n. 63 aprile 2022

CLUB MILANO

SPAZI VITALI

L'eleganza discreta delle forme si lascia ammirare nella città del design

MASSIMILIANO PANI ***GILDA BOJARDI*** ***TAKAHIRO YOSHIKAWA***

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

Spirito di squadra, prestazioni da fuoriclasse.

Nuova Taycan Sport Turismo. Soul, electrified.

Pensata per chi guida senza compromessi, la nuova Taycan Sport Turismo
è pronta a darti tutta se stessa in ogni momento.
Quando cerchi prestazioni da sportiva e quando ti serve
una compagna per tutti i giorni.
Scoprila nei Centri Porsche di Milano.

Centro Porsche Milano Nord
Porsche Haus S.r.l.
Via G. Stephenson 53, Milano
Tel. 02 3560911
www.milano.porsche.it

Centro Porsche Milano Est
Porsche Haus S.r.l.
Via R. Rubattino 94, Milano
Tel. 02 21080000
www.milano.porsche.it

Consumo elettrico combinato (varianti modello): 24,2 - 20,9 kWh/100 km. Emissioni CO_2 combinate: 0 g/km

PORSCHE

La primavera di Milano

Primavera è sinonimo di rinascita, talvolta di rivoluzione, e Milano si appresta a vivere questa stagione carica di energia con una gran voglia di ripartire, nonostante una pandemia ancora sotto traccia e una schifosa guerra dietro l'angolo. Le occasioni per tornare a mostrarsi al mondo con le caratteristiche che l'hanno resa la locomotiva d'Italia ci sono tutte, culturali e imprenditoriali: a partire da Piano City, la rassegna di musica diffusa che negli ultimi anni ha permesso a tanti milanesi, e non solo, di riscoprire le bellezze della nostra città, fino al Salone del Mobile e al Fuorisalone, che ha trasformato Milano nella indiscussa capitale mondiale del design. In questo numero di Club Milano abbiamo scelto di raccontarvi tutto questo, dando voce ai protagonisti di una storia che appartiene a ciascuno di noi. Il leitmotiv è un'ossessiva ricerca per il bello, per ciò che è arte e ispirazione, per alcuni visione e stimolo, per noi milanesi gli ingredienti indispensabili di una vita che val la pena di essere vissuta senza compromessi, dove l'impegno e il sacrificio sono il giusto prezzo da pagare per essere ciò che siamo. Ancora qui, nonostante tutto. Gli ultimi due anni, e i tragici momenti che stiamo ancora attraversando, ci hanno insegnato che nulla è scontato, neppure la pace e la salute pubblica, due conquiste che avevamo dato per acquisite. Ma superare insieme queste sfide è ciò che farà di Milano un luogo ancor più interessante dove sperimentare qualcosa di nuovo e guardare oltre.
Perché la primavera, in fondo, non sarebbe così elettrizzante se non ci fosse un inverno a precederla. Il racconto di questo percorso, e delle piccole storie straordinarie che incontriamo ogni giorno sulla nostra strada, è ciò che proviamo a fare attraverso le pagine di questo giornale. Buona lettura.

STEFANO AMPOLLINI

10
Elogio della lentezza
di **Roberto Perrone**

12
Il milanese e i ponti
di **Michela Proietti**

14
Appuntamenti
a cura della redazione di
Club Milano

18
David LaChapelle
di **Marco Torcasio**

24
Massimiliano Pani
di **Paolo Crespi**

26
Fuorisalone, motore
di rigenerazione urbana
di **Simona Galateo**

28
Gilda Bojardi
di **Marzia Nicolini**

32
L'aperitivo si è evoluto
di **Marco Torcasio**

36
Takahiro Yoshikawa
di **Paolo Crespi**

38
Una casa dinamica
per il design di qualità
di **Alessandra Cioccarelli**

40
Un futuro da scrivere
a cura della redazione di
Club Milano

38

36

50

41
La bellezza della quotidianità
a cura di **Giuliano Deidda**

50
Vestirsi è un'arte
di **Giuliano Deidda**

54
Angelo D'Arcangelo
di **Giuliano Deidda**

60
Facciamo strike
di **Monica Codegoni Bessi**

62
Voglia di elettrica!
di **Ilaria Salzano**

64
Quando il terrazzo diventa living room
di **Marzia Nicolini**

66
La natura come banco di prova
di **Paolo Crespi**

68
In Botswana tra migliaia di animali
di **Fausta Filbier**

74
Il nuovo skyline di New York
di **Stefano Ampollini**

76
Il distillato originario della Foresta Nera
di **Stefano Ampollini**

78
Fabrizio Borraccino
di **Simone Zeni**

80
Notizie
a cura della redazione di
Club Milano

IN COPERTINA. *Torre dei Gorani* dal progetto "Le Cinque Vie", Milano 2017. Fotografia di Giovanni Hänninen

Elogio della lentezza

L'altro giorno c'era un bel vento. Guardavo, dalla mia finestra, gli alberi che si piegavano. Il vento a Milano è bello, pulisce, spazza via quell'odore a cui, nei miei quarant'anni da cittadino, non mi sono ancora abituato. Poi sono uscito per la mia solita camminata. (Riassunto della puntata precedente: ho cominciato a muovermi a piedi, attività a me finora sconosciuta). Un vecchio, nel senso di conoscenza, collega e sua moglie, due giornalisti, mi avevano dato appuntamento per una faccenda, un libro da scrivere insieme, nell'ufficio che hanno acquistato. Ormai la vita nei giornali – e non solo – dal primo lockdown in poi si è ristretta e quindi c'è quasi la spinta a lavorare altrove (smart working, se volete). Sono arrivato davanti al numero indicato. Era un cancello. Sono entrato e mi sono ritrovato in un labirinto, in un borgo dentro la città. Mi sono perso in un dedalo di strade e viuzze, palazzi e villette, posteggi, loft, auto parcheggiate, alberi, depositi, artigiani, officine, uffici, abitazioni. Ho dovuto telefonare all'amica, io che pure mi vanto di aver sfoggiato il mio senso dell'orientamento in cinque continenti, perché non riuscivo a capire dove stessero. Racconto questo piccolo aneddoto di vita quotidiana perché mi pare una perfetta metafora per comprendere la città dove viviamo e di cui parliamo in questa rivista.
Milano è un mistero da svelare rallentando la fretta e vincendo l'indifferenza: un cancello semplice, magari un po' scrostato oltre cui non pensiamo possa esserci qualcosa di interessante; un passo carraio normale, privo di fascino, al di là del quale si celano luoghi, esistenze che non riusciamo a immaginare, passando distratti mentre cerchiamo di raggiungere la nostra meta. Milano è una città che ha tante ricchezze evidenti, il design, la moda, le aziende, le banche, l'arte, la cultura, la cucina. E moltissime meno evidenti, vite, posti che non sono i nostri e davanti a cui transitiamo distratti, ma che forse sono ancora più importanti di quelli in piena luce. Quelli nascosti, infatti, formano la ragnatela, il collante che unisce (e dà senso a) tutti gli altri. Per questo elogio la lentezza, propongo la diminuzione della frenesia, invito all'apertura dello sguardo. Non sgomitate per raggiungere l'ovvio, cercate Milano dove pensate che non sia.

ROBERTO PERRONE Giornalista e scrittore, vive a Milano da decenni ma ha conservato solide radici "zeneisi". Si è occupato a lungo di sport, food e viaggi per il Corriere della Sera. Ora è freelance. Autore della saga noir di Annibale Canessa, è da poco in libreria con il romanzo: *Un odore di Toscano* (HarperCollins).

Il milanese e i ponti

Pianificatrice e organizzata, la milanese ha come fissazione la ricerca nel calendario di ponti e feste comandate. Il viaggio insieme alle amiche la entusiasma, ma in fondo il vero compagno ideale è il milanese, che coinvolge in weekend in campagna, al mare o in qualche capitale (dopo Pasqua la montagna perde d'appeal). Accanto a una donna sempre impeccabile, che in ogni luogo sfodera un guardaroba ispirato al Genius loci, anche il milanese cerca di non essere da meno. Eccolo comparire con un paio di babouches nella Medina o con un pareo legato in vita e "mixato" con la camicia sartoriale, magari a Ibiza. Il trucco è sempre lo stesso: sembrare casuali ma in realtà aver studiato tutto nei minimi dettagli. La stessa agenda viene barrata con larghissimo anticipo, perché nulla va lasciato al caso: la prenotazione di ristoranti, musei e bar può avvenire anche tre mesi prima, perché tra le cose che il milanese non digerisce c'è il "fully booked". Appassionato e ottimizzatore, il milanese concentra il massimo divertimento nel minimo tempo, riproponendo una versione contemporanea del Sabato del Villaggio: il gusto del weekend sta tutto nell'attesa. Dopo la partenza del venerdì pomeriggio, raggruppa nella giornata di sabato le attività più disparate, dal giardinaggio al barbecue, dalla gita in barca alla visita al museo. Ma la domenica, già al risveglio, comincia a pensare al ritorno. A differenza dei romani, che prolungano al massimo la gioia del fuoriporta, i milanesi non fanno programmi per la domenica, perché nella loro testa sono già a Milano: la frase tipica è «arrivo con calma e sistemo le mie cose». L'importante è «staccare la spina». Anche per questo nasce la predilezione per mete vicine a Milano o "con un aeroporto ben collegato": la fissazione per Santa Margherita o Forte dei Marmi, i due topic marittimi, nasce proprio da questo. La verità è che se Santa non avesse il mare sarebbe una piccola Milano: il milanese trasporta qui abitudini e riti della città. E anche per Forte vale la stessa regola: i weekend in Versilia sono per il milanese un mix magico di biciclettate, spaghetti alle arselle e padel. Infine la condivisione dei conti di stabilimenti e ristoranti: la "salassata" del giorno prima è l'argomento forte delle chiacchiere dell'indomani. Ma per fortuna sopravvive il mercatino della domenica dove la milanese contratta per il pullover del marito con la tenacia di un commerciante di cammelli.

MICHELA PROIETTI Giornalista e opinionista televisiva. Si occupa di moda, costume e società. Nata a Perugia, vive e lavora a Milano, la città che la ispira più di ogni altro posto al mondo. Il suo best seller d'esordio è *La Milanese*, seguito nel 2021 da La *Milanese 2 - Il Viaggio continua* e *L'Agenda della Milanese 2022*.

Musica e arte si abbracciano in un avvicendamento creativo che dilaga nelle gallerie d'arte, nei teatri, nei musei ma anche negli spazi all'aperto e in location inaspettate. Il calendario della primavera milanese è ricco di appuntamenti da non perdere

a cura della redazione di ***CM***

Piano City Milano 2022

LOCATION VARIE
20, 21 E 22 MAGGIO

Omaggi a cantautori come Lucio Battisti, Lucio Dalla e Fabrizio De André, e a band come i Beatles, gli Earth Wind & Fire e i Coldplay. L'11ª edizione del festival di pianoforte più atteso dell'anno mette a segno un programma ricco di appuntamenti. Si celebrano grandi autori del passato come Bach, a 300 anni dal *Clavicembalo ben temperato I*, Beethoven, a 200 anni dalla composizione della *Nona Sinfonia* e a 50 anni da quando l'*Inno alla gioia* è stato adottato come Inno Europeo. E poi ancora da Erik Satie, protagonista della musica e dell'ambiente artistico francese tra la fine dell'800 e l'inizio del '900, a grandi autori del '900, come George Crumb, Iannis Xenakis, a 100 anni dalla sua nascita, e a Thelonious Monk, a 40 anni dalla sua scomparsa. Non mancherà un omaggio speciale al compositore Ennio Morricone. Piano City Milano torna grazie a un'intensa collaborazione fra istituzioni pubbliche e imprese private che permette al festival di essere accessibile gratuitamente e presente in ogni zona della città. Un esempio di sinergia straordinaria che coinvolge il Comune di Milano, istituzioni, associazioni, partner e cittadini per una città sempre più attiva, grazie alla musica e ad un programma diffuso sul territorio in maniera capillare. Maggiori informazioni sul festival e sul calendario dei concerti sono disponibili sul sito ufficiale www.pianocitymilano.it.

Collezioni Private. Keith Haring. Edizioni Stampe Poster

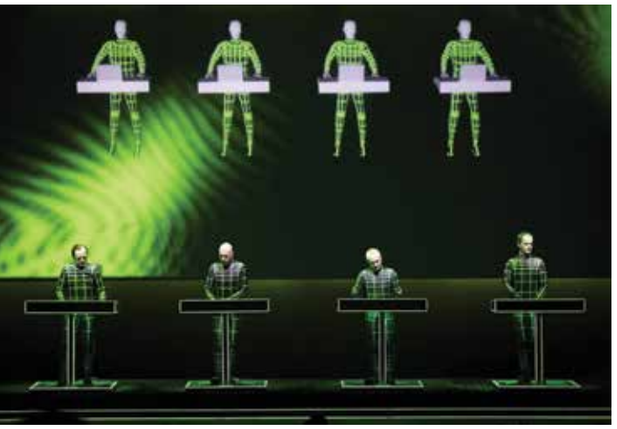
MUSEO DELLA PERMANENTE
DAL 30 MARZO
AL 24 MAGGIO

DART | Dynamic Art Museum, progetto museale innovativo ideato da Piergiulio Lanza e realizzato insieme all'Arch. Riccardo Manfrin propone la terza edizione de "I Capolavori delle Collezioni Private", intitolata "Collezioni Private. Keith Haring. Edizioni Stampe Poster" e dedicata a una collezione di opere degli anni Ottanta del padre della Street Art. Serigrafie, litografie e stampe sono solo alcuni dei media in esposizione tra quelli sperimentati dall'artista per raccontare temi centrali della sua poetica, quali la disinformazione sull'AIDS, la pericolosità delle centrali nucleari o lo studio di soggetti erotici e pubblicitari. Tra le opere presenti in mostra anche una selezione di lavori realizzati per il gallerista napoletano Lucio Amelio, che invitò Haring in Italia nel 1983. In foto murales oggi cancellato al Palazzo delle Esposizioni, Roma, 11 settembre 1984. Foto di Stefano Fontebasso De Martino. Courtesy MACRO, CRDAV.

Out Of Order I collages di Louise Nevelson

GIÓ MARCONI
DAL 25 MARZO
AL 29 LUGLIO

Negli spazi di via Tadino 15, recentemente rinnovati dallo studio Kuehn Malvezzi, Out Of Order è un'importante mostra dedicata ai collages di Louise Nevelson. L'esposizione milanese raccoglie un'ampia selezione di collages che l'artista, forte della lezione cubista appresa durante i viaggi in Europa, realizza a partire dagli anni Cinquanta, combinando supporti lignei e cartacei e ottenendo originali esiti prospettici. Il progetto espositivo evidenzia che il modello fondamentale del linguaggio artistico di Nevelson non era onnicomprensivo. Nevelson ha infatti prodotto gruppi coerenti di opere basandosi su elementi formali vicini alla sua ricerca artistica come specifici materiali, strategie e questioni formali. Come lei stessa ha dichiarato in più occasioni, "il modo in cui penso è il collage". Foto di Fabio Mantegna.



Kraftwerk 3-D

TAM – TEATRO ARCIMBOLDI MILANO
2 E 3 MAGGIO

Dopo due anni di rinvii forzati a causa del perdurare dello stato di emergenza, i Kraftwerk tornano in Italia con un tour 3-D. Il 2 e il 3 maggio saliranno sul palco del Teatro degli Arcimboldi di Milano, per poi proseguire al Teatro Regio di Parma (5 maggio) e al Gran Teatro Geox di Padova (7 maggio). I pionieri della musica elettronica si esibiranno dal vivo con un incredibile show multimediale che fonde insieme musica e arte performativa. Con la loro visione avanguardistica, i Kraftwerk hanno creato la colonna sonora per l'era digitale del XXI secolo. Nelle performance dal vivo dei Kraftwerk – la cui formazione è attualmente composta da Ralf Hütter, Henning Schmitz, Fritz Hilpert e Falk Grieffenhagen – emerge con forza la loro profonda fiducia nell'interazione tra l'uomo e la macchina. Foto di Peter Boettcher.

