

n. 73 novembre 2024

# ***CLUB MILANO***



## **CANTIERI CULTURALI**

Da una radicale metamorfosi urbana nascono nuovi spazi collettivi

**DEODATO SALAFIA**

**BEBE STORTI**

**DIEGO MONTINARO**

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



PORSCHE



# Cambia il tuo look. Non il tuo stile.

KEEP YOUR ESSENCE.  
LA NUOVA MACAN 100% ELETTRICA.

Scopri-la presso i Centri Porsche di Milano.

**Centro Porsche Milano Nord**  
Porsche Retail Italia S.r.l.  
Via Stephenson, 53  
20157 Milano (MI)  
Tel. 02 3560911  
[www.milano.porsche.it](http://www.milano.porsche.it)

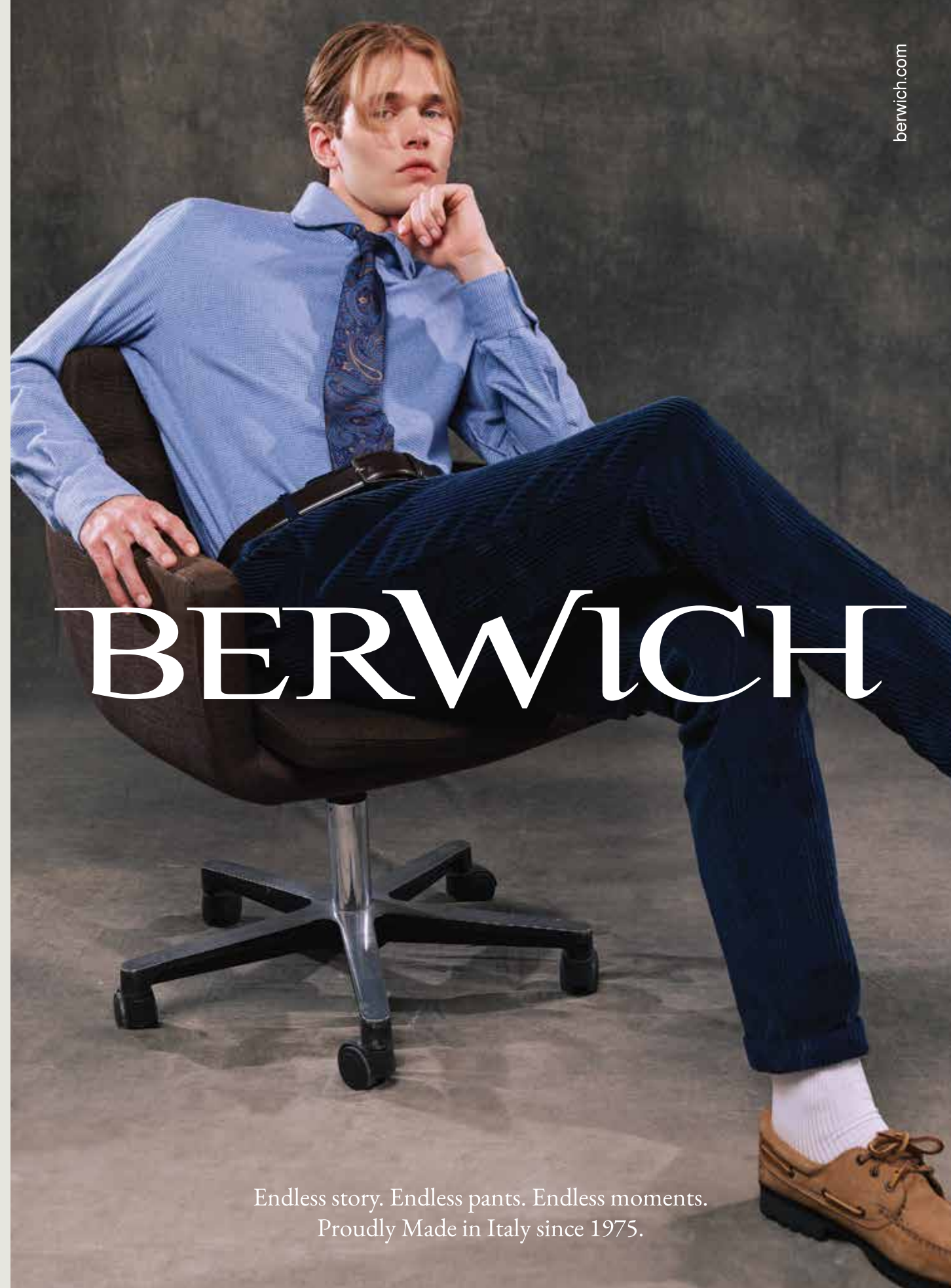
**Centro Porsche Milano Est**  
Porsche Retail Italia S.r.l.  
Via Rubattino, 94  
20134 Milano (MI)  
Tel. 02 21080000  
[www.milano.porsche.it](http://www.milano.porsche.it)



## È tutto un magna magna

Circa trent'anni fa mi trasferii a Milano per studiare. Come molti me ne innamorai e ci misi le radici. Fino ad allora ci venivo solo una volta l'anno per trovare mia nonna che viveva in via Luca Signorelli, una piccola traversa di Paolo Sarpi. Anche se non era ancora la Chinatown che conosciamo oggi, qualche ristorante cinese già c'era e io aspettavo quel momento con entusiasmo per mangiare involtini primavera, nuvole di drago e zuppa di pinne di pescecane. Mia nonna mi portava anche alla sede di Radio Meneghina (dove si trasmetteva solo in dialetto), a vedere i pesci all'Acquario di Parco Sempione o i negozi di Brera. Negli anni Novanta la città era molto diversa da oggi: usciva dallo splendore un po' artefatto della "Milano da bere" craxiana degli anni Ottanta. Ricordo Tangentopoli e la nascita del clubbing underground che ha segnato un'epoca. Poi la normalizzazione dei primi Duemila e la svolta con Expo nel 2015. Il tema di quell'Esposizione Universale fu "Nutrire il Pianeta": Milano si aprì al turismo internazionale e iniziarono a fiorire ristoranti un po' ovunque. Oggi, quasi dieci anni dopo (e una pandemia nel mezzo), Milano è sempre più saldamente uno dei luoghi più visitati del Pianeta. Ma se la moda e il design rappresentano una specialità nostrana che conferma il livello impareggiabile di genialità creativa dei nostri artigiani e designer, dall'altra parte non riusciamo a scrollarci di dosso quell'eredità di Expo 2015, che ormai puzza un po' troppo di fritto. Dove una volta c'erano negozi di vinili, boutique di moda, negozi di abiti vintage, librerie, botteghe artigiane, atelier di arte, oggi ci sono catene di pollo fritto americano e di patatine fritte olandesi, pizzerie napoletane, per non parlare dei baracchini di street food e dei chioschi più o meno improvvisati. Questo modello di sviluppo "magna magna", che punta solo alla pancia e alla gola dei turisti, è diffuso ormai in tutto il mondo e purtroppo Milano non fa eccezione. A Camden Town oggi per comprare un capo vintage o trovare un vecchio vinile bisogna farsi strada tra orde barbare che trasudano unto a qualsiasi ora. Persino la città vecchia di Sarajevo, che su queste pagine abbiamo raccontato nello scorso numero, ha visto una miriade di ristoranti di ćevapčići prendere il posto delle botteghe che fino a pochi anni fa lavoravano il ferro battuto. In Paolo Sarpi, dove viveva mia nonna, tra una ravioleria e un bubble tea, resiste ancora fieramente uno storico negozio di cappelli: l'ultimo baluardo contro la bulimia di un modello di sviluppo che si è mangiato tutto il resto.

**STEFANO AMPOLLINI**



# BERWICH

Endless story. Endless pants. Endless moments.  
Proudly Made in Italy since 1975.

10  
Ritorni e amori mai sopiti  
*di Elisa Zanetti*

12  
La bella e la bestia  
*di Moreno Pisto*

14  
Appuntamenti  
*a cura della redazione*  
*di Club Milano*

18  
Che la natura trionfi  
*di Alessandra Cioccarelli*



18

24  
Deodato Salafia  
*di Enrico S. Benincasa*

26  
Una casa per gli artisti  
*di Alessandra Cioccarelli*

28  
Bebo Storti  
*di Paolo Crespi*

32  
Milano prima “Wellness  
City”?  
*di Marco Torcasio*

36  
Diego Montinaro  
*di Enrico S. Benincasa*

38  
Dove ride la città  
*di Carolina Saporiti*

40  
Isabella Sassi Farias  
*di Paolo Crespi*



32

CANADIANCLASSICS.IT



CANADIAN 





70

43  
Idee e identità  
*a cura di Giuliano Deidda*

52  
Una magia pop  
*di Giuliano Deidda*

56  
Alberto Candiani  
*di Giuliano Deidda*

62  
Bold Colour Choice  
*di Monica Codegoni Bessi*

**IN COPERTINA.** Cantiere  
SeiMilano, fondazioni e  
piano interrato, 2020. Foto di  
Isabella Sassi Farias

64  
Dal passato all'avanguardia  
*di Stefano Ampollini*

66  
Intramontabile  
ispirazione asiatica  
*di Marzia Nicolini*

68  
Hi-tech è più bello  
*di Marco Torcasio*

70  
Il Giappone ha un cuore  
a fumetti. Psichedelici  
*di Marco Restelli*

76  
Non solo wine tourism in  
Borgogna  
*di Francesca Masotti*

78  
Crescenzo Morlando e Dario  
Pisani  
*di Simone Zeni*

80  
Notizie  
*a cura della redazione*  
*di Club Milano*

Electra 2

# Faster than light

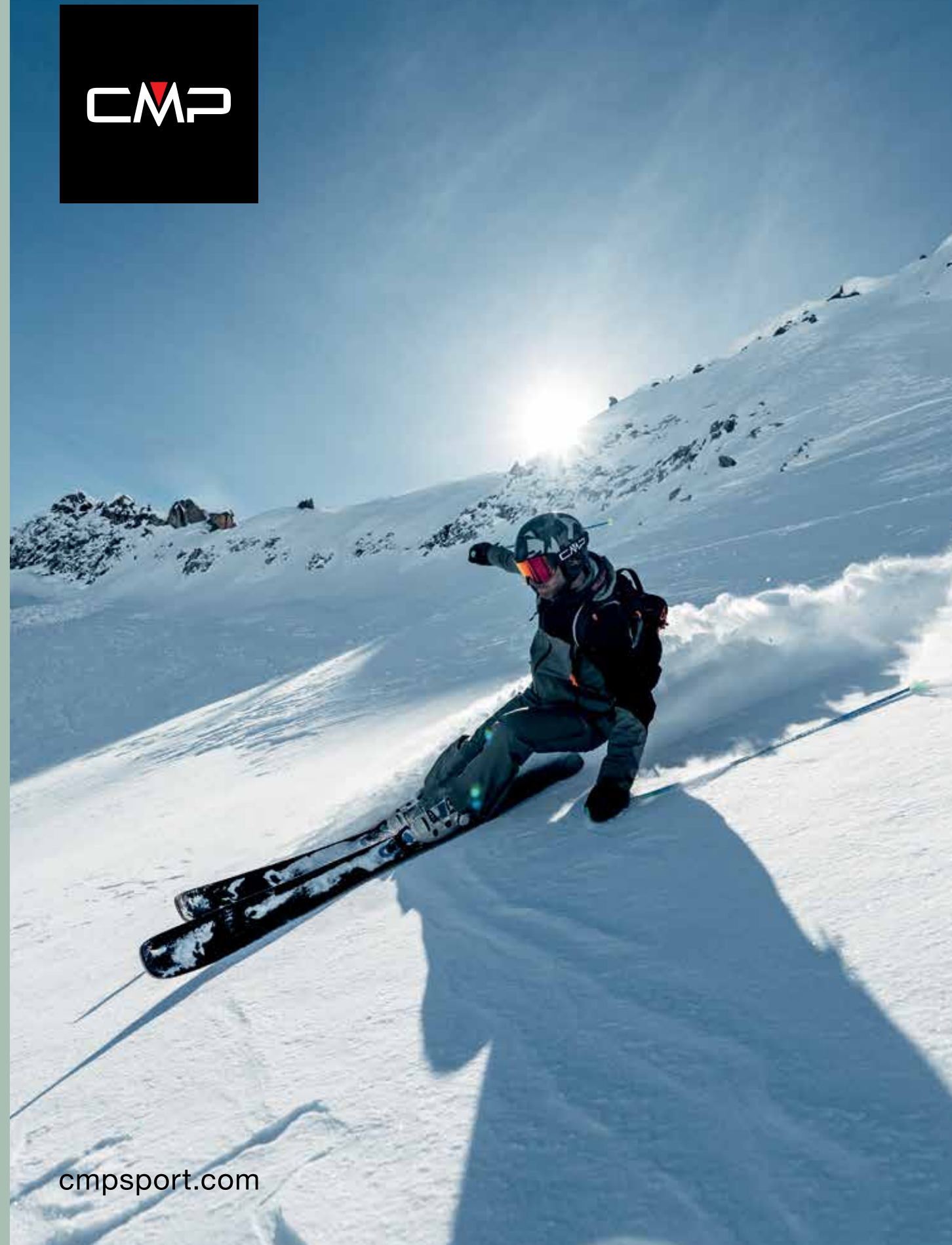
Discover the electronic, instantaneously photochromic,  
battery free, award winning IRID® lenses

out-of.com

## Ritorni e amori mai sopiti

Di che colore è Milano? Grigia direbbero banalmente in molti, eppure recentemente è stata nominata come la città dove si vive meglio da uno studio di ItaliaOggi e Ital Communications in collaborazione con l'Università La Sapienza di Roma. Risulta difficile crederlo leggendo le numerose notizie sul costo della vita, sulla delinquenza e sull'inquinamento dell'aria. Di certo non verrebbe da aggiungere pensando a un'altra classifica della scorsa primavera, che posizionava Milano al terzo posto tra le città più inquinate al mondo. Queste ricerche dai risultati di segno opposto rispecchiano tendenze altrettanto comuni tra chi vive in città: è facile sentire storie di giovani che continuano a scegliere Milano per studiare e costruire la propria vita adulta lontano da casa, alla ricerca di qualcosa di diverso e promettente, così come di persone che dopo averla vissuta la abbandonano o la vorrebbero abbandonare stanchi di tutto ciò che abitare qui può comportare. Milanese orgogliosa e atipica – sono nata in città, cresciuta in un paesino di provincia sul lago e approdata nel capoluogo per studio e lavoro – ho scelto di lasciarla quattro anni fa per seguire il sogno di una vita più lenta, sostenibile e per crescere mia figlia in un ambiente diverso. Oggi di passaggio a Milano, per la prima volta da allora per qualche giorno in più, e reimmessa nuovamente nel suo battito urbano, continuo in parte a capire le ragioni che mi avevano spinto a lasciarla (bastano una “boccata d'aria” o una quasi proibitiva cena fuori) ma ne sono anche fortemente attratta e la rimpiango per il suo dinamismo e il suo volto sempre cangiante. Mi trovo così nel mio piccolo a capire il significato della parola nostalgia, un vocabolo che racchiude al suo interno i termini greci “nostos”, viaggio di ritorno a casa, e “algos”, dolore, mentre la bella mostra *Munch: il grido interiore*, visitabile fino al 26 gennaio, mi aiuta a definire sentimenti contrastanti verso la città. Nei dipinti del pittore norvegese i luoghi emergono non per quello che sono realmente, bensì per ciò che rievocano nella memoria. E allo stesso modo i suoi colori, non sempre “iconici e reali”, dipingono lo stato dell'anima e possono cambiare in ogni momento. Così oggi Milano, nonostante le sue contraddizioni, mi fa vedere rosa e mi ricorda il mai sopito amore per lei.

