

n. 76 settembre 2025

CLUB MILANO



SOTTO LA SUPERFICIE

Soffermarsi, lontano dal rumore, sulla forza silenziosa della città

ALBERTO MOLteni

FRANCO LISI

RAFA JACINTO

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

PORSCHE
DRIVE

Puoi guidarla anche solo
per due giorni.
Ma l'adrenalina la ricorderai
per sempre.

SCOPRI IL SERVIZIO DI NOLEGGIO
A BREVE TERMINE PORSCHE DRIVE.

Maggiori informazioni presso i Centri Porsche di Milano.

Centro Porsche Milano Nord	Centro Porsche Milano Est
Porsche Retail Italia S.r.l.	Porsche Retail Italia S.r.l.
Via Stephenson, 53	Via Rubattino, 94
20157 Milano (MI)	20134 Milano (MI)
Tel. 02 3560911	Tel. 02 2108 0000
www.milano.porsche.it	www.milano.porsche.it

Là dove c'era l'erba...

Più volte in questi anni abbiamo decantato l'indubbia capacità di Milano di cambiare volto, adeguarsi alle nuove sfide dell'oggi e guardare al futuro. Lo ha fatto con sempre più slancio a partire dal 2015, un anno spartiacque per la storia di questa città. Fu l'Expo, infatti, a imprimere un'accelerazione a investimenti (sempre più da fondi esteri), progetti di riqualificazione urbana e altri che in modo radicale hanno cambiato lo skyline milanese, su tutti Porta Nuova e City Life. È capitato un po' a tutti noi che viviamo questa città di attraversare una di queste zone e trovare un cantiere già avviato o lo scheletro di un grattacielo in costruzione dove solo poche settimane prima non vi era nulla. In fondo fa parte del DNA di Milano. Da sempre. Lo cantava già nel 1966 Andriano Celentano ne *Il ragazzo della via Gluck*. Tra pochi mesi le Olimpiadi Invernali apriranno ulteriori opportunità e, forse, scopriremo altri scandali. Esattamente come fu dopo Expo, quando l'allora commissario Sala venne condannato a sei mesi con l'accusa di falso ideologico e materiale. Pochi ricordano in che condizioni versava il cantiere di Expo fino a qualche mese prima della sua inaugurazione. Tutto fermo da anni. Sala fece indubbiamente un miracolo e, per farlo, si sporcò un po' le mani. I milanesi però sono persone pragmatiche, ammirarono la capacità di "problem solving" di Sala e lo elessero Sindaco, poi confermato.

Da allora, proprio sotto la sua gestione Milano ha cambiato volto. "Gestione", appunto, più che "amministrazione". Perché in questi anni il nostro Sindaco ha confermato di essere un ottimo manager, ma ogni tanto bisogna anche saper fare politica con la P maiuscola: aprirsi al confronto, presentando una visione alla collettività, tutelando gli interessi dei propri cittadini. L'impressione, invece, è che troppo spesso gli interessi privati in questi anni abbiano prevalso sull'interesse pubblico. Le inchieste sull'urbanistica di questa estate, con gli arresti domiciliari (ora sospesi) e le inevitabili dimissioni dell'ex Assessore Giancarlo Tancredi e dell'ex presidente della commissione per il paesaggio Giuseppe Marinoni hanno scoperchiato ciò che per molti era solo un segreto di Pulcinella.

Prima che questa "amministrazione" affronti anche la questione dello stadio di San Siro, è forse giusto riconoscere che Milano va a una velocità che è doppia, forse, tripla, rispetto al resto d'Italia e che per farlo deve lottare contro una burocrazia che sembra fatta apposta per impedire il cambiamento. Ma esiste sempre un limite e un equilibrio e, soprattutto, esistono prima i cittadini.

STEFANO AMPOLLINI



Discover the New FALL WINTER COLLECTION
Berwich Flagship Store - Via Manzoni 42 - Milano

10
Ci manca la michetta
di Moreno Pisto

12
Se anche l'AI si ammala
di Elisa Zanetti

14
Appuntamenti
a cura della redazione di Club Milano

18
Avishai Cohen
di Marzia Nicolini



20

20
Distretto di cultura
fotografica
di Marco Torcasio

26
Alberto Molteni
di Enrico S. Benincasa

28
Il dilemma del lusso
di Marco Torcasio

30
Franco Lisi
di Marco Torcasio

34
Allenarsi con la
strategia di un CEO
di Marco Torcasio


38
Rafa Jacinto
di Paolo Crespi



14

VOLVO


XC Days



Volvo XC Days

Scopri le esclusive offerte riservate a XC40, XC60 e XC90 nei Volvo XC Days. Nella gamma XC di Volvo trovi SUV versatili, eleganti e perfetti per il tuo stile di vita. I Volvo XC Days sono il momento migliore per iniziare a viaggiare nell'eccellenza.

volvocars.it



Alcune delle caratteristiche sono opzionali e non disponibili su tutte le versioni. Gamma Volvo XC (XC90, XC60, XC40). Al momento di produzione del presente materiale, valori massimi nel ciclo combinato: consumo: 9 l/100 km. Emissioni CO₂: 201 g/km. I valori eventualmente aggiornati sono sempre disponibili sul sito www.volvocars.com/it. Valori omologati in base al sistema di misurazione riferito al ciclo di prova WLTP, di cui al Reg UE 2017/1153. I valori ufficiali potrebbero non riflettere quelli effettivi, in quanto lo stile di guida ed altri fattori non tecnici possono contribuire a modificare il livello dei consumi. Presso ogni concessionario è disponibile gratuitamente la guida che riporta i dati di emissioni CO₂ dei singoli modelli redatta annualmente dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy. Le immagini delle auto sono puramente indicative.



70

41
Il piacere dell’esperienza
a cura di Giuliano Deidda

50
Un gradito ritorno
di Giuliano Deidda

54
Pino Lerario
di Giuliano Deidda

60
Outdoor Mood
di Monica Codegoni Bessi

62
Sempre icone, ma
dal formato cross
di Ilaria Salzano

64
Toccando il futuro
di Enrico S. Benincasa

66
Cartolina cottagecore
di Marzia Nicolini

68
Continuità nei gesti
di bellezza
di Marco Torcasio

70
L’anima sensoriale
del Cile tra i vigneti
di Fausta Filbiero

76
Sulle sponde del Douro
di Carolina Falcetta

78
Matias Perdomo
di Simone Zeni

80
Notizie
*a cura della redazione di
Club Milano*

IN COPERTINA. Stazione
Duomo, Ferragosto 2019. I
luoghi della città normalmente
affollati appaiono vuoti. Foto
di Rafa Jacinto

VOLVO

XC60

Volvo XC60 mild hybrid. Offerta leasing per clienti Privati e Imprese con canone da 360 €, durata leasing 36 mesi/massimo 45.000 km, con anticipo/permuta 11.508 € e opzione di riscatto finale 30.127 €. Assicurazione facoltativa incendio e furto inclusa nel canone. Tasso fisso leasing 3,95%, TAEG 6,68%. IVA inclusa.*

Volvo XC Days

I Volvo XC Days sono il momento migliore per passare a Volvo XC60, il nostro SUV di medie dimensioni, elegante, ricco di innovative tecnologie di sicurezza e di connessione, perfetto per il tuo stile di vita.

volvocars.it

*Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Volvo XC60 B5 AWD Core MY26, prezzo di listino € 58.500. Prezzo promozionale con il contributo delle Concessionarie aderenti € 47.310 Iva e messa su strada incluse, IPT esclusa. Offerta valida dal 13/09/2025 al 31/12/2025, come da esempio rappresentativo: Anticipo € 11.507,61 spese istruttoria pratica € 366,00, Tasso Fisso Leasing 3,95%, TAEG 6,68%, n. 35 canoni residui da € 359,73 ciascuno, riscatto € 30.127,00 IVA inclusa – calcolata secondo l'aliquota vigente. All'operazione di leasing si applicheranno i seguenti ulteriori costi, oltre IVA, imposta di bollo € 16,00 sul Contratto, spese incasso canone di locazione € 5,00 per ogni mensilità, spese per singole comunicazioni periodiche € 10,00 oltre imposta di bollo su singole comunicazioni periodiche € 2,00, commissione per servizio pagamento Tassa Automobilistica ("Bollo Auto") € 10,00. In caso di offerta a privato, i suddetti costi sono già inclusi nel calcolo del TAEG. Canone comprensivo di assicurazione facoltativa incendio e furto sul veicolo € 2.595,43. Pacchetto Medium-Full Generali. Esempio calcolato sulla provincia di Firenze. Importo totale del credito: € 38.855,43. Importo totale dovuto dal Cliente: € 43.901,25. Per tutte le condizioni economiche e contrattuali fare riferimento alle Informazioni Europee di Base sul Credito ai Consumatori (IEBCC) e/o ai Fogli Informativi presso il punto vendita e sul sito www.findomestic.it. Salvo approvazione di Findomestic Banca S.p.A. I concessionari Volvo operano quali intermediari del credito per Findomestic Banca SpA, non in esclusiva. Le immagini dell'auto sono puramente indicative.

Volvo XC60 B5 mild hybrid. Al momento di produzione del presente materiale, valori massimi nel ciclo combinato: consumo: 8,1 l/100 km. Emissioni CO2: 183 g/km. I valori eventualmente aggiornati sono sempre disponibili sul sito www.volvocars.com/it. Valori omologati in base al sistema di misurazione riferito al ciclo di prova WLTP, di cui al Reg UE 2017/1153. I valori ufficiali potrebbero non riflettere quelli effettivi, in quanto lo stile di guida ed altri fattori non tecnici possono contribuire a modificare il livello dei consumi. Presso ogni concessionario è disponibile gratuitamente la guida che riporta i dati di emissioni CO2 dei singoli modelli redatta annualmente dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

Ci manca la michetta

La vita del perfetto milanese. Sabato mattina, metà settembre, sole che ti arriva dritto in faccia mentre sei seduto su un muretto e tua figlia gira in bici. Io e un altro padre parliamo del pane che abbiamo appena comprato. E io a un certo punto gli dico: e niente, non c'è più, non si trova. La michetta, intendo la michetta. La michetta era il pane di Milano. Da qui parte una discussione su Milano. Perché il fatto non è che non c'è più la michetta, ma che non c'è più quella Milano lì: popolare, artigianale, fresca. Basta Wikipedia per capire che il problema è sempre lo stesso: la michetta è antieconomica, ci vuole troppo tempo per farla, troppa cura (la michetta vera ha il cappello centrale più alto) e resta croccante per troppo poco tempo. Tutto troppo. Ora hai bisogno di roba funzionale, integrativa, pure il pane deve essere così. Fermiamoci un attimo: arriviamo da un'estate dove si è parlato della nostra città per gli arresti, i cantieri bloccati, le (presunte) corruzioni, le connivenze tra tecnici comunali e aziende private, le curve represses. Arriviamo da un'estate dove Milano è diventata sempre più M-l'ano (Madonna la pronuncia così, che volete). Eppure nel buio più oscuro qualcosa si salva ancora. Non nella Isola gentrificata, non in zona Fiera dagli attici dei furono Ferragnez, non da altre parti né a Porta Nuova e Gae Aulenti, lì dove una volta c'erano le Varesine, le vecchie giostre abbandonate. Io sono arrivato a Milano nel 2003: era cupa, buia, pesante. L'inverno faceva freddo. C'era la nebbia che non ti faceva vedere da qui a tre metri. Poi l'Expo, la sbornia, le Varesine trasformate in un mega quartiere. E pure la nebbia non è più stata come prima. Ma Milano è una città popolare, dico io. E continuo: l'anima popolare di Milano viene dileggiata, è quasi un'onta. L'altro padre annuisce, si emoziona: "Ma c'è sempre stata" replica. "L'ha fatta grande e c'è ancora". Saluto il padre, insisto con mia figlia per tornare a casa. E quando sono tranquillo comincio a chiamare altri panettieri. E niente, non c'è, non conviene, c'è chi mi risponde pure "io mica saprei come farla". Eppure nel buio più oscuro, dicevo, qualcosa si salva. Mi risponde un fornaio in zona Forlanini: "Io sì, ho ripreso a farla". Prima o poi vado a prenderla. Perché se torna la michetta torneremo pure a parlare di una Milano popolare, appunto, e non solo dei grattacieli, delle week e dei djset con i flyer fighi.

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.



MANUEL RITZ

MILANO, VIA SOLFERINO 1

Se anche l'AI si ammala

Nuovi inizi o semplici ripartenze, per certi versi “il vero” avvio dell’anno arriva dopo l’estate, e non è detto che questo momento rappresenti per tutti una nuova sfida da vivere con entusiasmo. Anzi. I dati raccolti da un’indagine di unobravo.com, piattaforma online di aiuto psicologico e psicoterapeutico, ci dicono che Milano, dopo Bologna e Genova, è la città dove più persone sperimentano condizioni di burnout. Oggi ufficialmente riconosciuto dall’Organizzazione Mondiale della Sanità, il burnout è un fenomeno legato all’ambiente di lavoro, caratterizzato da stress cronico, esaurimento emotivo e senso di distacco mentale. Tra i nuovi mali del secolo, il burnout imperversa in città: l’analisi rivela che il 45% dei lavoratori milanesi si sente stressato, il 53% dice di avere sentito i propri colleghi lamentare condizioni di stress, il 43% reputa che nel proprio ambiente di lavoro manchi supporto adeguato e il 35% ha sperimentato il burnout in prima persona. “Chi volta el cuu a Milan, le volta al pan”, recita un vecchio proverbio milanese, che tradotto in un modo leggermente edulcorato significa “chi volta le spalle a Milano, volta le spalle al pane”. Vero: da sempre il capoluogo meneghino rappresenta una città di opportunità e sogni, un polo di attrazione per studenti e lavoratori in cerca di crescita e realizzazione personale, ma oggi pare svelare sempre più spesso anche l’altra faccia della medaglia con un costo della vita molto elevato, situazioni di disequilibrio tra tempo dedicato alla vita personale e a quella lavorativa e sfide che possono minare l’equilibrio e il benessere. E non sono solo le persone a stare male: è specchio dei tempi e colpisce la recente pubblicazione da parte di due ricercatori britannici del primo manuale di psichiatria per AI, *Psychopathia Machinalis*, uscito sulla rivista Electronics. Ebbene sì, formata e “allenata” con l’intelligenza umana, anche l’intelligenza artificiale può soffrire di malattie mentali. Benché al momento le AI non abbiano problemi di stress, gli studiosi Nell Watson e Ali Hessami hanno individuato ben 32 patologie digitali che si rifanno ai disturbi degli esseri umani. E se anche ciò che rappresenta il futuro e il progresso si ammala, forse è proprio arrivato il momento di rallentare, mettere a fuoco ciò che conta davvero e provare a stare meglio.

ELISA ZANETTI Giornalista freelance laureata in Lettere Moderne, ha studiato e vissuto a Milano per quindici anni collaborando con diverse testate. Da qualche anno vive nelle Marche guardando il mare della Riviera del Conero e dividendosi fra la scrittura, l’attività di host e quella di mamma.

