé con spicchi di mandarino e quenelle di sorbetto.



LUOGHI

Cittamani. In piazza Carlo Mirabello 5, pulsa il cuore del ristorante di cucina indiana contemporanea creato dalla chef Ritu Dalmia. Un luogo in cui l'India moderna incontra l'Italia attuale e lungo il percorso raccoglie profumi e suggestioni internazionali. Con una vocazione "smart casual", svela una cucina delicata, che fa un uso dosato delle spezie e ci offre un esempio di come una cucina antichissima possa risultare moderna. «Le spezie però» assicura la chef «quelle provengono rigorosamente dall'India». Da una parte il menu attinge all'antica tradizione vegetariana indiana, oltre a basarsi sul concetto di "condivisione": gli ospiti possono scegliere tra una grande varietà di piatti in versione sia piccola che grande, in modo da gustare, sperimentare e condividere un'esperienza fatta di tanti diversi assaggi. Dall'altra i profumi e i sapori sono quelli dell'India e del mondo, visti attraverso gli occhi di Ritu: un assaggio di Calcutta, un tocco di Kerala, il cibo di strada di Mumbai, insieme alle eccellenze regionali italiane che l'hanno stregato negli anni.



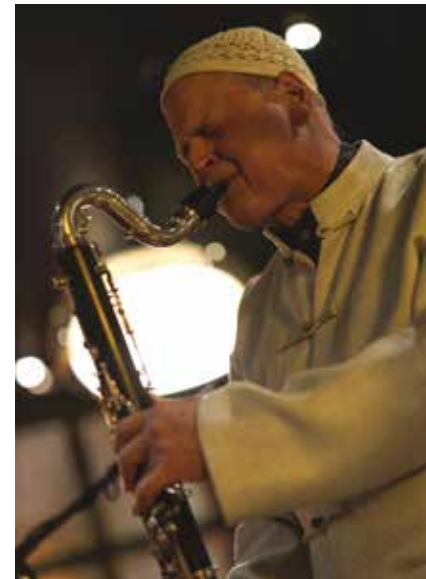
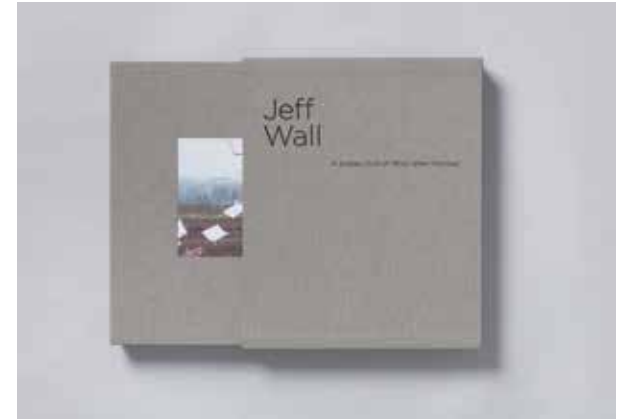
LUOGHI

Fontana16 Rooms. All'interno di un suggestivo edificio degli anni Venti, in via Fontana 16, un nuovo boutique hotel offre un'esperienza di soggiorno dinamica, studiata con attenzione dai due fondatori Alberto Chessa e Mauro Lamera. Il progetto di rifunzionalizzazione degli spazi, curato del giovane architetto siciliano Giorgio Clemenza, ha preservato il fascino storico delle stanze che in passato hanno ospitato residenze, uffici e studi medici. Cinque le camere (standard, superior e deluxe) a disposizione, ognuna caratterizzata da arredi su misura, realizzati da artigiani locali, mentre il corridoio, con la sua tensione progettuale tra moda, neon colorati ed espressività del minimalismo, crea un'esperienza inedita per gli ospiti. Acqua di cortesia con packaging eco-friendly al 100% e prodotti per la cura del corpo Ortigia, realizzati con ingredienti naturali siciliani, conferiscono un tocco di lusso e autenticità.



LIBRI

Edizione di soli trecento esemplari. Esce *A Sudden Gust of Wind (after Hokusai)*, libro d'artista del fotografo canadese Jeff Wall, pubblicato da TBW Books. L'opera si rifà a *Travelers caught in a sudden breeze at Ejiri*, una xilografia della celebre serie *Trentasei visioni del Monte Fuji* del pittore giapponese Katsushika Hokusai. La pubblicazione riproduce l'immagine originale su 98 fogli di carta leggera non rilegati, ognuno della dimensione di 35,5x30 cm. I fogli possono essere assemblati per creare una versione a grandezza naturale, in scala 1:1, dell'opera originale oggi esposta alla Tate Modern.