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

cmpsport.com



## La bella e la bestia

Ma dove viviamo? Nella Milano tutta moda e pasticcini, design e lustrini, party sushi e temporary store oppure nella Milano delle rivolte di Corvetto, degli ultras narcotrafficienti, dei dossieraggi e della 'ndrangheta? In realtà esistono entrambe, sono due facce della stessa medaglia, e le due Milano sono più collegate di quello che pensiate. Una ha bisogno dell'altra. Dobbiamo smettere di trattare le notizie di cronaca come vicende separate tra di loro. Il problema di Milano non sono le periferie, non sono i prezzi delle case, non è l'infiltrazione della 'ndrangheta (che non è solo infiltrazione ormai ma qualcosa di più strutturato), non sono le curve (che, anzi, sono l'ultimo luogo di reale aggregazione rimasto), non è la droga e nemmeno sono le baby gang. Forse dobbiamo iniziare a interrogarci se il problema di Milano non sia proprio Milano nel suo insieme e il modello sociale che rappresenta. Fate un giro di notte, parlate con chi batte la strada: poliziotti, puttane, trans, "localari" di varia natura, vigilantes, baristi, spazzini e personale sanitario. Tutti vi diranno la stessa cosa: la situazione è degradata. Il centro come Sesto San Giovanni, Ripamonti come Piola. E la politica? Muta. Sugli ultras di Inter e Milan decimati dalle inchieste della Procura la politica non si è pronunciata. Sulle proteste dopo l'incidente di Ramy Elgaml? Nessun commento. Sui dossieraggi illegali nei confronti di imprenditori, manager e personaggi istituzionali che partivano da un'agenzia vista Duomo? Parole di circostanza. Sulle infiltrazioni palesi della malavita? Figuriamoci. Milano è la prima città per qualità di vita e la prima per criminalità. La bella e la bestia. Ma conviene a tutti parlare solo della parte bella. Il resto finisce nelle sezioni della cronaca. Ma non è così, non è vero. Milano, non mi stancherò mai di dirlo, dovrebbe essere la città che ispira un nuovo modello sociale e rappresenta un esempio pure per le altre metropoli europee. Invece, adesso, promuove divisione e classismo: se sei ricco ce la fai, altrimenti ti devi arrangiare. Da una parte quindi c'è sempre la Milano bene, ma dall'altra, sempre di più, emerge la Milano male. E il rischio è che quest'ultima si porti giù anche la prima.

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

# Join the club.

# SNOB

MILANO

Dal bianco e nero di Carlo Orsi alle forme grandi e colorate di Niki de Saint Phalle, in mostra importanti nomi del panorama artistico contemporaneo. A teatro, invece, protagonista è la danza classica



a cura della redazione di CM

## Miracoli a Milano Carlo Orsi fotografo

PALAZZO MORANDO  
COSTUME MODA IMMAGINE  
FINO AL 2 FEBBRAIO 2025

Milano, la città dai mille volti, protagonista di una lunga esplorazione tra luci e ombre, contraddizioni e slanci, i grandi ritratti, la moda, la pubblicità, i reportage. C'è tutto questo nella mostra fotografica che racconta l'originale personalità del fotografo Carlo Orsi curata da Giangiacomo Schiavi e Giorgio Terruzzi. L'esposizione rende omaggio all'autore, con le sue Leica, di un percorso professionale iniziato nell'Italia del dopoguerra con il Bar Jamaica a Brera come luogo di appartenenza, frequentato da pittori, scrittori, poeti. Figure ispirate e ispiratrici per la sua intera carriera. Le opere esposte sono 140, in bianco e nero, quasi tutte provenienti dall'archivio personale dell'autore, stampate sotto la sua supervisione. Quattro le sezioni: una è dedicata a Milano, indagata senza sosta per sessant'anni; un'altra presenta i ritratti di artisti, designer, stilisti e attori che hanno segnato il secondo Novecento. Una terza area riguarda i lavori svolti per il mondo della moda e della pubblicità per alcuni marchi importanti come Catellani&Smith, American System, Swatch, Philip Morris, Ducati. La quarta sezione è riservata ai reportage. Sopra. Carlo Orsi, Milano, 1965. *Metropolitana in bianco e nero*. A fianco Carlo Orsi, Milano, 1999. Campagna Krizia. Courtesy Archivio Carlo Orsi.



## Roberto Bolle and Friends

TAM TEATRO ARCIMBOLDI MILANO  
DAL 23 AL 26 GENNAIO 2025

Una vera e propria immersione nella bellezza della danza. L'Étoile Roberto Bolle qui non è solo interprete ma anche direttore artistico. Accanto a lui i più importanti ballerini del mondo per realizzare un programma sorprendente, in grado di affascinare un numero di spettatori sempre più vasto e eterogeneo. I suoi Gala sono diventati uno straordinario strumento di diffusione della danza e delle sue eccellenze ad un pubblico trasversale, composto da migliaia di appassionati e non solo: Roberto Bolle infrange costantemente i tabù che costringono il balletto ad arte di nicchia portando sullo stesso palco grandi classici e coreografie nuove e innovative scegliendo di esibirsi con il meglio della danza mondiale. Un evento che si prefigura come un viaggio imperdibile attraverso diversi stili e scuole differenti che suscitano emozioni sempre nuove: divertimento e dramma, ironia e eleganza, innovazione e tradizione si mescolano sullo stesso palcoscenico. Foto di Andrej Uspenski.

## Niki de Saint Phalle

MUDEC  
FINO AL 16 FEBBRAIO 2025

La prima retrospettiva antologica completa organizzata in un museo italiano che celebra l'artista franco-americana conosciuta per le sue grandi e colorate Nanas. Vissuta in un'epoca di grandi cambiamenti sociali e artistici – dal movimento femminista degli anni Sessanta e Settanta al Nouveau Réalisme di cui fu protagonista – Niki de Saint Phalle ha sfidato gli stereotipi di genere attraverso l'arte, esprimendo la propria identità attraverso la femminilità, la sensualità e l'amore per la vita come creazione. Strutturato in otto sezioni, il percorso espositivo del Mudec racconta la vita artistica della pittrice e scultrice, dagli esordi fino agli ultimi lavori, in un ritmo diacronico ma anche fortemente antologico che ripercorre, attraverso il mondo colorato, polimorfo, tondeggiante e materno delle sue Nanas (e non solo), una vita personale molto meno gioiosa. In foto Niki de Saint Phalle, *Cathédrale (Tir à la carabine)*, 1962.







## Adorazione dei Magi di Sandro Botticelli

MUSEO DIOCESANO CARLO MARIA MARTINI  
FINO AL 2 FEBBRAIO 2025

L'iniziativa Un Capolavoro per Milano – nata con l'intento di esporre opere di straordinaria importanza artistica e di intensa rilevanza religiosa poco note al pubblico milanese – giunge alla sua sedicesima edizione e porta al Museo Diocesano una delle più affascinanti e celebri opere di Sandro Botticelli. In arrivo direttamente dalle Gallerie degli Uffizi di Firenze, l'*Adorazione dei Magi* è presentata in un percorso espositivo che consente un approfondimento sia storico-artistico che spirituale, con l'ausilio di apparati didattici, immagini, video e musiche, che permettono una riflessione sull'opera e sul suo significato. La tavola è stata realizzata intorno al 1475 per la cappella dedicata ai Magi della chiesa di Santa Maria Novella. Entrò quindi nella collezione della famiglia dei Medici, come risulta dagli inventari di fine XVI secolo, e dunque esposta agli Uffizi dal 1796.

## Marcello Maloberti Metal Panic

PAC PADIGLIONE D'ARTE CONTEMPORANEA  
FINO AL 9 FEBBRAIO 2025

Questa mostra rappresenta una dichiarazione d'amore alla città di Milano che fin dagli esordi ha accompagnato l'artista nella costruzione della sua pratica. Curata da Diego Sileo, l'esposizione è pensata come un libro d'artista che raccoglie e intreccia tutti i temi fondanti della ricerca di Maloberti, come l'elevazione della parola scritta nella sua dimensione poetica, la sacralità del quotidiano, l'attenzione ai cambiamenti e alle trasformazioni del paesaggio urbano, attraverso un nucleo di lavori degli anni Novanta, opere più recenti e produzioni inedite. L'idea di "lavori in corso" pervade l'intero percorso espositivo e si concretizza nella scelta di usare attrezzature e materiali da cantiere per la creazione delle opere. L'atto di ribaltare, frequente nella poetica dell'artista, caratterizza l'opera *M* (in foto), un rimando alla "M" di Mussolini e al corpo del dittatore esibito in Piazzale Loreto il 29 aprile 1945.



IL GIAPPONE  
HA UNA CASA  
BRASILIANA.

*Temakinho*



MUSEO DELLA PERMANENTE  
FINO AL 9 FEBBRAIO 2025

**CHE LA NATURA TRIONFI.** Per la prima volta Milano ospita, in contemporanea all'esposizione del Natural History Museum di Londra, un'edizione speciale del 60° Wildlife Photographer of the Year, la mostra di fotografie naturalistiche più prestigiosa al mondo. Cento scatti straordinari su grandi light panels con retroilluminazione a led, per un'esperienza viva nella natura e riflettere sui temi cruciali di conservazione e biodiversità



*Centro  
dell'attenzione,  
di Georgina  
Steytler, Australia.  
Menzione d'Onore,  
Comportamento:  
Invertebrati*

di ALESSANDRA CIOCCARELLI





Sopra. *Un momento di tranquillità*, di Hikkaduwa Liyanage Prasantha Vinod, Sri Lanka. Vincitore categoria Comportamento: Mammiferi

Sotto. *Il corvo artistico*, di Jiří Hřebíček, Repubblica Ceca. Vincitore categoria L'arte della natura



*Agganciato*, di Tommy Trenchard, Sudafrica. Menzione d'Oro, Oceani: Oceans: la visione d'insieme



“La fotografia naturalistica cattura dettagli invisibili, trasmettendo messaggi di responsabilità collettiva”

Presidente dell'associazione Radicediunopercento, **ROBERTO DI LEO** è il curatore dell'esposizione milanese 60° Wildlife Photographer of the Year



**Le meraviglie della natura animale e vegetale e i paesaggi incontaminati sono i protagonisti della mostra. Che tipo di natura emerge lungo il percorso espositivo?**

Nei cento scatti esposti prende vita una natura sorprendente, che racconta comportamenti e habitat di specie affascinanti: dai grandi mammiferi agli invertebrati fino alle piante più rare e ai funghi. Ci sono anche scatti di denuncia, che documentano criticità legate ai cambiamenti climatici e all'impatto delle attività umane.

**L'allestimento è tecnologico e immersivo. Che tipo di esperienza attende il visitatore?**

Il layout espositivo offre un'esperienza unica. Le fotografie, retroilluminate su grandi pannelli a LED, sembrano prendere vita, creando un effetto di nitidezza e profondità straordinario che trasporta il pubblico nelle scene ritratte. Uno scher-

mo di quattro metri, in loop, presenta altre venticinque foto scelte dal pubblico, mentre una sala video con monitor da ottanta pollici svela il backstage e interviste ai fotografi, offrendo più spunti di riflessione.

**In che modo questa mostra e la fotografia naturalistica in particolare possono dar voce a un futuro ecosostenibile?**

La fotografia naturalistica cattura dettagli invisibili, ritrae specie in pericolo e l'impatto umano sugli ecosistemi trasmettendo messaggi di responsabilità collettiva.

**Chi sono i vincitori della 60° edizione? E i premi più emozionanti?**

I vincitori della 60<sup>a</sup> edizione includono Shane Gross che ha vinto il primo premio assoluto con *The Swarm of Life*, che mostra il mondo subacqueo dei girini di rospo occidentali. Il titolo di Young Wildlife Photographer of the Year è andato a Alexis Tinker-Tsavalas per *Life Under Dead Wood*, che ritrae la vita sotto un pezzo di legno morto con la tecnica del focus stacking. Tra i premi più emozionanti c'è l'Impact Award, assegnato per storie di speranza: Jannico Kelk ha vinto l'Adult Impact Award; Liwia Pawłowska il Young Impact Award. Tra gli italiani, Fortunato Gatto e Filippo Carugati hanno ricevuto menzioni d'onore per scatti che evidenziano la bellezza e la fragilità della natura. Sono anche affezionato alle sezioni dedicate ai bambini, che avvicinano le nuove generazioni alla natura.

**In occasione della mostra, Radicediunopercento, di cui lei è presidente, organizza serate di approfondimento, workshop pratici e teorici. Quali saranno i focus?**

Abbiamo organizzato iniziative con alcuni dei divulgatori più noti d'Italia come Federico Veronesi, uno dei fotografi di mammiferi africani più famosi al mondo, che il 14 dicembre, presenta il suo libro *Walk the Earth*. Ma anche i fotografi Marco Colombo e Francesco Tomasinelli che, insieme all'illustratrice Giulia De Amicis, tengono il talk Tentacoli: i misteri di polpi, seppie e calamari. L'associazione propone inoltre corsi teorici di fotografia, seminari di scienze naturali online e workshop pratici in natura, per sensibilizzare il pubblico su temi di conservazione e sostenibilità.



Sopra. *Sotto la linea di galleggiamento*, di Matthew Smith, UK/Australia. Vincitore categoria Subacquee

Sotto. *Il vecchio della valle*, di Fortunato Gatto, Italia. Vincitore categoria Piante e Funghi





# IMPARA L'ARTE. La mostra di Obey appena terminata è stato uno dei progetti più importanti mai realizzati da **DEODATO SALAFIA**, fondatore di Deodato Arte. Climax di un'avventura professionale iniziata prima come appassionato e solo dopo come gallerista

di **ENRICO S. BENINCASA**

**La mostra Obey: the Art of Shepard Fairey, realizzata insieme a Fabbrica del Vapore e Comune di Milano, ha da poco chiuso i battenti. Che esperienza è stata?**

È stato un traguardo raggiunto. Quando ho iniziato la mia avventura di gallerista, realizzare un evento del genere con un artista come Shepard era un miraggio. Mai in quel momento avrei pensato di poter realizzare quella che lui stesso ha definito "la seconda mostra più grossa che abbia mai fatto dopo quella in Corea". È stato bello averlo qui, conoscerlo e realizzare anche un murales di oltre trenta metri in città. Abbiamo avuto il coraggio di farla in un anno particolare, con l'estate in mezzo, ma abbiamo raggiunto più di quanto ci eravamo prefissati e siamo contenti della visibilità e dei contatti che abbiamo creato grazie a questo evento.

**Dunque una mostra che "bisognava fare"...**

L'arte urbana è oggi a un punto di storicizzazione. Io e Shepard Fairey siamo dello stesso anno, il 1970, e non sono pochi gli artisti di questo ambito nella nostra fascia d'età. È arrivato il momento di fare un po' il punto e mostre come queste lo con-

sentono. Ho sempre ammirato Obey e le sue opere, ma sono riuscito a rappresentarlo solo quando Deodato Arte ha acquisito la maggioranza della Wunderkammern Gallery, nel 2020.

**Come sono i rapporti tra i galleristi e artisti di questa levatura? Perché un artista sceglie un gallerista?**

Il fattore umano è sempre al primo posto e vale per tutti, da Shepard e LaChapelle. Sono importanti anche il modo con cui ti presenti sul mercato e la solidità della struttura. Gli artisti vogliono essere rappresentati degnamente e non basta pagargli le opere, perché tutti le vogliono. Deve esserci di più, un'intesa sul lato umano da cui poi parte tutto.

**Milano è diversa come "piazza dell'arte" rispetto al resto dell'Italia?**

È totalmente differente. È una città europea, le persone si sentono a loro agio a fare questo tipo di acquisti, che siano della zona o meno. Qui c'è quel feeling del "non farsi sfuggire l'occasione", negli altri posti c'è più tendenza a pensarci. È un discorso che riguarda il cliente che compra a Milano, indipendentemente da dove proviene.

**Il tuo background da informatico ha profondamente influenzato l'approccio della tua azienda a questo mondo. Possiamo considerare Deodato Arte anche una tech company?**

Sì, non a caso siamo considerati dalla Camera di Commercio una PMI Innovativa. Al nostro interno, poi, abbiamo una startup tech, e c'è tanta tecnologia nei processi e anche nei prodotti. Inoltre abbiamo tanti progetti, alcuni dei quali nel cassetto, molto legati a questi aspetti. Nel momento di esplosione degli NFT, però, ho preferito aspettare a trattarli e l'ho fatto perché nel momento della bolla ritenevo difficile tutelare i nostri clienti. Oggi li trattiamo, ma principalmente con i brand.