CANADIAN 

Celebriamo la fotografia e l'arte contemporanea con una selezione di retrospettive, installazioni immersive e percorsi site-specific tra moda, avanguardia e identità



a cura della redazione di CM

Jazzmi 2025

LOCATION VARIE
DAL 23 OTTOBRE AL 9 NOVEMBRE

Milano torna capitale del jazz con la decima edizione di Jazzmi, un festival diffuso che animerà la città con oltre duecento concerti, film, incontri e progetti speciali. Le location sono quelle che hanno reso unico l'appuntamento negli anni: il Blue Note Milano, cuore pulsante del jazz, ospiterà giganti come Dee Dee Bridgewater, David Murray e Gonzalo Rubalcaba con Hamilton de Holanda; al Conservatorio si esibirà Shabaka e l'Anouar Brahem Quartet; il Teatro Arcimboldi aprirà con Diana Krall, mentre alla Triennale Milano Teatro troveranno spazio Paolo Damiani, Amaro Freitas e Avishai Cohen Trio. Non mancheranno i palchi più contemporanei come Base Milano, che il 2 novembre accoglierà "Time to Play", serata realizzata con Billboard Italia in cui Sayf, Funk Shui Project & Johnny Marsiglia e Ainè porteranno il jazz a dialogare con hip hop e neo-soul. Da Alcatraz a Santeria Toscana 31, da Spirit de Milan al Biko, il festival si espanderà in ogni angolo della città, includendo anche il Volvo Studio, main partner di Jazzmi e sede di live esclusivi in un contesto elegante e sostenibile. Jazzmi è importante per Milano perché unisce tradizione e sperimentazione, trasformando per due settimane la città in un laboratorio sonoro aperto e inclusivo, in cui il jazz diventa linguaggio universale capace di raccontare il presente e immaginare il futuro.



Man Ray. Forme di luce

PALAZZO REALE
DAL 24 SETTEMBRE 2025
ALL'11 GENNAIO 2026

Una grande retrospettiva dedicata al maestro delle avanguardie del Novecento. La mostra, curata da Pierre-Yves Butzbach e Robert Rocca e prodotta da Palazzo Reale e Silvana Editoriale, raccoglie circa trecento opere – fotografie vintage, disegni, litografie, oggetti e documenti – provenienti da importanti collezioni pubbliche e private. Il percorso ripercorre l'intera parabola creativa di Man Ray, dall'invenzione delle cosiddette rayografie e delle solarizzazioni ai celebri ritratti di Kiki de Montparnasse e Lee Miller, fino ai fashion shoot che hanno rivoluzionato il linguaggio della moda e ai suoi film sperimentali, proiettati in mostra. L'allestimento, firmato Studio ZDA, immerge il visitatore in un universo fatto di luce, ironia e libertà creativa. In foto, *Noire et blanche*, 1926. Man Ray 2015 Trust / ADAGP-SIAE.

Esplorazioni

VOLVO STUDIO MILANO
DAL 16 SETTEMBRE AL 5 NOVEMBRE

Al Volvo Studio Milano torna "Esplorazioni", la rassegna ideata da Triennale Milano Teatro che porta nel cuore della città la scena musicale e coreografica più originale d'Italia. Giunta alla sua quarta edizione, la rassegna è costruita attorno al tema 2025 di Volvo Studio, "Il possibile adiacente", e propone quattro appuntamenti in cui musica, parola e movimento si incontrano in uno spazio aperto alla sperimentazione. Si parte il 16 settembre con Gianni Biondillo e Saturnino in *Senza rete*, jam session letteraria e musicale dove il pubblico diventa coautore della storia. Il 23 settembre tocca a Federica Fracassi e Vittorio Cosma con *Open Machine*, happening di improvvisazione con Idra, Giancarlo Parisi e Davide Savarese, in cui la voce si intreccia alla creazione sonora in tempo reale. Il 9 ottobre Francesco Marilungo e l'ensemble Sentieri Selvaggi presentano *Soglia*, improvvisazione coreografica in dialogo con la musica dal vivo. A chiudere, il 5 novembre, Ariella Vidach AiEP con *Kōreosfera*, un ambiente performativo immersivo che unisce danza e tecnologie interattive. Con ingresso gratuito su registrazione.





Nan Goldin. This Will Not End Well

PIRELLI HANGAR BICOCCA
DALL'11 OTTOBRE 2025 AL
15 FEBBRAIO 2026

La prima retrospettiva interamente dedicata all'artista americana come filmmaker. Curata da Roberta Tenconi e Lucia Aspesi, la mostra riunisce il più grande corpus di slideshow mai esposto, con due nuove opere presentate per la prima volta in Europa e un'installazione sonora site-specific del collettivo Soundwalk Collective. Allestita nelle Navate, in padiglioni progettati da Hala Wardé, l'esposizione include capolavori come *The Ballad of Sexual Dependency*, *The Other Side* e *Memory Lost*, in un percorso che esplora identità, dipendenza, amore e perdita. L'ingresso è gratuito; apertura da giovedì a domenica, dalle 10.30 alle 20.30. In foto, *Sunny in my room*, Parigi, 2009. Nan Goldin, courtesy Gagosian.

Glen Luchford. Atlas

10 CORSO COMO GALLERY
DAL 25 SETTEMBRE AL 23 NOVEMBRE

La galleria di 10 Corso Como ospita Glen Luchford. Atlas, la prima monografica mai dedicata al celebre fotografo di moda e ritrattista. Curata da Alessio de' Navasques e inaugurata in occasione della Settimana della Milano Moda Donna, la mostra è un progetto site-specific ideato dallo stesso Luchford, che costruisce un viaggio immersivo nel suo immaginario visivo. In esposizione oltre trent'anni di lavoro: scatti iconici, campagne di moda, ricordi personali, outtake e installazioni video, per raccontare la sua visione cinematografica che ha rivoluzionato l'estetica fashion dagli anni Novanta a oggi. Un percorso che riflette la sua passione per il Futurismo, il Punk e le subculture inglesi, restituendo un mondo poetico e crudo in costante movimento. L'ingresso è libero, tutti i giorni dalle 10.30 alle 19.30. In foto, Atlas collage Gucci SS17, Another Magazine, 2011. Courtesy Glen Luchford.



VOLVO
STUDIO
MILANO

PROSSIMAMENTE AL
VOLVO STUDIO MILANO:

18 e 25.09 Jam The Future

Audizioni - dalle 19.00

23.09 F. Fracassi + V. Cosma Open Machine

Triennale Esplorazioni - 19.30

2.10 BAMoff | Season Day - 19.00

8.10 Jam The Future

Semifinale - dalle 19.00

9.10 F. Marilungo + Sentieri Selvaggi

Triennale Esplorazioni - 19.30

15.10 Jam The Future

Serata finale - 21.00

*Il calendario è sempre aggiornato su volvocars.it/studios/milano
IG @volvostudiomilano*

Volvo Studio Milano - Viale della Liberazione, angolo via Melchiorre Gioia

AVISHAI COHEN IL JAZZ È IL SUONO DEL MIO SANGUE

Il leggendario contrabbassista israeliano basato a New York suona a Milano il 7 novembre per Jazzmi 2025 con il suo nuovo trio e l'album *Brightlight*. Un concerto che promette di intrecciare radici mediterranee, improvvisazione e incontri che hanno segnato una vita

di MARZIA NICOLINI

Il suo background multiculturale in Israele, con radici spagnole, greche e polacche, e gli anni di studio tra pianoforte e basso negli Stati Uniti hanno chiaramente plasmato la sua identità musicale. In che modo questo patrimonio ha influenzato la sua voce artistica e il suo stile compositivo?

Questa è una domanda eccellente, perché tocca il cuore di chi sono, come musicista e come persona. La mia musica non è un tentativo consapevole di mescolare stili: è semplicemente il suono della mia vita. Quando mi sono trasferito a New York, sono stato immerso nel Jazz: quella è stata la mia università. Ho imparato il linguaggio dell'improvvisazione, le armonie complesse, lo swing. Suonare con giganti come Chick Corea è stata una scuola straordinaria. Il Jazz mi ha dato la libertà di esplorare le mie radici all'interno di una struttura improvvisativa. La mia voce artistica è la somma di tutto questo: i ritmi ardenti del Medio Oriente e del Mediterraneo, le melodie antiche del mio patrimonio sefardita, la libertà armonica della musica latina e del Jazz. Non è "World Music", è un linguaggio unico e organico. È il suono del mio sangue, della mia storia e del mio viaggio fino a oggi.

A 14 anni, ascoltare Jaco Pastorius l'ha spinto a passare dal pianoforte al basso elettrico, quindi al contrabbasso. Ci racconta quel momento di svolta?

Ah, Jaco... sentirlo per la prima volta non è stata solo un'influenza, ma una vera rivelazione. Ha

riscritto il mio cervello musicale. Il basso non era più solo un ancoraggio sonoro sullo sfondo: urlava, danzava. Era voce solista, orchestra e sezione ritmica insieme. Quel suono mi è entrato sotto pelle e non mi ha più abbandonato. Il contrabbasso è arrivato poco dopo, e lì ho capito che non stavo semplicemente suonando uno strumento: avevo trovato la mia voce. È stato come tornare a casa.

Si è trasferito a New York nel '92, iniziando con lavori saltuari e suonando in strada. Che cosa le hanno insegnato quegli anni difficili?

New York negli anni Novanta è stata la mia prova del fuoco. Lavorare nei cantieri, suonare in metropolitana al freddo per raccimolare poche monete: ti toglie l'ego, ti insegna che devi guadagnarti tutto, nota dopo nota. Impari a essere grato per ogni ascoltatore, ogni palco, ogni occasione. Ricordo la determinazione assoluta: praticavo otto-dieci ore al giorno, passavo le serate nei club, ascoltavo i maestri e aspettavo di poter salire sul palco. Mi hanno detto "no" decine di volte, ma non ho mai smesso di tornare.

Ha collaborato per anni con Chick Corea e Danilo Pérez. Che eredità le hanno lasciato?

Suonare con maestri come Chick e Danilo non è stato solo un lavoro, ma la più alta forma di educazione musicale possibile. Chick mi ha insegnato la chiarezza di visione e l'arte di costruire la propria "casa musicale". Da entrambi ho imparato a essere un leader, a guidare un gruppo, e a onorare le radici restando contemporaneo.

Avishai Cohen
ritratto da Andreas
Terlaak



La sua cifra musicale intreccia tradizioni ebraiche e ladine, ritmi etnici, improvvisazione Jazz. Qual è stato il peso specifico delle sue origini familiari?

Sono più di semplici influenze: sono il terreno da cui cresce tutto. Molto deriva da mia madre, discendente sefardita, che parla ladino e ama cantare nella lingua e nella cultura in cui è cresciuta.

Ha rituali o routine che la aiutano a entrare nello stato creativo?

La prima regola è toccare il basso ogni giorno, anche solo per suonare una nota. È una conversazione quotidiana con il mio amico più antico, un momento di radicamento. Come bandleader, invece, il rituale è creare un legame umano tra i musicisti, così che sul palco non siamo individui separati, ma

un unico organismo in ascolto reciproco.

Rivolgendo lo sguardo indietro, quali sono stati i momenti chiave della sua carriera?

Il trasferimento a New York, l'incontro con Chick Corea, la creazione della mia etichetta Razdaz Recordz, la formazione della mia band. E, sul piano personale, diventare padre: questo è stato il dono più grande.

Che cosa significa per lei suonare a Jazzmi e cosa deve aspettarsi il pubblico?

Sono felice di trovarmi a Milano in un contesto così speciale. Presenterò il mio nuovo trio, con il giovane e talentuoso Itay Simhovich al pianoforte e Roni Kaspi alla batteria. Porteremo brani da *Brightlight*, dai lavori precedenti, oltre a nuove composizioni. Non vedo l'ora di incontrarvi.

LODI, SEDI VARIE
DAL 27 SETTEMBRE AL 26 OTTOBRE

**DISTRETTO DI CULTURA
FOTOGRAFICA.** Questioni sociali spesso dimenticate trovano spazio e voce grazie al Festival della Fotografia Etica di Lodi. Porre l'attenzione su problematiche di interesse globale attraverso un potente linguaggio visivo invita a compiere un'ampia riflessione collettiva su diritti, dignità, ambiente e memoria. A partire dal cuore pulsante della rassegna, il World Report Award – Documenting Humanity

di **MARCO TORCASIO**



*Where Dust and
Water Dream
Together.* Foto di
Skander Khelif per il
progetto Le Vite degli
Altri in esposizione a
Palazzo Modigliani



Sopra. Karol Grygoruk
per Minority Rights
Group International

Sotto. *Defying
Gravity*. Foto di Jana
Margarete Schuler
per il progetto Le
Vite degli Altri in
esposizione a Palazzo
Modigliani



Immagine dalla
serie *South America
Stories*. Foto di Musuk
Nolte. Courtesy
Panos Pictures,
Bertha Foundation



“La fotografia per noi è un dialogo
continuo tra contenuto e forma, ma
privilegiamo il contenuto”

Fotografo e curatore, **ALBERTO PRINA** è fondatore del Gruppo Fotografico Progetto Immagine e direttore del Festival della Fotografia Etica di Lodi, che ha ideato e coordina dal 2009



La fotografia per noi è un dialogo continuo tra contenuto e forma, ma privilegiamo il contenuto: deve scuotere, generare domande. I nostri autori condividono una passione sconvolgente per il racconto del contemporaneo. È sempre più difficile oggi raccontare ciò che accade, perché il sistema economico e mediatico tende a premiare la velocità e a censurare ciò che disturba. Questo rende ancora più urgente il nostro lavoro.

Quest'anno una sezione è dedicata a Srebrenica. Perché è importante ricordare quel genocidio a trent'anni di distanza?

Srebrenica è un monito universale. In collaborazione con la Fondazione VII presentiamo una mostra che ricostruisce il piano di sterminio contro i bosniaci, ma anche il fallimento della comunità internazionale e il ruolo dei media. La memoria non serve solo a commemorare, ma a impedire che simili atrocità si ripetano.

Ci sono novità nella modalità di fruizione delle mostre?

Sì, quest'anno rafforziamo l'aspetto multimediale: dal nuovo sistema Immersive Pro Wall per le proiezioni, fino agli approfondimenti audiovisivi su temi come il fast fashion. Vogliamo che il pubblico abbia tempo e strumenti per comprendere, perché la nostra è un'idea di fotografia "lenta", opposta al consumo superficiale di immagini sui social.

Come descrive il rapporto con il territorio?

È fondamentale. Lodi è il cuore del progetto, ma ci collochiamo in dialogo con Milano e con tutta la Lombardia. Più di un terzo dei visitatori arriva dall'area metropolitana milanese. La città risponde ogni anno con entusiasmo e il circuito OFF coinvolge negozi, bar, gallerie: il Festival diventa un evento collettivo.

Cosa le dà più soddisfazione?

Pur essendo tra i festival più visitati d'Italia, siamo rimasti fedeli allo spirito no profit. Questo ci permette di privilegiare i contenuti e di sostenere i fotografi, non solo premiandoli ma aiutandoli a portare avanti i loro progetti. Il Festival è un ponte tra chi racconta il mondo e chi vuole comprenderlo.

Come si presenta il Festival della Fotografia Etica 2025?

Questa edizione, dal 27 settembre al 26 ottobre, trasforma di nuovo Lodi nella capitale della fotografia documentaria. Parliamo di oltre 20 mostre, quasi 150 fotografi da 40 Paesi e un migliaio di immagini esposte. Il nostro obiettivo resta quello di offrire al pubblico un viaggio attraverso storie che interrogano la coscienza e creano dialogo. Il cuore pulsante è il World Report Award - Documenting Humanity, che quest'anno propone lavori che vanno dal Darién in America Latina alla tragedia di Gaza, fino ai conflitti dimenticati in Africa e Medio Oriente.

Il Festival è spesso definito un osservatorio sul presente. Qual è la sua cifra stilistica?