Ferdinando Scianna Viaggio Racconto Memoria

PALAZZO REALE
DAL 22 MARZO
AL 5 GIUGNO

Al Piano Nobile di Palazzo Reale a Milano, è aperta al pubblico la grande mostra antologica dedicata a Ferdinando Scianna. Con oltre 200 fotografie in bianco e nero stampate in diversi formati, la rassegna attraversa l'intera carriera del grande fotografo siciliano e si sviluppa lungo un articolato percorso narrativo, costruito su diversi capitoli e varie modalità di allestimento. Il percorso espositivo vede anche una sezione speciale dedicata a Leonardo Sciascia e un'altra, la "Bibliografia", con una selezione dei libri di Scianna: dal primo, "Feste Religiose in Sicilia", divenuto raro e prezioso nel tempo, fino alle ultimissime pubblicazioni. Curata da Paola Bergna, Denis Curti e Alberto Bianda, art director della mostra, è promossa e prodotta da Comune di Milano|Cultura, Palazzo Reale e Civita Mostre e Musei. Foto di Ferdinando Scianna.

Pantofola d'Oro
1886

www.pantofoladoro.com

MUDEC
FINO ALL'11 SETTEMBRE

DAVID LACHAPELLE. Il celebre fotografo statunitense sottopone agli occhi del pubblico in anteprima assoluta per il Museo delle Culture una serie inedita che fa parte della sua nuova e visionaria fase di produzione. *I Believe in Miracles* è un percorso che mette al centro l'animo umano, indagato nelle sue pieghe fatte di gioie, dolori, solitudini, passioni e ideali. In mostra oltre 90 opere – tra grandi formati, scatti site-specific, nuove produzioni e una video installazione – che si dipanano in un racconto ricchissimo di suggestioni

di ***MARCO TORCASIO***

David LaChapelle, *Revelations*, 2020, Los Angeles. Foto di David LaChapelle

David LaChapelle, *Our Lady of the Flowers*, 2019, Hawaii. Foto di David LaChapelle

David LaChapelle, *Landscape: King's Dominion*, 2013, Los Angeles. Foto di David LaChapelle

"In questo nuovissimo e originale progetto espositivo molti lavori assumono una luce nuova, una maggiore consapevolezza, quasi fossero osservati retrospettivamente dall'artista stesso secondo un rinnovato punto di osservazione"

Insieme a Reiner Opoku, ***DENIS CURTI*** è curatore della mostra *I Believe in Miracles* di David LaChapelle. Grande esperto d'arte, è anche direttore artistico della Casa dei Tre Oci di Venezia

foto ***GIOVANNI GASTEL***

Quello al MUDEC è un LaChapelle inedito?

La mostra parte dalle origini, dalle prime fotografie, però non ha un andamento tipicamente cronologico, è piuttosto un circuito, un cerchio. Ci sono almeno venti foto nuovissime, mai esposte, che LaChapelle ha prodotto durante gli ultimi anni di pandemia. Nel complesso le serie sono tre e restituiscono allo spettatore i più importanti temi su cui l'autore si è concentrato.

Cosa vediamo in mostra?

LaChapelle, come è noto, non ama lavorare con Photoshop. Ciò che vediamo nelle sue fotografie è frutto di una messa in scena, di una vera e propria ricostruzione. È quanto accade in *Deluge* (2006), ad esempio, in cui ha allagato il suo studio dopo averlo reso stagno. In questa mostra però abbiamo anche rappresentazioni meno eclatanti, con atmosfere più realistiche e un differente uso del colore.

La Natura è protagonista tanto quanto le celebrities?

David LaChapelle vive alle Hawaii, a Maui. Proprio qui ha recentemente scoperto, grazie a un libro, che la cascata in cui si reca spesso a nuotare è la stessa dipinta da Georgia O'Keeffe. Alla celebre pittrice rende omaggio ripercorrendone le orme e ritrovando gli stessi soggetti – fiori e paesaggi – che lei aveva dipinto 80 anni fa.

Tra le tematiche toccate c'è anche l'antropocentrismo. Come se l'artista volesse ribadire che la sopravvivenza umana non può prescindere da quella della Natura...

Esatto. Un'immagine documenta una nave da crociera che si va a incagliare tra i ghiacci. L'opera s'intitola *Spree* ed è un evidente riferimento, con sguardo critico, al turismo di massa da una parte e allo scioglimento dei giacchiai dall'altra.

C'è spazio anche per la spiritualità?

LaChapelle ha dedicato molta attenzione allo studio della religione e da qui ha voluto rileggere alcuni passi del Vangelo, rimettendo in scena alcune situazioni. Ma il miracolo di cui parla non è una moderna moltiplicazione dei pani e dei pesci, bensì un miracolo umano. Ebbene, anche noi uomini possiamo fare dei miracoli: conservando questa Terra così come l'abbiamo trovata, nella sua dimensione antropocentrica ma anche etica e morale; non facendo la guerra; non inquinando.

Il nome LaChapelle è un marchio di fabbrica. Che cosa – in termini artistici – lo ha reso un'icona vivente della cultura Pop?

David è spesso considerato, a torto, un fotografo superficiale, ma in realtà è un uomo che ha fatto riflessioni profondissime. Noi vediamo solo quello che conosciamo, è vero, ma nei confronti di LaChapelle dobbiamo mettere in atto quella che Samuel Taylor Coleridge definì la "sospensione dell'incredulità". Cercare di intravedere la verità attraverso le sue opere è uno sbaglio. Dobbiamo piuttosto affidarci e lasciarci conquistare da colui che ci sta raccontato questa meravigliosa storia. La domanda allora diventa: con quali occhi ci apprestiamo a guardare queste fotografie?

David LaChapelle, *After the Deluge*: *Statue*, 2007, Los Angeles. Foto di David LaChapelle

David LaChapelle, *Heliconia No. 1*, 2020, Hawaii. Foto di David LaChapelle

MASSIMILIANO PANI
UN FIGLIO D'ARTE DIETRO LE QUINTE

Compositore, arrangiatore e produttore musicale, è nato nel 1963 dall'unione di Mina e Corrado Pani: "Fin da ragazzo ho capito che la mia strada nel mondo dello spettacolo non era stare su un palco ma lavorare per il successo degli altri"

testo ***PAOLO CRESPI***

La musica, si sa, era di casa. Quando ti fu chiaro che sarebbe stato il tuo mestiere?
Un'estate come tanti figli di genitori separati trascorrevo il classico mese con papà. Mi trovai a vivere accanto a lui tutte le prove del Peer Gynt di Ibsen. Compresi allora che a toccarmi davvero l'anima non era la parola, ma la musica.

Com'è stata la tua formazione?
Alternativa. Sono figlio di una cantante e di un attore: quando a dieci-undici anni dissi loro che volevo frequentare il conservatorio fu una mezza tragedia.... Ma siamo sicuri? Perché non fai il liceo e l'università come tutti gli altri? Io abbozzai, ma colsi l'opportunità di studiare privatamente.

Chi sono stati i tuoi maestri?
Mario Robbiani, direttore dell'Orchestra della radio svizzera italiana. E poi Celso Valli: quando nei primi anni '80 cominciò ad arrangiare per Mina, io mi infilavo in sala per vederli lavorare, mi mettevo in un angolo per rubare il mestiere al "Maradona" della discografia. Anni dopo ho avuto l'onore di stare vicino a Gianni Ferrio, altro formidabile compositore, arrangiatore e orchestratore, che mi ha insegnato l'amore, la dignità e il rispetto verso questo lavoro.

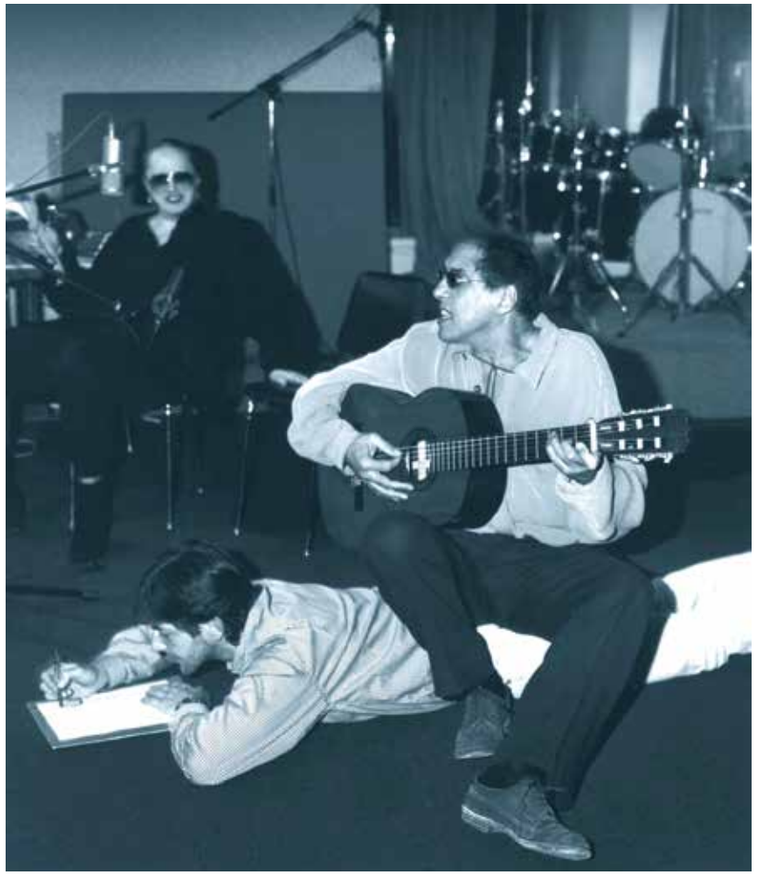
Quanto ti ha favorito avere come madre la grande Mina Mazzini?
Ho avuto una grande fortuna: non tanto essere suo figlio, ma aver imparato da lei questo mestiere. Mina ha una cultura musicale enorme, che spazia dalla classica al jazz, attraversando la bossa nova, il mondo latin, il rock... Da ragazzo, oltre ad ascoltare gli artisti di successo della mia generazione, potevo attingere a un mondo sonoro molto più ricco, basato sui suoi gusti.

Sei mai stato tentato dalla carriera di cantante?
No, ho capito molto presto che il mio desiderio era fare i dischi agli altri, stare dietro le quinte, in studio e non da performer, in prima persona.

Oltre agli album di famiglia, tra cui il mitico *Mina Celentano* e il recente *Mina Fossati*, di cui hai arrangiato tutti i brani, in oltre trent'anni di professione hai prodotto tantissimo in vari campi...
Guardandomi indietro posso dire di non essermi fatto mancare nulla, a partire dalla fortunata e assidua collaborazione con Piero Cassano, ex Matia Bazar, un maestro nell'arte di scrivere canzoni, con cui sono nate a suo tempo cose egregie per Mina, Dori Ghezzi, Anna Oxa, gli stessi Matia Bazar. Un sodalizio che continua tuttora. Ma ho sperimentato anche in altri campi, dalle sigle ai jingle per la pubblicità, dalle musiche per le sfilate di moda (negli anni '80 non si ricorreva ai dischi), qualche film e le colonne sonore per le fiction televisive. Ora sto lavorando alle musiche per un documentario sul Mausoleo di Augusto e al nuovo disco di Mina, che sarà un album di inediti.

Milano è stata la capitale della discografia italiana nei suoi anni d'oro e tu ne sei un testimone eccellente. Com'era e com'è il tuo rapporto con la nostra città?
Intensissimo, anche se dopo il mio "debutto" alla Mangiagalli a Milano non ho mai vissuto, avendo seguito prima i miei a Roma, poi mamma a Lugano, dove ho sempre abitato, percorrendo spessissimo i settanta chilometri che ci separano.
Fino al 1982 lo studio di registrazione della Pdu, la nostra etichetta, era La Basilica, in corso Italia, dove sotto le alte volte di una chiesa sconsacrata, con la supervisione di un mago dell'audio come Nuccio Rinaldis, hanno visto la luce pezzi come *Amor mio*, *Insieme*, *Io e te da soli* e hanno inciso ospiti come Benedetti Michelangeli, la Callas, tutto il meglio del jazz italiano, Sellani, Ambrosetti, Belloni, "turnisti" del calibro di De Piscopo, Mino Fabiano, Pino Presti, Sergio Farina, Walter Calloni... La scena milanese ha sempre prodotto musicisti di vaglia, magari nati altrove, con cui mi sono spesso incrociato: da Alfredo Golino ad Antonio Faraò, da Giorgio Cocilovo a Faso. Io naturalmente ho continuato a frequentarla, coltivando da pendolare i rapporti con il mio mondo di riferimento. Emi, Warner, Sony, le case discografiche sono tutte qui, così come Rai, Mediaset e le case di produzione pubblicitarie.

Anche i cambiamenti tecnologici a cui hai assistito sono stati davvero notevoli...
Una fortuna anche quella. Quando ho iniziato, a 16 anni, per registrare si usava un 16 piste analogico Ampex, poi si è passati al 24 piste, alle varie generazioni di Dolby, fino alle prime macchine digitali, a 48 piste. Oggi sto ricominciando a usare il 24 piste analogico, mai dismesso: certe cose vengono ancora meglio che con il digitale.



Un giovanissimo Massimiliano Pani in studio di registrazione con Mina e Adriano Celentano, foto di Mauro Balletti

FUORISALONE, MOTORE DI RIGENERAZIONE URBANA

Da più di vent'anni ormai, il Fuorisalone di Milano, che accompagna l'evento del design più conosciuto al mondo, il Salone del Mobile, ha trasformato la città in una sorta di laboratorio: un hub di sperimentazione e rigenerazione urbana

di ***SIMONA GALATEO***

"Il design ha aperto le porte a tutte le persone, dai passanti ai curiosi, agli addetti ai lavori, diventando un momento corale e condiviso"

Creatività, immaginazione, sperimentazione, talento e avanguardia sono alcuni tra i tanti sinonimi appropriati che descrivono la settimana del calendario milanese più vivace dell'anno, quella dedicata al mondo del design. Il Fuorisalone, evento che si svolge in concomitanza con il Salone del Mobile, è diventato per Milano un'occasione di riqualificazione, in prima battuta, e di rigenerazione urbana poi, con tutti i pro e i contro del caso. Gli eventi, le "zone" e i "district" sono diventati veri marchi urbani che connotano a tutti gli effetti i diversi quartieri, che nel corso del tempo si sono rigenerati, riutilizzando spazi spesso abbandonati, o utilizzati in modo inedito e sperimentale.
Ancora più di quanto possa aver fatto il settore della moda – altro fiore all'occhiello dell'industria creativa meneghina – quello del design è stato in grado di trasformare e caratterizzare intere parti di città. Per una settimana, Milano diventa non solo punto di ritrovo per aziende e buyers diretti alla fiera, ma anche di creativi, ricercatori, giovani designer che anticipano con le loro idee nuovi stili, tendenze, individuano nuovi gusti, modi e usi di vivere, come singoli o come collettività. Alla ricerca di spazi da occupare in modo temporaneo, con mostre, eventi, incontri. Dai designer indipendenti alle piccole e grandi imprese, dagli artigiani ai centri di ricerca e alle scuole internazionali, la città è diventata un pullulare di iniziative. E a differenza degli eventi della moda, tra i più seguiti e "spoilerati" su riviste e social network, il design ha aperto le porte a tutte le persone, dai passanti ai curiosi, agli addetti ai lavori, diventando un momento corale e condiviso.
Le "zone" sono diventate veri e propri brand, legati ciascuno a un quartiere, all'interno del quale durante l'anno è tutto un brulicare di ricerca di spazi insoliti, inediti, a volte anche non ancora usati. Spazi che prendono vita durante il Fuorisalone, ma che spesso e volentieri diventano poi "locations" attive e vissute tutto l'anno. E come un'eco che si propaga all'interno del quartiere, la creazione delle diverse zone è diventata una sorta di veicolo di trasformazione urbana a tutti gli effetti. Dalla prima, più famosa, Zona Tortona, sono arrivate anche Zona Lambrate, Zona Porta Romana, e le più recenti Brera Design District, Isola Design District e le 5Vie. E insieme alla nascita delle zone, anche alcune location sono diventate place to be: dalla sede dell'Università Statale che ospita le installazioni della rivista Interni, alla palestra La Pelota dove si sono susseguiti diversi allestimenti e progetti di grandi marchi – tra gli ultimi più memorabili, quello curato da Hermès – al Giardino delle fate di via Palestro, all'Orto sul tetto dello studio Piuarch in Brera, all'Albergo Diurno in piazza Oberdan, fino all'operazione del collettivo Alcova, che, dopo aver riqualificato la sede storica di Cova & C. panettoni a NoLo, l'anno scorso si è spostata verso la zona Inganni, per nulla toccata dagli eventi del Fuorisalone, riutilizzando un ex complesso militare.
Un processo di rigenerazione, quello legato al Fuorisalone e al mondo del design milanese, che ha avuto una risonanza internazionale, stimolando la nascita di altre "design week" sul modello meneghino, un po' in tutto il mondo, grazie a quel "saper fare" e a quella creatività tutta italiana che si esprime in tutti campi.