**Questo approccio, con un e-commerce proprietario e massima trasparenza nei prezzi, è stato copiato?**

È successo, ma meno di quanto avrei immaginato. Lo hanno fatto principalmente galleristi giovani, mentre quelli più storici, nonostante non mi abbiano mai espresso contrarietà su queste cose, non lo hanno fatto perché vogliono mantenere la loro filosofia o perché non sempre hanno tutte le com-

petenze tecniche per poterlo fare. In Europa ci sono aziende che utilizzano i nostri modelli, ma siamo un unicum per due fattori: una parte e-commerce così sviluppata e la quotazione in Borsa.

**Qual è il bilancio a distanza di un anno e mezzo dalla quotazione alla borsa di Milano?**

Nel complesso la reputo un'operazione positiva. Se dovessi consigliare al me stesso di qualche anno fa gli direi: «Fallo, ma prenditi più tempo». È un passaggio che impatta molto su un'azienda, bisogna prepararsi tutti bene prima di farlo, senza farsi prendere dalla fretta.

**In un'intervista di qualche tempo fa dicevi che il segreto è «vendere la Porsche ai non porschisti». Come si fa a farlo?**

(Sorridente, *NdR*) Il segreto non è "vendere, vendere, vendere", ma far valutare l'acquisto a persone che non lo hanno mai fatto in precedenza. I non porschisti sono persone che non comprano arte o che lo fanno in modo casuale. Oggi per farlo non ci vogliono per forza cifre eccessive, e questo aiuta.

**Ce ne sono ancora tanti di "non porschisti"? Certo, ed è la mia fortuna.**



Ritratto di Deodato Salafia



Gli interni della galleria Deodato Arte di via Nerino 1 a Milano

Alberi parlanti, macchine volanti, animali e uomini fluttuanti popolano le incisioni surreali ed eleganti di Gigi Pedroli, l'artista che nel 1975 ha fondato con la moglie Gabriella Casarico il Centro dell'Incisione. Un centro, lungo il Naviglio Grande, che produce e promuove l'arte

di ALESSANDRA CIOCCARELLI

## UNA CASA PER GLI ARTISTI

Abitanti silenziosi e spesso schivi, gli artisti e artigiani che popolano il Naviglio Grande hanno creato delle oasi creative tra le corti del canale meneghino, dove, al riparo dalla movida più chiassosa, vivono secondo un ritmo più morbido e lento. Passeggiare in queste fucine d'arte affacciate sulle sponde del Naviglio Grande regala un viaggio nel tempo alla scoperta di una Milano sempre più rara da incontrare.

Tra i custodi della Milano di un tempo, al civico 66 dell'Alzaia Naviglio Grande, c'è il Centro dell'Incisione, un luogo dove si può ancora ascoltare il dialetto milanese nelle parole e nelle canzoni del maestro Gigi Pedroli, osservare e apprendere l'arte dell'incisione su metallo e sentire il calore dell'accoglienza di Gabriella Casarico che illustra con cura ai visitatori le opere di oltre 50 incisori italiani. Era il 1975 quando Gigi insieme alla moglie Gabriella inaugurò l'ambizioso progetto del Centro dell'Incisione, una realtà dalle tante anime... Atelier, scuola, spazio espositivo, ma anche punto di ritrovo per un gruppo di amici artisti, sopravvissuto negli anni alle trasformazioni del quartiere: di acqua sotto i ponti ne è passata e, oggi, il Naviglio Grande è considerata una delle dodici strade più belle d'Europa secondo il NY Times; e per il lavoro di conservazione e promozione della cultura milanese Gabriella e Gigi hanno ricevuto nel 2020 l'Ambrogino d'oro.

A rendere unico il Centro dell'Incisione è anche la sede che lo ospita: il Centro ha trovato casa nello scenario poetico di Palazzo Galloni, forse una delle più antiche cascine di città e tra gli edifici più antichi della zona. Sorto agli inizi del Seicento, il complesso era di proprietà dell'omonima famiglia di commercianti e sorgeva a pochi passi dalla Darsena, il porto nato per favorire i commerci sempre più vivaci lungo i corsi d'acqua milanesi. In origine il complesso di Palazzo Galloni era preceduto da un portico a cinque arcate – oggi vi è un'unica apertura che fa da ingresso al Centro – che aveva funzione di deposito merci. La ricca vegetazione che incornicia

il Palazzo è opera sempre del maestro Pedroli: fu l'artista a portare qui negli anni Settanta due piantine di vite del Canada che sono cresciute nel tempo in modo esponenziale e che regalano scatti meravigliosi nel periodo del foliage. Fu appunto nel 1975 che Pedroli, la moglie Gabriella e il loro gruppo di artisti riaprirono al pubblico una parte del pianterreno di Palazzo Galloni e diedero nuova vita a tre stanze affacciate sul cortile interno che ancora oggi accolgono l'archivio, lo spazio espositivo per le mostre e il laboratorio di incisione. Gli inizi non furono tutti rose e fiori poiché il pubblico stentava a frequentare la nuova realtà a causa della precedente fama del luogo, ma l'impegno di Pedroli e degli artisti raccolse nel tempo buoni frutti. Le tante mostre e incontri proposti – in un clima conviviale di pane, salame e Bonarda – nonché le serate di cabaret incuriosirono sempre più gente e tanti diventarono frequentatori abituali del Centro che nel tempo iniziò a proporre corsi di incisione per adulti, bambini e scolaresche e a diventare un importante punto di riferimento per gli artisti che di questa tecnica volevano farne una professione.

E oggi? L'atelier, aperto dal martedì al sabato, porta avanti la tradizione dell'incisione – xilografia, calcografia a bulino, acquaforte – e ogni sabato mattina ci sono corsi aperti al pubblico, dove potreste avere la fortuna di incontrare come insegnante proprio Gigi Pedroli.



Le incisioni dell'artista Gigi Pedroli raccontano in modo fantastico e surreale i personaggi della realtà che lo circonda





Bebo Storti ritratto da  
Andrea Cicalè

## BEBO STORTI

**TESTIMONE SCOMODO.** È su piazza da cinquantacinque anni giocando su diversi registri, comici, satirici, drammatici, riempiendo i teatri e collezionando ruoli di peso al cinema e in TV. La prossima sfida sarà raccontarci la tragedia senza fine dell'amianto

di **PAOLO CRESPI**

**Bebo Storti è uno che non le manda a dire. Anche e soprattutto quando parla di sé e del mestiere dell'attore, che esercita da quando aveva 13 anni. La casa dove ti senti più libero?**

È quella dove ci sono persone intelligenti che fanno cose di cultura, si tratti di teatro, cinema o televisione. Professionalmente sono nato sul palcoscenico, dopo il mio training alla Civica scuola d'arte drammatica nella bellissima ex sede di corso Magenta a Milano, ma in realtà poi ho lavorato tanto per i film e le serie, una cinquantina di titoli in totale. Dunque il teatro, se vogliamo fare una distinzione, è sempre stato per me un luogo dove poter esprimere valori e concetti che altrove è difficile ti lascino enunciare.

**In carriera ti sei sempre mosso fra il registro comico e quello drammatico...**

Sì, perché secondo me un attore è un attore, a prescindere. Se poi sa far ridere o pensare, ha una marcia in più. Personalmente credo sia un erro-

re madornale farsi ingabbiare in una definizione. Molti interpreti italiani sono ancorati a un cliché, ma un attore deve poter fare tutto. Se lo fa con sentimento e passione, il risultato è molto spesso un buon lavoro.

**Parlando dei tuoi colleghi e del lavoro di squadra, com'è nata la forte intesa umana e artistica con Renato Sarti?**

Ci eravamo conosciuti nell'85 al Teatro dell'Elfo, alle prove di *Comedians*, lo spettacolo di Salvatore tratto dal testo di Griffiths che lanciò anche Claudio Bisio, Gigio Alberti, Paolo Rossi, Antonio Catania e Gianni Palladino. Crescendo, mi ha dato molto gusto dar vita, insieme a lui al Teatro della Cooperativa (correva l'anno 1989), con spettacoli iconici come *La nave fantasma*, *Mai morti*, *Santo Beato*. Così come poi recitare con Fabrizio Coniglio i testi di Mario Almerighi su mafia e tangentopoli.

**I tuoi spettacoli teatrali hanno sempre una forte valenza politica. E in una certa stagio-**

# “È un errore madornale farsi ingabbiare in una definizione. Molti interpreti italiani sono ancorati a un cliché, ma un attore deve poter fare tutto”

**ne non hai disdegnato nemmeno l'impegno diretto, associando il tuo nome a quello di alcuni partiti. Come valuti oggi quelle scelte?**

A proposito dei Comunisti Italiani, per cui vent'anni fa fummo candidati io, la grande Margherita Hack e l'astronauta Umberto Guidoni, devo dire che non me ne pento. Era un partito battagliero e io sono sempre stato profondamente, instancabilmente (e a volte inspiegabilmente), comunista e anarchico. Su altre esperienze consentitemi di stendere un velo pietoso.

**Nel tuo curriculum ci sono bei film e bei registi, da Salvatores a Bellocchio, da Albanese a Virzì, ma anche un cinepanettone e spot pubblicitari. Rivendichi tutto?**

Per quanto riguarda gli spot pubblicitari non mi vergogno di nulla, è lavoro. E quando (raramente) un collega ha avuto qualcosa da obiettare, gli ho risposto: domani ti arrivano le mie bollette: me le paghi tu? Di qualche film un po' me ne vergogno. Ma quell'unico cinepanettone lo feci per lavorare con il mio amico Ivano Marescotti, scomparso prematuramente lo scorso anno. E sono contento di avere condiviso con lui quel set.

**Com'è il tuo rapporto con Milano?**

Milano mi piace perché ci sono nato, l'ho vissuta da ragazzino: giocavo a calcio, facevo atletica. Allora ho cominciato a lavorare nello spettacolo, così ora festeggio i 55 anni di impegno indefesso, continuo. Appena diciottenne ho praticamente abitato in pianta stabile nel palazzo delle Stelline di corso Magenta, di fronte a Santa Maria delle Grazie, dove prima della ristrutturazione aveva sede la mitica scuola di teatro fondata da Paolo Grassi e Giorgio Strehler. Poi naturalmente, per lavoro, ho frequentato molto Roma, la seconda città che amo di più in Italia. Da fan dei dialetti, che parlo e studio da sempre, appena posso li infilo nei miei spettacoli. Memorabile, per me, un *Otello* recitato al Piccolo con Renato Sarti, in cui il protagonista era mezzo romano e mezzo milanese. Da tempo, però, mi sono trasferito in un paese alle porte di Bergamo. La mia non è la classica fuga dalla metropoli: l'ho fatto per amore. Ma a Milano, dove c'è mio figlio Pietro, affermato TikTok (si dice così?), torno spesso e volentieri. Ogni volta la trovo un po' migliorata. Credo che Sala sia il sindaco giusto per questa stagione. Per la prossima punto su

Pierfrancesco Majorino, un politico coerente, che stimo molto.

**E poi c'è la Toscana, dove hai qualche ascendenza familiare, sbaglio?**

Macché, mamma e nonni erano stra-milanesi, mentre il babbo era di Carrara, che però è un luogo a parte, un'enclave: guai se provi ad annetterli al Granducato. Naturalmente io adoro la Toscana (a chi non piace?) e il mio conte Ugucione, ad esempio, è nato da una vacanza in quella regione con la mia ex moglie, Cochi Ponzoni e la sua consorte. Un gioco che per fortuna è diventato un lavoro grazie alla Gialappa's, autori al cinquanta per cento – è bene sottolinearlo – dei successi di tutti i comici passati per le loro mani.

**Occasioni in cui ti vedremo prossimamente sugli schermi, piccoli o grandi?**

Tre cose che ho girato usciranno tra dicembre e gennaio-febbraio. Una è la seconda stagione di *The Bad Guy*, la serie diretta da Giuseppe Stasi e Giancarlo Fontana. Un'altra è *Fuochi d'artificio*, sulla Resistenza, girato in Val di Susa, per Raiuno, dalla regista Susanna Nicchiarelli. La terza, infine, è una miniserie TV di Cosimo Alemà, coprodotta da Rai Fiction. Si intitola *Estranei* ed è ambientata in una comunità Sikh tra le più grandi d'Europa.

**Che succede invece sul fronte teatrale?**

Attualmente sono legato al Teatro Della Jutta di Arquata Scrivia, in provincia di Alessandria. Mi hanno aspettato a lungo, per via dei miei impegni nella fiction, ma ora è il momento giusto per mettere in scena con loro il mio spettacolo sui danni alla salute dell'amianto, che debutterà a febbraio-marzo 2025 e sarà in tournée nella stagione successiva. La scrittura di *Non sentirai niente* – come per la malattia che in Italia fa ancora seimila morti l'anno e che per molto tempo, come è noto, rimane asintomatica – è iniziata tre anni fa. È un viaggio nella storia di una piaga sociale voluta, ammessa e minimizzata da imprenditori e politici per motivi di mero profitto fin dalle ultime decadi dell'Ottocento, quando già si conoscevano gli effetti devastanti dell'amianto polverizzato sui polmoni degli operai. Recentemente un dentista mi ha rivelato che tra i materiali utilizzati per le otturazioni, fu utilizzato, per certe sue proprietà chimico-fisiche, anche l'amianto... Ci rendiamo conto?

**Domanda di alleggerimento: il calcio è sempre in cima ai tuoi pensieri?**

Il calcio è una malattia cronica. Ai tempi di Moratti presidente fui uno dei tre a mettere la faccia sui

giornali per la campagna abbonamenti Tira fuori il nerazzurro che c'è in te. Eravamo io, Aldo, Giovanni e Giacomo e Paolo Rossi. Io facevo il tоро. L'esperienza mi portò a frequentare di più San Siro e – ciò che più conta – a far diventare interista mio figlio. Insieme abbiamo vissuto una stagione meravigliosa. Che tra l'altro non è ancora finita, perché la nuova presidenza e l'allenatore Inzaghi ci stanno dando belle soddisfazioni. Mi spiace solo per i miei amici milanesi...

**Al tavolo da gioco sei, mi dicono, un abile giocatore di poker. E nella vita?**

Mi chiedi se uso le tecniche del Texas Hold'em per farmi strada? No, io nella vita non so bleffare. Sono terribilmente sincero. Però tutte le mattine gioco online a Scala 40, Burraco e Earth: mi diverte e soprattutto non mi fa invecchiare e mi aiuta a far funzionare il cervello.

**“Il teatro è sempre stato per me un luogo dove poter esprimere valori e concetti che altrove è difficile ti lascino enunciare”**



Bebo Storti sul set del film *Cha Cha Cha*, 01 Distribution, insieme a Luca Argentero



# MILANO PRIMA “WELLNESS CITY”?

Tra hub polifunzionali e concept olistici che uniscono cure estetiche e medicali, a Milano si moltiplicano i luoghi in cui prendersi cura della persona, a dimostrazione di come il benessere del corpo sia strettamente connesso a quello interiore

Un recente rapporto della Wellness Foundation di Nerio Alessandri fotografa lo stato del benessere dei milanesi, tra tendenze demografiche ed economiche, salute e stili di vita, territorio e infrastrutture. Stando ai dati, Milano risulta essere una delle città tra le più avanzate nel nostro Paese sotto il profilo del wellness, ma deve affrontare una serie di sfide legate all'invecchiamento della popolazione e agli stili di vita scorretti che stanno generando un incremento della spesa sanitaria, oltre a un forte impatto sulla qualità della vita. Milano può davvero diventare una vera e propria città del wellness? A partire da questa considerazione Alessandri ha lanciato l'iniziativa Milano Wellness City 2030, per fare del capoluogo lombardo la prima città del benessere, nell'interesse innanzitutto dei milanesi ma anche dell'intero Paese. Nell'ambito di questo progetto Technogym ha già installato una prima isola outdoor all'interno dei Giardini Indro Montanelli per promuovere il valore dell'esercizio fisico.

La salute delle persone si configura sempre più come un network di protocolli integrati in equilibrio tra sport e bellezza consapevole. Ne danno riprova alcune nuove realtà della cosiddetta wellness economy cittadina.