Sopra. Foto di Prins de Vos. Courtesy Queer Gallery

Sotto. World Press Photo Contest 2025. Foto di Cinzia Canneri, nella categoria Long-Term Projects per l'Africa



FORMULE NUOVE. Da decenni riferimento per l'attività sociale e culturale del Municipio 5, l'Archi Bellezza ha saputo, in questi ultimi anni, reinventarsi senza snaturarsi. **ALBERTO MOLteni**, che si occupa della direzione artistica del circolo, ci racconta qui "come si può fare"

di **ENRICO S. BENINCASA**

Come sei diventato direttore artistico del Circolo Archi Bellezza?

Frequento l'Archi Bellezza da circa dieci anni. All'inizio ero semplicemente un socio e volontario, poi circa otto anni fa sono entrato a far parte del gruppo direttivo e, da sei anni, mi occupo della direzione artistica del circolo.

Negli ultimi anni abbiamo assistito a un cambiamento dell'offerta, con sempre più concerti ed eventi musicali...

Sì, abbiamo potenziato l'attività legata all'organizzazione di eventi e concerti, che si è così aggiunta alle altre attività più storiche del circolo, come per esempio la scuola di tango. Abbiamo cercato di completare quella che è la nostra offerta ai soci e al pubblico, aggiungendo occasioni con un respiro più internazionale al lavoro sul territorio che questa realtà ha sempre svolto nel Municipio 5.

Di questo cambio di passo ne hanno beneficiato anche le altre aree, come per esempio i

corsi, della vostra offerta culturale?

Sì, è cresciuta tanto l'esposizione anche mediatica del Circolo e ne hanno giovato anche le altre attività, fermo restando che alcune, come appunto il tango, sono un punto di riferimento per la città da decenni. Quello che succede ora è che, mentre magari il salone ospita il tango, c'è un altro evento organizzato in un'altra delle nostre sale.

Ci sono dei concetti che hanno guidato il gruppo direttivo in questi anni?

Un concetto che abbiamo già citato prima è quello di cercare di essere più internazionali, cercando, per esempio sulla parte musicale, di dare spazio a nuovi artisti, che spesso debuttano nel nostro Paese proprio sul palco del Bellezza. Poi abbiamo cercato di essere inclusivi, perché non ci siamo messi troppi paletti dal punto di vista artistico, provando a sperimentare. Infine cerchiamo di essere originali, cercando di dare spazio ad artisti nuovi, scommettendo su talenti italiani e internazionali

che poi potrebbero finire nelle lineup di festival importanti. Abbiamo provato a dare continuità a questa linea e, in questi anni, la proposta è stata apprezzata dai soci e dal pubblico che ci danno fiducia nelle scelte che facciamo.

Accennavi alla sperimentazione: ci fai qualche esempio?

Cerchiamo sempre delle formule nuove con cui proporre al pubblico gli artisti, confrontandoci con loro e con i loro management. E da questi confronti nascono idee, situazioni nuove o collaborazioni con altri artisti. Abbiamo ospitato, per esempio, artisti in solo che poi sono tornati con la band o per aprire a altri colleghi internazionali con il quale notavamo delle affinità. Se dovessi citare un artista ti direi Generic Animal, che negli ultimi tre anni si è esibito quattro volte, ognuna con un concept diverso dall'altra.

Questa maggiore presenza di artisti stranieri e la vicinanza ad alcuni atenei universitari come Bocconi o IULM vi ha aiutato ad attrarre un pubblico sempre più giovane?

Sì, intercettiamo anche il pubblico non italiano. L'età media dei nostri soci si è abbassata e oggi si avvicina a quella universitaria. Ci sono i soci storici che sono in su con gli anni, ma sono due anime che convivono al Bellezza con assoluta naturalezza.

Tra agosto e settembre, per motivi diversi e con modalità differenti, hanno chiuso due realtà storiche della città come il Leoncavallo e il Plastic. Da operatore della cultura a contatto con il mondo della nightlife e degli eventi, come vedi il prossimo futuro?

Milano è una città che si è impoverita di proposte culturali e di luoghi di ritrovo. I casi recenti del Leoncavallo e del Plastic lasciano dei vuoti, e mancheranno sicuramente entrambi anche perché, con tutte le differenze e specificità dei casi, erano proposte che potevano essere complementari. Penso che per le persone sia importante sapere che ci siano luoghi in città si può andare senza avere una prevendita, senza organizzarsi prima in maniera meticolosa per passare una serata serena. A Milano iniziano a mancare questi luoghi, è una dimensione che si sta perdendo.

Chiudiamo con qualche appuntamento da non perdere al Bellezza quest'autunno.

Sicuramente Grandmaster Flash, che sarà da noi il primo ottobre, e poi James Senese, che invece

ospiteremo il 19. Ma non saranno gli unici appuntamenti: per esempio il 26 settembre ci sarà il dj set degli Editors, un esperimento che abbiamo già fatto, per esempio con i Fontaines D.C., e che ci fa piacere ripetere con loro.



Sopra. Alberto Molteni del circolo Archi Bellezza di Milano

Sotto. Un momento di un concerto nella venue di via Bellezza 16/A

IL DILEMMA DEL LUSO

Milano accelera sull'hôtellerie in vista delle Olimpiadi 2026: aprono Carlton, Six Senses e Calimala, ma cresce il dibattito sul rischio di "luxury-fication" e sull'impatto che queste trasformazioni avranno sui quartieri

di MARCO TORCASIO



La Penthouse Suite del Calimala Milano, situato in via Melzo 7

“La presenza di nuovi hotel iconici, se non accompagnata da politiche di equilibrio urbano, può trasformare zone storiche in vetrine destinate quasi esclusivamente al turismo alto spendente”

Milano sta vivendo un momento di trasformazione che va oltre l'organizzazione logistica e sportiva delle Olimpiadi Invernali 2026. Il capoluogo lombardo ha colto l'occasione per consolidare il proprio ruolo di capitale europea dell'ospitalità di alto livello, con una serie di investimenti mirati nell'hôtellerie di lusso che stanno cambiando il volto di interi quartieri, dal Quadrilatero della Moda a Porta Venezia fino a Brera. La crescita di questo segmento è evidente: secondo le stime di settore, Milano supererà Roma e Firenze per numero di strutture cinque stelle, un risultato che fino a pochi anni fa sembrava impensabile. Il calendario delle nuove aperture è fitto e testimonia la volontà di accogliere un pubblico internazionale sempre più esigente. Tra i protagonisti c'è The Carlton Milano, che inaugurerà il 6 novembre 2025 dopo un'importante ristrutturazione durata cinque anni. Situato in via Senato con un ingresso anche in via della Spiga, l'hotel di Rocco Forte Hotels offrirà 71 camere e suite, un giardino d'inverno, un cocktail bar e un ristorante affacciato su un cortile privato, oltre a un'area benessere completa con Spa, palestra e trattamenti dedicati alla longevità. La direttrice del design Olga Polizzi ha spiegato che l'intenzione è quella di «rendere omaggio alla tradizione dell'ospitalità con un'interpretazione contemporanea che rifletta l'eleganza della città». Pochi mesi dopo sarà la volta del Six Senses Milano, che aprirà nel cuore di Brera e promette un'esperienza improntata al benessere olistico e alla sostenibilità, con 68 camere e suite, un Earth Lab dedicato alla sensibilizzazione ambientale, una Spa tecnologicamente avanzata e una terrazza panoramica con piscina che permetterà di ammirare lo skyline. Neil Jacobs, CEO del gruppo, ha sottolineato come «l'hotel sia stato pensato per offrire un'ospitalità attenta e personalizzata nel cuore di una delle capitali europee più dinamiche». Il fermento tocca anche Porta Venezia, dove ha aperto Calimala Milano, il secondo indirizzo del brand dopo Firenze. Più che un semplice hotel, Calimala è stato concepito come un hub urbano, con spazi che si prestano al lavoro, agli eventi e alla socialità, un rooftop con piscina, un bar aperto tutto il giorno e un design che richiama il modernismo milanese degli anni Cinquanta reinterpretato in chiave contemporanea.

Queste aperture si affiancano ad altri progetti in corso, come il Rosewood in via Borgonuovo e l'Hotel Edition in corso di Porta Romana, e fanno parte di una strategia che non si esaurisce con l'appuntamento olimpico ma punta a lasciare un'eredità duratura alla città. La logica è duplice: aumentare la capacità ricettiva di alta gamma per soddisfare la domanda straordinaria attesa durante i Giochi e, al tempo stesso, valorizzare il patrimonio architettonico e culturale di Milano con riqualificazioni che ne rispettino l'identità. Tuttavia, questa corsa al lusso porta con sé interrogativi non secondari. Il rischio di una "luxury-fication" eccessiva è concreto: la concentrazione di strutture a prezzi elevati potrebbe spingere verso l'alto il costo della vita, erodere spazi accessibili e contribuire alla progressiva esclusione di attività commerciali e residenti storici dai quartieri più centrali. Milano ha infatti già sperimentato, negli ultimi anni, fenomeni di gentrificazione e la sfida sarà evitare che l'arrivo di marchi internazionali e boutique hotel di design accentui queste dinamiche a scapito del tessuto locale.



Franco Lisi durante la Beauty Week milanese

FRANCO LISI

INCONTRIAMOCI AL BUIO. È il Direttore Scientifico della Fondazione Istituto dei Ciechi di Milano, responsabile della famosa mostra *Dialogo nel buio*, che coinvolge milioni di visitatori e celebra nel 2025 i vent'anni di operatività

di MARCO TORCASIO

Può fornirci qualche informazione sulla sua vicenda biografica?

Sono non vedente dall'età di tre anni. Dopo aver frequentato la scuola dell'obbligo presso l'Istituto dei Ciechi di Milano e aver conseguito il diploma di maturità classica nella scuola comune presso il liceo Manzoni di Lecco, ho lavorato in qualità di programmatore e analista in una società di sviluppo software in giovane età. Ho conseguito poi la laurea in sociologia presso l'Università degli Studi di Urbino e una seconda laurea in Scienze Politiche presso l'Università degli Studi di Macerata, nell'anno 2013. Attualmente sono il Direttore Scientifico della Fondazione Istituto dei Ciechi di Milano e responsabile della famosa mostra *Dialogo nel buio*.

Ricorrono i 20 anni di *Dialogo nel buio*. Ci descrive nel dettaglio di cosa si tratta e perché questa iniziativa è così importante?

Dialogo nel buio è un'esperienza immersiva, intensa e sorprendente. Non si tratta di una mera

simulazione della cecità ma di un invito a percepire il mondo in modo più attento e profondo. Nella pratica, accompagnati da guide non vedenti o ipovedenti, i visitatori si ritrovano a vivere diverse esperienze in totale oscurità, la vista lascia così spazio agli altri sensi, tatto, udito, olfatto e gusto, e ogni gesto si trasforma in scoperta. Il progetto, attivo dal 2005, ha come primo filone di obiettivi quello di sensibilizzare l'opinione pubblica e la società sulla disabilità visiva; ma anche portare a conoscenza il fatto che i non vedenti, laddove siano supportati da personale competente sulle metodologie di apprendimento, possono e devono andare nella scuola di tutti, così come possono e devono svolgere una professione. In passato grazie all'uso del braille le porte del lavoro per i non vedenti si aprivano solo in ambiti ristretti, tra centralinisti, massofisioterapisti e musicisti, oggi non è più così perché lo sviluppo delle tecnologie e dell'informatica ha aperto nuovi orizzonti. In secondo luogo l'esperienza vuole accompagnare i visitatori in

“Ancorché è nostro diritto rivendicare un mondo accessibile, dobbiamo essere in primis noi disabili a non lasciare che la difficoltà eroda il nostro animo”

un viaggio capace di trasformare la percezione, le modalità di ascolto e la relazione con il mondo attraverso la sensorialità.

Come giunge a Milano questo format diffuso anche in altri 36 Paesi?

La storia di *Dialogo nel buio* inizia nel 1988 a Francoforte, per idea del giornalista tedesco Andreas Heinecke, che, dopo aver lavorato con persone non vedenti, cercò un modo per abbattere i pregiudizi sulla cecità e far conoscere la loro realtà. L'iniziativa si è poi diffusa in tutto il mondo, arrivando a Milano nel 2002 come esposizione-evento a Palazzo Reale e diventando una mostra permanente dal 2005 presso l'Istituto dei Ciechi. Altrove la mostra è allestita presso spazi avulsi dal contesto della disabilità, a Milano invece ha sede proprio all'interno dell'Istituto. Ritengo sia un vero e proprio servizio ai cittadini perché ci permette di far conoscere la vita delle persone non vedenti nella loro normalità fatta di studio, lavoro, pratiche quotidiane e famiglia.

In occasione della Beauty Week milanese (17-21 settembre, NdR) avete introdotto nel celebre percorso sensoriale la collaborazione

con LabSolue Perfume Laboratory, che sarà partner del progetto per i prossimi due anni. Cosa cambia adesso?

La dimensione olfattiva ha sempre fatto parte del percorso al buio. Il profumo è infatti una guida che offre l'opportunità di amplificare il valore del buio come strumento di conoscenza e consapevolezza. La collaborazione con LabSolue, marchio di profumeria artistica e artigianale fondato a Milano da Ambra e Giorgia Martone, nasce da un desiderio condiviso: offrire un'esperienza ancora più profonda in cui l'olfatto accompagna il viaggio stimolando suggestioni e ricordi. Al buio le persone sono più vulnerabili: la temporanea perdita di un senso chiave porta a rallentare i ritmi e a concentrarsi sull'essenziale, l'esperienza dell'oscurità totale fa emergere l'intelligenza emotiva del singolo, spinto a confrontarsi con se stesso e con le proprie abilità. Inoltre, nonostante l'olfatto sia convenzionalmente ritenuto un senso minore nella quotidianità ci dà tantissime informazioni sull'ambiente che stiamo vivendo e sull'interlocutore che ci troviamo di fronte. All'atto pratico le fragranze LabSolue che connotano adesso il percorso sono tre: 35

Tiglio, omaggio ai tigli di Milano e al loro profumo che attraversa silenziosamente la città, 320 Ambra Grigia, che rievoca la brezza sulla pelle e la libertà del mare aperto, 16 Oud che restituisce l'intensità della vita metropolitana e l'atmosfera dei riti serali milanesi. Il progetto è stato realizzato con il supporto tecnico di Integra Fragrances, eccellenza italiana specializzata nello sviluppo e nella diffusione in ambiente di identità olfattive per i brand.

Quali altre missioni, oltre a quelle sopra citate, portate avanti?

Ricordare ad esempio che ciechi non soltanto si nasce ma si diventa, andando oltre lo stereotipo collettivo. Si può diventare non vedenti per una patologia sopraggiunta o per un incidente e chiunque incontri questo status sarà obbligato a rivedere il proprio rapporto con la vita e con il lavoro. Tra le nostre missioni come Fondazione Istituto dei Ciechi di Milano c'è proprio quella di incontrare persone diventate non vedenti cui non occorre soltanto un supporto psicologico ma soprattutto un insieme di misure utili ad affrontare nuovamente la vita, a partire dall'uso della tecnologia.

Sente di dover dire grazie a qualcuno in particolare nel suo percorso di vita?

Ringrazio la mia famiglia per avermi sempre spronato nello studio, poiché l'acquisizione di una cultura, l'apprendimento e la possibilità di fare delle esperienze possono compensare situazioni di fragilità. Chi ha un bagaglio culturale riesce sempre a trovare una soluzione diversamente da chi non è attrezzato, solido, forte da un punto di vista psicologico. Pertanto consiglio ai ragazzi di fortificarsi studiando, poiché se alla fragilità – tratto peculiare della giovane generazione – si aggiunge una disabilità di qualsivoglia natura le cose si complicano.