Orto fra i cortili è l'intervento realizzato dagli architetti Piuarch sul tetto dell'edificio che ospita il loro studio, nel Brera Design District a Milano. Foto Piuarch

Gilda Bojardi nel suo appartamento milanese

GILDA BOJARDI

LA CREATRICE DEL FUORISALONE. Direttrice della rivista Interni, ha avuto l'intuizione di lanciare da zero una manifestazione che dal 1990 anima la città di Milano. L'abbiamo incontrata nel suo appartamento nel cuore di Brera, aspettando la Design Week di giugno

di ***MARZIA NICOLINI***
foto ***MATTEO CHERUBINO***

Quali sono le aspettative per la Design Week edizione 2022 dopo i due anni di pandemia?
Sicuramente c'è molta adrenalina e l'attesa di una settimana ricca di proposte, con spazio per nuovi nomi e tante sorprese.

Lei è nota a livello mondiale come la creatrice del Fuorisalone. Com'è nata l'idea per questa rassegna?
Nel 1990 la rivista Interni decise di colmare il vuoto lasciato dall'edizione settembrina del Salone del Mobile di Milano. La nostra fu una risposta spontanea, che si concretizzò coinvolgendo showroom, negozi di arredamento e gallerie nelle varie aree di Milano, da viale Certosa fino al centro. Il nome che avevamo dato all'evento originale era Interni Designer's Week: fu un immediato successo e un'esperienza che nei decenni a venire si è articolata e ampliata, arrivando a coprire ogni quartiere di Milano. Durante questi due anni di pandemia abbiamo voluto procedere come nel 1990 e con l'obiettivo di non lasciare la città deserta e scoperta dalla Settimana del Mobile abbiamo organizzato dei circuiti in città, sostenendo la cultura del design e i suoi artefici.

Nei suoi ricordi esiste una Design Week rimasta memorabile?
Tutte le Design Week conservano negli anni a venire qualcosa di particolare, una sorpresa inaspettata destinata a restare impressa nella memoria, un incontro inaspettato. Certo, le installazioni di Marcel Wanders restano indimenticabili. Così come il modo in cui natura e design interagiscono poeticamente nei progetti creati all'interno dell'Orto Botanico di Brera. Splendidi anche i progetti di Ma Yansong/MAD architects. Ma la verità è che ogni volta ho l'impressione che l'ultima Design Week sia stata la più bella. Ed è facilissimo dimenticare qualche nome che andrebbe assolutamente menzionato. Come quello dei miei mentori e amici Alessandro Mendini e Michele De Lucchi: i confronti e le lunghe chiacchierate con loro sono sempre stati di ispirazione e spunto.

“È un’occasione unica per far scoprire luoghi altrimenti inaccessibili, dagli antichi conventi alle corti private”

Come si svolge una sua giornata tipo durante la Design Week?

Io che – ammetto – dormirei fino a tardi, esco di casa alle 8 e 30, per essere presente alle primissime manifestazioni del mattino. Una location per me imprescindibile è l’Università degli Studi di via Festa del Perdono, fulcro delle nostre installazioni del Fuorisalone, oltre che luogo a me caro, poiché sede dei miei studi. Alle 9 sono in Statale e nel frattempo passo dall’Orto Botanico di Brera. Poi mi allungo verso via Durini, corso Monforte e il centro.

Nel corso degli anni ha intervistato designer da ogni parte del mondo. Ci sono degli incontri che ricorda ancora e che l’hanno particolarmente ispirata?

Ogni anno porta con sé sempre delle novità, ma spesso resto affascinata dalla capacità di sorprendere e dall’inventiva fresca dei giovani designer che si affacciano al palcoscenico mondiale con tutta la loro verve creativa. Ho un debole per le installazioni di Tokujin Yoshioka, ricordo ancora la prima volta che ha presentato le sue opere a Milano, così come resto affascinata da ogni progetto di studio Nendo e di Carlo Ratti. Il filo conduttore delle giornate e degli incontri durante la settimana del design è il senso di assoluta meraviglia di fronte a quelle che oserei definire a tutti gli effetti delle Wunderkammer.

C’è una via o un quartiere di Milano che più la affascina?

Abito in via Solferino, a un passo dalla Pinacoteca di Brera, di conseguenza i miei circuiti e le mie visite iniziano sempre da qui, quartiere al quale sono affettivamente legata. Ma quello che più amo della Design Week è la capacità di far dialogare storia e design contemporaneo. È un’occasione unica per far scoprire ai cittadini e ai visitatori luoghi altrimenti inaccessibili, dai conventi alle corti private dei palazzi. Ormai la Design Week copre coerentemente tutta la città, da Ventura-Lambrate alle 5Vie, da Tortona a Porta Romana.

Ha alle spalle importanti esperienze all’estero, tra le quali spiccano quelle di Pechino e Città del Messico. Ci racconta?

Come Interni abbiamo realizzato due importanti mostre internazionali. La prima a Pechino nel 2011, ospitati dal National Museum of China, con a disposizione una superficie di 2000 metri quadrati e il Ministero della Cultura Cinese come partner ufficiale. Fu un enorme riconoscimento e un incarico non da poco. Il compito era quello di allestire un’esposizione sul design internazionale. Riuscimmo a far arrivare oltre 700 prodotti a Pechino e vennero tutti i big del settore, da Stefano Boeri a Patricia Urquiola. Poi ci fu l’esperienza a Città del Messico: nel 2016-2017 dedicammo tre numeri alla città, con presentazione al Museo Soumaya e il coinvolgimento dell’ambasciata italiana. In entrambi i casi si trattò di esperienze all’insegna delle difficoltà last minute da gestire, ma quante soddisfazioni a progetti ultimati!

Vive a Milano da quando è ragazza. Si sente in parte milanese?

Ho scoperto Milano perché ho studiato in Statale (alla facoltà di Giurisprudenza). Da allora mi sono fermata in pianta stabile, perché sapevo che era la città giusta per il lavoro che sognavo. Sono legata affettivamente a Milano, ma sento ben salde le mie radici emiliane. Sono originaria di Fiorenzuola e ho una casa a Castell’Arquato, dove torno con grande felicità quasi tutti i fine settimana.

Compasso d’Oro alla Carriera nel 2020, Ambrogino d’Oro nel 2007. I premi che le sono stati consegnati sono uno più prestigioso dell’altro. Con che sentimenti li ha ricevuti?

Con un’iniziale e genuina dose di stupore, oltre che di entusiasmo. Nella mia vita ho sempre avuto l’impressione che le cose mi siano accadute in modo casuale, mai programmato. Ma la gratificazione per ogni riconoscimento è autentica e dura nel tempo. L’Ambrogino mi è stato assegnato per l’invenzione del Fuorisalone, mentre il Compasso d’Oro per aver contribuito a far conoscere e apprezzare il design italiano su scala globale.

È appena uscito per Electa il libro sui 30 anni del Fuorisalone di Interni. Cosa raccoglie questo volume?

È un librone da collezione, con oltre 1000 immagini e più di 500 pagine. Ne vado molto orgogliosa. Perfetto per ripercorrere la storia del design e quella di Milano, ci aiuta a ricordare la progressione di quanto accaduto alla città, anno dopo anno, la sua evoluzione e capacità attrattiva, fino a farle ottenere il meritato primato di capitale del design. Sfogliandolo potrete trovare le tappe, gli avvenimenti e gli eventi più emblematici a partire dal 1990, l’anno in cui tutto ebbe inizio.

Un’ultima domanda. Da anni indossa degli occhiali dalla montatura bianca e geometrica, divenuti iconici. Come li ha scelti?

Ricordate quando prima vi ho detto che nella mia vita le cose accadono per caso? Lo stesso posso dire per questi occhiali. Venni attratta da un modello bianco con la montatura importante e non sono più tornata indietro. Sono stati gli altri che, in questi anni, mi hanno fatto notare che questo occhiale è diventato un elemento di riconoscibilità del mio volto. Bene così!

“La nostra fu una risposta spontanea, che si concretizzò coinvolgendo showroom, negozi di arredamento e gallerie nelle varie aree di Milano”

Interni presenta *XXX-Y 30 Anni di Fuorisalone*. Il libro è edito da Electa e celebra i personaggi e gli eventi che hanno segnato la nascita e lo sviluppo della manifestazione

L'APERITIVO SI È EVOLUTO

Si fa presto a dire aperitivo. Quello che si consuma all'ombra della golden hour è però un rituale con una storia lunga circa duecento anni che Milano ha trasformato in un fenomeno di costume

Tutto ha inizio nella Torino del dopo teatro e del vermouth, la miscela a base di vino, zucchero ed erbe aromatiche inventata nel 1786 dall'allora pasticcere Benedetto Carpano. La moda sconfina presto nella vicina Milano grazie ad Ausano Ramazzotti – artefice, nel 1815, del celebre amaro – e a Gaspare Campari che, nel 1860, perfeziona la ricetta del suo bitter rosso. Negli anni Trenta del secolo scorso le influenze futuriste danno luogo a cocktail d'avanguardia chiamati polibibite (il nazionalismo a quei tempi non tollerava certo gli inglesismi), sapientemente proposti in accompagnamento a piccole preparazioni sull'asse dolce-salato oppure dolce-piccante. Oltre alle comuni scorze di limone e arancia, utilizzate per guarnire, fanno la loro comparsa schegge di formaggio e acciughe sott'olio. Ritrovi tipici sono il Savini o il Camparino. Più avanti vive il suo momento di gloria il caffè Jamaica, frequentato da Piero Manzoni e Salvatore Quasimodo, e ancora – venendo ai giorni nostri – il Bar Basso di Mirko Stocchetto. La storia dell'aperitivo a Milano giunge a un punto di svolta e la cultura del bere conquista definitivamente il capoluogo lombardo. Sono gli anni del Negroni Sbagliato e del Rossini accompagnati da patatine e olive.
Superati gli anni Duemila caratterizzati dall'avvento di discutibili formule pret-à-manger l'aperitivo oggi sembra abbandonare le ricette acchiappa-clienti per ritornare su coordinate di qualità e attenzione ai particolari, senza però dimenticare le suggestioni del passato. Lo conferma Tommaso Cecca, Store Manager e Head Bartender del Camparino in Galleria: «Il rito dell'aperitivo porta con sé storia e tradizione. Dalla scelta degli ingredienti al modo di porsi con i clienti, lo "stile" di ospitalità e proposta cocktail di Camparino in Galleria è uno dei più noti e riconosciuti a livello globale. Per noi è fondamentale che le persone vivano il bar con tutte le sue sfaccettature e caratteristiche, immergendosi in un ambiente di assoluto livello storico e culturale in continua evoluzione. Siamo infatti sempre alla ricerca di concept innovativi senza mai perdere di vista le nostre radici. Ne è prova la doppia anima del Camparino: una super classica, all day long, incarnata da un vero e proprio street bar, ovvero il Bar di Passo; l'altra, più formale, elegante e rivolta al futuro, è rappresentata dalla Sala Spiritello. Sicuramente il nostro rito dell'aperitivo continuerà a osservare le tradizioni e le origini che lo hanno sempre contraddistinto strizzando però l'occhio a modernità e innovazione, questo grazie al nostro ingresso

di ***MARCO TORCASIO***

INDIRIZZI
Camparino in Galleria
piazza del Duomo 21
Delarocque Restaurant
piazza Sempione 6
Pasticceria Clivati 1969
viale Coni Zugna 57
Panino Giusto via Marcello Malpighi 3

Il Bar di Passo del Camparino in Galleria con il bellissimo bancone in primo piano

L'esterno del palazzo di via Malpighi che ospita i locali di Panino Giusto. Foto di Matteo Cremonini

Sotto. Il caratteristico aperitivo milanese della Pasticceria Clivati 1969

"Il rito dell'aperitivo continuerà a osservare le tradizioni e le origini che lo hanno sempre contraddistinto strizzando però l'occhio a modernità e innovazione"

nei 50 World's Best Bars che ci ha permesso di consacrarci nel panorama beverage mondiale e di essere sempre più presenti nei palcoscenici dedicati alla mixology internazionale».
Il momento dell'aperitivo a Milano detta le tendenze in fatto di miscelazione. Al Delarocque Restaurant, a pochi passi dall'Arco della Pace, lo Champagne è l'ingrediente signature della carta. Nell'Old Cuban preparato dal bartender Angelo Ricucci è protagonista assoluto, ma può essere anche impiegato per dare complessità e texure ad alcune riduzioni. «Ho dei piacevolissimi ricordi del primo aperitivo a Milano con mio padre» rivela Ricucci. «Profumi rossastri di cocktail annebbiati da grandi ed eleganti sigarette fumate vista Duomo. Era un rito scandito da rulli jazz e chitarre del Mississippi. Tuttavia, con il passare degli anni, l'ho visto un po' perdersi. La mia curiosità però mi ha portato a ritroso nel tempo alla scoperta di una storia fatta di passione per la musica e per l'arte della miscelazione che oggi mi ispira qui al Delarocque Restaurant».
Ma aperitivo non vuol dire soltanto cocktail bar. A darne una dimostrazione ci pensa Lorenzo Giampietro, manager della Pasticceria Clivati 1969. «Anche le pasticcerie come la nostra prestano particolare attenzione al cosiddetto happy hour. La nostra proposta segue il leitmotiv dell'italianità sia per ciò che esce dalla cucina sia per i cocktail realizzati solo con distillati di un certo livello».
Persino un noto brand della ristorazione casual dining, Panino Giusto, ha di recente lanciato il cosiddetto "Aperitivo Giusto", pensato in collaborazione con il cocktail bar milanese Rita. Il flagship store di via Malpighi, in zona Porta Venezia, è il cuore pulsante di questa iniziativa: situato all'interno del bellissimo palazzo Galimberti in stile liberty, si propone come la nuova destinazione per l'aperitivo milanese. A occuparsi della miscelazione c'è Riccardo Tesini. Tutti i giorni, a partire dalle 18, si può così vivere una vera e propria cocktail experience, ideata dal bartender Edoardo Nono, con una carta di drink intrigante, accompagnata da gustose gourmandise locali e nazionali. «Ci teniamo a presentare la nostra visione dell'aperitivo milanese unita alle novità più fresche del bartending contemporaneo» ci spiega il CEO Antonio Civita. Del resto, mai come oggi la consapevolezza del cliente nel mondo della ristorazione è così forte. Condividendo la chiosa di Civita: «Anche all'ora dell'aperitivo si cerca un'esperienza qualitativa a 360°, che va dal prodotto al servizio e all'ambiente».