In pieno centro ha aperto le porte il nuovo Medical Flagship The Longevity Suite con l'obiettivo dichiarato di offrire protocolli personalizzati per accompagnare l'utente in un percorso volto a potenziare la salute con strumenti di diagnostica e check-up di matrice medica implementati dal sapiente ricorso alle più avanzate tecnologie di medicina rigenerativa e di Biohacking. Qui il percorso inizia con un'analisi completa del patrimonio genetico ed epigenetico del cliente, consentendo agli esperti di identificare specifiche predisposizioni legate all'invecchiamento accelerato e unitamente alle criticità dello stile di vita, che si finalizzano in un protocollo sartoriale che include trattamenti anti-age all'avanguardia e farmacologici, piani nutrizionali personalizzati, programmi di allenamento. In questo contesto, un pool di medici, cardiologi, nutrizionisti, dermatologi e chirurghi lavora sinergicamente per rendere l'utente consapevole verso le proprie condizioni di salute in quanto propedeutiche al conseguimento di un benessere

di **MARCO TORCASIO**



## INDIRIZZI

*Medical City Clinic The Longevity Suite - Milano*  
Scala via del Lauro 1  
*Unico Medical* corso Vercelli  
31 *Biologique Recherche*  
*Ambassade Milano* via  
Alessandro Manzoni 16/A

Gli ambienti in equilibrio tra armonia e funzionalità del beauty center Unico Medical, progettati dagli architetti Andres Cordoba e Monica Montabes

“La salute delle persone si configura sempre più come un network di protocolli integrati in equilibrio tra sport e bellezza consapevole. Ne danno riprova alcune nuove realtà della cosiddetta wellness economy cittadina”



La Fitness Room della Medical City Clinic The Longevity Suite – Milano Scala. Foto di Tim Labenda

Sotto. Le cabine di trattamento singole e doppie presso l'Ambassade milanese del brand Biologique Recherche accolgono gli ospiti per un momento rigenerante



psicofisico. Con la sottoscrizione di una membership annuale il cliente viene affiancato in un percorso di Prevention & Care che prevede visite specialistiche e protocolli innovativi, come ozonoterapia, terapia infusione, nutrizione funzionale, idrogenoterapia, crioterapia e tecnologie di mind detox.

In questa nuova realtà anche la medicina estetica cambia il passo: non più una soluzione last minute o una “scorciatoia” per arginare un problema estetico di breve termine, ma un vero e proprio journey strutturato e con il coinvolgimento attivo di chirurghi di primissimo profilo che eseguiranno micro-interventi di body e face rejuvenation al fine di custodire ed esaltare la bellezza preservandone l'aspetto naturale e sano senza stravolgerne l'armonia. Mission sposata dal Centro Polifunzionale Unico che intende affiancare la clientela in percorsi estetici e medicali, elaborando trattamenti personalizzati che combinino le tecniche manuali all'utilizzo di macchinari e tecnologie innovative. Dall'accoglienza alle cabine per i trattamenti, fino alle stanze dedicate alle visite, ogni spazio Unico Medical è studiato per prendersi cura della salute della persona a 360 gradi. Ai protocolli già fruibili in tutti gli altri centri, nella nuova sede di corso Vercelli si aggiungono una serie di trattamenti di medicina estetica, come ad esempio filler, biorivitalizzazione, carbossiterapia.

Dopo Parigi, Los Angeles, Roma e Shanghai, Biologique Recherche ha inaugurato la sua Ambassade anche a Milano, nel cuore del quadrilatero della moda, a pochi passi dal Teatro alla Scala. All'interno di uno palazzo storico, prende vita uno spazio di 250 mq, dotato di quattro cabine, pensato per offrire un'esperienza di trattamento olistica profonda, tra skincare, analisi della pelle, precise manualità di massaggio e trattamenti rigenerativi. A un'ora dalla città poi, fino al 6 gennaio 2025, anche Villa Malakoff – incantevole dimora del XIX secolo recentemente restaurata e immersa nel parco secolare di Villa d'Este – diventa un'inedita casa del benessere: le tre suite si trasformano in cabine attrezzate Biologique Recherche, in cui abbandonarsi a trattamenti beauty (aperti anche agli ospiti esterni) a due passi dal Lago.

Ognuna di queste realtà rappresenta il tassello di un vero e proprio ecosistema del benessere che sta contribuendo a diffondere una nuova cultura orientata ai sani stili di vita e alla prevenzione, e che candida ufficialmente Milano a diventare la prima wellness city d'Italia.



## DIEGO MONTINARO VIVA IL CORTOCIRCUITO

Ha contribuito alla nascita di realtà come Santeria e Radio Raheem. La musica e Milano fanno parte della sua vita. Il cortocircuito, che da sempre ricerca, oggi prova a “generarlo” con Basta Session nella veste di producer

di **ENRICO S. BENINCASA**

**Basta Session è un progetto musicale che ti vede coinvolto in veste di ideatore e produttore. Puoi spiegarci le sue particolarità?**

È un format inedito, che prevede l'incontro in studio di sei artisti in sessione – due produttori, due strumentisti e due voci – per creare una canzone. La particolarità è che chi arriva in studio non sa cosa ha creato chi lo ha preceduto. Tutti partono da zero: arrivano, ascoltano e danno il loro contributo. Visti i tempi ristretti ogni artista ha circa novanta minuti a disposizione. È puro istinto, il risultato è imprevedibile e questo rende il format diverso da tutto quello che c'è in giro. E gli artisti ne sono entusiasti.

**Su quali criteri ti basi per creare la squadra di ogni sessione?**

L'obiettivo è creare il cortocircuito. Cerco di trovare persone che non hanno mai lavorato assieme, soprattutto per quanto riguarda le voci. Poi compongo il team pensando anche alle personalità e all'empatia degli artisti, quest'ultima necessaria per un progetto del genere. Infine c'è il lato artistico: penso a chi mi piacerebbe sentire assieme, per esempio quel tal produttore con quella voce, e Basta può essere il parco giochi ideale per farlo.

**Viste le tue tante esperienze nel mondo della musica, conosci praticamente tutti gli artisti che hanno partecipato alle Basta Session. Quanto aiuta Milano in questo?**

Moltissimo, conosco direttamente buona parte di quelli che ho chiamato e tanti abitano qui. Per ora, comunque, su cinque-sei artisti che partecipano alle Basta Session, almeno uno arriva da fuori.

**Sei stato tra i fondatori e anche direttore artistico del palinsesto musicale di Radio Raheem, che hai lasciato da circa un anno. Che esperienza è stata?**

È stata una bellissima esperienza ed è una realtà con cui sono ancora in ottimi rapporti. Siamo partiti nella primavera del 2017 grazie alla visione di Marco Aimò, con cui ho condiviso anche l'esperienza di Santeria, insieme a Teo Segale, che purtroppo è mancato da poco. Penso sia ancora una delle realtà che riesce a fare comunità, in modo solido e sincero, a Milano e non solo.

**Conosci bene Milano di giorno e soprattutto di notte, che momento sta vivendo oggi il mondo musicale e culturale?**

È un momento particolare. Mi ricordo bene la città negli anni Novanta e che cosa è stata fino al 2012-2014: c'era un forte fermento culturale, un cortocircuito causato da diverse entità, da locali ma anche da luoghi di aggregazione come centri sociali e situazione ibride. Oggi tante medie e piccole realtà nel mondo culturale e musicale fanno fatica a stare in piedi. La città sembra addomesticata da questo punto di vista, mi pare manchi un po' di contro-cultura, la “spinta dal basso”, schiacciata da un si-



Diego Montinaro in un recente ritratto

stema economico che impone ritmi e filosofie non sempre conciliabili con la cultura e la musica, che viaggiano su altri piani e vorrebbero altre regole. In questo, il periodo del Covid è stato un chiaro spartiacque. L'ispirazione e il proliferare di certe scene credo si possano trovare forse maggiormente in provincia.

**Perché sta accadendo questo?**

Un po' credo siano cicli, ma d'istinto direi che Milano corre troppo in nome della retorica di essere più produttivi e di “deliverare” sempre di più... È il nostro amato tardo capitalismo. Questo spesso blocca lo spirito creativo, che per essere coltivato ha bisogno anche di rallentare.

**C'è ancora speranza?**

Certo, finché c'è musica c'è sempre speranza.

**Da dove si riparte?**

La lista di cose da fare è lunga ma, di pancia, da operatore del settore e cittadino, ritengo bisognerebbe lavorare a stretto contatto con il settore scolastico pubblico. Creare un percorso musicale variegato, di alto livello e accessibile a tutti sarebbe vitale. La musica unisce ed è uno dei pochi linguaggi universali, può cambiare la vita di una persona e lo sguardo sul mondo quando si è adulti. Per me è stato così, credo dovrebbe esserlo per tutti.

**Quando uscirà la prossima Basta Session?**

Dovremmo registrarla a metà dicembre e, se tutto gira bene, perché con un format così non si sa mai cosa può succedere, la pubblicheremo verso fine gennaio. Non posso dirti chi ci sarà, ma sarà un bel cortocircuito.

## DOVE RIDE LA CITTÀ

La stand-up comedy conquista tutti: i comici riempiono i teatri, fanno tournée, hanno podcast e programmi televisivi. Ma la comicità continua a vivere anche nei locali. Ecco i posti migliori per andare a sentirla in città

di **CAROLINA SAPORITI**



Un momento della Stand-up Comedy Week presso YellowSquare, ostello di nuova generazione in Porta Romana, in via Lattuada 14

**“Gli incassi della stand-up comedy sono triplicati negli ultimi anni, i comici riempiono i teatri, hanno programmi in TV e sono seguitissimi sui social”**

Se vi sembra che siano tutti pazzi per la stand-up comedy, non vi state sbagliando: lo scorso maggio Bloomberg pubblicava alcuni dati che aiutano a definire la dimensione del fenomeno, anche se riguardano gli Stati Uniti. Gli incassi della stand-up comedy sono quasi triplicati negli ultimi dieci anni, raggiungendo più di 900 milioni di dollari nel 2023, secondo Pollstar. Qui da noi gli stand-up comedian di successo riempiono i teatri, hanno programmi in TV e podcast tra i più ascoltati e sono seguitissimi sui social. Nonostante questo, però, la stand-up continua a vivere anche nei piccoli locali (e per fortuna, perché è quello il suo habitat naturale) essendo una forma d'arte molto democratica: bastano un palco, un microfono e buoni contenuti.

«Già più di dieci anni fa forme di comicità assimilabili alla stand-up facevano parte del panorama comico milanese» racconta Giuseppe Sapienza, “pagliaccio”. «C'erano serate più mainstream, come quelle allo Zelig, e altre più “underground”, come quella del Gruppo Democomica al Cicco Simonetta. Comedy Central, nel 2014, ha usato per primo l'etichetta “stand-up comedy” per le sue serate allo Sloan Square. Un paio d'anni dopo io e Luca Ravenna organizzavamo serate al Teatro Franco Parenti dove sono passati Francesco De Carlo, Edoardo Ferrario, Carmine Del Grosso, Michela Giraud, Stefano Rapone, Daniele Tinti, Nicolò Falcone» tutti nomi oggi molto famosi. Da allora si sono aggiunti altri locali, tra cui Santeria – che oggi ospita le serate di comici anglosassoni facendo il tutto esaurito – il Ghe Pensi Mi e l'Ostello Bello e nel frattempo su YouTube, in TV e sui social proliferavano spettacoli.

E quindi oggi, a Milano, dove si va per ridere? Di sicuro allo YellowSquare, dove a ottobre si è svolta la prima Stand-up Comedy Week (tutta sold out), che alterna comici più affermati ad altri “giovani”, tra le serate *A Cappella* e *Pescato del giorno*, oltre a organizzare laboratori di scrittura comica. C'è poi il già citato Ghe Pensi Mi, dove Edoardo Conforto presenta il *Mercomedi*, ma anche l'Osteria Democratica, con una serata organizzata da Tommaso Adami, il Gené dove Simone Luzi presenta *Non Gené per nessuno*. E le donne? Si stanno prendendo il loro spazio. A Milano è nato il collettivo Patriarcato Mon Amour, di cui fa parte Patrizia Emma Scialpi, che organizza anche altre serate in città, *OK! Il pezzo è giusto!* e *Comedy 2.0*, e sta girando un documentario sui giovani comici e che si intitolerà *La generazione peggiore*. Sono cinque ragazze, più un ospite: «A turno indaghiamo i residui di patriarcato nella società, senza essere troppo didascaliche» e con ironia, perché in fondo è questo l'obiettivo: far vedere le cose anche dal loro lato comico.



# IL RACCONTO DI UNA METAMORFOSI

Per **ISABELLA SASSI FARIAS** la fotografia è uno sguardo pensante sull'architettura. Ne dà dimostrazione il caso SeiMilano, nuovo polo di rigenerazione urbana a dodici fermate dal Duomo

di **PAOLO CRESPI**

È una dei tre fotografi del collettivo Urban Reports (gli altri due sono Alessandro Guida e Davide Curatola Soprana) che a partire dal 2019 hanno frequentato per cinque anni, insieme alla ricercatrice Viviana Rubbo, la zona sud ovest di Milano. Obiettivo: documentare passo per passo la nascita di SeiMilano, nuovo quartiere "mixed-use". Un distretto residenziale, commerciale e direzionale, inserito in un grande parco pubblico alle porte della città e realizzato fra via dei Calchi Taeggi e via Bisceglie dalla società di sviluppo immobiliare Borio Mangiarotti, in collaborazione con Vårde Partners, su progetto dello studio MCA - Mario Cucinella Architects e del celebre paesaggista Michel Desvigne. Il loro lavoro è confluito poi in una bella mostra-racconto dell'innovativo progetto di rigenerazione urbana curata da Benedetta Donato e presentata in ottobre alla Triennale di Milano.

**Migliaia di scatti per raccontare da insider la metamorfosi di una porzione del territorio urbano, da area dismessa a città giardino. Cos'ha significato per lei e i suoi colleghi?**

È stato molto stimolante poter seguire dal giorno uno, nell'arco di ben cinque anni, il sorgere di questo nuovo polo residenziale di Milano: dalla bonifica di un'area di oltre trecentomila metri quadrati alle fondamenta degli edifici, dal tracciato delle strade al disegno di un parco pubblico di sedici ettari. All'inizio, durante i primi sopralluoghi, era difficile riuscire a immaginare come avrebbe preso corpo il progetto di SeiMilano. Perché un con-



to è vedere i disegni e i rendering, tutt'altra cosa è ambientarsi in uno spazio ancora privo di assi e punti di riferimento. Poi pian piano, recandoci sul posto e fotografando ogni tre mesi, tutto è diventato molto più chiaro e familiare. Da architetta sono abituata a leggere i progetti. Ma quando inizi a camminarci dentro, ti rendi conto finalmente dei volumi e degli spazi.

**Quali sono stati i primi elementi che personalmente ha visto e scattato?**

Piattaforme e pilastri, elementi di fondazione che ora, ultimati gli edifici, non sono più rintracciabi-

li, ma che hanno caratterizzato a lungo l'enorme cantiere a cielo aperto di SeiMilano. Il tipo di segnali visibili nell'immagine che avete scelto per la copertina di questo numero di Club Milano. In quel caso, in particolare, mi sono concentrata sulla simmetria dei due pilastri in primo piano e sulla macchia rossa a terra, che mi incuriosiva.

**Tra le tante immagini realizzate, una parte sono ritratti. Chi rappresentano?**

Abbiamo cercato di far emergere l'elemento umano. I progettisti e le maestranze, chi ha contribuito a costruire insieme a loro questo nuovo quartiere che altri abiteranno e che prenderà vita nel rapporto con la quotidianità delle persone che si stanno trasferendo lì.