Quale valore sente di condividere con le persone non vedenti?

Ancorché è nostro diritto rivendicare un mondo accessibile, dobbiamo essere in primis noi disabili a non lasciare che la difficoltà eroda il nostro animo, reagendo di fronte a ciò che è meno accessibile e investire come società sulla formazione di persone disabili.

A proposito di investimenti, la città di Milano è un terreno più fertile di altri per la messa a terra dei progetti della Fondazione?

Nella società contemporanea c'è più attenzione alla disabilità – si parla molto di più di disabilità oggi che non una volta – ma ritengo sia un'at-

tenzione apparente poiché non coincide con una maggiore conoscenza diffusa delle problematiche e delle difficoltà legate alla disabilità. Ecco perché il lavoro non basta mai. Da una parte dobbiamo far conoscere le potenzialità dei disabili, che non necessitano solo di mera assistenza, ma di uguali diritti e di pari opportunità. Sta a chi governa saperle creare. *Dialogo nel buio* ha sicuramente fatto molto ma è come mettere tante piccole gocce in un grande oceano. La collaborazione col il settore del turismo, ad esempio, penso potrebbe essere davvero proficua. Far sapere alla città che oltre alle realtà più iconiche di Milano esiste anche la Fondazione Istituto dei Ciechi sarebbe una conquista in più.

“Al buio le persone sono più vulnerabili: la temporanea perdita di un senso chiave porta a rallentare i ritmi e a concentrarsi sull'essenziale”



Lampade WonderGlass firmate nendo e Formafantasma per l'installazione Contrasto presentata durante la Design Week 2024 all'Istituto dei Ciechi

ALLENARSI CON LA STRATEGIA DI UN CEO

Gli uomini over 35 che vivono in città scelgono spazi esclusivi e programmi personalizzati per allenarsi in modo mirato ed efficiente. Tecnologia, recupero e monitoraggio dei progressi trasformano il fitness in un investimento concreto in salute e performance

Negli ultimi anni le modalità di allenamento degli uomini che vivono in città hanno subito una trasformazione radicale, guidata da una crescente consapevolezza: il tempo è una risorsa scarsa e la salute è un investimento a lungo termine. La tradizionale palestra generalista lascerà davvero il posto a spazi selezionati, curati e pensati per un pubblico che ricerca efficienza, dati e risultati misurabili? Il concetto di allenamento come sacrificio è già stato sostituito da un modello in cui scienza e tecnologia guidano ogni fase: diagnosi iniziale, definizione del carico di lavoro, monitoraggio delle performance, recupero strutturato. È l'approccio proposto ad esempio da Ydun, nuovo health studio aperto a Milano, che fonde diagnostica scientifica e allenamenti tailor made. Ogni percorso inizia con un'analisi di parametri specifici, dalla composizione corporea alla capacità cardio-respiratoria. Le sessioni durano trenta minuti e sfruttano macchinari intelligenti che adattano la resistenza in tempo reale, fornendo un output preciso di forza e potenza a ogni ripetizione. Il recupero è parte integrante del metodo: sauna, immersioni in acqua fredda, luce rossa e protocolli di respirazione supportano la rigenerazione muscolare e riducono il rischio di infortuni. Christian Blomberg, fondatore e CEO, spiega: «Non crediamo in un approccio frammentato al benessere. Ydun è un ecosistema integrato dove ogni elemento – diagnosi, allenamento e recupero – contribuisce a migliorare la qualità della vita. Con dati, metodo e tecnologie concrete, puntiamo a portare più salute, energia e longevità nelle giornate delle persone». Questo approccio si inserisce in un trend internazionale che vede crescere le cosiddette boutique gym, destinate a un pubblico che privilegia qualità rispetto alla quantità, privacy rispetto alla massa e personalizzazione rispetto a programmi standardizzati. In questo contesto si colloca Hey Pilates, hub milanese che interpreta il pilates come disciplina

di **MARCO TORCASIO**



INDIRIZZI

Ydun via Palazzo Reale 5
Hey Pilates via Santa Maria
 Valle 7 **Wellspring - The**
Health Club via Nirone 19

Macchinari che monitorano resistenze e carichi in tempo reale nell'health studio di nuova generazione Ydun



Il dispositivo Lysiwave combina le microonde con l'erogazione di un flusso d'aria raffreddata direttamente sull'area esposta al trattamento

La Heat Room di Hey Pilates, ambiente ingegnerizzato a 40 gradi con umidità controllata e infrarossi di grado medicale, amplifica i benefici dell'allenamento senza sovraccaricare il corpo



“L’allenamento diventa un’estensione della propria identità, un asset su cui investire con lo stesso rigore con cui si gestiscono tempo o patrimonio”

ad alte prestazioni e propone un percorso tecnico, misurabile e continuativo. La fondatrice Chiara M. Castejon spiega: «Hey è pensato per chi vive a Milano con intensità, ambizione e consapevolezza. Anche per i business men, ma non quelli da cliché: parliamo di uomini abituati a performare, a investire nel proprio tempo e a cercare esperienze che abbiano un impatto reale sul proprio corpo e sulla propria testa. Da Hey trovano tre cose che parlano la loro lingua: allenamenti strutturati, ad alta intensità, in classi da massimo quattro persone o in formato personal. Niente tempo perso, tutto è progettato per essere smart, dagli spogliatoi all’allenamento scalzo. Grazie alla nostra app, si può prenotare o cancellare in totale autonomia: nessun giorno fisso, nessun vincolo. Non c’è nulla di estetico nel nostro approccio, anche se il risultato estetico, inevitabilmente, arriva. Siamo poi un luogo esclusivo, ma non con l’ostentazione del termine: approviamo un numero massimo di nuovi clienti a settimana, in base alla saturazione reale delle classi e degli spazi. No telefoni, no stories. Qui si viene per performare, e per staccare davvero».

Ulteriore destinazione d’eccellenza è Wellspring – The Health Club, prima Healthspan clinic in Italia. Più che una palestra, è un centro clinico di nuova generazione che combina diagnostica genetica ed epigenetica, test del microbiota, analisi ematiche e valutazioni ormonali per definire strategie di prevenzione personalizzate. Le tecnologie rigenerative e gli interventi proposti – dalla terapia cellulare ai protocolli anti-invecchiamento – sono supportati da un’équipe medica multidisciplinare. La medicina preventiva è in questo caso specifico il punto di partenza e il fitness solo uno degli strumenti di un percorso di benessere sistemico, affiancato da nutrizione, terapie estetiche e protocolli di ottimizzazione cognitiva. Emerge dunque un nuovo paradigma in cui allenamento e cura di sé non sono più considerati semplici momenti all’interno di una giornata, ma strumenti strategici per preservare energia e performance mentale, attraverso protocolli intensi ma brevi, risultati tracciabili, supporto professionale e ambienti che rispecchino il loro stile di vita. L’allenamento diventa così un’estensione della propria identità, un asset su cui investire con lo stesso rigore con cui si gestiscono tempo o patrimonio. La tendenza sembra destinata a consolidarsi, spingendo le città a moltiplicare spazi esclusivi e club su misura per questa generazione di uomini che vede nel fitness non un fine, ma uno strumento per vivere più a lungo, con più forza e più lucidità.

UNA CITTÀ DA SCOPRIRE CAMMINANDO

L'eco di molti passi risuona nelle immagini di fotografo brasiliano che ha scelto Milano per vivere e lavorare, alternando progetti commerciali a una personalissima ricerca on the road

di **PAOLO CRESPI**

La domanda è d'obbligo: cosa ti ha portato in Italia, e in particolare a Milano, da una megalopoli come San Paolo, dove sei nato 49 anni fa e dove hai mosso i primi passi?

È stata una scelta "esistenziale": io e mia moglie Micha, giornalista, giravamo spesso nel Vecchio Continente, attratti dallo stile di vita europeo, con tutta la ricchezza delle sue varianti nazionali, grazie anche alla nostra doppia cittadinanza, brasiliana e portoghese. Nel 2018 abbiamo deciso di provare a viverci più stabilmente e istintivamente abbiamo puntato su Milano: una città viva e pulsante, ma non gigantesca (e complicata, per un inserimento da adulti) come Londra o Parigi. Ci siamo sentiti subito a casa. Inizialmente dovevamo fermarci per un anno "sabbatico", ma poi è arrivata la pandemia... Ed eccoci qui, con nostra figlia che, giunta in Italia piccolissima, ha imparato a leggere e scrivere direttamente nella vostra lingua.

Cosa apprezzi di più di questa nuova dimensione che ti sei scelto?

Partiamo dal fatto che Milano è una realtà piccola, geograficamente parlando. E piatta. Dove le cose generalmente funzionano e c'è una vita di quartiere a mezz'ora dal centro. Per la prima volta ho potuto fare a meno dell'auto e muovermi a piedi per raggiungere velocemente senza sforzo qualunque punto in città, che è ben collegata dai trasporti pubblici.

L'arte del camminare è al centro di una tua



ricerca personale. In cosa consiste?

L'esperienza del camminare e scattare durante il percorso è una pratica che mi porto dietro dalla mia vita precedente. Qui ho avuto modo di approfondirla, pubblicando anche un paio di libri a tema, *Ci vediamo nell'angolo*, risultato di molti giri a zonzo per Milano, e *Orbite*, ispirato al Parco Orbitale, il progetto utopico dell'architetto Marco Biraghi di unire tutte le aree verdi alle porte della città. Durante la pandemia io e Davide Mari, un collega modenese che poi, ironia della sorte, ha scelto di trasferirsi a San Paolo del Brasile, abbiamo coperto con le nostre immagini l'intero tragitto (un estratto è visibile sul sito orbite.me, NdR). Ora, da

solo, sto completando un progetto ambizioso: una ricognizione fatta seguendo l'intero tracciato delle cinque linee della metropolitana, ma viaggiando a piedi, in superficie, da una stazione all'altra. È anche un atto politico, contro lo strapotere delle auto.

Nel tuo portfolio convivono immagini glam, tipiche della comunicazione pubblicitaria e di moda, ritratti di personaggi e skateboarder in azione. Quali ambiti preferisci?

Premetto che faccio questo mestiere da venticinque anni e, per campare decentemente, privilegio naturalmente i servizi su commissione, dedicandomi alla ricerca nei tempi morti tra un lavoro e l'altro. Ciò che amo di più è ritrarre le persone e raccontare le loro storie, come anche esplorare l'architettura e il rapporto con il paesaggio urbano.

L'immagine che pubblichiamo sulla copertina di questo numero di Club Milano sembrerebbe scattata durante il lockdown...

In realtà appartiene alla serie *Ferragosto* e risale a sei mesi prima. Come neo-milanese non immaginavo che la città si svuotasse a tal punto nel periodo estivo. Ai miei occhi era una sorpresa scioccante, che andava immortalata. E paradossalmente è stata un'anticipazione di ciò che tutti noi stavamo per subire, a livello sociale, come conseguenza del Covid, che ha segnato uno spartiacque. Oggi forse

la situazione è un po' cambiata, ma da allora io e la mia famiglia agosto non lo passiamo più in città.

Come si è evoluta la tua professione?

Ho iniziato nell'era analogica come fotoreporter, grazie all'ingaggio di un quotidiano brasiliano. Prima, per fare pratica, realizzavo piccoli progetti ed ero sempre a corto di soldi da investire sui rullini, che, ricorderai, erano molto costosi. Quando è arrivato il digitale l'ho abbracciato immediatamente, seguendone tutta l'evoluzione. E non sono più tornato indietro. Ci sono molti vantaggi, ma al contrario di quanto comunemente si pensa, la tecnica fotografica oggi è molto più complessa, soprattutto per quanto riguarda la post-produzione. Senza un'eccellente preparazione non si arriva da nessuna parte.

Una delle sfide più clamorose, oggi, nel mondo dell'immagine, è quella dell'AI. Tu come la vedi?

Ovviamente mi interessa, non mi spaventa e sono certo che tutti noi fotografi la utilizziamo già, in un modo o nell'altro. Ma credo anche che camminare ed essere lì, in presenza, per cogliere uno scorcio o un'emozione, non possa essere sostituito da un'immagine generata dall'intelligenza artificiale. In ogni caso, sarebbe un vero peccato non concedersi più questa fantastica esperienza.



Nella pagina accanto. Rafa Jacinto ritratto da Micha Oliveira

Scatto parte del progetto fotografico dedicato alla Metropolitana di Milano

LARGO AI GIOVANI

Il Presidente di Volvo Car Italia **MICHELE CRISCI** ci presenta Jam The Future, rassegna giunta alla settima edizione dedicata alle giovani band, in scena dal 18 settembre al 15 ottobre a Volvo Studio Milano

Come si inserisce Volvo Studio Milano all'interno della città?

Nel 2017 abbiamo scelto Porta Nuova in quanto quartiere all'avanguardia, rappresentativo di valori in cui ci riconosciamo come sostenibilità e inclusività, su cui negli anni abbiamo investito moltissimo, così come nella sicurezza e nelle nuove tecnologie. Chi entra al VSM non è un semplice cliente, ma una persona da ascoltare, un partner con cui interagire. Solo dall'ascolto possono nascere idee e opportunità. Questo luogo oggi è conosciuto per la ricca offerta culturale e per i servizi al quartiere, come il car sharing con auto elettriche.

Come si è evoluta in questi anni la vostra offerta culturale?

Ci siamo affiancati a partner che condividono appieno i nostri valori. Abbiamo costruito una programmazione che si è via via arricchita, toccando ambiti an-

che molto diversi. Ponderosa è certamente uno dei nostri partner più importanti permettendoci di ospitare concerti di Piano City e Jazzmi. La cosa che più ci rende orgogliosi è che gradualmente VSM ha guadagnato autorevolezza anche per nomi di primo piano che qui vengono a esibirsi e a confrontarsi con il pubblico, come ha fatto Ornella Vanoni.

Quali sono le novità di Jam The Future?

Jam The Future è un'opportunità unica per le nuove generazioni. Si tratta di una rassegna inserita nel palinsesto di Jazzmi, ormai giunta alla settima edizione, dedicata a giovani band che compongono musica su temi assegnati da noi. Per la prima volta dieci band selezionate da Ponderosa si esibiranno dal 18 al 25 settembre, cinque passeranno alla semifinale dell'8 ottobre e tre alla finale del 15 ottobre. I ragazzi, tutti under 35, suoneranno generi anche molto diversi dal jazz esprimendo un altissimo tasso di creatività anche nell'utilizzo delle nuove tecnologie come l'AI. Sarò felice di far parte della giuria. La mia passione della musica parte da lontano: mia mamma, Maria Rosa Castelli, era una cantante lirica e fin da piccolo ho suonato pianoforte e chitarra. Oggi mi esibisco anch'io con una band di blues, ma non al Volvo Studio (sorride, NdR).