LE NOTE SCANDITE DA UN "EXPAT" DELLA MUSICA

Pianista classico, ***TAKAHIRO YOSHIKAWA*** è cresciuto in Giappone e ha scelto l'Italia per migliorare la propria tecnica. Adottato da un'istituzione come la Scala, torna a esibirsi dal vivo in occasione di Piano City 2022

di ***PAOLO CRESPI***

Lei è un veterano di Piano City, che programma ci propone per l'edizione 2022?
Domenica 22 maggio, nel tardo pomeriggio, al GAM, suonerò all'aperto aprendo la mia esibizione con la sonata in Fa maggiore di Mozart K.533/494, una doppia numerazione dovuta al fatto che il geniale musicista compose dapprima un rondò, nell'anno delle *Nozze di Figaro*, e successivamente completò la sonata al tempo di *Don Giovanni*, unendo e adattando stili e armonie differenti. Eseguirò poi una suite di Béla Bartók intitolata *All'aria aperta*, che rappresenta il momento più suggestivo della sua ricerca sulle radici popolari della musica ungherese. E chiuderò il concerto con la terza ballata di Chopin, inclusa anche nel mio nuovo disco dedicato al grande compositore polacco.

Come solista dà regolarmente concerti sia in Italia che in Giappone. Che differenze nota nell'organizzazione musicale e dove si sente più valorizzato come artista?
L'attività concertistica di un pianista classico è difficile ovunque. Negli ultimi due anni ho suonato più spesso in Giappone, dove i teatri non sono stati chiusi durante la pandemia. Nel mio Paese natale l'organizzazione dei concerti segue schemi più tradizionali e formule coinvolgenti come Piano City sono di là da venire. Ma gli appassionati sono in continua crescita anche tra i giovani, che generano una domanda molto interessante. Quando sono in Italia vengo percepito come un artista straniero, anche se vivo qui e parlo la vostra lingua, mentre là sono visto come un giapponese che dà concerti e masterclass, ma non è integrato nella realtà locale e deve la sua fama al suo successo all'estero. Buffo, no?

La tentano le contaminazioni con gli altri generi musicali?
Mi interessano molto, ma personalmente non le ho ancora affrontate, per pigrizia o perché troppo legato all'ortodossia della mia formazione. Come utente della musica amo moltissimo tutta la produzione jazzistica di Bill Evans, un maestro della composizione estemporanea e un grande perfezionista del suono, caratteristica, questa, che lo accomuna in un certo senso ai pianisti classici. Negli ultimi anni sono entrato in contatto e ho stretto amicizia con Ludovico Einaudi, di cui apprezzo molto le creazioni originali e con cui è nato un bello scambio, umano e professionale. Anch'io ho studiato composizione, ma considerandomi soprattutto un interprete, quello che scrivo, per ora, lo tengo per me.

Oltre che come solista del suo strumento, in quali formazioni possiamo ascoltarla?
Faccio molta musica da camera e da oltre dieci anni ho un duo con Fabrizio Meroni, primo clarinettista della Scala,con cui ho realizzato anche alcuni album. E suono in orchestra, altra esperienza molto utile e gratificante, che ogni pianista dovrebbe prima o poi provare.

Com'è il suo rapporto con Milano?
Di lunga data, dal momento che vivo qui dal 1999, quando arrivai in Italia sulle orme del mio mito, Arturo Benedetti Michelangeli, per perfezionarmi con la sua allieva Anita Porrini, scomparsa di recente. Qui ho conosciuto mia moglie Federica, psicologa, con cui abbiamo due figli di 13 e 10 anni, e anche grazie a loro si è intensificata la nostra vita di quartiere in zona Sempione-Garibaldi. Milano, per me che provengo da una cultura più formale, ha il giusto grado di calore e di empatia fra le persone e come realtà metropolitana ha una dimensione ideale, ancora a misura d'uomo. Un po' come Kobe, la mia città d'origine in Giappone.

Dei grandi pianisti europei chi apprezza maggiormente?
I grandi interpreti del passato: Horowitz, Richter, Fischer. E su tutti Benedetti Michelangeli, unico per il suo fraseggio. L'ultima volta che venne in Giappone io ero in prima fila, sotto il palco ad ascoltarlo. Purtroppo non potevo vedere la tastiera, ma non dimenticherò mai il suo movimento di pedale... Oggi è cambiato radicalmente il modo di suonare, si punta molto, forse troppo, sulla spettacolarità dell'esibizione. E c'è un eccesso di competizioni e concorsi, fin dalla più tenera età. Io sono l'unico figlio di due cantanti lirici, quindi per me la scelta di studiare musica era abbastanza naturale. Ma non c'era una pressione familiare perché intraprendessi a tutti i costi questa carriera. Intorno ai sedici anni pensavo persino che avrei potuto dedicarmi con eguale soddisfazione alla filosofia... Perché l'Italia? All'epoca l'alternativa in Europa era la Germania, ma istintivamente non volevo ritrovarmi in un contesto formativo altrettanto rigido come quello nipponico.

A sinistra. Takahiro Yoshikawa, foto di Massimo Volta.
Sotto. L'artista al Teatro alla Scala.
Foto di Marco Brescia

Innovativo polo di ricerca e divulgazione, ADI Design Museum è il luogo dedicato alla collezione del Compasso d'Oro a due passi dal quartiere di Chinatown. Un museo dinamico e in divenire che intreccia contatti tra design, moda, architettura, scienza, tecnologia e creatività

testo ***ALESSANDRA CIOCCARELLI***

UNA CASA DINAMICA PER IL DESIGN DI QUALITÀ

Sorge in piazza Compasso d'Oro 1, in corrispondenza di via Ceresio e piazzale Cimitero Monumentale, ADI Design Museum, il polo museale nato dal recupero di un luogo storico degli anni Trenta, utilizzato sia come deposito di tram a cavallo sia come impianto di distribuzione di energia elettrica.
ADI Design Museum, a due passi dalla "Chinatown milanese", è stato concepito con l'idea di rinnovare il patrimonio di archeologia industriale come carattere distintivo dell'immobile: oggi ad accogliere il visitatore c'è una struttura dalla superficie di 5135 mq, articolata in spazi destinati alle esposizioni, ai servizi di caffetteria, al bookshop, alla conservatoria museale e agli uffici. Polo divulgativo e di ricerca, il museo, gestito dalla Fondazione ADI Collezione Compasso d'Oro, è dedicato alla collezione del premio Compasso d'Oro che ricorre ogni due anni: nato nel 1954 da un'idea di Gio Ponti per valorizzazione la qualità del design made in Italy, il premio è oggi il più antico e istituzionale riconoscimento del settore a livello mondiale. Museo narrante e generativo, il dinamico spazio non mira solo a ospitare i pezzi in continuo aggiornamento della Collezione, ma a proporsi come spazio di eventi e approfondimenti trasversali anche per i non addetti del settore. La Collezione permanente del Museo è l'asse portante di un impianto in continuo divenire, capace di uscire dai confini tradizionali dei musei e aprirsi alla complessità di una realtà globalizzata, intrecciando contatti tra il mondo del design, della moda, dell'architettura, della scienza, della tecnologia e della creatività in generale, ma anche del sistema produttivo. Accessibile a tutti secondo i criteri del Design for All e cashless, ADI Design Museum vanta un team curatoriale in continuo aggiornamento che offre una pluralità di visioni e palinsesti. Il museo, inoltre, offre una ricca proposta di laboratori di design per bambini, famiglie, aziende, progettati e condotti da The Design School for Children di PACO Design Collaborative, un network che unisce diversi professionisti del settore, il cui focus è favorire innovazione sociale, opportunità di business sostenibili. Da dove cominciare la visita? Tra i percorsi della collezione permanente si segnala ADI Design Museum. Il cucchiaio e la città, che presenta tutti i progetti premiati con il Compasso d'Oro attraverso un racconto cronologico ordinato di tutte le edizioni dal 1954 a oggi, e propone una lettura permanente ma flessibile, che muterà nel corso del tempo con inserimenti di nuovi materiali documentali, in modo programmato e rispetto a future riscoperte e acquisizioni. *Compasso d'Oro, misurare il mondo* è invece un'installazione permanente ispirata alla celebre sezione aurea, curata e progettata dallo Studio Origoni Steiner e collocata di fronte all'ingresso del museo. La mostra *Manifesto alla Carriera. Omaggio della grafica italiana ai Maestri del Compasso d'Oro* è il progetto a cura di Luca Molinari che rende omaggio ai migliori nomi del design italiano del '900 e sottolinea la loro azione teorica, visionaria e sociale. Da non perdere anche la visione di *Il design entra nella storia*, una video installazione firmata da IED e realizzata da OffiCine (IED e Anteo), esposta nel foyer del museo. Il cortometraggio offre una finestra sulla relazione tra la creatività e la storia, inserendo l'atto creativo nel contesto socio-economico che l'ha generato attraversando eventi ordinari e svolte rivoluzionarie.

ADI Design Museum. Il cucchiaio e la città, mostra a cura di Beppe Finessi che presenta tutti i progetti premiati con il Compasso d'Oro attraverso un racconto cronologico ordinato di tutte le edizioni dal 1954 a oggi. Foto di Martina Bonetti

UN FUTURO DA SCRIVERE

La nuova collezione 2022 di Snob Milano presenta sempre interessanti percorsi di ricerca stilistica, da quest'anno con un'attenzione particolare al futuro grazie all'introduzione di lenti Zeiss Sunlens climate-friendly

La nuova campagna di Snob Milano è una vera boccata d'aria fresca e vede protagonista il giovane modello e attore argentino Federico Aldave, noto per la sua recente interpretazione in House of Gucci, dove veste i panni di Mick Jagger. Scattato da Riccardo del Conte, Aldave indossa i due modelli di punta della nuova collezione di clip-on solari magnetici: Cabriolet e Sport GT. Entrambi riflettono nuovi percorsi di ricerca del brand e nuove visioni creative. Con dodici varianti colore che spaziano da quelle più classiche a quelle più eccentriche, Cabriolet è il primo modello targato Snob Milano che monta una clip di plastica su una montatura dello stesso materiale. Un vero gioiello per gli amanti dello sport è invece Sport GT, il primo occhiale da vista sportivo con clip-on magnetici intercambiabili: un doppio magnete per lato regge infatti una mascherina dalle forme più abbondanti rispetto alla montatura, diventando la vera cifra stilistica di questa collezione. Le novità riguardano anche la collezione da sole con la capsule "18 grammi", cinque modelli ultraleggeri dalle forme semplici, ma che racchiudono appieno l'essenza del marchio. Con un occhio di riguardo verso il risparmio energetico e l'ambiente, da questa stagione il brand milanese monta solo lenti a basso impatto ambientale, rigorosamente a marchio Zeiss Sunlens. Lenti realizzate in nylon eco-compatibile a base biologica, che offrono la qualità di sempre lasciando un'impronta molto più leggera.
www.snobmilano.com/it

Federico Aldave indossa occhiali da vista modello Cabriolet dallo stile senza tempo. La modella indossa Milf Lux, montatura con mascherina in acciaio fototranciato e aste in betatitanio

LA BELLEZZA DELLA QUOTIDIANITÀ.

In un momento in cui chiunque apparentemente può diventare protagonista esibendo online le proprie capacità, in genere ridotte all'abilità di creare traffico su un profilo social, siamo andati a cercare dei talenti veri, perché nonostante tutto esistono. Abbiamo trovato diverse storie da raccontare e dei personaggi interessanti, ognuno nel proprio settore. Lo scopo della moda del resto è quello di aiutarci a comunicare chi siamo e rendere più bella e piacevole la nostra vita. In fondo la città di Milano è il palcoscenico perfetto per chi ha stile, come raccontano le illustrazioni di Jacopo Ascari, uno dei protagonisti delle prossime pagine

a cura di ***GIULIANO DEIDDA***

foto ***LUDOVICA ARCERO***

MAGGIO

RAPPER

"Il mio sound può essere definito fluente, empatico e rabbioso, portarlo avanti richiede energia. La parola chiave è fluente, un flusso più fedele possibile, privo di pressioni, espressione di quello che attraverso in quel momento. Nei miei lavori da solista ho il controllo totale, assumo delle prese di posizione personali. Con i Klen Sheet, invece, si tratta di un percorso corale. Possiamo allegoricamente dire che la musica della crew è il salotto, quella di Maggio la mia camera. *È diverso*, il mio ultimo singolo, è il primo episodio di un progetto a cui sto lavorando, probabilmente un album. È un po' una mia fissazione, ogni pezzo deve avere un collegamento con un altro, come il tassello di un mosaico".

location
Galleria Gaburro via Cerva 25

Opere dalla mostra *Nitsch – Dall'azionismo alla pittura*, a cura di Lòrànd Hegyi, Hermann Nitsch, *Senza titolo*, acrilico su tela, 200 x 150 cm, 2021. Courtesy Galleria Gaburro, Verona – Milano

Girocollo in maglia di lana **N°21**, pantaloni una pince in cotone con tasche orizzontali e coulisse in vita **HEVÒ**, derby sfoderate in vitello con suola in gomma **PREMIATA**

NICOLA MAZZETTI

TITOLARE DI SERENDEEPITY

Felpa con cappuccio in maglia di cotone con doppia zip **TATRAS**, T-shirt in maglia di cotone **AT.P.CO**

"Ho aperto Serendeepity nel 2009, dopo aver lavorato per tre anni nel negozio di dischi che lo ha preceduto in questa stessa location. I primi anni sono stati molto difficili, non era un buon momento per le vendite dei dischi in vinile, ma era quello che volevo fare. Ho cercato di ritagliarmi la mia fetta di mercato grazie ai clienti fedeli. Nella seconda metà dello scorso decennio, grazie al ritorno in auge dei supporti analogici, il negozio ha acquistato popolarità, ora molte persone vengono in corso di Porta Ticinese per Serendeepity e non il contrario. Ho perfino dovuto ampliare l'offerta dei generi musicali, includendo parecchio pop mainstream, vista la richiesta".

location
Serendeepity corso di Porta Ticinese 100

Boheme, abito monopetto due bottoni in lana, seta e lino con pantaloni una pince **CARUSO**, cravatta in raso di seta **BIGI CRAVATTE**, mocassini con doppia fibbia in vitello tinto a mano con suola in cuoio **SANTONI**

location
Bigi Cravatte viale Gian Galeazzo 16

EDOARDO BIANCARDI

ACCOUNT MANAGER DI BIGI CRAVATTE

"Ho lavorato per due anni nell'azienda di famiglia nel 2014, mentre studiavo storia all'università e mi è piaciuto subito. Dopo un periodo sabbatico trascorso prima a Hastings, in Inghilterra, e poi a Napoli, dove ho seguito un progetto per E.Marinella, sono tornato qui nel 2017. Ho imparato tutto sul campo. Mi piace l'atmosfera che si respira da Bigi Cravatte, affrontare le sfide di tutti i giorni in un ambiente familiare, considerato che il mondo fuori ragiona in modo diverso. Le cravatte non moriranno mai, perché ci sarà sempre una nicchia di cultori di alto livello. Nonostante la crisi pandemica, abbiamo mantenuto tutti i nostri clienti storici".