**Nata a Como, da madre cilena, studi di architettura e fotografia a Venezia, allo Iuav, un Erasmus a Porto. Quale dei suoi maestri è stato determinante nella scelta di essere l'occhio pensante dell'architettura?**

Si può dire che ho seguito le orme di Guido Guidi, il mio mentore e docente di Arti Visive a Venezia. Dopo la laurea ho curato all'Accademia di Architettura di Mendrisio, in Svizzera, la sua mostra La tomba Brion di Carlo Scarpa, il mausoleo dedicato al fondatore dello storico marchio di televiso-

ri Brionvega. A ispirarmi è stata in special modo la sua capacità di trovare ogni volta punti di vista privilegiati per raccontare lo spazio. Nel mio piccolo cerco di riprodurre lo stesso tipo di processo quando affronto una nuova campagna fotografica.

**Quello dei confini dello spazio urbano è un tema che ritorna...**

È vero, l'ho indagato anche lo scorso anno a Crenna, frazione collinare di Gallarate, inglobata nel territorio del comune in provincia di Varese durante gli anni del fascismo, continuando a mantenere però inalterata una propria fisionomia, un'identità autonoma dal resto della città. Anche in questo caso la mia ricognizione si è tradotta in una mostra, allestita in occasione del festival Filosofarti.

**Domanda a bruciapelo: analogico o digitale?**

Come fotografa sono nata con l'analogico, in particolare medio e grande formato. Ora sto usando molto il digitale, anche se soffro un po' il dovermi occupare in toto di ogni aspetto, dalla ripresa alla postproduzione. Affidarsi ad altri bravi artigiani per la stampa delle immagini è un grande risparmio di tempo, oltre che una straordinaria occasione per imparare da loro dedicandosi solo alla propria creatività.

Nella pagina accanto. Isabella Sassi Farias ritratta da Piercarlo Quecchia

Elementi di fondazione dell'enorme cantiere a cielo aperto di SeiMilano



## IL SAPORE DELL'INNOVAZIONE

Sulla volontà continua di rinnovarsi ed evolversi per adattare i propri valori alle trasformazioni del mercato poggia solide basi il successo di Temakinho, raccontato da **FABRIZIO PISCIOTTA**, co-founder e CEO, e **LINDA MAROLI**, founder e consulente del brand



**Come nasce nel 2012 l'idea di aprire una temakeria trait d'union fra i sapori della cucina nikkei e le atmosfere brasiliane?**

La nostra idea è nata in Brasile, quando abbiamo scoperto che San Paolo è la seconda città al mondo per numero di giapponesi, superata solo da Tokyo. Era incredibile passeggiare per le strade di Liberdade, cuore pulsante del quartiere giapponese di San Paolo, e assaporare piatti nati dall'incontro tra due culture così opposte. Al centro della nostra offerta c'è anche l'intrattenimento. Fin dai primi giorni abbiamo voluto che Temakinho fosse più di un ristorante: un luogo di ritrovo in cui lo spirito di festa brasiliano facesse sentire ogni ospite a casa. E ancora oggi continuiamo a proporre una programmazione musicale vivace, con serate di musica live, dj set e selezioni di vinili perché cenare con della buona musica è qualcosa che le persone amano sempre più.

**Com'è cambiata l'offerta dal 2012 a oggi?**

Temakinho ha sempre dimostrato un forte spirito pionieristico e una propensione

all'innovazione. Siamo stati i primi a introdurre il concetto di casual dining legato al sushi in Italia, nonché i primi a proporre il sushi tropicale e siamo stati la prima catena al mondo a essere interamente certificata Friend of the Sea. Oggi abbiamo integrato numerose opzioni plant-based per soddisfare una clientela sempre più diversificata, scegliendo di non produrre pesce sintetico e valorizzare invece le risorse naturali che offrono alternative sostenibili e nutrienti. La sostenibilità è centrale in ogni nostro processo di innovazione.

**Quali novità ci sono su questo fronte?**

Abbiamo da poco sostituito il tradizionale formaggio spalmabile con una crema 100% a base di anacardi che non solo offre caratteristiche organolettiche buonissime, ma ci ha permesso di risparmiare 36.000 kg di CO<sub>2</sub> all'anno. Al centro della carta, il riso si erge come simbolo della nostra filosofia: certificato FSA (Farm Sustainability Assessment), proviene solo da agricoltura italiana sostenibile.

**Quali progetti di sviluppo state coltivando?**

Il progetto più recente è il nuovo menu autunnale, frutto di una ricerca accurata di ingredienti inediti, freschi e di qualità, come i funghi shiitake e jimenji, che portano in tavola sapori ricchi e avvolgenti. A partire dal 2025 poi, prevediamo un'importante espansione sia in Italia che all'estero, con nuove aperture sia a gestione diretta sia in franchising. Il nostro obiettivo è continuare a portare l'esperienza unica di Temakinho in nuove città e paesi, offrendo sempre lo stesso spirito vivace e accogliente che ci contraddistingue.

**IDEE E IDENTITÀ.** Quando questi due elementi si incontrano nasce sempre qualcosa di interessante. Da soli non bastano, naturalmente, ma fanno la differenza. Le idee, soprattutto quelle buone, vanno realizzate e per farlo, oltre a competenza e personalità, è necessaria la preparazione, l'impegno e l'intuito, magari un po' di fortuna. Cosa c'entra tutto questo con i protagonisti delle prossime pagine? Sono tutti interpreti di una favola personale, qualcuno di loro ha realizzato un sogno, qualcun altro ci sta lavorando. C'è anche chi si occupa di far sognare gli altri attraverso la bellezza e chi ancora è alla ricerca del proprio talento. Ma sempre con stile

a cura di **GIULIANO DEIDDA**

foto **LUDOVICA ARCERO**



## GIULIO DOMI

PERFORMANCE CLUB DJ E PRODUCER

“Sono un Dj e Producer che si muove all’interno della scena clubbing milanese e, di conseguenza, presto il mio sound anche a feste e a eventi legati alla moda. Ho sviluppato la mia identità musicale frequentando i club e i festival internazionali, e esibendomi in locali storici come il Bolgia di Bergamo, il Plastic Club e il Redroom di Milano, oltre a club estivi come il Phi Beach in Costa Smeralda. Lo stile dei miei djset, caratterizzato da una tech house percussiva, è sofisticato e non convenzionale. Le mie produzioni hanno un riscontro internazionale, grazie al supporto di maestri come Marco Carola, Stacey Pullen e Waff nei loro set”.

*location*  
piazza Gae Aulenti

Camicia in lana con abbottonatura laterale, pantaloni due pince in panno di lana con coulisse e derby in vitello spazzolato con dettagli in metallo e suola in gomma, tutto **EMPORIO ARMANI**





## ENRICO SERVENTI

LEAD ARCHITECT ETereo

Cardigan in maglia di lana **OUTFIT ITALY**, camicia button-down Royal Oxford in cotone doppio ritorto **XACUS**, pantaloni in lana con coulisse in vita **PIACENZA 1733**, stringate in nabuk con suola in EVA **REFERENC**

“Sono il responsabile del team creativo italiano dello studio di architettura e design Etereo dal 2022, quando è stata aperta la sede di Milano. Fondato nel 2017 a Dubai da Mirko Sala Tenna e Stefania Digregorio con l’obiettivo di portare la cultura dell’arte e dell’architettura italiana in quel mercato, nel 2021 Etereo è tornato in Europa inaugurando una nuova fase artistica, con progetti di collectible design rappresentati da Nilufar Gallery e presentati alla Milano Design Week e al NOMAD Capri. Si tratta di oggetti di design trasformati in opere d’arte, il nostro obiettivo è consolidarsi come punto di riferimento di questa nicchia”.

*location*  
**Etereo** via Mecenate  
76/4A

Overshirt in tessuto tecnico stretch con taschino applicato e camicia button-down in velluto di cotone, tutto **XACUS**, pull a V in maglia di lana **IN THE BOX**, cinquantasche in denim **(+)PEOPLE**, mocassini in pelle pieno fiore spazzolata con suola in cuoio **SEBAGO**

*location*  
**Matthew - Dream Whisky** via Pietro Colletta 17

## FEDERICO MAZZIERI

FOUNDER E GENERAL MANAGER DI MATTHEW WHISKEY

“Il progetto nasce nel 2019, abbiamo cominciato organizzando delle degustazioni, con il sogno di diventare imbottiglieri. Lo scopo di Matthew è quello di proporre la massima qualità possibile con un approccio più sensoriale che tecnico. Ad oggi abbiamo due linee di prodotto, il nostro core range Irish Whiskey e le collezioni di Single Cask, botti di whisky imbottigliate singolarmente che danno vita a prodotti unici e mai replicabili. La continua ricerca dell’eccellenza e il rifiuto di qualsiasi compromesso sono i nostri valori fondamentali”.







## STEFANO SELETTI

DIRETTORE ARTISTICO SELETTI

“Seletti è stata negli anni Settanta la prima azienda a importare prodotti dalla Cina. Quando sono entrato io in azienda, era arrivata la Grande Distribuzione Organizzata per cui è diventato necessario ripensare il modello di business. Il mio progetto è stato creare oggetti quotidiani dall'estetica accattivante da vendere nei concept store, dove quel segmento mancava. Da quel momento è iniziata un'avventura rivoluzionaria, che ci ha portato in seguito all'allineamento vincente con Toiletpaper e alla collaborazione con Marcantonio Raimondi Malerba, i cui design, a cominciare dalle Monkey Lamp, sono i nostri bestseller”.

*location*  
**Seletti Store** corso  
Garibaldi 117

Giubbino in cavallino  
stampato e gilet in  
maglia di mohair,  
tutto **PAUL SMITH**,  
pantaloni due pince  
in lana **GOLDEN**  
**GOOSE**, sneakers Air  
Max 270 React **NIKE X**  
**TRAVIS SCOTT**



*location*  
**Skybar Etereo – Casa  
 Brera piazzetta  
 Maurilio Bossi 2**

Abito monopetto due  
 bottoni in flanella di  
 lana con pantaloni  
 flat front **PAOLONI**,  
 dolcevita in maglia  
 di lana **ALESSANDRO  
 GILLES**

## GIUSEPPE LOSCIALE

GENERAL MANAGER DI CASA BRERA

“Per me Casa Brera è sinonimo di milanesità, contemporaneità ed energia. Nell’hospitality di lusso bisogna saper cogliere le differenze culturali, capire il profilo dei propri clienti e assecondarne i bisogni.

Data la posizione dell’hotel, il 90% dei nostri visitatori è qui in vacanza, con una permanenza media di due giorni. Si tratta per la maggior parte di americani, seguiti da europei (italiani inclusi), mediorientali e orientali. Diverso è il discorso per le nostre proposte food e beverage, infatti i nostri quattro ristoranti, curati da Andrea Berton e Haruo Ichikawa, attraggono soprattutto le persone locali, in particolare a cena”.

Cappotto  
 doppiopetto in  
 lana **MANUEL RITZ**,  
 pull a V in maglia  
 di lana merino e  
 cashmere **FILIPPO DE  
 LAURENTIS**, camicia  
 in popeline di  
 cotone **PAUL SMITH**,  
 pantaloni due pince  
 in lana **BERWICH**,  
 sneakers in pelle  
 con suola in gomma  
**MONOWAY**

*location*  
**21 House of  
 Stories Navigli via  
 Ascanio Sforza 7**

## DAVIDE TARQUINI

MODELLO PER WHY NOT MODELS

“Sono arrivato a Milano due mesi fa dalla provincia di Siena per frequentare la facoltà di Ingegneria Fisica al Politecnico. L’ho scelta perché lascia aperta la strada a diverse specializzazioni, in questo modo ho il tempo di capire quali sono le mie attitudini. L’attività di modello invece è iniziata da tempo, faccio parte dell’agenzia Why Not ormai da due anni. In realtà ho cominciato da piccolissimo, durante un periodo in cui abitavo a Bologna, anche se strillavo sempre sul set. A parte i miei esordi, da quando mi sono trasferito sto lavorando per brand importanti, da Bottega Veneta a Loro Piana, passando per Dolce&Gabbana”.





# UNA MAGIA POP

La mostra *Elio Fiorucci* di Triennale Milano è un doveroso tributo a un personaggio unico, che a partire dagli anni Sessanta ha contribuito a rivoluzionare il costume, la moda e l'arte contemporanea in Italia e non solo

di GIULIANO DEIDDA



Ci sono posti che fanno star bene. Il negozio Fiorucci in Galleria Passerella a Milano faceva decisamente parte di questa categoria. Dal 1967, quando ha inaugurato, al 2003, quando ha lasciato il posto al primo H&M italiano, lo store è stato uno dei punti di riferimento della cultura pop giovanile per svariate generazioni. Varcare quella soglia significava passare dal centro di Milano al centro del mondo, tutto ciò che un ragazzo potesse desiderare era lì e solo lì, moda, accessori, gadget, dischi, riviste e libri. Si aveva la sensazione di potersi imbattere da un momento all'altro in Keith Haring, Madonna, Andy Warhol o Debbie Harry. Non era un negozio, era davvero un punto d'incontro, ci si dava appuntamento al suo interno, del resto si trovava proprio di fronte all'uscita della metropolitana di San Babila.

Questa magia rivive oggi, almeno fino al 16 marzo, negli spazi di Triennale Milano grazie alla mostra *Elio Fiorucci*, dedicata alla vita e al mondo del poliedrico innovatore scomparso nel 2015. Si tratta della più grande e ricca esposizione dedicata a questo imprenditore, cool hunter e fondatore dell'omonimo marchio, che lo scorso settembre ha inaugurato un nuovo corso, con una sfilata proprio in Triennale. Si può considerare un doveroso tributo a un personaggio unico, che a partire dagli anni Sessanta ha contribuito a rivoluzionare il costume, la moda e l'arte contemporanea in Italia, regalando a Milano quella sensibilità internazionale che anco-

ra è un vanto del capoluogo. Come afferma Stefano Boeri, presidente di Triennale Milano: «Abbiamo voluto riempire, proprio qui, dove il fenomeno Fiorucci è nato ed esploso, il vuoto di una formidabile amnesia. Milano, grazie a Fiorucci, è stata infatti per almeno due decenni uno dei magneti delle idee più avanzate della cultura giovanile internazionale e la culla delle contaminazioni più fertili e audaci non solo tra moda, design, arte visiva e pubblicità, ma anche tra cultura e commercio. Invadendo di colori e forme la Milano cupa degli anni Settanta e poi esportando la sua cometa cromatica nel mondo, Elio Fiorucci ha dato alla sua città il regalo di un primato nella creatività internazionale». Curata da Judith Clark, docente di moda e museologia presso la University of the Arts di Londra, con progetto di allestimento di Fabio Cherstich, regista e scenografo di teatro e Opera, la mostra si propone come una retrospettiva dal chiaro intento biografico, che include le vicende umane, imprenditoriali e culturali di Elio Fiorucci, portando uno sguardo nuovo sulla sua figura, attraverso un susseguirsi cronologico sia di materiali provenienti dal suo archivio personale che di prodotti industriali, in modo da raccontare al meglio la sua in-

confondibile estetica.