L'eccellente gruppo jazz hip-hop Studio Murena in scena al Volvo Studio Milano per il contest Jam The Future



IL PIACERE DELL'ESPERIENZA. Uno dei pregi di Milano, come di altre grandi città, è che può sempre riservare delle piacevoli sorprese. Basta girare in una strada che fino a quel momento ti era sfuggita e ti puoi imbattere in una piccola meraviglia che fino ad allora non avevi notato. Può essere un piccolo negozio di modernariato, un caffè di nuova generazione appena aperto o una palestra che è anche sala da tè. Allo stesso modo, non sai mai chi potrai incontrare, potrebbe essere qualcuno con una storia molto interessante. Sono queste le cose che fanno la città, che le danno un'identità e un'atmosfera distintiva. È importante esserne consapevoli di questi tempi

a cura di **GIULIANO DEIDDA**

foto **LUDOVICA ARCERO**

DANILO COSIO

CREATOR DIGITALE, PERSONAL TRAINER E MODELLO

“Sono un mix, padre argentino e madre in parte spagnola, anche se cresciuto a Senigallia. A 20 anni mi sono trasferito in Spagna per un anno e poi a Milano. Qui ho incontrato Anastasiya Goncharova, la mia futura moglie, che all’epoca faceva la fotografa. Grazie a lei è cominciata la mia carriera di modello. Collaboriamo anche nell’ambito del progetto di floral design Hedoniya Floristry. Sono un ex atleta, mi sono specializzato in allenamento funzionale e poi mi sono avvicinato al pilates, grazie a Lucy Podoprighora che lo insegna da 25 anni. C’è lei dietro a Noï, il nuovo spazio, studio di pilates e sala da tè, nel quale tengo dei corsi”.

Overshirt in nylon imbottito **NOSKRA**, overshirt e pantaloni in denim di lino e cotone con coulisse in vita **BOTTEGA BERNARD**, stringate in vitello con suola in gomma **CAT**

location
Noï via Pontida 2



DAVIDE DI SCIASCIO

MODELLO PER GUYS MGMT, CANTANTE E TATTOO ARTIST

“La longevità della mia carriera come modello è probabilmente dovuta al fatto che dimostro meno anni di quelli che ho. Inoltre ho avuto la fortuna di lavorare con tutti i marchi senza però essere sovraesposto. Anni fa, mentre mi trovavo in Giappone, mi sono reso conto che non ce la facevo più a vivere con la valigia in mano. Sono tornato a Milano e ho deciso di concretizzare una mia passione, la scrittura, attraverso la musica. Ho pubblicato un annuncio e sono stato contattato dagli Starcontrol, band di cui sono diventato il cantante. La mia avventura più recente è quella come tattoo artist. Questa potrebbe essere la mia via di fuga dalla moda, ma non subito”.

Giubbino in poliestere e cotone con colletto in velluto e chiusura a zip e a pressione **CANADIAN**, camicia in Lyocell stampato, cravatta in seta e cintura in cavallino, tutto **PAUL SMITH**, cinquantasche in lana stretch **BERWICH**, mocassini in vitello spazzolato con suola in cuoio **SEBAGO X RANDOM IDENTITIES BY STEFANO PILATI**

location
Bitossi Home via Santa Marta 19



CARLO ALBERTO MACCAN

CO-FONDATORE DI VITA VITAE

Giacca monopetto due bottoni in velluto di cotone **TAGLIATORE PINO LERARIO**, dolcevita in maglia di lana **BARBA NAPOLI**

“Insieme a mia sorella Veronica ho creato una linea beauty per le tenute di famiglia, utilizzando le proprietà antiossidanti degli scarti dell'uva. Nel 2020 abbiamo deciso di farne un business. Naturalmente, abbiamo coinvolto nel progetto il nostro enologo e il suo network di laboratori. Il nome scelto è Vita Vitae, un gioco di parole. All'inizio abbiamo proposto sei prodotti, detergente, tonico, scrub, siero giorno, siero notte e crema viso. L'ultima novità è il Micro-Needling Home Infusion Kit, composto da un applicatore con venti aghi in titanio placcato oro e due booster diversi, liftante e volumizzante”.

location
Radisson Collection Hotel, Santa Sofia Milan via Santa Sofia 37



JOSEPH

CANTAUTORE

“L’idea per *Nina*, il mio recente singolo, è nata un annetto fa con Kyv, il mio produttore nonché coinquilino. Lui voleva realizzare qualcosa di acustico e io in effetti continuavo ad ascoltare un album che mi piace tantissimo, *Two Star & The Dream Police* del cantautore americano Mk.Gee, il cui sound va in quella direzione. Abbiamo così deciso di asciugare la produzione e di far emergere le emozioni. Sto lavorando a un primo progetto che ancora non chiamo album, perché conterrà cinque o sei pezzi. Dentro ci sarà uno spettro delle emozioni dei miei ultimi due anni e mezzo, da quando mi sono trasferito a Milano da Avellino”.

Special thanks
Valentina Manfredi

Pull a V in maglia bouclé
SANDRO, camicia
in cotone stampato
RANDOM IDENTITIES
BY STEFANO PILATI,
cinqetasche in denim
con cintura **LEVI'S RED**
TAB, stringate in pelle
con suola in gomma
Vibram **REFERENC**



ALESSANDRO ORGIATO

AUTORE, CREATOR DIGITALE E VOLTO TELEVISIVO

“Non c’è una definizione per quello che faccio. Non sono collocabile in un ruolo definito. Quando c’è bisogno di una soluzione vengo chiamato in causa, sia dietro le quinte che davanti alla telecamera. Faccio tutto, dalla grafica alla tv. Nel luogo da cui provengo si ironizza su tutto, questo mi accomuna agli altri comici pugliesi. Uno dei miei idoli però è Nino Frassica. Mi piace l’unicità della gaffe e del fraintendimento della comicità surreale, per questo spesso vengo frainteso quando faccio delle battute. Sia a *Le Iene* che a *Scherzi a parte* sono entrato come autore prima di essere mandato in video. Il mio sogno è un ruolo in uno show in stile Gialappa’s”.

Harrington jacket in denim **HANDPICKED**, girocollo in maglia di lana e cashmere **SUN 68**, cinquantasche 501 in denim lavato **LEVI'S RED TAB**, samba in pelle con punta in nabuk e suola in gomma rinforzata **ADIDAS ORIGINALS**

location
Tortona4arte via
Tortona 4

DAVIDE CARENZI

COUNTRY MANAGER ITALIA DI KORO

“Il mio è stato un percorso inusuale. Ho studiato medicina per tre anni, poi mi sono reso conto che non era la mia strada. In seguito ho iniziato a giocare a tennis e a gestire strutture sportive. Poi ho studiato Business Management e fondato una startup di skincare. Nel 2019 sono entrato da Neulabs, un aggregatore di startup e dopo qualche anno sono diventato General Manager di CiboCrudo, un importante player italiano del segmento biologico. L’anno scorso sono approdato da KoRo, realtà di Berlino riconosciuta per snack e alimenti innovativi di qualità. Ora l’azienda si sta espandendo nei diversi mercati europei, a partire da Italia e Francia”.



location
KoRo Café corso di
Porta Vittoria 14

Abito doppiopetto in lana con pantaloni 2 pince **MANUEL RITZ**, camicia button down in cotone Oxford **XACUS**, chelsea boots in vitello spazzolato con fondo in gomma **GREEN GEORGE**

UN GRADITO RITORNO

Prima o poi doveva succedere. Dopo anni di oblio le cravatte ricompaiono in passerella per riguadagnare lo status di accessorio principe dello stile maschile. Non più un obbligo, ma una scelta estetica precisa

di **GIULIANO DEIDDA**



“Il momento in cui, nei distretti finanziari di tutto il mondo, a termine della giornata lavorativa gli uomini d'affari allentano la cravatta”



Sopra. Dior primavera estate 2026. Nella pagina accanto. Junya Watanabe Man primavera estate 2026

È l'elemento dello stile maschile che è stato più penalizzato prima dal lockdown e successivamente dallo smart working. Ora che sono passati cinque anni da quel momento surreale che ha modificato le nostre abitudini, incluse quelle del vestire, le cravatte sono tornate a essere protagoniste in passerella, ma con un'accezione diversa. Si sono rivelate infatti uno degli elementi chiave delle collezioni maschili per la primavera estate 2026, presentate lo scorso giugno tra Firenze, Milano e Parigi. La novità è che quest'accessorio tradizionalmente simbolo della rigidità del dress code da lavoro, è protagonista di una stagione che fa della libertà e dell'azzeramento delle barriere tra formale e casual la propria bandiera. Riemerge quindi nella sua accezione più dandy, come ornamento parte di una scelta stilistica, in versione classica o rielaborata nei volumi e nelle decorazioni. Le abbiamo viste infatti sfilare sia in contesti di sublimazione dell'eleganza classica che in outfit decisamente street.

Questa dicotomia è stata espressa molto chiaramente sulla passerella di AWGE, la collezione dell'agenzia creativa di A\$AP Rocky. Intitolata *Obligatory Fashion*, la sfilata, ambientata in una chiesa protestante a Parigi, si è proposta come un'esplorazione di come la moda si sia evoluta da scelta personale a obbligo sociale e uniforme. Hanno così sfilato versioni distorte di capi classici, caratterizzati da silhouette oversize, spalle scese e dettagli eccessivi, stampe ironiche e colori fluo. Anche le cravatte sono xxl, stravaganti ma anche classiche, diventano il simbolo di un nuovo tipo di eleganza ibrida, che mette insieme rigore e sfrontatezza. L'ispirazione dello styling di alcune passerelle sembra il momento in cui, nei distretti finanziari di tutto il mondo, a termine della giornata lavorativa gli uomini d'affari allentano la cravatta. Junya Watanabe Man estremizza quel gesto trasformandolo in un'affermazione di stile, mettendone insieme più di una, tutte con il nodo molto lento, in modo da ondeggiare su una camicia oversize portata fuori da pantaloni altrettanto morbidi. In effetti è l'operazione inversa quella più efficace, ovvero quella di incorporare con consapevolezza la cravatta in un look casual. Per il suo debutto alla direzione creativa della linea uomo di Dior, Jonathan Anderson ha costruito in questo modo una nuova idea di formale, filtrato dalla spontaneità tipica della gioventù. Per il designer nordirlandese la chiave sta nel trovare piacere nell'arte di vestire. Così è riuscito a dare nuova vita a pezzi storici dell'eleganza maschile, come il Donegal tweed, il frac, la cappa, i gilet del XVIII e XIX secolo e le cravatte regimental.

Queste ultime sono del resto l'accessorio ideale dare il giusto smalto alla predominante eleganza rilassata. Per questo sono molto presenti anche nella collezione di Dolce&Gabbana, che porta il tema del relax al livello estremo, adottando il pigiama come capo principe della stagione. Il brand ha nel DNA fin dagli anni Novanta questo gusto per l'utilizzo dell'abbigliamento indoor e perfino intimo come pezzo forte degli outfit quotidiani. Presentato in una classica declinazione in jacquard di cotone leggero, caratterizzato da righe verticali in differenti dimensioni, il pigiama si presta così a giochi di sovrapposizioni, con contrasti di colore. Eccolo sotto ampi cardigan in maglia e perfino giacche doppiopetto, con cravatte regimental e a pois. Anche Paul Smith, come nel suo stile, ha giocato con i contrasti. La sfilata, ambientata per la prima volta nello spazio del brand a Milano, ha tracciato infatti un percorso attraverso la storia personale dei suoi viaggi, fatto di colori, stampe e tessuti. Sono protagonisti in particolare i collage, realizzati a mano appositamente per la collezione, e poi stampati su camicie e cravatte abbinate, una tecnica che lo stilista inglese utilizza da sempre. Va sottolineato che questi collage includono frammenti di fotografie scattate da Paul stesso, che ama cogliere in questo modo dettagli inusuali. Quella di Simon Holloway, direttore creativo di Dunhill, è una modalità diversa, forse più tradizionale, di attualizzazione e modernizzazione dei canoni dell'eleganza maschile. Il designer mette insieme due punti fermi dell'estetica britannica, i tradizionali dress code dell'aristocrazia inglese e certe icone rock che hanno fatto dello stile un mezzo per comunicare la loro ribellione. Per intenderci, un mix tra la famiglia reale e personaggi come Bryan Ferry e Charlie Watts. Il risultato è un guardaroba decisamente dandy, dall'eleganza in tensione. Si tratta di uno stile formale disfatto, quasi sfacciato. L'uso dei colori in questo contesto è coraggioso, con cravatte a righe audaci abbinate a giacche Madras dai toni accesi. All'opposto, la tavolozza scelta da Giorgio Armani è soft e di ispirazione mediterranea, come da tradizione. La collezione armonizza elementi apparentemente dissonanti, città e vacanza, occidente e oriente, sud e nord. Del resto, la sintesi tra formale e casual è stata fin da subito alla base della visione dell'appena scomparso re della moda italiana. Filo conduttore è la tipica leggerezza di materiali e costruzioni delle silhouette, le giacche doppiopetto con colli a scialle, abbottonature basse e lunghezze abbreviate, portate su pantaloni ampi, con le pince a goccia, che cadono morbidi su desert boots in suede. L'ultimo tocco è naturalmente la cravatta dal pattern geometrico, né larga né stretta, perfettamente annodata e, naturalmente tono su tono.

Backstage sfilata
Dolce&Gabbana
primavera estate
2026



STILE, PASSIONE E RISCHIO.

Quella di Tagliatore è una bella realtà familiare, un'azienda che è cresciuta gradualmente fino a lanciare il proprio marchio negli anni Novanta. **PINO LERARIO**, direttore creativo del brand, ci ha fatto entrare nel suo mondo

di **GIULIANO DEIDDA**

Già alla prima collezione Tagliatore dava l'idea di essere un brand maturo, dalla visione decisa e coraggiosa. Da dove nasceva questa consapevolezza?

Arrivava dalle mie esperienze lavorative in giro per il mondo. Cercavo di prendere sempre il meglio di tutto, i colori della Puglia e poi le linee da Napoli, ma anche dall'America e dall'Inghilterra. Mettendo insieme tutto viene fuori Tagliatore. C'era già dentro la passione e un po' di rischio, ma circoscritto. Da noi ci si aspetta sempre novità. Amo lo stile inglese, da cui traggio ispirazione, che poi declino su tessuti italiani, più morbidi e leggeri.

Come si è evoluto lo stile Tagliatore col passare degli anni?

Col tempo abbiamo ampliato la brand extension con nuovi prodotti, inclusi gli accessori. Oggi bisogna offrire una proposta dal gusto internazionale, ma bisogna stare attenti a non scontentare i vecchi clienti, che magari cercano ancora i pantaloni stretti. Il consumatore finale non sempre è contento delle evoluzioni.

Quali sono i pregi e i difetti di lavorare a stretto contatto con la propria famiglia?

Il pregio è la sicurezza a livello aziendale. C'è sem-

pre qualcuno che guarda le spalle. Naturalmente a volte ci si scontra. Io cerco di portare all'azienda positività. Va detto che da noi ognuno ha il proprio ruolo, poi è normale che a volte emergano dei contrasti. Ma come dicevo, c'è totale fiducia e interessi comuni, è tipico delle aziende familiari.

Lei si definisce un direttore creativo completo. Ci vuole parlare del suo metodo di lavoro?

Quando lavoro a una nuova collezione, visualizzo mentalmente i nuovi modelli. Poi realizzo lo schizzo, il modello, e sono sempre io il primo a cucire il prototipo del capo finito per vedere se funziona. Sono tanti i dettagli che possono sfuggire, facendo così ho il massimo controllo. Durante la produzione possono emergere dei problemi. Testo il primo campione personalmente, se necessario lo modifico, a quel punto viene industrializzato. Naturalmente si fanno dei controlli anche in fase di produzione.

Cita spesso il suo incontro con Nino Cerruti. Ci racconta come è avvenuto?

Ci siamo conosciuti a Milano Unica allo stand di Lanificio F.lli Cerruti e poco dopo è nata un'amicizia. Quando andavo nella sua azienda mi mostrava i prototipi e mi chiedeva consigli. Lui conosceva il

mestiere dall'inizio alla fine, ed io ero ammirato. Ho avuto anche il piacere di averlo in azienda. Ha perfino mangiato le orecchiette.

Qual è il modello più rappresentativo dello stile di Tagliatore?