VINICIUS TREVISAN

MAESTRO NAZIONALE FIT PADEL

"Arrivando dal tennis, mi sono avvicinato al padel nel 2015, per un evento dell'Expo. Non conoscevo questo sport, ma l'ho trovato divertente. La sua recente esplosione è dovuta alla facilità di praticarlo e al fatto che, a causa delle restrizioni per il Covid-19, tennis e padel sono stati per mesi gli unici sport praticabili. Oggi ho una società, la Por Tres Padel, che offre agli appassionati servizi a 360°, dal turismo alle collaborazioni con i centri sportivi, tra i quali Aspria. Mi occupo anche della formazione tecnica agli istruttori che collaborano con i nostri progetti. Ho ottenuto le più alte certificazioni FIT nel padel, sia come giocatore nella classifica 1.1, sia il titolo di maestro nazionale".

location
Aspria Harbour Club Milano
via Cascina Bellaria 19

Giubbino in cotone, lino e nylon tinto in capo con polsi elasticizzati e bottoni automatici in Galvanica Ottime **L'IMPERMEABILE**, T-shirt in jersey di cotone con ricamo e chinos una pince in cotone con coulisse in vita, tutto **HANDPICKED**, sneakers in tessuto e suede con fondo in gomma ultra leggera **VOILE BLANCHE**

JACOPO ASCARI

ILLUSTRATORE E ARTISTA

Gilet in maglia di cotone e cinquetasche in denim con inserti in seta stampata, tutto **VERSACE**

location
Atelier Ascari via Sardegna 20

"Dopo essermi laureato in Urban Planning al Politecnico, ho avuto la possibilità di formarmi alla Biennale di Venezia per un paio d'anni, lavorando nel backstage delle grandi mostre. Tornato a Milano, ho frequentato il Master Fashion Direction: Brand and Product Management al Milano Fashion Institute e Advanced Fashion Design all'Istituto Secoli. Ho iniziato a disegnare tessuti per diversi brand, sia affermati che emergenti. Delle galleriste che avevano notato i miei disegni di architetture mi hanno proposto la mostra con WinArts lo scorso marzo, il cui filo conduttore era evocare gli stilisti all'interno di spazi urbani, utilizzando la città come palcoscenico per la moda".

MATTIA ARMELLI

DIRETTORE COMMERCIALE DI ANALYTICAL GROUP

Abito monopetto due bottoni in lana e mohair con pantaloni flat front e cravatta in seta, tutto **PAUL SMITH**, Oxford in vitello con cucitura sul puntale e suola in cuoio **CHURCH'S**

location
Delarocque Restaurant piazza Sempione 6

"La vera sostenibilità comincia dalla qualità. La nostra expertise nel settore testing e della certificazione dei prodotti parte nel 1982. L'Italia è il paese leader nella produzione del lusso, per questo abbiamo deciso di aprire diversi Fashion Hub a livello italiano e internazionale, vicini alla catena produttiva della pelletteria delle griffe di tutto il mondo. Questo settore pesa per quasi il 50% sul nostro business in Italia. Offriamo ai nostri clienti accreditamenti internazionali e globali ma con presenza locale. I nostri Fashion Hub vogliono essere smart, rapidi, focalizzati sul supporto dei marchi di moda, con alte skill tecniche e vicini alle produzioni e supply chain dei brand".

VESTIRSI È UN'ARTE

Il Victoria & Albert Museum di Londra punta i riflettori sull'evoluzione della moda e dell'estetica maschile, attraverso un percorso celebrativo nel tempo. Una selezione di cento outfit e altrettante opere, tra dipinti, fotografie e contributi video

di **GIULIANO DEIDDA**

Inaugurata lo scorso 19 marzo a Londra, alla Sainsbury Gallery, *Fashioning Masculinities: The Art of Menswear* è la prima mostra imponente del V&A Museum dedicata allo stile maschile. L'esposizione, realizzata in partnership con Gucci, è un percorso nelle evoluzioni e rivoluzioni che hanno caratterizzato l'abbigliamento maschile nei secoli, attraverso i suoi protagonisti, designer, sarti e artisti, ma anche clienti, modelli e personaggi. Il percorso presenta cento look e altrettante opere, esposte secondo criteri tematici in tre diverse gallerie più una sala finale. Outfit contemporanei, firmati da designer di culto e nuovi talenti, si incrociano con tesori storici delle collezioni del museo e altri in prestito, sculture classiche, dipinti rinascimentali, fotografie iconiche e video d'impatto. "La moda maschile sta vivendo un periodo di creatività senza precedenti. Per molto tempo è stata un potente meccanismo che incoraggiava il conformismo o l'espressione individuale. Anziché essere una storia lineare o definitiva, questo è un viaggio attraverso il tempo e il genere. La mostra abbina look storici e contemporanei all'arte che rivela come la mascolinità è stata rappresentata. Si tratta di una celebrazione del guardaroba maschile e tutti sono invitati a partecipare". Così Claire Wilcox e Rosalind McKever, co-curatrici di *Fashionising Masculinities*, sintetizzano lo spirito della mostra.
Il percorso si apre con Undressed, un'esplorazione del corpo e dell'underwear maschile, di come gli ideali classici europei siano stati perpetuati e sfidati attraverso i secoli. Calchi in gesso dell'*Apollo del Belvedere* e di *Hermes Farnese* mettono in evidenza una tradizione nel rappresentare corpi maschili idealizzati, con tessuti drappeggiati che rivelano più di quello che coprono, e sono affiancati a rappresentazioni del corpo contemporanee: dalle fotografie di David Hockney, Lionel Wendt, Zanele Muholi, Del LaGrace Volcano a Isaac Julien, a una campagna pubblicitaria di Calvin Klein. Uno schermo proietta un video di *Spitfire*, del coreografo Matthew Bourne, interpretato da ballerini della compagnia New Adventures. Outfit contemporanei, firmati da Ludovic de Saint Sernin e Virgil Abloh per Off-White, mettono in evidenza l'inedito uso di tessuti trasparenti nel menswear attuale. Il fascino che il corpo esercita sulla moda ha contribuito a modificare i canoni estetici maschili, come dimostrano i drappeggi di Giorgio Armani e le silhouette scultoree di Jean-Paul Gaultier e A-Cold-Wall.
La seconda galleria, Overdressed, racconta il guardaroba maschile elitario, incarnato da proporzioni oversize, materiali sontuosi, come seta e velluto in colori audaci, e pattern simbolici, che esprimono status, ricchezza e individualità. La sezione include corazze, abiti in seta, ampi mantelli e perfino nastri e pizzi. Un arcobaleno di indumenti colorati, esposto su un tavolo da biliardo, include una giacca rossa del XVII secolo e una gialla della Carnaby Street degli anni Sessanta, oltre a un abito blu acceso di Alessandro Michele per Gucci, indossato da Harry Styles. Una sezione dedicata al rosa sottolinea il ritorno alla popolarità di questo colore. Dipinti a olio di Joshua Reynolds e Jean-Baptiste Perronneau, che raffigurano personaggi aristocratici, sono esposti insieme a look rosa di Harris Reed e Grace Wales Bonner e precedono un outfit di Randi Rahm, abito e cappotto ricamato, indossato da Billy Porter ai Golden Globes 2019.
Redressed, invece, mette insieme l'uniforme borghese dell'abito classico e le passerelle contemporanee. La selezione si apre con una riflessione sulla sartoria inglese di campagna e sulle origini

A sinistra. Installazione di *Fashioning Masculinities* al V&A. Look Alessandro Michele per Gucci indossato da Harry Styles. Courtesy Victoria and Albert Museum, Londra

Nella pagina accanto. Robert Longo, *Men in the cities*, 1981, grafite su carta. Collection Thaddaeus Ropac, London, Paris, Salzburg, Seoul. Courtesy Robert Longo/ARS New York, 2021. Foto di Ulrich Ghezzi. The Art of Menswear at the Victoria and Albert Museum, London, 19 March – 6 November 2022. In partnership with Gucci, with support from American Express

"La mostra abbina look storici e contemporanei all'arte che rivela come la mascolinità è stata rappresentata. Si tratta di una celebrazione del guardaroba maschile"

Sopra. Chris Steele-Perkins, GB. England. Bradford. Market Tavern, 1976. Courtesy Chris Steele-Perkins/ Magnum Photos. The Art of Menswear at the Victoria and Albert Museum, London, 19 March – 6 November 2022. In partnership with Gucci, with support from American Express

Sotto. Installazione di *Fashioning Masculinities* at V&A. Courtesy Victoria and Albert Museum, Londra

dell'abito, che include pezzi storici della collezione del V&A insieme a rielaborazioni contemporanee, incluso un kilt di Nicholas Daley. Nel XX secolo una sovrabbondanza di abiti prodotti in serie ha stimolato la creatività, dal momento in cui Mods, Teddy Boys e svariate altre sottoculture erano caratterizzate dallo stile sartoriale, qui raccontato attraverso capi e fotografie. Una sezione dedicata alla pelle mostra come diversi designer, Tom Ford per Gucci, Hedi Slimane per Dior e Donatella Versace, hanno portato questo materiale a un alto livello. Segue una selezione di redingote dalla metà del XIX secolo a oggi, che include proposte di Prada, Alexander McQueen e Raf Simons. Non manca anche in questa galleria una scelta di dipinti e fotografie che testimoniano i cambiamenti dello stile e dell'estetica, da Oscar Wilde, Claude Cahun e Cecil Beaton fino ai Beatles e Sam Smith. Un'opera del 1981 di Robert Longo, tratta dalla serie *Men in the Cities*, introduce la sezione finale, incentrata sulla dissoluzione dell'abito, che ha come protagonisti Rick Owens, JW Anderson, Comme des Garçons e Lesiba Mabitsela, maestri nello sradicare le convenzioni, sia nella moda che nell'idea di mascolinità.

La mostra culmina in un finale celebrativo, con l'esposizione di tre iconici abiti da sera, con la gonna lunga, l'abito tuxedo di Christian Siriano indossato da Billy Porter, quello su misura di Alessandro Michele per Gucci, realizzato per Harry Styles, con giacca sartoriale abbinata, e l'abito da sposa di Ella Lynch visto su Bimini Bon Boulash. Accompagna i tre look, protagonisti di momenti virali sui social insieme ai personaggi che li hanno sfoggiati, un video diretto, animato e illustrato da Quentin Jones, prodotto da Cadence Films, che rappresenta il culmine dei temi raccontati da *Fashioning Masculinities*, attraverso delle figure che danzano, proiettato su un muro curvo 12 metri per 5.

BERWICH
IL PANTALONE ITALIANO

Berwich Store: **MILANO** - Via Manzoni, 42 / **TORINO** - Green Pea - Via Nizza 42 / **MONOPOLI** - Via Magenta, 27
SHOWROOM MILANO • Via Manzoni, 42 - infoline +39 3489950933 - milanoshowroom@berwich.com | www.berwich.com - infoline +39 0804858305
MILANO - The Store - Via Solferino, 7 / **CANELLI (AT)** - Mirko - Via Avvocato G. Saracco, 59 / **PADOVA** - Cabala - Via del Vescovado, 58

PULIZIA E QUALITÀ. Dal 2006 lo stile di Tatras si è imposto nel segmento dei capispalla grazie a un design che mixa codici giapponesi e italiani e al gusto per la ricerca della qualità, come ci racconta ***ANGELO D'ARCANGELO***, Marketing Manager del brand

di ***GIULIANO DEIDDA***

Una delle peculiarità di Tatras è quella di essere cosmopolita. Quanto Giappone e quanta Milano c'è nell'estetica del brand?

Il DNA di Tatras è indiscutibilmente giapponese ed è sempre stato conservato negli anni, cercando dove possibile di arricchirlo con codici più europei e occidentali.

Come si fondono queste due anime nelle pragmatiche dinamiche aziendali?

Sono due realtà che per alcuni aspetti sono molto simili, per altri aspetti invece decisamente diverse. Il nostro modo di operare, anche prima della pandemia, era già basato su un continuo contatto e interscambio che coinvolge tutti i reparti, commerciale, pr e produzione. È sicuramente difficile far coincidere le due visioni, ma cerchiamo sempre di vedere questa difficoltà come una opportunità e una sfida per far crescere il brand.

La terza anima è l'Europa dell'Est, sede della produzione. Come state affrontando le tensioni che purtroppo sono molto vicine dal punto di vista geografico?

Si registra sicuramente una certa tensione in quell'area, ma al momento ci sta toccando relativamente. Vedremo come si evolverà la situazione.

Milano ospita l'unico monomarca europeo di Tatras. Ci sono in programma nuove aperture in altre capitali?

Prima della pandemia stavamo valutando qualcosa, ma abbiamo dovuto fermarci. Non sono in programma nuove aperture europee al momento.

Quali sono i mercati più importanti per il marchio e su quali nuovi puntate?

Sicuramente Giappone e Italia, a cui si è aggiunta la Korea. L'obiettivo è lo sviluppo del mercato USA, dove abbiamo recentemente aperto una società.

Qual è il pubblico di Tatras e come cambia da paese a paese, se cambia?

Il nostro pubblico è tendenzialmente diviso in un 50% uomo e un 50% donna. Abbiamo notato che in Europa il pubblico è leggermente più maturo rispetto al blocco asiatico. Puntiamo ad allargare la platea della Generazione Z.

Ormai il brand ha una sua storia ed è riconoscibile. Quali sono i capi che lo identificano, destinati a rimanere iconici nel tempo?

In collezione sono presenti dei continuativi che da diversi anni riscuotono interesse e che sintetizzano alla perfezione il concetto che sta alla base del DNA del brand, pulizia e qualità.

A sinistra Flagship store di Milano, via Della Spiga 3. A destra Angelo D'Arcangelo, Marketing Manager Tatras

Negli ultimi anni avete proposto diverse capsule in collaborazione con artisti o altri brand. Come scegliete questi partner? Ci sono nuovi progetti in cantiere?

I partner per le collaborazioni sono scelti in base ai valori che devono essere sempre in linea con il brand, e in base alle strategie che vogliamo sviluppare. L'idea è quella di allargare il concetto non solo alla moda ma anche al design, alla musica e allo sport per dare una immagine del brand a 360°. Progetti in cantiere? Stay tuned!

Avete presentato la collezione per l'autunno inverno 2022 all'ultima edizione di Pitti Uomo. Che aria che si respirava alla fiera?

Sicuramente per il periodo contingente, l'ultima edizione di Pitti Uomo è stata fortemente condizionata da timori e abbiamo notato molte meno presenze, dovute indubbiamente anche alla mancanza degli internazionali. Crediamo che, con l'alleggerirsi della situazione pandemica, il Pitti tornerà ad essere la fiera di riferimento del settore.

Quali sono gli highlights delle proposte maschili di Tatras per la prossima stagione?

Restiamo fedeli alla semplicità di linee che ci contraddistingue, con un approccio materico al prodotto. Cerchiamo di sviluppare tessuti molto particolari e ricercati, come quello a struttura ripstop in Econyl, un nylon rigenerato, che si accompagnano ai nostri abituali tessuti delle eccellenze del made in Italy e del made in Japan. Per esempio, il tessuto soft shell viene declinato su diversi modelli, a partire dai pezzi dal design essenziale, lisci all'esterno e trapuntati all'interno, proposti in tre lunghezze diverse, pensati per la città e il tempo libero. È anche protagonista su due capispalla di lunghezza e peso importanti, destinati alla stagione più fredda. Il cordura light è stato invece utilizzato per sviluppare una giacca camicia con imbottitura, arricchita da dettagli in soft shell. Come alternativa alla tinta unita proponiamo un jacquard pied-de-poule sia su modelli corti che lunghi. La palette colori è essenziale e decisa, nero con interno giallo a contrasto, blu con interno nero, verde militare con interno arancione e grigio con interno navy. In sintesi, si tratta di capi pensati per non legarsi a tendenze passeggere, ma durare nel tempo e nelle stagioni.