Il linguaggio scelto è estremamente teatrale, come spiega Cherstich all'interno del catalogo della mostra, edito da Electa: «La mia idea di installazione è ispirata a un impianto teatrale, il più consono a esprimere questa doppia anima, narrativa e visionaria, che ha pervaso il lavoro di Fiorucci. Per questo motivo c'è un sipario, soglia teatrale per eccellenza, che accoglie il pubblico anche come dichiarazione d'intenti: quello a cui stiamo per accedere non è una restituzione museale in senso statico, ma un movimento che chiede al pubblico di entrare nel vivo». I visitatori sono accompagnati in questo percorso dalla voce dello stesso Elio Fiorucci. Una serie di registrazioni inedite, frutto di una lunga conversazione con la giornalista Alessandra Albarello, nella quale il creativo, a ottant'anni, affidava i suoi ricordi ai posteri. La mostra è così disseminata di apparecchi dai quali è possibile ascoltare le sue parole, registratori a cassetta, Revox e telefoni vintage. Superato il sipario, la storia comincia dall'inizio, ovvero un'aula scolastica, dove immaginare il piccolo Elio che compone un tema, trovato in archivio e presente nella mostra, nel quale descrive il proprio futuro:



“La mostra è disseminata di apparecchi dai quali è possibile ascoltare le sue parole, registratori a cassetta, Revox e telefoni vintage”

Nella pagina accanto e a sinistra. Immagini dell'allestimento della mostra *Elio Fiorucci*. Foto di Delfino Sisto Legnani - DSL Studio. Courtesy Triennale Milano





Sopra. Immagine dell'allestimento della mostra *Elio Fiorucci*. Foto di Delfino Sisto Legnani - DSL Studio. Courtesy Triennale Milano

Sotto. Giacca di pelle rossa con frange, Fiorucci, 1979. Foto di Gianluca Di Ioia. Courtesy Triennale Milano e Archivio Franco Marabelli. Studio e ricerca Elio Fiorucci



“Io desidererei poter avere nella mia vita (...) un commercio ad esempio, con tutte le sue soddisfazioni per gli affari ben riusciti e tutte le apprensioni per quelli incerti. (...) Un commerciante riuscito è senza dubbio anche un uomo perfetto. Si mette alla prova in tutte le sue capacità”. L’installazione presenta al posto della lavagna un’enorme finestra, dalla quale ammirare lo svilupparsi della mostra, ovvero della vita e delle opere caleidoscopiche di Fiorucci. È proprio in questo punto dell’esposizione che si prova la stessa sensazione di quando si varcava la soglia di Galleria Passarella. Le grafiche e l’ironia provocatoria sono infatti elementi centrali dell’esposizione, dosati nel tipico rigoroso disordine eccentrico, attraverso una molteplicità di media, documenti e opere, dalla scala della polaroid all’installazione ambientale, passando per fotografie, plastici di architettura, opere d’arte contemporanea e, naturalmente, abiti e accessori, con una grande citazione dei suoi negozi e delle sue vetrine. Il dinamismo della mostra è accentuato da una sequenza di video estremamente d’impatto, «realizzati da Mammafotogramma, un collettivo di artisti con cui sono solito lavorare, che ha animato, riletto e reinterpretato le grafiche e le campagne di Fiorucci in un divertissement visivo che è disseminato per tutta la mostra, a riprova del fatto che Fiorucci è ancora generativo, può ancora moltiplicarsi nell’ispirare nuove creatività» continua Fabio Cherstich, progettista dell’allestimento, nel testo del catalogo. Oltre al volume, la mostra è supportata da un album, *Il giro del mondo per Elio Fiorucci. Gli album di Mirella Clemencigh*, a cura di Judith Clark con Adelita Husni-Bey, che include un’introduzione all’immaginario di Fiorucci.



# PREMIATA



# L'HERITAGE INCONTRA IL FUTURO.

Il debutto di TRC, il marchio fondato da **ALBERTO CANDIANI**, presidente di Candiani Denim, è stato uno degli highlights dell'edizione di giugno di Pitti Uomo. È lui stesso a raccontarci il progetto, realizzato in collaborazione con Grassi 1925

di **GIULIANO DEIDDA**

## Come è nato il progetto TRC?

Da un istinto industriale, dal desiderio di chiudere un cerchio, dalla voglia di fare, da un heritage workwear e da un futuro sostenibile. Nasce da un mio sogno, talvolta represso dalle restrizioni legate al non poter creare un proprio marchio per non rischiare di creare competizione con i nostri clienti. Il progetto è rimasto chiuso in un cassetto per qualche anno e poi è stato liberato grazie a una telefonata con Roberto Grassi (presidente di Grassi S.p.a., *NdR*) nel mezzo della pandemia, quando tanti imprenditori hanno avuto tempo di sognare e progettare, per poi finalmente fare, unico verbo che abbia senso nel mio vocabolario. Grassi 1925 e Candiani si conoscono da sempre, letteralmente. Mio bisnonno aveva a che fare con loro nel dopoguerra, ai tempi eravamo anche concorrenti. Poi hanno intrapreso due strade completamente diverse, Candiani ha abbandonato il workwear negli anni Ottanta mentre Grassi si è allontanato dal tessile cotoniero per specializzarsi nella confezione. Questo ci rende oggi totalmente complementari e permette a TRC di trarre massimo vantaggio dal know-how di entrambe le aziende.

**Che novità porta il brand sul mercato rispet-**

## to alla concorrenza?

Si tratta di una collezione realizzata con materiali innovativi, sostenibili e circolari. Il design è funzionale e creativo, la confezione tecnica e precisa, l'estetica è davvero unica, futurista e quasi brutalista, ma rispettosa del passato, di quell'heritage workwear da cui attingiamo aspetti tecnici e funzionali appunto. Inoltre offriamo di una qualità elevatissima a prezzi sufficientemente accessibili, questa oggi forse torna a essere una novità.

## Quali sono gli highlights della collezione?

Sicuramente la sezione Mineral, una sorta di capsule costruita attorno a un tessuto venuto dal futuro, composto da ingredienti altamente innovativi e sostenibili, basati su minerali: il basalto, contenuto nei principi di agricoltura rigenerativa da cui otteniamo un cotone speciale, con fibra lunga e alta tenacità; lo zolfo delle tinture biosintetiche ottenute da elementi naturali e infine il grafene applicato sulla superficie, in grado di garantire un effetto termoregolatore e antimicrobico.

**Avete scelto Pitti Uomo per il lancio lo scorso giugno. Come è andata? TRC tornerà a Firenze a gennaio?**

Il lancio di dello scorso giugno a Pitti ha generato

un incredibile interesse che ora stiamo strutturando nell'offerta, nella rete vendita, nell'imminente lancio del nostro sito e della piattaforma e-commerce. Ci saremo anche a gennaio 2025 con quella che a tutti gli effetti è la prima vera collezione TRC.

## Chi è il destinatario di TRC?

Si tratta di uomini, tra i 20 e i 50 anni, un target ampio e pertanto inclusivo, ma ci infiliamo in una nicchia di mercato in cui non serve essere per forza giovani e nemmeno con portafogli così maturi. Il nostro cliente è certamente urbano, dinamico e anticonformista.

## Come è distribuito il brand?

La distribuzione è gestita dallo showroom Marco na3 a Milano, che si occupa di molti territori, oltre che da agenti e distributori locali. Nel 2025 TRC sarà presente in oltre trenta Paesi.

**A breve inaugurerete il nuovo spazio in piazza Mentana, che sarà l'epicentro del marchio, ma non solo. Cosa ci può anticipare?**

Si chiamerà Candiani Corner, completerà l'adiacente Candiani Custom, dove realizziamo jeans su misura, con un'offerta ready made, collaborazioni e progetti speciali suddivisi in corner. Tra questi TRC sarà il protagonista assoluto.



A sinistra Alberto Candiani, fondatore di TRC e presidente di Candiani Denim



A destra Party per il lancio di TRC nel nuovo spazio di piazza Mentana 3

## Da dove nasce la passione del gruppo Candiani per questa piazza?

Dagli aperitivi al chiosco naturalmente.

**Avete annunciato una collaborazione tra TRC e The Bloody Beetroots. In cosa consisterà questa contaminazione tra moda e musica?**

Da sempre credo che moda e musica vivano su linee che corrono quasi parallele e si intersecano solo quando incontrano una sottocultura. Purtroppo quest'ultima viene normalmente riconosciuta tardivamente, quando si è manifestata nei suoi canoni valoriali ed estetici. TRC e The Bloody Beetroots nei propri relativi ambiti rappresentano elementi di rottura con il mainstream, amano la sperimentazione e l'avanguardia. Viviamo in un mondo in cui gli interessi di alcune community si manifestano e convergono in questa direzione sotto forma di appartenenza, immediatamente riconoscibili dalla propria estetica e che necessitano di una colonna sonora.

## Quali sono i prossimi passi?

Certamente il lancio dell'e-commerce e della capsule Mineral, con il suo spazio dedicato all'interno del Candiani Corner di Piazza Mentana, che inaugurerà all'inizio di dicembre.

## UN INVERNO DI CLASSE

Con lo scopo di ridurre l'utilizzo delle fibre sintetiche, K-Way arricchisce la collezione invernale di capispalla con delle proposte realizzate in lana merino, certificata Woolmark. Sono due i modelli in questione, un bomber da uomo e un cappotto lungo unisex, caratterizzati da qualità e performance. La lana merino è infatti naturale, rinnovabile, biodegradabile e riciclabile. La sua resistenza, leggerezza e traspirabilità ne fanno la fibra ideale per tutte le stagioni. Il bomber è caratterizzato dalla zip centrale nei colori tipici del marchio e da un cappuccio integrato a contrasto, caratteristico dettaglio di stile sportivo e funzionale. Il cappotto è dotato di cintura e cappuccio integrato, arricchito da un interno a contrasto in un connubio tra eleganza tradizionale e urbanwear. Lanciata il 21 novembre, la capsule è disponibile in Italia, Francia, Benelux, Giappone e Corea del Sud. La collaborazione tra K-Way e Woolmark rafforza l'impegno a lungo termine del brand verso l'innovazione nell'utilizzo di tessuti tecnici. Si tratta di un connubio che si fonda su valori condivisi, con l'obiettivo di offrire prodotti eccezionali che uniscono estetica e funzionalità.



## NON SOLO PIUMINI

Troviamo una versione invernale dell'Harrington jacket tra le proposte della nuova collezione Canadian. Nonostante l'aspetto light, questo giubbino in panno di lana è adatto a proteggere dai primi freddi, grazie all'imbottitura di poliestere al 100%. La chiusura del collo con bottoni a pressione garantisce un'efficace protezione contro il vento, come i polsini e il bordo sul fondo in maglia stretch. Questo classico dello stile metropolitano, estremamente versatile, è disponibile in verde oliva o nel classico blu navy.



## BRITALIAN STYLE

Quello di Manuel Ritz può definirsi uno stile college all'italiana. Le influenze anglosassoni sono infatti filtrate nelle collezioni del marchio da un gusto ironico tutto nostrano. Le calzature del brand sintetizzano al meglio questo spirito. Si tratta infatti di una selezione di sneakers dal design essenziale, con richiami rétro ma non troppo, in equilibrio tra street e bon ton, che poi è la quintessenza dello stile preppy appunto. Tutte realizzate in pelle, sono disponibili in diverse varianti, monocromatiche, o arricchite da dettagli colorati.



## TIME OUT

La qualità dei pantaloni Berwich è indiscutibile e si riconosce dai dettagli artigianali. Una delle novità di questa stagione è il focus sul glamour delle occasioni speciali, con una capsule dedicata, composta da sette proposte pensate per gli eventi serali e i red carpet, in una palette cromatica classica. Sono classici anche i modelli, flat front o doppia pince, dalle linee ampie e morbide, declinati in materiali deluxe, come il cotone smerigliato e la flanella di lana cardata.







## RIGORE E STILE SWISS MADE

Gli orologi della linea Black Bay di Tudor sono immediatamente riconoscibili per l'elegante combinazione di elementi estetici tradizionali con l'arte orologiera contemporanea. Il nuovissimo Black Bay 58 GMT non fa eccezione, con la sua cassa di 39 mm di diametro e la lunetta bidirezionale dalle calde tonalità bordeaux, nere e dorate. Il nome fa riferimento all'anno del primo orologio subacqueo di Tudor impermeabile fino a 200 metri. La stessa cassa si ispira all'estetica di questo famoso modello storico, mantenendo le proporzioni degli anni Cinquanta. L'orologio si aggiunge all'elenco dei modelli che hanno superato il protocollo di test della certificazione Master Chronometer, rilasciata da un ente federale svizzero, il METAS, un organismo indipendente.

*foto H2O*

Black Bay 58  
GMT Calibro  
di Manifattura  
MT5450-U, certificato  
dal COSC e dal  
METAS, con cassa  
in acciaio, lunetta  
girevole bidirezionale,  
quadrante bombato,  
con indici delle ore  
applicati, e bracciale  
rivettato a tre maglie  
in acciaio **TUDOR**



Coco Chanel sosteneva che il rossetto rosso avesse un potere taumaturgico, del resto secondo la cromoterapia i colori hanno specifiche proprietà con effetti su corpo e mente. È innegabile che con l'arrivo delle temperature rigide l'umore abbia bisogno di una sferzata di energia, quando i colori della natura tipici dell'estate sono ormai svaniti, lasciando il posto al cielo plumbeo della città. I colori possono influire in molti modi nella vita di tutti i giorni, su-

La moda sembra rispondere con opzioni cromatiche decise all'arrivo del freddo, perché è adesso che c'è bisogno di una sferzata di energia e, secondo diverse teorie, i colori possono essere d'aiuto

## Bold Colour Choice

di **MONICA CODEGONI BESSI**



Sulla passerella di K-Way R&D si sovrappongono due capispalla impermeabili su pantaloni corti e ghette in nylon

scitando emozioni e incoraggiando decisioni. Non è solo una questione di estetica, design e armocromia, le scelte cromatiche sono in grado di influenzare la nostra psiche. La moda è consapevole di questo, in un momento storico in cui c'è bisogno di allontanare i pensieri cupi. Forse per questo nelle collezioni maschili per l'autunno inverno ci si è concentrati sui cromatismi, alternando proposte tradizionali a altre più energetiche e nostalgiche. Da qui total look caratterizzati da colori pieni, ultra saturi e vividi. Per Homme Plissé Issey Miyake, per esempio, la palette cromatica racconta la joie de vivre del marchio e si manifesta in arcobaleni pittorici, sfumature tono su tono e total look d'impatto in rosso, verde o addirittura marrone. Le tonalità sature sono le protagoniste della tavolozza utilizzata nelle sperimentazioni cromatiche di Pharrell Williams per Louis Vuitton, di Olivier Rousteing per Balmain e di S.S. Daley, giovane talento della moda britannica, guest designer di Pitti Uomo 105. Se il blu ha un effetto calmante e il rosso energizzante, allora il verde svolge un'azione di riequilibrio e di benessere. È proprio sui colori primari che K-Way R&D punta in questa stagione, proponendo look totalmente monocromatici, spaziando dall'intensità del rosso a quella del blu, passando per la luminosità del bianco e approdando alla tonalità rassicurante del verde, che abbandona ogni ispirazione militare (un chiaro messaggio?) e diventa highlight di stagione. Il colore si dimostra adatto a una declinazione fluida dello stile, contaminando il formale con lo sportswear, con camicie e cravatte portate sotto capispalla dal mood urbano, mentre i pantaloni classici dalla vestibilità morbida cedono la scena a quelli al ginocchio, abbandonando qualsiasi timore meteorologico, in nome dello stile.

Il verde regala tranquillità e abbandona ogni ispirazione army



### CANADIAN

Piumino con cappuccio reversibile in nylon lucido trapuntato con imbottitura in poliestere



### NOSKRA

Pantaloni oversize in nylon trasformabili in bermuda o gonna grazie ai bottoni a pressione



### XACUS

Camicia in twill di cotone tinta in capo, con bottoni a pressione e tasche con pattina



### FENDI

Baguette Soft Trunk Selleria in Cuoio Romano con 253 impunture Selleria a mano e tracolla in pelle



### P448

Sneakers con tomaia ripstop di nylon water resistant e dettagli in suede con suola in gomma



# Dal passato all'avanguardia

di STEFANO AMPOLLINI

L'ultimo restyling, a dieci anni dal debutto sul mercato, ha reso ancor più elegante e tecnologica la Volvo XC90. Novità importanti riguardano l'abitacolo, che ora viaggia all'insegna del comfort e del lusso verso l'elettrificazione completa

La XC90 è un modello iconico della casa automobilistica Volvo Cars, un'auto che ha già conquistato molti premi e il cuore degli automobilisti. Con aggiornamenti stilistici ed evoluzioni tecnologiche significative, questo SUV a sette posti si presenta oggi come un simbolo di eccellenza, sicurezza, lusso e sostenibilità. Oltre a offrire nuovi livelli di comfort, la XC90 si distingue per la sua anima ibrida plug-in, una soluzione che coniuga l'efficienza di un motore elettrico con la potenza di un motore a benzina. Con oltre 70 chilometri di autonomia in modalità completamente elettrica, secondo il ciclo WLTP, questa vettura si dimostra ideale per chi desidera affrontare gli spostamenti quotidiani senza emissioni. I dati raccolti da Volvo mostrano infatti come la metà della distanza percorsa dai più recenti modelli ibridi plug-in del marchio avvenga con alimentazione esclusivamente elettrica, confermando il valore di questa soluzione per gli automobilisti moderni. Tuttavia, la versatilità della XC90 non si limita all'efficienza elettrica: per i viaggi più lunghi, il motore a benzina interviene per garantire un'autonomia complessiva



di oltre 800 chilometri. Inoltre, è possibile sfruttare la potenza combinata dei due motori per una trazione integrale sempre pronta e stabile, anche quando il terreno diventa accidentato.