Sicuramente la giacca Montecarlo, totalmente svuotata, ispirata alla giacca napoletana, ma senza rinforzi. Ha la particolarità delle spalle arretrate. Richiama i costumi del Settecento e da dietro è estremamente riconoscibile.

Parliamo dei capi più d'impatto dell'autunno inverno 2025.

Per l'inverno avremo cappotti con linee anni Cinquanta, molto leggeri, con spalline discrete. L'ispirazione è il film *C'era una volta in America*.

Quali saranno invece gli highlight della primavera estate 2026?

Saranno in collezione diverse giacche con i volumi un po' più abbondanti sulle spalle, leggermente più larghe del solito ma non over. Fanno riferimento alle giacche anni Novanta, lunghe, dalle spalle importanti, non troppo sciancrate.

La vostra distribuzione globale è capillare e selettiva. Che ruolo gioca lo showroom di Milano a livello strategico?



Ritratto di Pino Lerario, direttore creativo di Tagliatore. Lo showroom Tagliatore, Palazzo Meroni, in corso Italia 1

Rappresenta uno dei migliori investimenti fatti per l'immagine del brand. È uno spazio bellissimo in pieno centro, che abbiamo personalizzato con cura. Ci ha portato tantissimi clienti dall'estero.

Quali saranno gli impatti dei dazi statunitensi per Tagliatore?

Fortunatamente abbiamo contatti con gli Stati Uniti da un anno. È chiaro che si rischia di perdere qualcosa, ma non credo ci siano grossi rischi per il nostro prodotto. Dalla nostra abbiamo l'unicità.

Quando arriverà uno store monomarca?

Sicuramente sarà a Milano. Ci stiamo guardando intorno, non è facile trovare il luogo giusto. In realtà abbiamo già visualizzato qualcosa ma è prematuro parlarne.

Vi sentite tra gli alfieri di una sorta di rinascimento pugliese?

La Puglia vive questo momento da una quindicina d'anni, ma non credo che la moda abbia contribuito più di tanto. Le aziende locali hanno sempre prodotto per altri, credo di essere stato il primo a aver avuto la fortuna di lanciare un mio brand.

Novità all'orizzonte?

Ci saranno e riguarderanno il Giappone, ma non posso dire di più.

UPDATED CLASSICS

Dalla sua nascita nel 1965, Fabi è sinonimo di know-how in ambito calzaturiero, una di quelle realtà marchigiane che sono diventate simboli del made in Italy. La ricetta vincente è l'incontro fra tradizione e innovazione tecnologica. Grazie a queste premesse, le collezioni maschili sono caratterizzate da uno stile che unisce la raffinatezza dei design classici alle tendenze estetiche contemporanee. Lo stile del brand è estremamente riconoscibile, anche grazie alle tecniche di manifattura esclusive. Il brevetto Flex Goodyear, per esempio, è un update della storica lavorazione inglese. Utilizza una suola flessibile e automodellante, composta da diversi strati di cuoio, sughero e gomma. È in grado di prendere la forma del piede e per questo garantisce il massimo comfort. Le calzature Flex Goodyear sono realizzate a mano con 102 passaggi. Naturalmente questa tecnica è messa al servizio dello stile. Ad esempio, le derby in vitello, disponibili sul sito www.fabishoes.it, sono decorate dall'impeccabile motivo traforato brogue. La costruzione dona flessibilità e leggerezza grazie al fondo in cuoio con inserto in EVA, mentre il battistrada è in gomma Vibram, sinonimo di grip e resistenza, ma anche di grinta contemporanea.



SIMPLY COOL

Il peacoat di ispirazione marinara è un classico dell'autunno, il massimo della versatilità. Quelli di Sealup sono pensati per i lupi di mare urbani, di cui Milano è piena. Come anche tutte le altre proposte del marchio, si tratta di capi realizzati con fibre sempre più pregiate, come cashmere, doppio cashmere e baby camel dei più prestigiosi lanifici italiani, oltre a una selezione esclusiva di lana/cotone e velluti inglesi. Il design, contemporaneo e funzionale, questa stagione include nuovi ampi volumi. Il saper fare è del resto il vero patrimonio di Sealup, tra creatività e rigore.



IRONIA E COLORE

Quella di Manuel Ritz è una proposta completa, dedicata alla quotidianità di un lifestyle cosmopolita. La collezione autunno inverno 2025 prende spunto dall'interior design degli anni Settanta, filtrando suggestioni cromatiche e grafiche dell'epoca con l'usuale approccio ironico del brand. Si esplora così un nuovo concetto di informalità, con capi studiati per accompagnare ogni momento della giornata. Il blazer, capo manifesto del marchio, si rinnova in varianti che ne esaltano la versatilità, dalla maglia crochet al denim multitasca di ispirazione workwear.



LIMITED EDITION

È dedicata alle imminenti Olimpiadi invernali Milano Cortina 2026, la nuova capsule di Berwich intitolata 403, come i chilometri che intercorrono tra il capoluogo lombardo e la Regina delle Dolomiti. Si tratta di un'edizione limitata del Morello, uno dei modelli più riconoscibili del marchio made in Puglia. Per questa versione speciale sono stati utilizzati dei tessuti versatili, come tecno lana bistretch antigoccia, jersey elasticizzato e enzimato e cotone elasticizzato smerigliato. Speciale è anche il packaging, un sacchetto in ripstop di nylon, ispirato alla montagna.





SGUARDI SCULTOREI

Il mix eccellente tra design italiano e manifattura giapponese che contraddistingue Miga Studio si manifesta nella nuova collezione con design extra large e strutturati, che non compromettono comfort e leggerezza. I nuovi modelli sono il risultato di una naturale evoluzione del linguaggio architettonico e minimal che ha reso il brand riconoscibile dalle origini. Queste nuove forme esaltano l'equilibrio tra solidità e leggerezza, marchio di fabbrica del brand, con frontali ampi e dettagli scultorei. In particolare, le montature da vista in acetato Takiron, fatte a mano in Giappone, sono caratterizzate da una finitura superficiale particolare, risultato di un accattivante mix di finiture lucide e a taglio vivo.

foto H2O

Occhiali da vista in
acetato Takiron 8.5
mm **MIGA STUDIO**

In un mondo iperconnesso, in cui nel quotidiano siamo costantemente alle prese con device tecnologici, c'è sempre più il desiderio di staccare e riscoprire il legame con la natura, per riconnetterci con il nostro io. La ricerca di ritmi meno frenetici coincide con la passione per le attività all'aria aperta, che si tratti di escursioni, campeggio o tranquillo giardinaggio. È così che gli

La voglia di natura e di attività all'aria aperta continua al rientro in città. Per questo l'abbigliamento per il tempo libero si fa rilassato, con capi comodi, di impronta tecnica e ispirazione urban

Outdoor Mood

di **MONICA CODEGONI BESSI**



Mordecai ha abbinato il bomber in raso di nylon con T-shirt in cotone e pantaloni cargo in cotone lavato

abitanti delle città esorcizzano il ritorno alla routine autunnale. Di conseguenza la moda maschile si orienta verso un'ispirazione outdoor, tra dinamismo e praticità. C'è voglia di un abbigliamento che sia il più possibile rilassato, libero da ogni costrizione. Si cercano capi che coniugano funzionalità e stile urbano, dal fit confortevole, magari di impronta tecnica, con i quali affrontare al meglio le tipiche variazioni di temperatura del periodo autunnale. Si tratta di una tendenza confermata dalle passerelle, naturalmente. Da Emporio Armani, per esempio, ha dominato un mountain look dalle linee oversize e colori fluo, con maxi piumini e giacche tecniche abbinate a pantaloni cargo e scarponi da trekking. Alla montagna si è ispirato anche Brunello Cucinelli, con smanicati in velluto, scarponcini e pantaloni baggy. In molte collezioni poi il tocco di pelliccia ecologica è stato grande protagonista. Si è trattato di un vezzo carico di fascino e magnetismo da Prada, utilizzato in modo misurato in interni e cappucci. Qualcun altro ha osato di più, come Dolce&Gabbana, con capispalla che addirittura mixano la pelliccia con il denim. Altra grande tendenza di tutte le stagioni fredde, quindi anche di questa alle porte, è il tartan, che però abbandona ogni spirito punk in favore di un mood più urban e contemporaneo. Un vero evergreen, è declinata su camicie dal taglio impeccabile, senza pince sulla schiena, create per essere indossate a pelle o sovrapposte a T-shirt e maglie, in nome del concetto di layering che permette la più ampia sperimentazione, giocando con volumi e stratificazioni. Ai piedi, oltre ai boots con suola carrarmato, le immancabili sneakers, dalle lussuose lavorazioni artigianali e materiali ultra performanti, complemento ideale di questo stile, permesse oggi anche in ufficio.

L'outerwear più urban e contemporaneo è rilassato e confortevole



DSQUARED2

Giubbino in nylon con cappuccio foderato in faux fur e bordo e polsini in maglia stretch



BERWICH

Pantaloni wide fit senza pince in fustagno di puro cotone trattato con tintura super vintage



XACUS

Camicia collo italiano in edizione limitata della collezione Legacy in flanella di cotone tartan



TUDOR

Black Bay Pro con cassa 39 mm, lunetta in acciaio e Calibro di Manifattura con funzione GMT integrata



FENDI

Sneakers in vitello, suede con lettering in nylon jacquard, zip laterale e suola in gomma

Sempre icone, ma dal formato cross

di ILARIA SALZANO

Una volta erano citycar, oggi sono crossover. Ecco come alcune auto che hanno fatto la storia sulle strade si rinnovano: per non stancare mai e rendere indelebile il proprio DNA

Chiamatele ancora icone. Ce l'hanno messa tutta per rimanere tali e stanno tenendo duro, nonostante l'elettrificazione, nonostante le dimensioni in aumento. Sono modelli che promettono di calcare le strade con la stessa verve di sempre, aggiungendo ora tutte le carte in regola per soddisfare le normative europee che le vogliono "green". Si è preparata a scrivere un nuovo, significativo capitolo, Nissan Micra. A 30 anni di età è tempo della sua prima generazione elettrica (la sesta da quando è nata, NdR): a fine anno sarà disponibile sia con batteria da 40 kWh per il motore da 122 CV (310 km d'autonomia), o da 52 kWh per 150 CV sotto il cofano (408 km di percorrenza). In tutto ciò cambia anche la dimensione, che strizza l'occhio al mondo dei crossover: rispetto a prima è più alta di 4 cm e più larga di 3, per 4 m di lunghezza in tutto e linee tondeggianti che richiamano al passato. Si uniscono luci circolari a led con cerchi da 18", per una maggiore sensazione di robustezza, e 14 combinazioni di colore per la carrozzeria. Un nuovo concetto, in cui a farne le spese è il peso, a cui Nissan però ricorre subito: di serie, infatti,



qui, l'e-pedal che quando si accelera, rallenta o frena (con l'uso di un solo pedale) è in grado di cumulare energia rigenerativa per camminare di più.

Operazione Nostalgia per Renault. Dopo oltre 3 decenni, ritorna sul mercato con la sua iconica Renault 4: oggi un crossover di segmento b, a 18 cm da terra, sviluppato in 4,14 m di lunghezza, 1,55 m di altezza, 1,81 m di larghezza. Evidenti i richiami stilistici al passato, dai fari anteriori alle luci posteriori verticali. Ovviamente, la nuova R4 è elettrica. Due le motorizzazioni, entrambe a trazione anteriore. Sulla prima il motore elettrico ha 120 CV e la batteria è da 40 kWh, per un'autonomia dichiarata di 308 km nel ciclo WLTP, mentre nella versione con motore da 150 CV la batteria sale a 52 kWh e l'autonomia dichiarata a 408 km WLTP. Il passo – di 2,62 metri – è stato sfruttato per aumentare l'abitabilità di chi sta seduto dietro anche al centro, considerando il pavimento piatto... e le esigenze delle famiglie di oggi.

Anche Fiat è pronta a rilanciare una sua icona della mobilità urbana: la nuova Panda, in versione Grande. La gamma include versioni elettriche, con autonomia stimata tra 300 e 400 km, ma anche motorizzazioni a ibride e a benzina. Inedito il design da mini-SUV: più alta, dalle spalle robuste, con molta più abitabilità, vanta linee ispirate all'antenata degli anni Ottanta, progettata anch'essa a Torino presso il Centro Stile. Una caratteristica distintiva poter fondere tradizione e innovazione è l'illuminazione PXL LED, grazie a elementi che si estendono dalla griglia superiore ai fari, evocando tanto i videogiochi retrò quanto le finestre cubiche del Lingotto. Per i rivestimenti, invece, Fiat si apre nuove prospettive: per la prima volta nel settore, infatti, alluminio e plastica riciclati – provenienti dai cartoni per bevande – vengono integrati nella plastica degli interni (140 cartoni per veicolo, NdR); diversamente, per la plancia (della versione di lancio), il Bambox Bamboo Fiber Tex, un tessuto sostenibile a base di bambù. Un ulteriore passo avanti nel coniugare la concretezza e la responsabilità degli amanti Panda.



Nella pagina accanto, Renault 4 E-Tech Electric. Fino a 409 km di autonomia, guida connessa con Google integrato

Sopra, Grande Panda Hybrid. Sotto vista posteriore della Micra che mostra i fari, il logo Micra, il logo Nissan e il portellone del bagagliaio

Toccando il futuro

La creative director di Cupra Design House, **FRANCESCA SANGALLI**, ci fa entrare “sotto il cofano” del progetto presentato dalla casa automobilistica durante l'ultima Milano Design Week

di **ENRICO S. BENINCASA**



All'ultima Milano Design Week Cupra ha presentato il progetto Cupra Design House: non un semplice laboratorio creativo, ma il tentativo di creare punti d'incontro tra design e innovazione nel solco dell'estetica del brand del gruppo Volkswagen. In questo progetto si varcano i confini dell'automotive cercando di reinventare il modo in cui viviamo gli oggetti e gli ambienti che ci circondano. Ci ha aiutato a entrare in questo mondo Francesca Sangalli, Creative Director di Cupra Design House.

The Red Thread of Design è il percorso fatto di più stazioni – dalla capsula sensoriale ai prototipi non automotive – che avete presentato alla MDW 2025 per lanciare il progetto Cupra Design House. Come lo avete pensato?

Abbiamo voluto mostrare al pubblico in che direzioni si sta muovendo il design di Cupra, provando a narrare questo processo

nel dettaglio. Abbiamo mostrato come lavoriamo su materiali, trattamenti e mondo cromatico. La materialità, in particolare, è fondamentale e oggi influenza anche il metodo di design. In passato si partiva dalla forma e poi si sceglievano i materiali, oggi la forma è una conseguenza dei materiali che si sceglie di utilizzare, e ciò consente di creare nuove estetiche.

Puoi farci qualche esempio?

Stiamo lavorando molto sulla “pelle”, intesa come tutto ciò che è in grado di coprire e rivestire una superficie. Attraverso nuovi sistemi di disegno, questa pelle può diventare più organica, e questo ci vuole aiutare a definire meglio un concetto caro a Cupra, quello di “raw”. La “rawness” che ricerchiamo è qualcosa di riscontrabile in natura, perché quando pensiamo alle nostre auto, a quelle di oggi e a quelle del futuro, pensiamo a qualcosa di vivo piuttosto che a un oggetto freddo e robotico.

Quanto è importante considerare il lato sensoriale con un approccio del genere?