EVENTI

Selezioni di altissima qualità.

La storica azienda milanese Sarzi Amadè, distributrice di grandi vini e distillati, ha celebrato una delle collaborazioni più longeve del suo catalogo, quella con Domaine Tariquet, produttore di Bas-Armagnac tra i più premiati al mondo. L'evento ha visto protagonisti quattro distillati con quattro invecchiamenti differenti (10, 18, 20 e 25 anni) a cui il maestro Alessandro Cerino, artista poliedrico e compositore di musica classica e jazz, ha voluto dedicare quattro performance musicali omaggiando grandi artisti come Vivaldi, Jaques Prevert, Duke Ellington.

ICONE

Costruire memorie. Lo storico tram Carrelli, simbolo di Milano nel mondo, è entrato a far parte delle collezioni del Museo Nazionale Scienza e Tecnologia. Qui è stato collocato sulle rotaie e sulla tipica pavimentazione a massello in pietra che caratterizzava i suoi percorsi urbani e gli permetteva di condividere la strada con carrozze, automobili e autobus. È possibile visitarlo all'interno del Padiglione Ferroviario del Museo, accanto ad altri simboli del trasporto urbano e interurbano come l'Omnibus a cavalli e il Gamba de Legn.



EDITORE

MCS Media Srl
via Monte Stella 2
10015 Ivrea TO

DIRETTORE RESPONSABILE

Stefano Ampollini
s.ampollini@mcsmedia.it

CAPOREDATTORE PRINT & WEB

Marco Torcasio
m.torcasio@mcsmedia.it

FASHION EDITOR

Giuliano Deidda
g.deidda@mcsmedia.it

REDAZIONE

Enrico S. Benincasa
e.benincasa@mcsmedia.it

INDIRIZZO

viale Col di Lana 12
20136 Milano

**MILANO NASCOSTA**

Il sepolcreto della Ca Granda. Sotto la chiesa della B.V. Annunciata si estende una vasta cripta affrescata dal pittore Volpino nel 1637, delle cui decorazioni purtroppo si conserva solo qualche traccia. A un piano ancora inferiore rispetto alla cripta si trova il sepolcreto, utilizzato per tumulare i resti dei degenti deceduti nell'Ospedale fino alla fine del Seicento. Le camere sepolcrali furono poi ripristinate durante le Cinque Giornate di Milano per seppellire i morti in battaglia, poiché, a causa dello stato d'assedio, non era possibile raggiungere i cimiteri suburbani. Divenne così un luogo di celebrazione dei patrioti milanesi e nel 1860 fu in gran parte riadattato e trasformato in mausoleo cittadino.

ART DIRECTOR

Luigi Bruzzone
Antonella Ferrari

COLLABORATORI

Alessandra Cioccarelli
Monica Codegoni Bessi
Paolo Crespi
Stefania Danzi
Fausta Filbier
Marzia Nicolini
Moreno Pisto
Carolina Saporiti
Simone Zeni

FOTOGRAFI

Ludovica Arcero
Nicola Biondo
Enrico Cattaneo
Lodovico Colli di Felizzano
H2O
KEL 12
Aldo Fallai
Cosmo Laera
Andrea Martiradonna
Laila Pozzo
Philippe Ribeyrolles
Andrea Rossetti
Carolina Saporiti
Delfino Sisto Legnani
Paolo Vandrash

DISTRIBUZIONE

info@clubmilano.net

STAMPA

AGF Solutions
via del Tecchione 36
20098 San Giuliano Milanese MI

N.70 FEBBRAIO 2023

www.clubmilano.net

È vietata la riproduzione,
anche parziale, di testi e foto.
Autorizzazione del Tribunale di Milano
n° 126 del 4 marzo 2011



SUPERSTUDIO

MILANO DESIGN WEEK 2024
15-21 APRILE SUPERSTUDIO PIÙ VIA TORTONA 27 MILANO
SUPERDESIGNSHOW.COM

design
TORTONA DISTRICT



TUDOR

#BORN TODARE

Cosa spinge una persona a ricercare la grandezza? Ad affrontare l'ignoto, ad avventurarsi nell'inesplorato e ad accettare ogni sfida? È lo spirito da cui nasce TUDOR, lo stesso spirito che vive in ogni donna e in ogni uomo che indossa questo orologio. Senza di loro, non ci sarebbero storie, leggende o vittorie. È lo spirito che anima **David Beckham** ogni giorno. Lo spirito che ogni orologio TUDOR incarna. Alcuni sono nati per seguire. Altri sono nati per osare.



BLACK BAY