L'aspetto esterno della XC90 presenta una silhouette che enfatizza il suo carattere deciso e sicuro, mantenendo però la raffinatezza che contraddistingue i veicoli del marchio svedese. I dettagli stilistici riflettono la transizione di Volvo verso la completa elettrificazione, un percorso intrapreso con decisione negli ultimi anni. Ma il cuore delle innovazioni risiede nell'abitacolo: la XC90 integra l'ultima versione dell'interfaccia uomo-macchina introdotta sui modelli EX90 ed EX30. Un grande schermo touch centrale ad alta risoluzione rende la gestione delle funzioni ancora più semplice ed efficace, mentre gli aggiornamenti software over-the-air assicurano che il sistema sia sempre al passo con le ultime tecnologie disponibili. Anche il design interno è stato rivisto, con linee più orizzontali, materiali riciclati di alta qualità e una nuova illuminazione che crea un'atmosfera raffinata, soprattutto nelle ore notturne. Grazie all'ottimizzazione dello spazio nella console centrale, è stato ricavato ulteriore spazio di stivaggio, migliorando la praticità per chi viaggia. Accanto alla XC90, le varianti mild-hybrid B5 e B6 offrono opzioni alternative per chi desidera una riduzione significativa delle emissioni e dei consumi senza rinunciare a un'esperienza di guida premium. Con una batteria da 48 volt e un generatore integrato, queste versioni riducono il consumo di carburante fino al 15%, rappresentando un ponte verso la completa elettrificazione. Anche dal punto di vista della sicurezza, la XC90 si conferma tra le auto migliori in circolazione. Dotata di sistemi avanzati come radar e telecamere anteriori, il veicolo è in grado di rilevare eventuali rischi, intervenendo per evitare collisioni con altri veicoli, pedoni, ciclisti o animali di grandi dimensioni. Questi dispositivi di sicurezza attiva si aggiungono a una struttura estremamente robusta, concepita e progettata per proteggere guidatore e passeggeri in ogni situazione.



## IL SUONO DELL'ECCELLENZA.

L'attenzione ai dettagli della XC90 include un isolamento acustico potenziato, che riduce i rumori esterni, rendendo i viaggi un'esperienza di puro relax. Per gli appassionati di musica, l'opzionale sistema audio Bowers & Wilkins offre una qualità sonora "da concerto".

Nella pagina accanto. Gli esterni della nuova Volvo XC90

Sopra. L'abitacolo interno riprogettato mostra un'interfaccia con schermo touch ad alta risoluzione

Nell'interior design autenticamente asiatico c'è sempre un tocco zen, quasi meditativo. E poi via libera a manufatti artigianali, madie decorate, lanterne di carta e (tante) piante indoor

## Intramontabile ispirazione asiatica

di **MARZIA NICOLINI**

Esprime armonia e leggerezza la testiera in rattan Colette. Con angoli arrotondati, è progettata per letti matrimoniali di grandi dimensioni. Di Tikamoon



Dettagli artigianali si fanno notare qua e là, accompagnati da piante lussureggianti, luci soffuse e un generale senso di ordine. È questo il fascino delle abitazioni asiatiche celebrate da *Living in Asia. Le dimore più eccezionali di oggi in Asia*, nuovo volume fotografico di Taschen nonché viaggio esplorativo attraverso culture e tradizioni asiatiche che hanno ispirato generazioni di designer e architetti in tutto il mondo. Ma come tradurre le suggestioni dell'interior design made in Asia in spazi abitativi di uso quotidiano? Per un tocco d'Oriente tra le mura di casa, si a dipinti e stoffe con motivi di dragoni e fenici, senza dimenticare leggeri paraventi con disegni di animali e natura. Non solo questi elementi sono perfetti per separare gli ambienti del classico open space, ma aggiungono immediatamente carattere e profondità. Ben vengano anche madie e mobiletti laccati.

La Thailandia conquista con mobili in legno di teak con intarsi di rara bellezza. Letti e divani si arricchiscono con rivestimenti in seta e cotone tinti a mano, tra arredi in rattan o bambù abbinati a piante rigogliose e statuette artigianali. C'è poi lo Sri Lanka, che incanta con il suo mix di influenze coloniali, evidenti nelle ville signorili del posto, in grado di fondere architettura inglese e portoghese con elementi costruttivi locali. Lo stile abitativo singalese è sofisticato e sobrio, caratterizzato da dettagli eleganti come sedie plantation e pavimenti in piastrelle cementine dai colori tenui. Quanto alla lezione abitativa giapponese, la parola chiave è soltanto una: minimalismo. Incorporare elementi di arredo in stile nipponico significa puntare senza esitazioni sulla semplicità e sull'armonia degli spazi, sapendo che ogni oggetto ha una funzione precisa e che vige il divieto assoluto di sovraffollare la casa. Scegliete mobili dalle linee essenziali in legno naturale, preferibilmente bassi e mini size, come un tavolino o una piccola panca. Aggiungete tatami e futon in tonalità neutre e posizionate con cura su mensole e libreria ceramiche artigianali e piante in vaso. Come ben sintetizza Tadao Ando, archistar giapponese, "L'architettura deve essere un luogo di pace e riflessione, dove la luce e la natura interagiscono in armonia".

## Incorporare arredi materici e colori del tipico Asian Style tra le mura di casa



### ALISEO

Paravento disegnato da Mario Corti con struttura in multistrato di faggio ricoperta con poliuretano e rivestimento in tessuto. Di Black Tie



### IZAPA ROCKING CHAIR

Sedia a dondolo di Masaya in legno di teak e seduta di corda di poliestere intrecciata a mano



### AKARI 24N

Lampada Vitra da tavolo in carta giapponese. Una creazione del designer e scultore Isamu Noguchi



### MELLOW DAYBED

Dormeuse in legno massello disegnata da studio Formstelle per Zeitraum. Disponibile in varie finiture



### PEONY PLAY

Madia di Mineheart con ante a battente dai chiari riferimenti artistici cinesi. Disegnata da Jacky Tsai



# Hi-tech è più bello

di MARCO TORCASIO

Bellezza e tecnologia si incontrano per promuovere un approccio smart alla cura di sé, sospinto dalle esigenze di un pubblico iperconnesso, che ricerca velocità e performance anche quando si tratta di estetica



Le nuove tecnologie hanno cambiato il modo di connetterci e comunicare, hanno amplificato desideri e attenzioni, reso più sfocati i confini tra virtuale e reale cambiando anche il concetto di bellezza. Nel comparto beauty – come nell'eyewear e nel techwear – le nuove tecnologie hanno potuto trasformarsi in driver importanti per lo sviluppo e la creazione di nuovi accessori e, se consideriamo che l'interesse degli uomini per quanto riguarda bellezza e grooming è ai suoi massimi storici, il risultato è presto detto: possedere almeno un dispositivo beauty hi-tech oggi è uno status symbol. Funzionalità, design e performance sono comune denominatore ad esempio di tutti quegli strumenti da rasatura ibridi, che radono, regolano e rifiniscono la barba di qualsiasi lunghezza e permettono di mantenere il proprio look curato in maniera semplice e veloce. Sia su pelle asciutta che bagnata, con o senza schiuma, anche sotto la doccia.

Ad aver tracciato la strada negli anni nel campo della health technology è stato Foreo, pioniere svedese del beauty che ha di recente introdotto nel suo portfolio il marchio Faq Swiss, ideatore di dispositivi per i trattamenti anti-età di livello professionale da usare però nella comodità di casa propria. Molto popolare in rete è la nuova generazione di maschere viso a led ultraleggera, wireless, realizzate in silicone flessibile e ad altissima performance: otto diverse lunghezze d'onda e ben cinquecento replicatori consentono alla luce led di penetrare uniformemente nella pelle per intervenire sui segni dell'invecchiamento e – skill non da poco – lenire la pelle de-

Faq 202, maschera viso anti-age con terapia a luci led, dotata di fascia in silicone antiscivolo dietro alla nuca e di un'ampia e sicura apertura attorno agli occhi

gli uomini che sperimentano bruciature da rasoio e sensibilità after shave.

A subire il fascino dell'innovazione tecnologica non ci sono soltanto grooming e skincare, anche l'orale ha la sua case-history di riferimento. MyVariations, brand francese dedicato all'igiene orale, ha fatto degli spazzolini elettrici a tecnologia sonora il suo marchio di riconoscimento. La startup, nata nel 2020, ha raggiunto in pochissimo tempo numeri incredibili: è posizionata come numero uno nelle vendite di spazzolini sonici su Amazon in Francia. La tecnologia che contraddistingue questa linea di dispositivi è ancora poco conosciuta, ma è considerata dai 500.000 utenti di MyVariations meno aggressiva rispetto a quella degli spazzolini elettrici a cui siamo abituati: è molto più delicata per i denti, rispetta lo smalto e le gengive, pur eliminando la placca in profondità. Si basa su vibrazioni che creano microbolle d'acqua in grado di arrivare a pulire anche gli spazi interdentali, ottenendo il 45% di placca in meno rispetto a uno spazzolino manuale, gengive più sane e meno stressate. Un successo che, dopo la Francia, ora guarda all'Europa puntando all'Italia.

**GROOMING AVANZATO.** Grazie alla tecnologia AI, Philips Shaver Serie 9000 è tra i rasoi più intelligenti di sempre. Il sistema di rasatura Lift & Cut solleva i peli tagliandoli alla radice con precisione senza che le lame tocchino la pelle, mentre il sensore Pressure Guard monitora la pressione esercitata in tempo reale e attiva un segnale luminoso nel caso sia troppa o troppo poca, così da garantire delicatezza e una rasatura ottimale.



Sopra. Rasoio Philips Shaver Serie 9000

Sotto. MyVariations nelle varianti di colore bianco, nero e rosa

Allegra follia collettiva? No, è solo il volto pop di Tokyo, città sorprendente per gli occidentali, dove i personaggi di manga e anime incarnano le virtù (e i difetti) tradizionali del Giappone. Un mondo di fantasia in cui trovare la propria comfort zone

testo e foto **MARCO RESTELLI**

## Il Giappone ha un cuore a fumetti. Psichedelici

**MARCO RESTELLI**, una laurea in Lingua e Letteratura Hindi all'Università Ca' Foscari di Venezia e due professioni l'hanno portato in giro per i mille Orienti: come giornalista per scrivere reportage e come guida culturale per viaggiatori curiosi. È autore di libri e di insegnamenti universitari. Sull'Asia, ça va sans dire.



Insegne al neon e cartelloni luminosi nel quartiere di Akihabara, Tokyo





**EPICENTRI AVVENIRISTICI.** Akihabara è la “electric town” di Tokyo, dove otaku matti per i videogiochi e cosplay trovano il loro Eden in ipermercati come Akihabara Radio Kaikan e Akiba Culture Zone. A Odaiba, isola artificiale nella baia di Tokyo, si ammira il Gundam versione Unicorn alto quasi 20 metri: alle spalle della tecno-statua c’è un centro commerciale con i videogame dedicati. E in zona Shibuya si vedono i cortei più allegri del mondo: file di go-kart che circolano guidati da turisti vestiti da conigli rosa o come personaggi famosi tipo Super Mario. Non mancano neanche le agenzie di servizi per aspiranti cosplay: forniscono costume, trucco eccetera. Per 24 ore Jpop.



Nella pagina accanto. L'imponente riproduzione del Gundam Unicorn RX-0, di fronte all'ingresso del Diver City di Odaiba

Sotto. Il tempio buddista Shojoshin-in, nella cittadina di Kōyasan, è circondato da meravigliosi giardini zen

Sopra. Ragazze asiatiche in abiti tradizionali giapponesi



## “Anche un battagliero broker di Borsa può aver bisogno di abbracciare un tenero antistress di peluche”

State guardando una ragazza con una gonnellina a pieghe da studentessa e una spada in mano, ha i capelli azzurri gonfi come un cuscino ed è appoggiata a un grosso coniglio giallo dall'aria un po' arrabbiata. Insieme stanno su una coloratissima torta di gomma con praline e cioccolatini grandi come palloni da calcio. Bene, i casi sono due: o avete assunto strane sostanze, oppure siete a Tokyo. Probabilmente vi trovate in un Kawaii caffè di Harajuku, il quartiere più pop della metropoli, dove ragazze e ragazzi si divertono a mixare mode o a indossare un cosplay, cioè a travestirsi da personaggio di un fumetto (manga) o di un cartone animato (anime). Girando nella capitale giapponese vi accorgete che manga e anime non sono “cose da bambini” bensì per tutti e dappertutto: nei cartelloni pubblicitari di molti prodotti, nei pannelli elettronici sugli edifici, nei tutorial su internet, in tante forme di arte e spettacolo, fino a... Beh, pochi anni fa ho trovato un orsacchiotto di peluche alto due metri, riproduzione di un noto fumetto, in un luogo serio come la Borsa di Tokyo. Sì, anche un battagliero broker di Borsa può aver bisogno di abbracciare un tenero antistress di peluche.

Con manga e anime i giapponesi si rilassano, sognano, si identificano pure, perché vi ritrovano sintetizzati i segni grafici del proprio passato e i valori spirituali della propria tradizione. La parola manga si diffuse dal 1814 per indicare alcune raccolte di “schizzi sparsi” di Hokusai, il grande artista delle *Trentasei vedute del Monte Fuji* fra cui la *Grande Onda di Kanagawa*, così famosa da essere diventata oggi un emoji nei nostri smartphone. Quanto al valore

artistico di certi anime, basta pensare a un cineasta odierno come Miyazaki (vincitore fra l'altro di due Oscar) che ha arricchito i propri film d'animazione con molti riferimenti alle tradizioni dello Shintoismo, l'antica religione giapponese basata sulla sacralità della natura. In passato i capolavori d'animazione realizzati da Miyazaki sono stati distribuiti con successo anche nei cinema italiani; ricordiamo *La Principessa Mononoke*, *Il Castello Errante di Howl*, *La Città Incantata*.

Ma attenzione, in Giappone non si tratta di un fenomeno elitario: manga e anime vendono moltissimo, sono una industria enorme come dimostrano i centri commerciali di Tokyo dedicati alla pop culture, il Broadway nella zona di Nakano o gli Anime nella zona di Akihabara. Dato però che manga e anime sono anche arte, è naturale che in Giappone siano loro dedicati dei musei. Come il Museo Ghibli nella zona di Mitaka a Tokyo, o il Museo Internazionale del Manga a Kyoto. Il fatto che Kyoto – capitale culturale per mille anni – ospiti un museo del fumetto è significativo. Nella società giapponese modernità e tradizione sono inestricabilmente legate. Chi ha visto le Olimpiadi di Tokyo avrà sentito nominare Odaiba, l'isola artificiale al centro della baia di Tokyo dove si sono svolte tante gare. A Odaiba c'è anche una statua alta venti metri che rappresenta un robot protagonista di un anime trasmesso dalle TV di tutto il mondo: Gundam. Molte cose legano Gundam alla filosofia zen dei samurai. Ne parleremo quando saremo a Odaiba. Sayonara.