È un aspetto basilare, una delle cose su cui ci confrontiamo di più internamente, in particolare su vista e tatto. Nel contat-

to con un oggetto come l'auto la vista è il primo senso coinvolto, ma il tatto arriva subito dopo. Il tatto conferma o meno le sensazioni legate a quello che si è appena osservato. Ed è importante che ci sia corrispondenza tra quello che ci aspettavamo e quello che in realtà proviamo toccando con le nostre mani questi materiali.

Quali sono le dimensioni tattili inesplorate nel mondo dell'automotive?

Nel mondo auto ci sono delle tattilità che si ripetono. Noi, in questo momento, vogliamo esplorare soprattutto quelle che hanno a che fare con la ruvidità. Con quelle lisce si va sul sicuro, quando si entra in un nuovo mondo tattile, invece, si rischia. Sul nostro pianeta, però, non tutto è liscio, ritroviamo la ruvidità sia nei vegetali, sia nelle rocce e nei minerali, per esempio.

Cupra Design House, inoltre, allarga il suo interesse a ciò che non è strettamente automotive. Come state lavorando su questo aspetto?

Cupra ha iniziato da tempo questo percorso, basti pensare alle tante collaborazioni che ci hanno visti insieme a realtà del mondo dello sport e della musica. I prototipi



Nella pagina accanto. Francesca Sangalli, Creative Director di Cupra Design House

Sopra. La capsula sensoriale realizzata per *The Red Thread of Design* durante la MDW 2025

che abbiamo visto durante la Milano Design Week sono un'anticipazione di quello che faremo perché non vogliamo fermarci qui: l'idea è quella di farli diventare oggetti veri, che andranno in produzione. Possiamo considerarli uno statement del prossimo futuro di Cupra Design House.

Qual è la vostra visione per quanto riguarda la tecnologia legata all'automotive, sempre più presente nei cruscotti e sotto il cofano delle macchine di oggi?

Non crediamo nell'auto come “oggetto che fa tutto”, ma vogliamo che tecnologie come, per esempio, l'AI, siano creatrici di valore, generando situazioni nelle quali l'essere umano non sia passivo ma empowered. È una sfida: ci stiamo sforzando per dare loro valore, per creare un dialogo tra l'uomo e la macchina che possa evolversi in equilibrio tra il piacere della guida e il supporto della tecnologia.

Non accenna a perdere centralità l'estetica "cottagecore", omaggio al lifestyle bucolico di chi vive (o vorrebbe vivere) in campagna. Ecco come portare questo stile tra le mura di casa, che sia in città o circondata dal verde

Cartolina cottagecore

di **MARZIA NICOLINI**

Di Marchi Cucine, Essenza è una cucina con isola dal sapore country rivisitato in chiave attuale. Fa parte della collezione Philosophy



L'autunno porta con sé una riscoperta delle atmosfere rurali, rustiche e romantiche. A certificarlo è il nuovo volume Cottagecore, edito Gestalten. Un'uscita editoriale che dimostra come la tendenza estetica #cottagecore, virale anche sui social network, rimanga stabilmente in cima ai design trend 2025. Omaggio al lifestyle bucolico che affonda le radici in un immaginario fatto di case di campagna, materiali naturali e atmosfere rassicuranti, volutamente nostalgiche. Più che un trend, un'estensione visiva e culturale del bisogno – oggi sempre più sentito – di rallentare e abbracciare uno stile di vita semplice, autentico, a contatto con la natura e con oggetti che raccontano il mondo country-chic. Guardando all'interior assistiamo così a un ritorno all'essenziale che non rinuncia alla cura del dettaglio e all'ispirazione campestre. Nulla è lasciato al caso: ogni elemento introdotto, dal legno grezzo del tavolo da pranzo al lino stropicciato di lenzuola e copriletti, passando per oggetti in ceramica artigianale e stampe floreali, è frutto di scelte ponderate, capaci di costruire un'estetica coerente, tra richiami vintage e comfort moderno. Il rustico incontra il design più attuale, dando forma a spazi abitativi accoglienti e caldi, mai caricaturali e artefatti. All'atto pratico, selezionare materiali, colori e texture che raccontino una nuova idea di accoglienza, più istintiva e genuina, meno costruita e fredda trasformerà la casa in rifugio bucolico, con protagoniste nuance sabbia, bianco sporco, grigio chiaro, azzurro cielo e verde salvia. Via libera a oggetti d'antan, dalla sedia a dondolo alla specchiera di seconda mano, cui aggiungere tessuti naturali dal fascino vissuto e pezzi di arredo in legno grezzo, dalla credenza con vetrinetta al comodino accompagnato da abat jour retrò. Nella zona giorno potete giocare con un divano in velluto senape, qualche trouvaille dal mercatino delle pulci, composizioni di fiori secchi, pigne e felci. Il segreto sta nell'armonizzare i vari elementi, creando un proprio personalissimo concetto di cottagecore. Evitate ogni eccesso decorativo: lo stile cottagecore funziona quando è sottile, quasi suggerito.

Ridisegnare gli spazi domestici con un approccio più umano



MAISON DU MONDE

Vetrina lavorata con una patinatura azzurro turchese e un effetto antichizzante



CIZETA

Sedia a dondolo con base a slitta e struttura in faggio massello, in equilibrio fra tradizione e modernità



LA REDOUTE

Lampada da tavolo Alios con base in ceramica bianca e paralume in vimini intrecciato



TIFERNO MOBILI

Tavolo allungabile in legno, con modelli di gambe a scelta tra impero a spillo, tornita e a sciabola



CREARTE COLLECTIONS

Poltrona in tessuto con braccioli e dettagli in paglia di Vienna nella parte posteriore

Continuità nei gesti di bellezza

di MARCO TORCASIO

Trasformare il rientro dalle ferie in un rito di benessere è possibile: micro-rituali, profumi evocativi e prodotti sensoriali come oli e lozioni aiutano a mantenere la calma e a portare la spensieratezza nella routine urbana



Aesop Geranium Leaf Hydrating Body Treatment: miscela concentrata di oli botanici che nutre in profondità

Settembre riporta tutti in città: sveglie puntuali, riunioni serrate, traffico e messaggi non letti. La transizione dal relax estivo alla frenesia urbana può essere brusca, ma non deve per forza spazzare via il benessere accumulato. La chiave è trasformare le buone abitudini delle vacanze in rituali quotidiani, semplici e mirati. È un esercizio di disciplina, ma anche di piacere: portare con sé un frammento di vacanza è possibile, basta allenare i sensi.

Un gesto alla volta, la giornata può riacquistare ritmo. Iniziare con una doccia lenta e un detergente aromatico, concedersi una pausa caffè senza telefono, fare una breve passeggiata al sole: piccoli momenti che aiutano a ristabilire il contatto con sé stessi. La sensazione dell'acqua sulla pelle, l'odore del caffè, il cambio di luce durante la passeggiata sono stimoli che riportano la mente al presente. L'olfatto è, ça va sans dire, il primo alleato. Le neuroscienze lo confermano: gli stimoli olfattivi raggiungono direttamente il sistema limbico, sede delle emozioni e della memoria. Per questo una fragranza ben scelta diventa una scorciatoia emotiva: note agrumate per rivivere il mare, verdi per richiamare la montagna, speziate per evocare le sere estive. L'uomo contemporaneo può crearsi un piccolo guardaroba olfattivo da usare come strumento di reset mentale: un profumo fresco per il giorno, uno più avvolgente per la sera, un diffusore per l'ufficio che favorisca la concentrazione.

Anche la pelle racconta lo stato interiore. Dopo settimane di sole e vento, ha bisogno di essere mantenuta elastica e idratata per non perdere rapidamente il tono conquistato. Detergere con formule delicate, esfoliare due volte a settimana e idratare con costanza diventano i pilastri di una



routine maschile di rientro. Qui un prodotto come Geranium Leaf Hydrating Body Treatment di Aesop offre un vantaggio concreto: un olio leggero, ricco di estratti vegetali, che nutre e lascia un'immediata sensazione di freschezza grazie alla sua nota verde, trasformando un gesto funzionale in un'esperienza sensoriale. Non serve stravolgere la routine, basta arricchirla di dettagli scelti. Una candela profumata accesa durante la lettura serale, un asciugamano di lino nella borsa della palestra, una playlist per la doccia: piccole attenzioni che creano continuità con l'idea di vacanza. Anche il momento della rasatura può diventare un rito: scegliere un pennello di qualità, una crema da barba con profumazione sofisticata e concludere con un dopobarba lenitivo eleva un atto quotidiano in momento di cura.

Il rientro non deve essere una resa alla frenesia, ma un'occasione per ridisegnare il quotidiano. Rallentare per cinque minuti in più al mattino, respirare prima di una call, scegliere un profumo che diventi firma personale: sono scelte che costruiscono benessere giorno dopo giorno. Così la leggerezza delle ferie non resta un ricordo lontano ma diventa parte di uno stile di vita fatto di attenzione e di piacere autentico, anche nel cuore di una metropoli.

Penhaligon's The Cut, firmata da Paul Guerlain, fonde menta e basilico con la profondità legnosa del cipresso

e il balsamo di abete. Un omaggio all'arte sartoriale londinese, ideale per un guardaroba olfattivo urbano

IL PROFUMO DEL RIENTRO. The Cut di Penhaligon's è una creazione che ridefinisce il concetto di fougère con un twist contemporaneo. Le note verdi e aromatiche di menta e basilico aprono una composizione che si approfondisce con la verticalità resinosa del cipresso e trova stabilità nell'abete balsamico. Il risultato è una fragranza strutturata e sofisticata, pensata per chi vuole affrontare la città con precisione sartoriale e uno slancio di energia raffinata.

Il vino cileno è il racconto di un Paese: terre incontaminate, vigneti secolari, cantine storiche e nuove sfide. Dalla Valle del Maipo alla Ruta del Vino, un viaggio tra profumi, sapori e tradizioni che resistono nel tempo

testo **FAUSTA FILBIER**

foto **KEL 12**

L'anima sensoriale del Cile tra i vigneti

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.



I vigneti della Valle di Colchagua, cuore pulsante della produzione vinicola cilena



LA FESTA DELLA VENDEMMIA. Ogni prima domenica di marzo Santa Cruz diventa la capitale del vino cileno: la piazza si trasforma in una grande cantina a cielo aperto per la Festa della vendemmia. Con pochi euro si acquista un calice di vetro e poi si degustano gratuitamente i vini delle aziende della valle, passando di mescita in mescita tra musica, profumi e sapori. Un rito collettivo che celebra il legame profondo tra il Cile e la sua tradizione enologica.



Nella pagina accanto. Panorama della Ruta del Vino: colline di vigneti tra Santiago e l'Oceano Pacifico

Sopra. Filari ordinati che si rincorrono sulle colline del Cile centrale, tra i migliori terroir del Paese

Il vino cileno descrive un Paese intero in un solo sorso. Un mondo racchiuso in un bicchiere, raccontato dal profumo intenso della sua terra, dei fiori e dei frutti, dal colore vivo, rosso come il deserto di Atacama o bianco come i ghiacci della Patagonia. “Nettare degli dei, conforto dei mortali, il vino è una meravigliosa pozione che ha il potere di allontanare le preoccupazioni e di offrirci, anche solo per un istante, la visione del paradiso”, scrive nel libro *Afrodita* Isabel Allende, argentina di nascita ma cilena d’adozione. Il vino cileno ha una forte personalità ed è frutto di una terra speciale: il Cile è una cassaforte naturalistica lunga quasi cinquemila chilometri, protetta da barriere naturali che l’hanno resa uno degli ambienti più incontaminati del pianeta. Le Ande a est, i deserti salati a nord, l’Oceano Pacifico a ovest e i ghiacci dell’Antartide a sud lo separano dal resto del continente. Questo isolamento fu provvidenziale nel 1878, quando la fillossera devastò i vigneti di Europa e Nordamerica riducendo la produzione del 99 per cento: il Cile, immune al parassita, salvò la viticoltura mondiale permettendo di reinnestare le varietà originarie di pinot nero, merlot, cabernet, chardonnay e sauvignon. Ancora oggi il vino cileno è l’unico al mondo a provenire da viti non innestate. La sua storia è lunga quasi cinque secoli: la vitis vinifera fu portata nel Paese da gesuiti e francescani nel Cinquecento e si adattò così bene al clima che già nel Seicento il Cile esportava vino in Europa, tanto che re Filippo ne proibì l’importazione per proteggere i prodotti andalusi. Due secoli dopo, con l’indipendenza, le grandi famiglie terriere guidate da Don Silvester Ochagavía avviarono una vera rivoluzione vitivinicola sostituendo le varietà spagnole con i vitigni di Bordeaux e Borgogna, assumendo enologi francesi e fondando aziende ispirate agli châteaux. Così arrivarono le tecniche della barrique e dell’invecchiamento e nacquero cantine ancora oggi celebri come Santa Rita, Concha y Toro, Errazuriz, Tarapacà e Un-

“I migliori enologi europei e californiani acquistano vigneti e stringono collaborazioni nella regione centrale del Cile”

durraga, quasi tutte nella Valle del Maipo, visitabili e aperte alle degustazioni. Isabel Allende ricorda di quando da bambina si andava alle vigne di Macul e Concha y Toro per comprare il vino in damigiane da quindici litri, travasarlo in bottiglia e conservarlo per le grandi occasioni. Oggi il settore si è rinnovato grazie a capitali internazionali, tecnologie moderne e un’attenzione crescente alla qualità più che alla quantità. I migliori enologi europei e californiani acquistano vigneti e stringono collaborazioni nella regione centrale del Cile, una vera terra promessa dove il microclima alterna giorni caldi e notti fredde, estati lunghe e asciutte e una costante disponibilità di acqua pura proveniente dalle Ande. La fascia dei vigneti si estende da Valparaíso a nord fino a Concepción a sud, più di cinquecento chilometri di haciendas che producono soprattutto cabernet sauvignon e, in minor misura, sauvignon e chardonnay. Il cuore di questo mondo enologico è la Valle di Colchagua, soprannominata Ruta del Vino, una Napa Valley australe dove cantine come MontGras, Viu Manent, Casa Lapostolle e Bisquit aprono le porte ai visitatori. Qui si respira l’aroma del mosto tra gigantesche botti e barrique, un’esperienza sensoriale che coinvolge anche chi non è esperto di vino. Assaporare il Cile in un sorso significa lasciarsi avvolgere dai profumi della sua terra e dai sapori intensi della sua cucina: niente di meglio che sedersi su una panchina, un bicchiere di merlot in una mano e un’empanada ripiena di formaggio e carne speziata nell’altra, e sentire in un unico sorso e in un unico morso il cuore di un intero Paese. Perché, come scrive Isabel Allende, “il cibo e il vino sono un piacere erotico allo stato puro e ogni occasione perduta è un rimpianto”.