HERITAGE FUTURISTICO

Anche per questa stagione, il modello di punta di Pantofola d'Oro continua a essere Sneakerball. Le sneakers, realizzate secondo i più antichi criteri artigianali, nella tradizione secolare dei mastri calzolai ascolani, sono il frutto di studi che contemplano modelleria storica, suola Vibram tecnologicamente all'avanguardia e citazioni del design contemporaneo. Il risultato di questo mix è una combinazione di estetica attuale, sport e heritage. La nuova edizione è stata trattata con lavaggi speciali in bottali di legno e pigmenti naturali, per sottolineare ulteriormente il contrasto tra design innovativo e suggestioni vintage. Vanno segnalate la variante in ripstop traslucido, estremamente leggera, con una fodera in microfibra, e l'opzione più coraggiosa, completamente realizzata in mesh a taglio vivo. La versione slip on, invece, è costruita con un unico taglio di ecopelle e caratterizzata da un design futuristico. Alla loro seconda edizione, le Sneakerball slip on si presentano in una gamma cromatica minimal, con basi bianche o nere, ravvivate da interventi di colore fluo, che richiamano l'anima sportiva del brand.

INCONTRI MILANESI

"Ricordo le mie prime visite a Mido: T-look era un'istituzione che guardavo con ammirazione e con il tempo è nata una bella amicizia con Marco Tabacchi" racconta Luca Lavezzari, alla guida di Epos insieme alla moglie Stefania Mantovani. È anche per queste ragioni affettive che il brand di occhiali milanese ha acquisito dal 1° gennaio lo storico marchio. La prima collezione T-look sotto l'egida di Epos, presentata a Mido 2022, è frutto del lavoro di un ufficio stile dedicato e permetterà al brand di ampliare l'offerta con prodotti dallo stile ironico, destinati a un pubblico trasversale.

CLASSICO DISSACRATO

Continua la collaborazione tra il brand giapponese Wacko Maria e Baracuta, con la rivisitazione del G4, uno dei giubbotti iconici del marchio britannico. Pur non alterandone le caratteristiche principali, il capo assume, grazie a quest'intervento, un aspetto più contemporaneo e irriverente, vicino allo streetwear di lusso. Questa reinterpretazione è caratterizzata dal pattern animalier nella fodera interna, marchio di fabbrica di Wacko Maria, che prende il posto del Fraser Tartan caratteristico di Baracuta. I cut del modello rimangono invece inalterati e seguono fedelmente il modello originale.

ECO CASUAL

Canadian, il brand leader nel settore dei capispalla invernali, applica il suo know-how alla stagione più mite, proponendo una selezione di piumini leggeri, caratterizzati da una palette di colori d'impatto. Il modello senza maniche Scott Recycled, leggermente imbottito, è realizzato in un tessuto ecosostenibile, ottenuto da bottiglie di plastica riciclate. Caratterizzato dal collo a anello, dal design decisamente casual, è un complemento utile per chi ama vestirsi a strati, in particolare in questi mesi di clima inaffidabile. Infatti il suo tessuto leggero è antivento e impermeabile.

ICONE DI DOMANI

È iniziato nel 2004 il percorso di esplorazione di Voile Blanche nell'universo delle calzature sportive. Da allora, la sua evoluzione non si è mai fermata, sempre alla ricerca di nuove soluzioni tecniche e estetiche, per soddisfare le esigenze di un pubblico composto da individualità forti. L'anima contemporanea del brand è incarnata da Club, un modello ormai iconico, grazie all'uso del colore, alla suola bold e alle serigrafie. Si tratta di sneakers che mixano uno stile casual a una costruzione sportiva. La tomaia è in tessuto tecnico con inserti in suede e pelle, gli occhielli in plastica e i lacci sono di ispirazione trekking, mentre il toppone in suede è caratterizzato dalla stampa logo tridimensionale. La suola running in gomma ultra leggera è evidenziata dalla serigrafia sul bordo.

foto ***H2O***

Sneakers Club in tessuto tecnico, suede e pelle, con occhielli in plastica, e fondo running in gomma ultra leggera con stampa serigrafata **VOILE BLANCHE**

È arrivata finalmente la primavera ed è ora di cominciare a sognare l'estate. Con le prime giornate tiepide la voglia di abbandonare i capi che ci hanno dato sicurezza e protezione nella stagione fredda si fa forte. È tempo di dare sfogo alla fantasia e a volte basta un dettaglio, come la camicia bowling. Comparsa davvero su tutte le passerelle delle sfilate primavera estate 2022, come per esempio Etro, Hermès e Rick Owens, che la definisce addirittura il blazer di questa generazione, in ogni foggia e in ogni modo. A maniche corte, con quella caratteristica forma rilassata e ampia che cita la classica divisa da bowling, e con il colletto aperto alla cubana dai lembi lunghi e aderenti, perché deve i suoi natali anche ai panorami mozzafiato, alle atmosfere vintage e all'aria tropicale di Cuba, dove è nata col nome di guayabera. Le tasche frontali servivano agli operai che la indossavano per portare i frutti di guaiava. È stata indossata, tra gli altri, dal re del rock and roll Elvis Presley e dal personaggio di Jim Hopper della serie fanta-horror *Stranger Things*.
In sintesi, sempre via libera alla classica camicia dal taglio tradizionale, ma è la camicia bowling a spopolare davvero per questa stagione calda. Può sceglierla chiunque perché la varietà di colori incontra tutti i gusti. I meno temerari opteranno per la tinta unita o un color block dalle cromie gentili, chi invece si sente più audace può sceglierla con stampe floreali, di ispirazione hawaiana, dai colori fluo, ma anche tie dye o con ricami e motivi geometrici. I pattern diventano protagonisti e i tessuti si moltiplicano, moderni, tecnici e traspiranti, o realizzati in fibre naturali e ecologiche, morbidi e leggeri. Vero e proprio must have dell'estate per l'uomo, è anche facile da abbinare, basta scegliere il proprio mood. Se è più classico, basterà un trench leggero per le piogge e le fresche brezze primaverili, e sarà perfetta anche per l'ufficio. Per il tempo libero, più casual o sportivo, e per chi ama osare, massima libertà per l'abbinamento con pantaloni in palette o a contrasto e, naturalmente, con il denim.

Ai primi tepori si dà l'addio ai capi avvolgenti e materici dell'inverno. È l'ora della leggerezza e di dare sfogo alla fantasia e, per un tocco originale al proprio look, a volte basta una camicia

Facciamo strike

di ***MONICA CODEGONI BESSI***

Attitudine disinvolta per Etro, che abbina la camicia al trench monopetto e ai pantaloni dalla vestibilità over

Camicia Bowling: uno dei capi must have per l'estate, comparsa su tutte le passerelle

HERNO
Carcoat in gabardine di cotone grezzo con dettagli monogram su collo e polsini, Rain Collection

MARNI
Camicia con stampa dell'artista Magdalena Suarez Frimkess, capsule collection dell'Anno della Tigre

FENDI
Mini bag in canvas con chiusura zip-around e impunture, da portare a mano, in spalla o cross-body

BERWICH
Pantaloni morbidi in cupro di viscosa con doppie pince, tasche filetto e risvolto

PREMIATA
Sneakers in vitello foderate in vitello e capra, con suola in etilene vinil acetato e gomma

Voglia di elettrica!

di ***ILARIA SALZANO***

Crossover, SUV o city car… a zero emissioni: ecco le più amate dagli italiani – secondo le ultime immatricolazioni – per muoversi in centro, essere green e non avere pensieri al parcheggio

Ormai sono le automobili elettriche il vero sinonimo di libertà per chi ogni giorno transita in ZTL (Area C). A Milano, infatti, sono le uniche che si posteggiano su strisce blu o gialle senza far sprecare tempo e denaro ai cittadini: una mossa da parte delle istituzioni che ha convinto tanti a passare alle auto alla spina, le cosiddette BEV. Una scelta che in parecchi hanno fatto alla luce anche degli incentivi, fino a 5000 euro se si rottama la vecchia vettura. Per chi vuole farsi un'idea sulle ultime novità e tendenze, ecco alcuni modelli che hanno visto un picco di immatricolazioni in concessionaria (dati UNRAE marzo 2022, *NdR*).

Il crossover

La protagonista, al primo posto tra le elettriche più vendute in Italia è la Model Y. Il crossover californiano, infatti, solo a marzo, ha aggiunto ben 678 acquirenti alla lista. Parecchia fiducia la dà la sua autonomia dichiarata: 514 km nella sua versione Performance (ciclo di omologazione Wltp). Tra i suoi compratori, però, anche chi ama spingere il pedale: a disposizione una potenza pari a 462 cavalli, con uno scatto da 0 a 100 in appena 3,7 secondi.

Da segnalare, inoltre, sempre in classifica, la più piccola Model 3, subito sotto il podio. Altra novità, che porterà a incrementare le disponibilità in concessionaria dei modelli, infine, l'avviamento ufficiale in Germania della Gigafactory Berlin-Brandenburg, quinta grande fabbrica globale di Tesla: è la prima in Europa, autorizzata dopo circa due anni dall'annuncio ufficiale.

Nella pagina accanto. Tesla Model Y Long Range AWD è un SUV completamente elettrico di medie dimensioni che offre una protezione senza precedenti e uno spazio di carico flessibile

Il SUV

E se fosse il suv elettrico più economico d'Europa a sfidare la prima posizione della vetta? È l'ambizione di Dacia con Spring, prima BEV del marchio: con il suo prezzo "low" – 20.100 euro (esclusi incentivi) – sta invogliando quei guidatori indecisi, alla ricerca della seconda o terza auto in famiglia, che sia una soluzione per i problemi della mobilità quotidiana. Del resto, per parcheggiare servono solo 3,73 m di lunghezza e 1,77 m di larghezza, considerando pure gli specchietti aperti. La guida è alta, da SUV, ma con tutto quel che serve per la città: dall'abitabilità (pronta a ospitare 4 adulti) alla capienza (da 290 litri di bagagliaio, a 620 abbassando il divano posteriore). Qui l'autonomia dichiarata è di 230 km (ciclo misto WLTP) oppure 305 se si rimane in ambito urbano. Il motore da 33 kW (44 cavalli) è associato a una batteria da 27,4 kWh che si ricarica alle prese domestiche da 2,3 kW o tramite wallbox (da 3,7 kW o da 7,4 kW) ma anche alle colonnine pubbliche a corrente alternata o corrente continua: in quelle da 30 kW, per esempio, per l'80% della batteria ci vuole meno di un'ora. Insomma una vettura pensata proprio per tutti.

NOLEGGIO A LUNGO TERMINE. Nel 2021 la 500e è stata l'elettrica più amata dagli italiani, ma per chi è ancora indeciso e preferisce capirne di più sull'uso dell'elettrico prima di affrontare l'acquisto, il modello viene offerto anche a noleggio a lungo termine. Un esempio? Horizon Automotive, agenzia nata a Trezzano sul Naviglio, unisce l'esperienza fisica a quella digitale, permettendo di configurare in rete la vettura, con una formula tutto incluso (da 12 a 48 mesi) e assistenza h24.

La city car

Tra le city car a zero emissioni, alla terza posizione, si piazza l'evergreen italiano per eccellenza, nella sua versione alla spina: la 500e. Con 495 unità, a marzo, il cinquino a batteria continua a guadagnarsi l'amore degli italiani. Rispetto alla versione termica ha sei cm in più – vanta 3,61 metri in lunghezza, 1,69 in larghezza e 1,4 m in altezza – ma ha ancora misure ad hoc per parcheggi mini, con un'autonomia in grado di soddisfare pure i pendolari costretti alle tratte extraurbane: fino a 320 km. Unica, infine, la sinfonia de "La Dolce Vita" di Fellini quando si avvia il motore.

A valorizzare grandi e piccoli spazi all'aperto ci pensano gli arredi per outdoor, creativi e resistenti, di design o second hand

Quando il terrazzo diventa living room

di ***MARZIA NICOLINI***

Elegante seduta da giardino in teak e corda color grigio scuro. Koster di Skargaarden, design di Studio Norrlandet

Balconcino, patio con veranda, maxi terrazzo, giardino privato. Qualunque sia lo spazio en plein air a vostra disposizione, il consiglio è solo uno: valorizzatelo con piante e fiori, creando un'oasi verdeggiante a misura dei vostri gusti. E, ovviamente, del vostro pollice verde. Bravi con le piante si nasce o si diventa? A patto di applicarsi un minimo, specie agli inizi, c'è speranza per tutti. Lo ricorda con linguaggio da Millennial Sebastiano Guarisco, classe 1982 e autore del nuovo libro *Giardinaggio in 5 minuti. Pillole quotidiane per coltivare il tuo pollice verde* (Gribaudo).

Oltre al verde, però, non mancate di curare la parte di progettazione degli arredi da esterno. E non lasciatevi scoraggiare dalla metratura ridotta: anche un semplice balcone, con le giuste accortezze, può trasformarsi in un delizioso dehors dove rilassarsi nelle giornate di bel tempo. Se il balcone è piccolo e stretto, come spesso capita negli edifici di fine Ottocento e inizio Novecento, è ottima l'idea di creare scaffalature a parete, dove posizionare i vasi (ben saldi). Quando invece il terrazzo è di dimensioni generose, le opzioni aumentano. Per un effetto shabby chic vincono tavolini e poltrone vintage in legno, da editare con trattamento decapato, possibilmente in tonalità bianco antico, avorio e grigio per un effetto délabré che non teme i segni del tempo.

Se siete estimatori del design autoriale ecco alcuni pezzi da inserire nel vostro balcone-terrazzo-giardino: la seduta sospesa e multicolor Tropicalia disegnata da Patricia Urquiola per Moroso invita a dondolarsi nei pomeriggi primaverili e ha un che di hippy che fa subito Ibiza, mentre il tavolo da giardino Concreto di Luca Nichetto per Ethimo si fa notare per la sua solida struttura in teak e cemento. Richiestissimo (nonostante il prezzo non propriamente democratico) il vaso Miss Flower Power firmato da Philippe Starck per Kartell, così come il lettino prendisole Palissade dei fratelli Bouroullec per Hay. Esattamente come accade per l'interior, quel che conta è non tradire i propri gusti anche quando c'è da arredare uno spazio esterno su misura.