## “Con manga e anime i giapponesi si rilassano, sognano, si identificano pure, perché vi ritrovano sintetizzati i segni grafici del proprio passato”

Nella pagina accanto. Visione dal basso della Tokyo Skytree, una torre per telecomunicazioni e panoramica che sorge a Sumida



# Non solo wine tourism in Borgogna

di **FRANCESCA MASOTTI**

A poco più di un'ora da Parigi c'è una regione che vanta alcuni dei paesaggi più belli di Francia. È la Borgogna, terra del buon vino, con borghi medievali, vigneti e colline che in autunno si tingono di toni caldi



Il Palazzo Ducale di Digione. Foto di Michel Angot. Courtesy Atout France

Nella pagina accanto. Il mercato coperto di Digione. Foto di Franck Charel. Courtesy Atout France

È una delle dieci migliori mete europee del 2024 per una vacanza in autunno. Lo ha stabilito Lonely Planet e un motivo dovrà pur esserci. In realtà, ce n'è ben più di uno per visitare la Borgogna. Innanzitutto, le cittadine con case a graticcio che sembrano uscite da un libro di fiabe per bambini, poi il capoluogo Digione, con il suo ricco patrimonio architettonico e storico, che da solo vale un viaggio. La principale ragione per visitare questa regione a una manciata di chilometri da Parigi, però, è e rimane il vino. In Borgogna vino e cucina rivestono un ruolo di primaria importanza: lo dimostra il fatto che i suoi vigneti siano stati inseriti dall'UNESCO nella lista dei Patrimoni mondiali dell'Umanità, in virtù della lunga storia vinicola e dell'unicità del suo terroir. Nella Côte d'Or crescono le uve migliori del mondo e, una volta assaggiate, sarà difficile apprezzarne altre.

Il borgo di Beaune è considerato il capoluogo non ufficiale. A trainare l'economia di questa ridente cittadina è – neanche a dirlo – il vino (a onor del vero, lo è insieme alla mostarda, altra specialità squisitamente bourguignonne). Sotto le strade della città si snoda per cinque chilometri un labirinto di antiche cantine sotterranee, dodici delle quali visitabili. Anche in superficie i ristoranti e i locali dove dedicarsi alle degustazioni non mancano, ma vale la pena ritagliarsi un po' di tempo per visitare anche il centro storico e, in particolare, l'Hôtel Dieu, ex ospedale d'epoca medievale, capolavoro in stile tardo-gotico francese.

Tra filari e vallate, in tutta la regione, si nascondono abbazie – di Cluny e di Fontenay, per citarne due – basiliche, castelli, canali percorribili in chiatta e roccaforti celtiche. Come quella di Bibracte, dove nel 52 a.C. Vercingetorige fu proclamato capo della coalizione gallica per poi essere sconfitto da Giulio Cesare, che pure visse qui per un breve periodo, ad Autun, tra le più antiche città francesi, nota per il suo teatro romano che poteva ospitare 14.000 spettatori. Fino ad arrivare a Digione. La capitale del-



**“In Borgogna vino e cucina rivestono un ruolo di primaria importanza: lo dimostra il fatto che i suoi vigneti siano stati inseriti nei Patrimoni UNESCO”**

la Borgogna è la perfetta alternativa, per un city break, alla Ville Lumière: è off the radar, vivace e piena di cose da vedere. Tra le sue strade, dove i forestieri sono inspiegabilmente pochi persino nei mesi più turistici dell'anno, spiccano il Palazzo dei Duchi di Borgogna, sede del Museo delle Belle Arti, la Chiesa di Nostra Signora e il mercato coperto in vetro e metallo di fine Ottocento, Les Halles. E poi ancora, chiese romaniche e gotiche, palazzi dei secoli XVII-XVIII e case a graticcio del Quattrocento superbamente conservate. L'ultima tappa è la Cité de la Gastronomie, polo gastronomico dedicato al “bien manger et bien boire”. Attraverso scuole di cucina, cantine, ristoranti, boutique e la più importante libreria mondiale dedicata al cibo e all'enologia, celebra gli aspetti storici, culturali e scientifici della gastronomia e dei vini francesi. In poche parole? Un elogio al bien vivre.

# Al ristorante come a casa

Dopo molteplici esperienze nell'alta cucina, gli chef **DARIO PISANI** e **CRESCENZO MORLANDO** hanno dato vita al loro sogno: un ristorante che fosse anche gastronomia, capace di riproporre i sapori più autentici della loro Campania. In via Orti è nato CreDa, un punto di riferimento per il quartiere a meno di un anno dall'apertura

di **SIMONE ZENI**



## Come vi siete avvicinati al mondo della cucina e della ristorazione?

Crescenzo Morlando: Ci sono nato. La mia famiglia aveva una pasticceria, i miei primi giochi comprendevano farina, zucchero, noccioline e mandorle. Ho frequentato l'Alberghiero, lo stesso in cui, come ho avuto modo scoprire anni dopo, ha studiato Dario. Siamo infatti entrambi di Napoli, ma non c'eravamo mai visti. Conclusi gli studi sono andato all'estero.

Dario Pisani: Dopo l'Alberghiero ho proseguito gli studi all'Alma. Poi ho avuto modo di fare esperienza accanto ad alcuni dei più noti nomi del panorama fine dining nazionale, da Enrico Crippa a Carlo Cracco. A Milano ho successivamente lavorato da Il luogo di Aimò e Nadia, per poi diventare lo chef di Voce Aimò e Nadia presso Gallerie d'Italia.

## Quando arriva dunque il momento in cui vi siete conosciuti?

DP: Proprio da Voce Aimò e Nadia. Crescenzo rientrava in Italia e cercava lavoro. Ho deciso di assumerlo e da lì è rimasto nella brigata per circa un anno.

## Poi le vostre strade si sono divise. Raccontateci come è andata...

CM: Ho iniziato a lavorare a La Cucina Italiana. Quando l'executive chef ha deciso di andarsene su di me è ricaduta molta responsabilità. In questa parte della storia sono stato io ad assumere Dario, che aveva lasciato Voce Aimò e Nadia. Abbiamo lavorato a La Cucina Italiana per un paio d'anni accorgendoci di come in città crescesse sempre di più la richiesta di personal chef. Abbiamo iniziato quindi a lavorare anche su quel fronte.

## Quando arriva CreDa?

DP: Abbiamo iniziato a pensarci circa due anni fa, per poi aprire nella primavera 2024. Volevamo qualcosa che ci assomigliasse. Certamente i dubbi erano molti e Crescenzo era inizialmente titubante. Anche io avevo le mie paure: aprire un ristorante a Milano è un grande impegno da ogni punto di vista ed io e mia moglie avevamo avuto da poco nostra figlia. Periodi-

camente tornava però a farsi sentire dentro di me una gran voglia di provarci.

CM: Fino a quando non ci siamo convinti. Abbiamo visto diverse location. Poi siamo arrivati a questa in via Orti. La prima volta l'abbiamo vista solo da fuori, con il suo dehors riparato da una siepe, intimo e ben visibile al contempo. Abbiamo capito che era il posto giusto ancor prima di vedere gli interni, dove si trovava in precedenza una storica pasticceria. Gli spazi della cucina erano invece occupati da una lavanderia chiusa da anni.

## Siete in una via ricca di insegne e di botteghe storiche. Come ha reagito il quartiere al vostro arrivo?

CM: Benissimo. La clientela innanzitutto, che ci ha già eletto a punto di riferimento, sia in settimana sia di domenica, quando qui si ritrovano amici e famiglie. Anche i commercianti di zona ci hanno riservato un'ottima accoglienza.

## Quale concept caratterizza il vostro locale?

DP: Notavamo come l'alta cucina ci stesse procurando stanchezza e disinnamoramento per questo lavoro. Abbiamo iniziato così a concentrarci su ciò che ci faceva stare bene: nel privato e nei momenti con gli amici cercavamo entrambi i sapori di casa. CreDa vuole esprimere proprio questo, per noi e per le persone che vogliono venire a trovarci: proponiamo una cucina della memoria che sia innanzitutto buona, in cui la bellezza del piatto, che ha certamente la sua importanza, non sia l'unico valore.

## Una proposta di cucina ma anche di gastronomia. Come convivono le due anime?

DP: Abbiamo un banco che ogni giorno propone prelibatezze. Chi si siede al tavolo può scegliere dal menu della cucina ma anche da quello della gastronomia. Vediamo come quotidianamente le due offerte siano complementari: chi viene qui a pranzo spesso acquista qualcosa da consumare a casa per cena, così come chi prova i nostri prodotti d'asporto, torna per provare i piatti espressi.

## PASTA, PATATE E SCAMORZA

**AFFUMICATA. Ingredienti:** (per 4 persone): 320 g di pasta mista, 300 g di patate della Sila, 100 g di scamorza affumicata, 100 g di Parmigiano Reggiano, 100 g di pomodorini, basilico q.b., olio extravergine d'oliva q.b., pepe q.b., 1 costa di sedano, 1 carota, 1 cipolla. **Preparazione:** preparare il soffritto con olio e verdure (sedano, carota, cipolla) tritate. Aggiungere i pomodorini, quindi le patate. Unire l'acqua e far andare a fuoco medio finché le patate non saranno morbide. Aggiungere la pasta e, se necessario, altra acqua calda per risottare, facendo attenzione a non farla attaccare. Inserire il basilico. Quando è pronto mantecare con Parmigiano Reggiano, scamorza, basilico fresco e pepe.



CreDa via Orti 12



## LUOGHI

**View Live Restaurant.** Il ristorante sito in via San Gerolamo Emiliani 2, ha saputo rinnovare la scena gastronomica milanese fondendo la cucina giapponese creativa con l'intrattenimento musicale in un ambiente sofisticato ed elegante.

A caratterizzare la proposta gastronomica è il melting pot generato dal dialogo tra la creatività di Roberto Okabe (e della sua squadra) e lo stile di Simone Conca, a cui è affidata la direzione del locale. Oltre ai piatti signature nel menu anche proposte dai nomi esotici che mixano ricette del Sol Levante, cucina italiana e ingredienti mediterranei.

Tra carpacci, uramaki, tartare, gunkan, nigiri, sashimi e gyoza, ampio spazio viene dedicato alla proposta vegetariana. Cuore pulsante è lo chef's table "affacciato" sulla cucina a vista, dove gli chef interagiscono con i commensali nella preparazione live dei piatti e delle pietanze, in un appassionante dinner show. Per chi preferisce uno spazio più intimo e riservato, è a disposizione un elegante privé.



## LUOGHI

**IT Maison.** Ha aperto in Brera, in via Tommaso da Cazzaniga 2, il nuovo ristorante all day dining del Boutique Hotel VMaison. Il progetto è nato dalla mente di Alessio Matrone e Danilo Caruso, soci fondatori del brand di ristoranti internazionali IT, con sedi a Ibiza, Londra, Milano, Porto Cervo e Tulum. Un luogo pensato per far sentire gli ospiti come a casa, grazie a una proposta gastronomica "confortevole" e casalinga – studiata dall'executive chef Romualdo Palladino, con l'aiuto dell'head chef Alex Pochynok – e a un design accogliente, curato dallo studio VMaison Interior. Dalla colazione al pranzo, passando per l'aperitivo e fino a cena, IT Maison apre le sue porte a tutti, non solo agli ospiti dell'hotel, e offre un'esperienza completa ifino al dopocena, con una carta di signature cocktail studiati dal Bar Manager Edoardo Raimondi. Foto di Jacopo Salvi.



## MUSICA

**Una grande artista.** Esce il 6 dicembre *Voci Parallele – Concerto per Giuni Russo*, l'album live che raccoglie l'intensità e la magia del concerto-tributo dedicato all'indimenticabile Giuni Russo, tenutosi lo scorso settembre al Roma Convention Center "La Nuvola". Il disco include due duetti inediti con Franco Battiato, che regalano agli ascoltatori l'emozione di riscoprire *Strade Parallele (Aria Siciliana)* e *La Sua Figura* in versioni mai pubblicate prima.

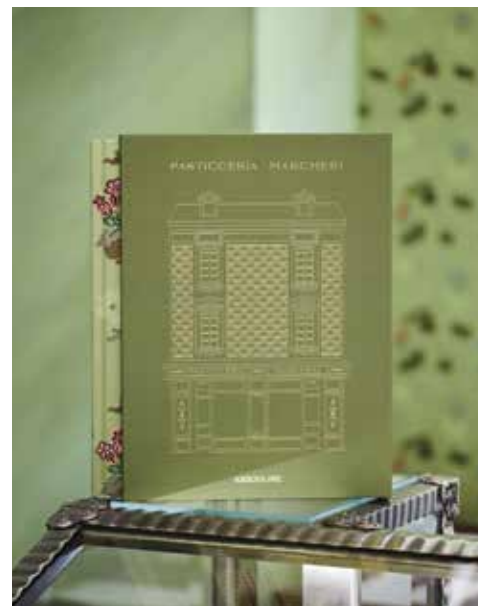
## ARTE

**Linguaggio pittorico.** Il MASI di Lugano presenta *Ernst Ludwig Kirchner e gli artisti del gruppo Rot-Blau*. La mostra, aperta al pubblico fino al 23 marzo 2025, offre uno sguardo sull'opera di uno dei principali esponenti dell'espressionismo del Novecento attraverso una selezione di dipinti anche rari, di medie e grandi dimensioni, provenienti da importanti collezioni pubbliche e private.



## LIBRI

**Volume collector.** *Pasticceria Marchesi 1824: Savoring the spirit of Milan* è il tributo ai primi duecento anni di un'insegna che ha saputo coniugare la tradizione con l'innovazione, conservando un fascino senza tempo. Edito da Assouline, il libro è impreziosito da fotografie evocative che catturano l'essenza di Marchesi 1824 e della città di Milano.





**EDITORE**

MCS Media Srl  
via Monte Stella 2  
10015 Ivrea TO

**DIRETTORE RESPONSABILE**

Stefano Ampollini  
s.ampollini@mcsmedia.it

**CAPOREDATTORE PRINT & WEB**

Marco Torcasio  
m.torcasio@mcsmedia.it

**FASHION EDITOR**

Giuliano Deidda  
g.deidda@mcsmedia.it

**REDAZIONE**

Enrico S. Benincasa  
e.benincasa@mcsmedia.it

**INDIRIZZO**

viale Col di Lana 12  
20136 Milano

**MILANO NASCOSTA**

**Villa Figini.** Mentre la città impietosamente si allarga scomposta, questa villa, con qualche traccia del tempo, non perde la sua unicità. L'edificio si trova all'interno del quartiere La Maggiolina, edificato a partire dal secondo decennio del Novecento come parte integrante del progetto del Quartiere Industriale Nord Milano. Qui il giovane Figini sperimenta le istanze più avanzate della cultura europea con il progetto della propria abitazione. Metafora e surrogato di quanto allora si andava cercando per abitare nella grande città – sole, aria, luce e vista sul paesaggio dai piani alti di un gran palazzo – la villa è un atto di fede incondizionato nei confronti del razionalismo.

**ART DIRECTOR**

Luigi Bruzzone  
Antonella Ferrari

**COLLABORATORI**

Alessandra Cioccarelli  
Monica Codegoni Bessi  
Paolo Crespi  
Francesca Masotti  
Marzia Nicolini  
Moreno Pisto  
Marco Restelli  
Grazia Sambruna  
Simone Zeni  
Carolina Saporiti

**FOTOGRAFI**

Ludovica Arcero  
Andrea Cicalè  
Gianluca Di Ioia  
Fortunato Gatto  
H2O  
Jiří Hřebíček  
Tim Labenda  
Hikkaduwa Liyanage Prasantha Vinod  
Piercarlo Quecchia  
Jacopo Salvi  
Isabella Sassi Farias  
Delfino Sisto Legnani  
Matthew Smith  
Georgina Steytler  
Tommy Trenchard  
Andrej Uspenski

**DISTRIBUZIONE**

info@clubmilano.net

**STAMPA**

AGF Solutions  
via del Tecchione 36  
20098 San Giuliano Milanese MI

**N.73 NOVEMBRE 2024**

www.clubmilano.net

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

# Accendi i tuoi sensi. Iscriviti oggi al Club.



**ASPRIA**  
HARBOUR CLUB







# TUDOR

## BORN TO DARE

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 spirito che ogni orologio TUDOR incarna. Alcuni sono nati per seguire. Altri sono nati per osare.



**Cassa di 41 mm di diametro**  
in acciaio inossidabile 316L

### Lancette "Snowflake"

Una caratteristica distintiva degli orologi subacquei TUDOR sin dal 1969



### Movimento di Manifattura

MT5602-U certificato dal COSC, con spirale del bilanciere in silicio, autonomia di 70 ore "a prova di weekend" e certificato Master Chronometer dal METAS



**Garanzia di cinque anni, trasferibile**, senza registrazione né revisioni obbligatorie

**BLACK BAY**