“Ancora oggi il vino cileno è l’unico al mondo a provenire da viti non innestate. La sua storia è lunga quasi cinque secoli”

Sulle sponde del Douro

di **CAROLINA FALCETTA**

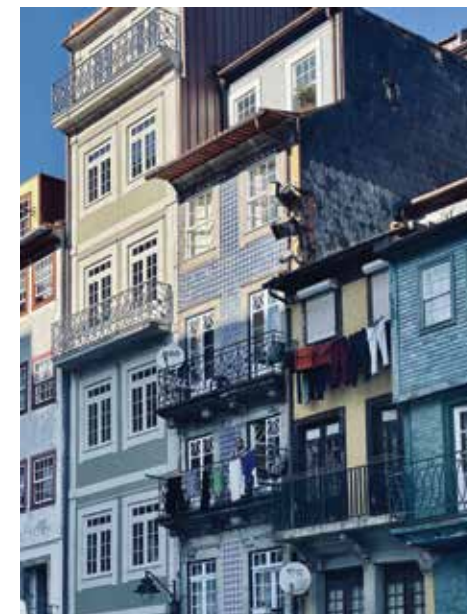
Porto è l'anima segreta del Portogallo, una città che vive di contrasti e poesia, tra antiche tradizioni e nuova vitalità culturale



Il ponte Dom Luís I, lungo 385 metri e alto 85, varca il fiume Douro

Nella pagina accanto. Tipiche architetture portoghesi con balconi nel quartiere Ribeira

Porto è una città che non si lascia consumare in fretta. È un luogo che va scoperto lentamente, come un calice del vino omonimo, che sprigiona aromi diversi a ogni sorso e regala una profondità che sorprende chiunque sappia ascoltarne i silenzi. Seconda città del Portogallo per grandezza, ma prima per autenticità e fascino, Porto si affaccia sull'Atlantico con un orgoglio che nasce dal suo passato mercantile e marinaro, e al tempo stesso vive immersa in una dimensione di poesia malinconica, la stessa che i portoghesi chiamano saudade. Il cuore di tutto è il Douro, il fiume che attraversa la città e la divide, ma che in realtà la unisce. Le sue acque scure scorrono lente e si specchiano sulle facciate color pastello della Ribeira, quartiere antico che custodisce l'anima popolare di Porto, e per questo dichiarato patrimonio dell'Unesco. Qui si passeggia tra stradine acciottolate, panni stesi alle finestre e piccoli locali che profumano di pesce alla griglia. Il lungofiume è un palcoscenico continuo, dove musicisti di strada, turisti e abitanti si mescolano in un'energia contagiosa. Attraversando il ponte Dom Luís I, capolavoro d'ingegneria firmato da un discepolo di Gustave Eiffel, si approda a Vila Nova de Gaia, dall'altra parte del fiume. La lunga passeggiata panoramica qui regala forse i migliori scorci su Porto: un mosaico di tetti rossi che degradano verso l'acqua e chiese che svettano tra le colline. Ma Gaia non è solo panorama: è soprattutto il luogo delle storiche cantine, dove da secoli viene custodito il segreto del vino Porto. Entrare in questi spazi, respirare il profumo delle botti, ascoltare i racconti delle famiglie che hanno fatto la fortuna di questa bevanda significa compiere un vero viaggio nel tempo. E la degustazione – il celebre “porto tasting” – diventa un rito collettivo, che unisce storia, territorio e convivialità. Porto si racconta anche attraverso la sua cucina. La francesinha, il piatto simbolo, è una sfida di abbondanza e gusto: un sandwich monumentale farcito con carne, salsiccia, uovo fritto e formaggio, ricoperto da una salsa densa e piccante a base di birra e pomodoro. Pochi sanno che si tratta di una versione rivisitata del croque-monsieur, realizzata negli anni Cinquanta da un cuoco portoghese di ritor-



no in patria dopo un'esperienza di lavoro a Parigi. Il passato commerciale e aristocratico si riflette invece nel maestoso Palácio da Bolsa, l'ex Borsa valori ottocentesca. La sua Sala Árabe, un tripudio di stucchi e decorazioni moresche, lascia senza fiato e racconta l'ambizione di una città che nei secoli ha saputo aprirsi al mondo. Poco distante, il Paço Episcopal, residenza dei vescovi, domina la città dall'alto, affacciandosi sul Douro con la solennità delle grandi architetture di potere.

Il vero incanto di Porto si manifesta però al tramonto, quando le luci dorate avvolgono la città e il Douro diventa uno specchio che riflette chiese, tetti e colline. Dai belvedere che punteggiano i quartieri alti o dalla terrazza di una cantina a Gaia, il panorama si fa struggente. In quell'istante si percepisce la natura duplice della città: malinconica e vitale, popolare e aristocratica, moderna e antica. Porto non cerca di piacere a tutti i costi. Non ha la leggerezza di Lisbona né la solarità delle città del Sud. È una città più raccolta, introspettiva, capace di farsi amare proprio per la sua autenticità. Un luogo che, come il vino che porta il suo nome, scalda lentamente, lascia il segno e accompagna a lungo. Un viaggio che non si dimentica, perché Porto non è solo una città da visitare: è un'esperienza da vivere.

Passione totale

Lo chef **MATIAS PERDOMO**, una stella Michelin, continua a stupire con un fine dining contemporaneo e identitario nel suo ristorante **Contraste** che proprio nell'autunno 2025 compie 10 anni. Intanto con Simon Press e Thomas Piras guarda anche al delivery con il progetto ROC, Rosticceria Origine Contraste

di **SIMONE ZENI**



Quando è iniziato il suo percorso nella ristorazione?

All'età di 14 anni. Avevo appena finito un periodo di lavoro nella falegnameria di mio zio, dove realizzavamo giocattoli in legno per bambini. È stato lì che, seguendo un corso serale, è nata in me la passione per il cibo. Ho trovato una connessione molto forte tra i due mondi: materici, ludici e capaci di trasmettere un messaggio chiaro.

Quando è arrivato a Milano?

Era maggio del 2001. In Uruguay lavoravo come chef in un ristorante italiano chiamato Panini's ma seguivo anche altri tre locali. In quel contesto ho conosciuto una persona che mi ha proposto di venire in Italia e ricominciare da zero in un Paese gastronomicamente importante.

Quando ha conosciuto Simon Press e Thomas Piras, suoi compagni di viaggio?

Ho conosciuto Simon nel 2003. Da subito è nata una sintonia incredibile: ridevamo continuamente lavorando insieme. Quando, nel 2005, ho preso in mano la cucina del Pont de Ferr, l'ho ricontattato per proporgli di tornare a lavorare con me. Poi, nel 2011, è venuto a mangiare da noi Thomas. Si è innamorato di quello che stavamo facendo e ci ha chiesto di far parte del progetto. Così è iniziata la nostra avventura.

Com'è nato Contraste?

Dal desiderio mio, di Simon e di Thomas di creare un luogo in cui poter esprimere pienamente la nostra filosofia di ristorazione. Volevamo condividere con i nostri ospiti l'amore per questo mestiere e la passione totale per il mondo della cucina.

Come si è evoluto nel tempo il ristorante?

Contraste è in costante evoluzione. Tante situazioni ci hanno spronato, giorno dopo giorno, a chiederci cosa potessimo migliorare o cambiare. Oggi ci avviciniamo ai dieci anni di attività e questa voglia di regalarci e regalare momenti unici è più viva che mai.

Quale piatto rappresenta al meglio la sua idea di cucina?

Più che un piatto, direi i percorsi Riflesso e Riflessioni. Due esperienze molto diverse, che tuttavia raccontano in modo nitido la nostra storia e, insieme, rappresentano perfettamente la nostra idea di cucina.

Chi è il cliente tipo di Contraste?

È un cliente curioso, desideroso di scoprire, ma consapevole di essere parte integrante dell'esperienza. È distinto, sincero e gentile. Da Contraste, si entra come clienti e si esce come amici.

Recentemente avete riattivato il progetto ROC. Di cosa si tratta?

È la nostra idea di delivery. Il nome sta per Rosticceria Origine Contraste. È un modo per portare a casa delle persone la nostra visione di ristorazione, più casual e informale, ma sempre attenta alla qualità e all'etica. Vogliamo offrire un'esperienza autentica e comoda, anche in solitudine. Il tempo è la cosa più preziosa che abbiamo, e ROC aiuta a goderne appieno con una selezione di piatti pensati per essere rigenerati e gustati nel comfort della propria casa.

Frequenta i ristoranti di colleghi in città?

Absolutamente sì. Ne cito alcuni: Rovello 18, Nebbia, Bentoteca, Trippa, Cracco, Trattoria Masuelli, Seta. Ce ne sono molti altri, mi scuso con chi non ho nominato.

C'è un quartiere o un luogo di Milano a cui è particolarmente affezionato?

Il sud. Per me, che vengo dal sud del mondo, c'è un'attrazione naturale verso quella parte della città. Anche se siamo nel nord Italia, Milano sud ha un'anima che mi affascina. In generale, però, amo tutta la città. Milano è meravigliosa, piena di cultura, storia e persone incredibili. Spesso ci ostiniamo a vedere il bicchiere mezzo vuoto, ed è vero che si può migliorare tanto. Ma è anche vero che questa città dà tantissimo e merita tutta la nostra gratitudine.

GNOCCHI DI PATATE, BURRO, SALVIA E MANINE. Ingredienti:

Ripieno: 900 g di patate cotte al forno, 250 g di burro affumicato, 130 g di panna, 8 g di sale; pastella: 500 g di patate cotte al forno, 250 g di farina di riso, 5 uova, 90 g di latte, 7 g di sale. Burro e salvia: 100 g burro fuso, 20 g salvia.

Preparazione: cuocere le patate su sale a 180° per 1 ora. Sbucciare e frullare col burro affumicato, panna e sale a 70 gradi. Versare negli stampi, abbattere, sformare e congelare. Frullare gli ingredienti della pastella. Steccare, pastellare, bollire, oleare, cuocere, togliere stecchi e abbattere. Estrarre la salvia, aggiungere il burro fuso e frullare. Servire con burro e parmigiano.



Contraste via Giuseppe Meda 2

LUOGHI

Rodrigo Milano. Via Savona 11, nel cuore del design district e a due passi dalla Darsena, accoglie l’eredità dello storico ristorante bolognese fondato nel 1949. Progettato da Nick Maltese Studio, lo spazio è pensato come un set cinematografico che accompagna l’ospite in un percorso narrativo fatto di velluti burgundy, boiserie in noce e carte da parati d’ispirazione anni Cinquanta-Sessanta. L’ingresso accoglie con un desk che ricorda un foyer di cinema, anticipando il bar e il bistrot dall’atmosfera neorealista. La luce è protagonista, con lampadari in vetro ambrato e punti luce soffusi che creano un clima sospeso nel tempo. Il corridoio scenografico conduce al fish bar, dove i crudi di mare vengono preparati a vista, e alla sala principale, elegante e intima, tra boiserie scure e cabinet di vini. Rodrigo Milano è un luogo che invita a rallentare, a vivere un’esperienza fatta di memoria, cucina e cultura.



LUOGHI

Sea Signora. In via Fiori Chiari 32, questo nuovo indirizzo celebra la cucina di mare mediterranea con eleganza e creatività. Dopo un’accurata ristrutturazione, gli interni si presentano come un salotto contemporaneo dal respiro internazionale: pavimenti in parquet e marmo lucido, pareti in tonalità calde, velluti porpora e scenografici lampadari in vetro a cascata. Protagonista della sala è la grande cucina a vista, dove lo chef Roberto Godi e il suo team preparano piatti che esaltano il pescato di qualità, dai crudi raffinati alle ricette di tradizione rivisitate. Impossibile non nontare il grande acquario cilindrico, installazione suggestiva che richiama il mare e accompagna l’ospite in un percorso sensoriale. Completa l’esperienza il bar con il bancone in marmo scuro, da cui nascono cocktail pensati per dialogare con il menu.



LIBRI

Diario d’artista. In libreria per La nave di Teseo, *Vincente o Perdente* è il libro-confessione di Ornella Vanoni, scritto con Pacifico. Più manifesto sentimentale che autobiografia, racconta amori, fragilità e scelte coraggiose di un’artista che, tra un passo cauto e un salto nel vuoto, ha sempre scelto di saltare in avanti.

ARTE

Estica inconfondibile. Dal 4 ottobre 2025 al 1° febbraio 2026 Palazzo Roverella, a Rovigo, dedica una grande retrospettiva a Rodney Smith, a lungo acclamato per le iconiche immagini in bianco e nero che combinano ritratto e paesaggio. Oltre cento fotografie raccontano l’eleganza surreale del maestro newyorkese, con immagini mai ritoccate in un equilibrio perfetto di luce e composizione. A cura di Anne Morin, catalogo Silvana Editoriale.



MUSICA

Cofanetto fisico e digitale. Il 31 ottobre esce Bob Dylan’s Bootleg Series Vol. 18: *Through The Open Window*, 1956-1963 (Columbia/Legacy): 8 CD, 139 brani, di cui 48 inediti, tra outtakes, registrazioni live e jam rare, più un libro di 125 pagine con saggi di Sean Wilentz. Il cofanetto offre un ritratto unico dei primi anni di Dylan, quando affinava il proprio talento e trasformava brani folk tradizionali e abbozzi di testi in canzoni destinate a diventare classici immortali.



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

ART DIRECTOR

Luigi Bruzzone
Antonella Ferrari

COLLABORATORI

Monica Codegoni Bessi
Paolo Crespi
Carolina Falcetta
Fausta Filbier
Marzia Nicolini
Moreno Pisto
Ilaria Salzano
Elisa Zanetti
Simone Zeni

FOTOGRAFI

Ludovica Arcero
Cinzia Canneri
Nan Goldin
Karol Grygoruk
H2O
KEL12
Skander Khlif
Glen Luchford
Micha Oliveira
Musuk Nolte
Jana Margarete Schuler
Prins de Vos

DISTRIBUZIONE

info@clubmilano.net

STAMPA

AGF Solutions
via del Tecchione 36
20098 San Giuliano Milanese MI

N.76 SETTEMBRE 2025

www.clubmilano.net

**MILANO NASCOSTA**

Il Tempio della Vittoria. Questo monumento milanese situato nei pressi della Basilica di Sant'Ambrogio, è stato eretto per celebrare i soldati che hanno combattuto durante la Prima Guerra Mondiale e la vittoria contro gli austriaci. Fortemente voluto dalle associazioni combattentistiche, il Tempio è stato inaugurato con una solenne cerimonia il 4 novembre 1928, a dieci anni dalla fine del conflitto, ed è opera dell'architetto Giovanni Muzio con la collaborazione di Alberto Alpago Novello, Ottavio Cabiati, Tommaso Buzzi e Gio Ponti. Sul prospetto principale, all'interno di una nicchia, è posta una grande statua bronzea raffigurante Sant'Ambrogio, opera di Adolfo Wildt.

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

UN PROGETTO DI

IN COLLABORAZIONE CON

#JAZZMI25 / MILANO / EDIZIONE X → [2016—2025]

23 OTTOBRE
→ **09 NOVEMBRE**

/ FLYING LOTUS / DIANA KRALL *preview* / SHABAKA /

/ ANOUAR BRAHEM / KOKOROKO /

/ PAOLO FRESU, RICHARD GALLIANO /

& JAN LUNDGREN /

/ QUINTORIGO & JOHN DE LEO / AVISHAI COHEN /

/ ABDULLAH IBRAHIM / DEE DEE BRIDGEWATER /

/ SAYF • FUNK SHUI PROJECT /

& JOHNNY MARSIGLIA • AINÈ /

/ DAVE HOLLAND *feat.* JALEEL SHAW /

and NASHEET WAITS /

/ BLUE LAB BEATS / ARRESTED DEVELOPMENT /

{e molti altri...}

INFO&TICKETS
jazzmi.it

ticketmaster
ticketone+
DICE

MAIN PARTNERS

VOLVO

INTESA SANNIPOLO

PARTNERS

ARMANI/SILOES

Apple Music

MEDIA
PARTNERSCORRIERE DELLA SERA
La libertà della idea

vivimilano

ZERO

billboard

JAZZ

CLUB MILANO

mymilano

TOMORROW
LOCAL MEANINGRADIO
UFFICIALERADIO
MONTE
CARLO



TUDOR



BLACK BAY



**BORN TO
DARE**



Ronchi

BOUTIQUE TUDOR

RIVENDITORE AUTORIZZATO
MILANO - VIA ALESSANDRO MANZONI, 23