Primavera en plein air con la complicità degli arredi da esterno: resistenti, comodi e funzionali

NEWGARDEN
Sisine è una lampada da terra per esterno intrecciata a mano con fibre naturali. A LED, è senza fili

RS BARCELONA
You and Me è uno sgabello da giardino in legno di iroko, perfetto anche come pouf o coffee table

AGGY
Forme accoglienti per Panama Banana, leggerissima, può essere facilmente spostata

VERY WOOD
Unam Out, divanetto in iroko a firma Sebastian Herkner. Con seduta imbottita e rivestimento colorato

MAMAGREEN
Disegnato da Vincent Cantaert, Aiko è un capiente mobile contenitore da giardino in teak

La natura come banco di prova

di ***PAOLO CRESPI***

È l'outdoor il nuovo parco giochi della primavera-estate, dove usare finalmente tutto il potenziale dei nostri device dedicati allo sport, al divertimento e alla sicurezza

Versa 3 di Fitbit è un nuovo smartwatch impermeabile, sportivo, con Gps integrato

Con la progressiva riconquista degli spazi all'aperto, complice il clima più favorevole, scatta di questi tempi un generalizzato "cambio di stagione" anche per quanto riguarda la nostra dotazione tecnologica, quella da portare con noi quando ci concediamo una lunga passeggiata nel verde o un'escursione vera e propria.
Ecco che improvvisamente tornano ad avere un senso e a dispiegare tutto il loro potenziale gli smartwatch più evoluti e a vocazione sportiva, le action cam dimenticate per mesi in fondo a un cassetto, i caricabatterie solari, gli strumenti per comunicare anche in assenza della rete cellulare, i droni, gli speaker portatili per liberare la propria musica nella natura quando non c'è nessuno nel raggio di un chilometro, le cuffie bluetooth di ogni foggia e tutto quell'armamentario hi-tech che non teme il caldo, la polvere, gli spruzzi d'acqua e le cadute accidentali, sempre possibili quando si esce dalla comfort zone e ci si immerge nell'ambiente naturale, pronti a prendersi anche qualche rischio, meglio se calcolato e con il supporto dagli strumenti più idonei.
Così come facciamo per l'abbigliamento e le attrezzature sportive, nel nostro equipaggiamento ideale, potendo scegliere e investire qualche risorsa, è bene prevedere un dispositivo elettronico di sicurezza, che può fare la differenza se ci dobbiamo orientare e segnalare la nostra presenza in luoghi che non conosciamo alla perfezione o se all'improvviso la visibilità diminuisce o, ancora, se un piccolo infortunio rischia di compromettere la serenità di una gita o di un'intera vacanza.
Naturalmente non esiste una check-list universale da seguire alla lettera quando si prepara lo zaino: molto dipende dai nostri interessi, dalla meta della nostra escursione, dalla personale propensione all'innovazione e dalla dimestichezza che abbiamo con una certa classe di prodotti. Anche avere con noi il computer da polso più sofisticato si rivelerebbe del tutto inutile se all'atto pratico non fossimo in grado di utilizzarlo. Ma se lo possediamo già, potrebbe essere questa l'occasione giusta per leggere finalmente quelle benedette istruzioni...

NON SOLO GPS. Molto diversi tra loro, i tre dispositivi che presentiamo in queste pagine rappresentano una risposta all'esigenza di aumentare il comfort e la sicurezza di chi affronta quotidianamente le sfide dell'ambiente esterno in qualità di sportivo, escursionista o semplice cittadino. La geolocalizzazione è una componente importante, ma anche la salute e l'intrattenimento sono al centro della ricerca e dell'innovazione tecnologica.

Sopra. Dyson Zone sono le innovative cuffie con sistema di purificazione dell'aria

Sotto. inRich Mini 2 di Garmin è un "satellitare" per comunicare via email, sms ed Sos geolocalizzati

Un santuario nel cuore dell'Africa per elefanti, bufali, rinoceronti, ippopotami, leoni, sciacalli, iene, zebre, giraffe e babbuini. Un regno faunistico per chi ama il vero contatto con la natura. Un paradiso di nome Botswana

testo ***FAUSTA FILBIER***
foto ***ARCHIVIO FOTOGRAFICO KEL 12***

In Botswana tra migliaia di animali

Il Delta dell'Okavango, nella regione nord-occidentale del Botswana, si estende per oltre 15.000 Kmq. È uno degli ecosistemi più insoliti del pianeta, inserito nel 2014 nella lista dei Patrimoni Unesco

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

UNA VISIONE MOZZAFIATO.
Il Fumo che Tuona, le Cascate Vittoria, appena oltre il confine con lo Zimbabwe. Qui il fiume Zambesi, con i suoi 1.700 metri di larghezza, fa un salto nel vuoto di oltre cento metri. Un muro enorme di spruzzi e vapore si alza dalla gigantesca ferita nella terra e arriva fino al cielo, disegnando iridescenti arcobaleni. Come scrisse l'esploratore e missionario scozzese David Livingstone, il primo europeo a scoprire le cascate nel 1855: "Perfino gli angeli in volo si fermerebbero ad ammirare uno spettacolo come questo".

Nella pagina accanto. Un gruppo di antilopi.
Sopra. Particolare di un elefante.
Sotto. Un leopardo africano, felino predatore

È l'Africa dei sogni. Fatta di safari a piedi, in barca, in jeep. Di giorni assolati e notti stellate. Di lodge e di campi tendati. Di pranzi e di cene consumati all'aperto. È l'Africa selvaggia. Quella della savana e degli animali. Dove vivono libere migliaia di specie di mammiferi, di uccelli, di rettili, di anfibi. Il suo nome è Botswana, angolo di Africa australe, incastonato tra Namibia, Sudafrica e Zimbabwe. Qui leoni, ghepardi, leopardi, elefanti, ippopotami, coccodrilli, gazzelle, scimmie, aquile, giraffe, bufali, aironi si contendono le foreste di Kazuma e Maikaelelo, le acque dei grandi fiumi Chobe e Linyanti, le sabbie dell'infuocato deserto del Kalahari, i canneti, i papiri e le ninfee dell'immenso delta dell'Okavango, il più grande delta interno del mondo.
Uno sconfinato santuario della natura – grande il doppio dell'Italia – con aree protette che ricoprono il 30 per cento del suo territorio, dove crescono rigogliose tremila specie di piante.
È l'Africa del mito e della leggenda che tutti desiderano vivere e conoscere. E che unisce la spettacolarità della "wilderness" al comfort di lodge e campi tendati. In una parola: il viaggio della vita per chi ama gli animali e la natura.
La regione Moremi e il delta dell'Okavango si raggiungono con un volo panoramico, a bassa quota, che regala la migliore visione d'insieme di questo ecosistema unico al mondo. Ieri, due milioni di anni fa, l'Okavango era un fiume che sfociava nel lago più grande d'Africa, il Makdakdigadi. Oggi, il lago si è prosciugato. E il fiume si esaurisce nel deserto del Kalahari, aprendosi a ventaglio nella depressione di sabbia e savana, formando un delta esteso più del Lazio. Un mare incontaminato di terra e di acqua dove vivono indisturbate migliaia di animali. Un intrico di canali, un rincorrersi di linee, disegni, colori: lo smeraldo della

Nella pagina accanto. Mandria di bufali d'acqua nel Delta di Okavango

"È l'Africa dei sogni. Fatta di safari a piedi, in barca, in jeep. Di giorni assolati e notti stellate"

savana e dei papiri, il marrone dei canneti, il blu dei corsi d'acqua.
L'unico modo per visitare il delta, che è Parco Nazionale, è alloggiare in uno dei tanti campi tendati. Confortevoli tende nascoste nel verde, sono il posto giusto per godere appieno della natura selvaggia. E la migliore base di partenza per escursioni in jeep e in canoa. Scavate da un tronco, queste barche (mokoro), hanno una guida che le spinge con una lunga pertica, riuscendo a infilarsi negli angoli migliori per avvistare aquile pescatrici, aironi, martin pescatori, cormorani, cicogne, ibis, coccodrilli, ippopotami. Si trascorrono ore in mezzo a canneti, papiri e ninfee, in un silenzio totale, quasi irreale.
La Riserva Faunistica di Moremi si trova proprio sulle sponde orientali del delta dell'Okavango ed è considerata uno dei più bei parchi d'Africa, sia per i paesaggi – combina foreste di mopane e di acacie, piane alluvionali e lagune – sia per l'abbondanza della fauna africana. Anche qui le giornate sono dedicate alla scoperta del delta in mokoro e in fuoristrada aperti. Gli animali sono tutt'intorno. Soprattutto elefanti: secondo l'ultimo censimento, in Botswana ce ne sarebbero più di 120 mila, circa cinque pachidermi per chilometro quadrato, che è la più alta densità d'Africa.
L'ambiente del Savuti, all'interno del Parco Nazionale Chobe, è più aspro ma ugualmente ricchissimo di animali, che si avvistano immancabilmente durante i foto-safari. Alla sera, l'appuntamento è con il celebre cielo africano: stelle brillantissime in una volta nera come il petrolio. La notte in tenda trascorre tranquilla. Ma non silenziosa: versi e rumori di pappagalli, babbuini e predatori popolano il buio. Perché questa è pur sempre l'Africa selvaggia degli animali.

"La sera, l'appuntamento è con il celebre cielo africano: stelle brillantissime in una volta nera come il petrolio"

Il nuovo skyline di New York

testo e foto di ***STEFANO AMPOLLINI***

Il futuristico complesso di Hudson Yards, che insieme al Meatpacking e all'High Line completa il progetto di riqualificazione del West Side di Manhattan, vale certamente un ritorno nella Grande Mela dopo le restrizioni della pandemia

Se per molti è tuttora un progetto controverso e rappresenta il lato più aggressivo del capitalismo a stelle e strisce, almeno in campo immobiliare, è altrettanto vero che il progetto di Hudson Yards, nel cuore di New York, vale da solo una visita nella Grande Mela, specie dopo due anni di pandemia e di frontiere invalicabili. Ciò che rende unico questo complesso è il fatto di essere un tassello di una visione più ampia di riqualificazione della città. A disegnare la nuova dimensione di New York, come con un tratto di matita che si incunea tra edifici più o meno moderni, è l'High Line, perfetto esempio di recupero urbano, amatissimo dai turisti e orgoglio dei newyorkesi: una passeggiata di 2 km sui resti di una vecchia ferrovia sopraelevata, che da Gansevoort supera il Meatpacking, dove hanno sede lo Standard Hotel e il Chelsea Market, per terminare sulla 34° strada, dopo aver attraversato tutto il quartiere di Chelsea, noto per i suoi locali e le gallerie d'arte. Se l'High Line di per sé non è certo una novità, lo è la funzione di "collante" che ha assunto proprio grazie al sorgere di Hudson Yards, costruito di fianco al Javits Center, lo storico centro congressi che quando venne inaugurato nel 1986 fu considerato un progetto assolutamente avveniristico grazie alla sua struttura esterna interamente in vetro. Oggi, per quanto ampliato e rimodernato da meno di un anno, mostra tutti i suoi anni e sembra la chioccia dei vicini palazzi futuristici. Non a caso l'High Line terminerà proprio qui, dopo aver girato attorno all'Hudson Yards e ai suoi edifici simbolo, tra cui il Vessel, un'istallazione permanente disegnata dal designer britannico Thomas Heatherwick, che domina la piazza come un gigantesco nido scalabile proiettato verso il cielo. La vera attrazione da queste parti è certamente The Edge, l'osservatorio esterno più alto dell'emisfero occidentale: una piattaforma che spunta come una lingua di vetro dal 100° piano del 30 Hudson Yards, uno degli edifici più alti del nuovo complesso, sede anche del mall. Per 40 dollari è possibile godere della vista panoramica più mozzafiato di Manhattan: la sua posizione privilegiata rende questo luogo ancor più suggestivo all'ora del tramonto, perché il sole cala proprio oltre il New Jersey, al di là del fiume Hudson. Forse anche per questo The Edge sta ormai sbaragliando la concorrenza del più iconico e certamente storico Empire State Building.
Il progetto real estate più ambizioso di sempre nasconde certamente qualche dubbio e molte perplessità, soprattutto sulla sua sostenibilità economica e sull'efficacia nel raggiungere l'obiettivo di ridare vita a tutta l'area del West Side. Tutto il progetto di riqualificazione partito del Meatpacking, per arrivare fino ad Hudson Yards passando dalla High Line e dagli edifici residenziali che stanno sorgendo come funghi tutto intorno, ci racconta però una città che ha una gran voglia di cambiare volto e non vuole restare ferma. Il tanto discusso fenomeno della "gentrification" non potrebbe essere meglio rappresentato. Se oggi New York è stata superata dalle grandi metropoli del Sud Est Asiatico nello sviluppo verticale, è però ancora in grado di definire i confini a cui le altre città prima o poi saranno costrette a guardare.

Nella pagina accanto. La vista del Financial District dal The Edge

Sotto. I nuovi palazzi di Hudson Yards spuntano in fondo alla High Line

Il distillato originario della Foresta Nera

di ***STEFANO AMPOLLINI***

La passione e la cura dei particolari hanno permesso ad Alexander Stein di creare Monkey 47, un gin che è oggi riconosciuto come un'icona, senza nulla da invidiare alla tradizione inglese a cui si è ispirato

Sopra. Alambicco distillatore per la produzione del gin

Nella pagina accanto. Il momento della degustazione, i piccoli calici a tulipano consentono di apprezzare al meglio gli aromi fruttati e speziati

Capita spesso di sentirsi raccontare che un brand ha qualcosa di unico, salvo poi fare spesso una fatica bestiale a trovare qualche elemento che lo distingua dalla massa. Non è il caso di Monkey 47, un gin che racchiude in sé molto più di 47 botaniche, che già di per sé lo renderebbero un prodotto unico al mondo. È la storia del brand e dove è nato a rendere questo prodotto qualcosa di straordinario, amatissimo tra i cultori del genere. Tutto nasce dall'intuizione e dalla passione di Alexander Stein, giovane manager di successo della Nokia, che dopo aver scoperto la storia di "Monty" Collins e del suo Schwarzwald dry decise che quella era la sua strada. Collins era un inglese, Comandante del Settore Britannico di stazza a Berlino nel 1946 e qui si trovò a collaborare alla ricostruzione dello zoo. Quando lasciò la RAF aprì un piccolo albergo nella Foresta Nera con la sua scimmietta Max. Lì i vicini producevano Eau de vie e Schnapps, lui invece cominciò a produrre gin. Stein, a sua volta, lasciò la Nokia ossessionato dal ricreare la ricetta di Collins. Impresa ancora più sfidante se si pensa che il gin da sempre è considerato un prodotto tipicamente inglese. Con la consulenza di Christoper Keller, uno dei migliori distillatori al mondo, fondò una sua distilleria e due anni dopo nacque un gin che oggi è riconosciuto come un'icona: sono stati necessari 24 mesi per mettere a punto un'alchimia di gusto e sapore il più possibile vicina a quella di Collins. Oggi, dopo 10 anni, Monkey 47, che sull'etichetta riproduce proprio la scimmietta che lo ha ispirato, è riconosciuto come uno dei gin di assoluta eccellenza, esportato in quasi tutto il mondo dalla piccola distilleria da cui è nato.
La complessità e la qualità impareggiabile di Monkey 47 sono da attribuire sia alle 47 botaniche raccolte a mano sia all'acqua di sorgente estremamente dolce e pura della Foresta Nera. Un terzo degli ingredienti ha origine proprio qui, nella Foresta Nera, come le punte di abete rosso, i fiori di sambuco e le foglie di mora. Anche la pièce de résistance è un'arma segreta tassativamente autoctona: mirtilli rossi.
A suggellare l'unicità di questo gin è la bottiglia da 0,50 litri e il tappo in sughero

"Un terzo degli ingredienti ha origine nella Foresta Nera, come le punte di abete rosso, i fiori di sambuco e le foglie di mora"

che sigilla il prodotto dalle impurità esterne, offrendo una perfetta combinazione tra conservazione e ossidazione. Per finire l'etichetta lavorata a mano con un design che rimanda ai francobolli dell'era vittoriana coloniale. La ricerca continua permette di produrre ogni anno un'edizione limitata che aggiunge un'ulteriore botanica a un bouquet già ricchissimo. Il processo di distillazione avviene grazie ad un alambicco in rame studiato appositamente per questo gin. Oggi Monkey 47 ha conquistato i palati degli abitanti di oltre 80 paesi in quattro continenti. L'ossessione per i particolari e un'attenzione maniacale per una comunicazione pulita ed esteticamente impareggiabile hanno fatto semplicemente da volano all'idea originaria di Stein, rafforzandola ulteriormente. Appassionati, bartender e intenditori hanno imparato a godere e apprezzare l'incredibile complessità e armonia di questo gin, la cui nascita è legata a un nostalgico desiderio dell'Inghilterra.

All day dining dallo stile italiano

FABRIZIO BORRACCINO è Executive Chef del Four Seasons Hotel Milano. Nel cuore del Quadrilatero il brand internazionale dell'hospitality interpreta l'italianità attraverso una proposta food completa. Dal ristorante Zelo, che a pranzo si fa bistrot, al Bar Stilla. E poi il Garden, protagonista durante la bella stagione

di ***SIMONE ZENI***

Quando è iniziato il suo percorso nel mondo della ristorazione?

Avevo quattordici anni. Iniziai a lavorare in un hotel di Montesilvano, la mia città, in provincia di Pescara. Tutto incominciò in quella struttura i fronte al mare, fu la prima volta in una cucina professionale.

Poi è partita una grande carriera nell'alta ristorazione, particolarmente legata all'hôtellerie. Quel è stata l'esperienza che più di tutte l'ha formata?

Sicuramente mi tornano alla mente i sette anni trascorsi all'Hotel Il Pellicano di Porto Ercole. Qui ho affinato la mia tecnica e la mia capacità di lavorare con la brigata, nonché di gestire una parte del team. Posso affermare che Antonio Guida è stato il mio maestro, a lui mi lega ancora oggi un rapporto di grande amicizia e sincera stima.

Oggi è l'Executive Chef del Four Seasons Hotel Milano. Quando è arrivato nella prestigiosa struttura meneghina?

All'inizio del 2019, precisamente il sette gennaio. Da allora molto è cambiato, grazie soprattutto al recente, importante restyling. Il nuovo Four Seasons Milano ha riaperto nel luglio del 2021 con uno stile metropolitano e cosmopolita, firmato dalla designer e architetto Patricia Urquiola, che ha rinnovato le aree comuni, il ristorante, il bar e il suggestivo giardino. L'hotel ha oggi una nuova impronta, un nuovo design, che lo rendono la perfetta cornice per il servizio personalizzato Four Seasons.

Come si sviluppa dunque la proposta di ristorazione all'interno della struttura?

Ora il ristorante si chiama Zelo e vuole essere l'eclettico indirizzo gastronomico di Milano con una nuova, duplice identità e offerta. Come? Diventando Zelo Bistrot durante il giorno, con tavoli all'interno e all'esterno. Zelo Bistrot offre un menu ricco di piatti sfiziosi e leggeri, mentre la sera il ristorante Zelo propone un nuovo menu à la carte e un menu degustazione. L'offerta è stata completamente rielaborata in base alle esigenze della clientela e ho cercato di portare sempre più l'italianità nelle mie creazioni, celebrando i piccoli, preziosi produttori locali, fondamentali all'interno della mia filosofia di cucina. La stagionalità e la sostenibilità sono concetti essenziali nella nuova proposta di Zelo, che trasporta gli ospiti in un viaggio sensoriale attraverso l'Italia, celebrando la condivisione delle esperienze. Ha aperto anche un nuovo spazio, il Bar Stilla, situato all'interno della lobby e all'esterno nello storico rinnovato giardino. Stilla è un invito alla socialità, nel cuore pulsante di Milano. Qui troviamo la pizza contemporanea e le tapas, da accostare alla selezione dei drink di Luca Angeli.

In un contesto così internazionale, quanto dialogano ristorante e bar con la città di Milano?

I milanesi sono senza dubbio un punto di riferimento. Four Seasons Hotel Milano pensa anche alle loro abitudini, a ciò che amano. Per questo propone sempre novità, studiate per i diversi momenti della giornata. Non solo il ristorante dunque ma anche l'aperitivo con dj set o l'afternoon tea in collaborazione con Jimmy Choo. Ancora lo Urban Chalet durante il periodo invernale...

Cosa ci dobbiamo aspettare allora dall'estate 2022 del Four Seasons Hotel Milano?

Sicuramente la riapertura del giardino, dove accogliamo gli ospiti sia pranzo che a cena anche all'aperto. La prima novità sarà l'offerta del crudo: plateaux di crostacei, ostriche e sashimi di tonno. E poi le golose tapas di pesce al bar Stilla.

Zelo al *Four Seasons Hotel Milano*
via Gesù 6/8

RISOTTO CARNAROLI CON ROBIOLA DI CAPRA, PISELLI, LIMONE E CAPPERI. *Ingredienti* (per 4 persone): (per 4 persone): 320 g di riso Carnaroli Gran Riserva, 100 g di vino bianco, 2 l di brodo di pollo, 200 g di robiola di capra, 80 g di panna fresca, 25 g di Parmigiano Reggiano grattugiato, 50 g di capperi dissalati e tritati, 100 g di piselli, sale q.b., pepe q.b., 30 g di olio extravergine d'oliva, 60 g di burro di Normandia.
Procedimento: Per circa 30 minuti mettere a bagnomaria con acqua calda a 80 gradi la robiola di capra e la panna fresca. Frullare e filtrare. Sgranare i piselli, sbollentarli per 5 secondi, raffreddarli in acqua e ghiaccio. Togliere la buccia esterna. In una casseruola calda inserire l'olio extravergine d'oliva, portarlo a temperatura e aggiungere il riso. Tostarlo, aggiungere un pizzico di sale, bagnare con vino bianco. Girare bene e fare evaporare del tutto. Iniziare a bagnare poco a poco con il brodo di pollo bollente, continuando a girare il riso in continuazione. Portarlo a cottura ben asciutto. Aggiungere la fonduta di capra, i capperi, il limone, i piselli, il burro di Normandia, l'olio e il Parmigiano Reggiano grattugiato. Far riposare il riso per 1 minuto coperto, mantecare bene e servire.

LUOGHI

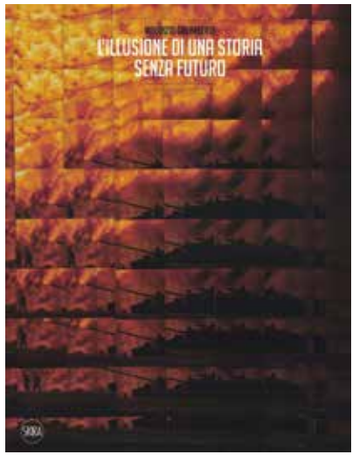
Filippo La Mantia Oste&Cuoco. Dal mercato palermitano al Mercato Centrale Milano: per la sua nuova avventura milanese l'oste, cuoco e artigiano Filippo La Mantia riparte proprio dal concetto di mercato per raccontare una filosofia che vuole rendere il cibo alla portata di tutti. Dopo la chiusura causa pandemia del suo ristorante in piazza Risorgimento a Milano, il cuoco di origini palermitane riporta la cucina siciliana nel cuore della città meneghina. Riparte dal primo piano del Mercato Centrale Milano, la cui squadra si arricchisce ora con un protagonista indiscusso del panorama gastronomico italiano, premiato lo scorso dicembre con l'Ambrogino d'Oro, il prestigioso riconoscimento del Comune di Milano, per aver cucinato per il personale del Niguarda durante il difficile periodo della pandemia.

LUOGHI

Dr. Hauschka SPA Milano Verticale. Le caratteristiche di un'azienda cosmetica pioniera della cosmesi naturale come Dr. Hauschka e dell'hotel Milano Verticale | UNA Esperienze si fondono: tradizione, ricerca, qualità, attenzione ai dettagli, modernità. In Via Carlo de Cristoforis 6 nasce un nuovo centro benessere dotato di ampia piscina idromassaggio con cromoterapia, sauna, bagno turco, area relax, solarium e due cabine estetiche dove si offrono trattamenti individuali e di coppia, sia viso che corpo, finalizzati alla rigenerazione fisica e mentale. A rendere i trattamenti estetici Dr. Hauschka così unici e speciali è il ritmo: il ritmo nell'eseguire gli sfioramenti, la presenza del tocco che diventa lieve e delicato, privo di pressioni, l'alternanza di stasi e movimento, caldo e freddo. Un gioco di polarità che ritroviamo anche nella preparazione delle piante per le composizioni dei prodotti cosmetici.

CINEMA

Tributo al maestro del brivido. Al genio visionario di Dario Argento il Museo Nazionale del Cinema di Torino dedica una imponente mostra a cura di Domenico De Gaetano e Marcello Garofalo. Ospitata alla Mole Antonelliana fino 16 gennaio 2023, *Dario Argento – The Exhibit* propone un percorso cronologico attraverso tutta la sua produzione: dagli esordi con *L'uccello dalle piume di cristallo* (1970) al suo ultimo lavoro *Occhiali neri* (2022).



LIBRI

La potenza delle immagini amplificata. Maurizio Galimberti e Paolo Ludovici riflettono sul senso dello scorrere del tempo con il volume *Uno sguardo nel labirinto della storia*. Fotografo e artista di fama internazionale, Galimberti è celebre per lavorare quasi esclusivamente con la Polaroid e in questo libro da collezione per Skira Editore cerca di muoversi tra i ricordi impressi nella memoria: dal massacro di Srebrenica del 1995 agli attentati di Nassiriya del novembre 2003, fino ai tentativi di fuga da Kabul riconquistata dai Talebani nel 2021.

MUSICA

Meg è tornata. Nel corso della sua carriera Meg, autrice, cantante e produttrice ha esplorato molteplici mondi sonori, alla costante ricerca di "nuovi accordi e nuove scale". Durante il suo percorso artistico si è sempre circondata di preziosi collaboratori come dimostra il nuovo brano *Non ti nascondere*. Per questa release la poliedrica artista partenopea si è infatti avvalsa del talento del produttore e musicista romano Frenetik. Un inno R/esistenzialista, perché oggi più che mai sembra che vivere coincida col resistere.

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
Andrea Cherchi
Alessandra Cioccarelli
Monica Codegoni Bessi
Paolo Crespi
Fausta Filbier
Simona Galateo
Marzia Nicolini
Roberto Perrone
Michela Proietti
Ilaria Salzano
Simone Zeni

FOTOGRAFI
Ludovica Arcero
Mauro Balletti
Martina Bonetti
Marco Brescia
Matteo Cherubino
Giovanni Gastel
Giovanni Hänninen
David LaChapelle
Massimo Volta

DISTRIBUZIONE
info@clubmilano.net

STAMPA
AGF Solutions
via del Tecchione 36
20098 San Giuliano Milanese MI

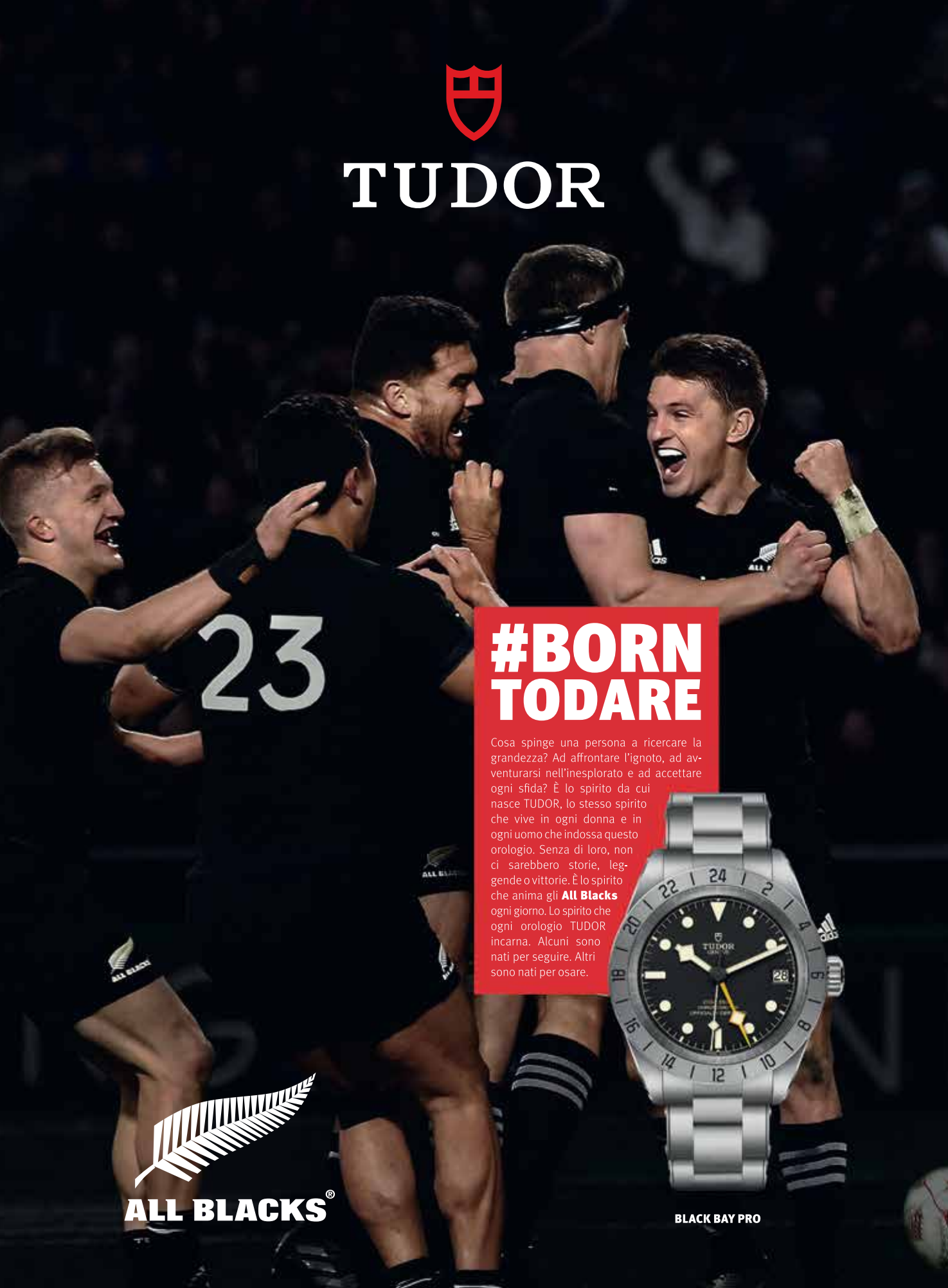
N.63 APRILE 2022
www.clubmilano.net

MILANO NASCOSTA

Casa Felisari. Uno dei palazzi più affascinanti di Milano, all'angolo tra via Settembrini e via Boscovich. Capolavoro dell'architetto Arata, solleva diversi interrogativi. Perché sulla facciata c'è la scritta Pathè? Poiché un tempo qui c'era il Cinema Pathè. Perché c'è un citofono con i pulsanti Fuoco, Vento, Terra? Pare sia una scelta nel rispetto della sostenibilità della Terra del mensile Chiesa Oggi, che qui ha sede. Ma il perché più inquietante sopraggiunge fra gli sguardi delle creature in pietra che popolano la facciata di mattoni rossi. Perché nessuno sa con esattezza chi abita Casa Felisari? Un mistero è un mistero, prima o poi il tempo deciderà se rispondere oppure no. A cura di Andrea Cherchi.

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

Comune di Milano
UN PROGETTO DI PIANO CITY MILANO
A CURA DI ponderosa music&art
MAIN PARTNER CORRIERE DELLA SERA La libertà delle idee
INTESA SANPAOLO
PARTNER VOLVO
PER I TALENTI HERMÈS PARIS
PARTNER ISTITUZIONALI Regione Lombardia, Fondazione CARIPLO
SUPPORTER Bocconi, IPPO GROMO SMAI SAN SIRO, CONAD Persone oltre le cose
MEDIA PARTNER RADIO MONTE CARLO, vivimilano, CLASSICA HD SKY 136, ZERO, WIRED, LAMPOON, PIANOSOLO, CLUB MILANO, TOMORROW LEGGI MILANO DOMANI
PARTNER TECNICI STEINWAY & SONS, FAZIOLI, Giffa, Pianoforti Diamantini, TARANTINO, SCHIMMEL PIANOS, KAWAI, SCORTICATI PIANOFORTI, Fabbrini, RARI FTTA


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