

# W

# U



wumagazine.com

N. 106 FEBBRAIO MARZO 2021

**MACE**

**ARIANNA TRICOMI**

**RICKO SCHWARTZ**

POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - 70% - DCB MILANO

ZERO EURO



# TENNINE HIKE GTX

HIKE FOREVER

**HOKA**  
TIME TO FLY™

Vivo a Milano, città che mi ha accolto nel 1994 quando arrivai studente, con il mio bagaglio di sogni, paure e aspirazioni. Come tanti. Milano mi ha formato, cambiato, persino plasmato. Venivo da Ivrea, una città piccola, di provincia, molto orgogliosa e chiusa, fiera di un passato che non c'era più da parecchio (l'Olivetti), e che in quel passato si specchiava ancora. Milano era il suo opposto: una città grande, aperta, dinamica e accogliente. Che non si ferma sugli allori, ma guarda avanti. Per niente facile, ma generosa. Ti chiedeva tanto, ma era in grado di restituirti ancora di più. Per molti non era bella, per me era bellissima: la Torre Velasca e il Vicolo dei Lavandai, il Pirellone e il Leoncavallo con i concerti di ska, le serate al Rolling Stone e le passeggiate rigeneranti a Parco Sempione. Era il periodo di tangentopoli, che proprio qui esplose, come gli anni di piombo, le stragi e le pistole puntate in strada molti anni prima. Milano era caduta e si era sempre rialzata, più forte: questa città era lo specchio dell'Italia, ma in grado di attirare le sue eccellenze. Era una città sfidante e sembrava che chi volesse raccoglierne la sfida, ciascuno nel proprio campo, non potesse prescindere dal passare di qua. Architetti, artisti, cuochi (poi chef da TV), cabarettisti, ricercatori, scrittori, e poi designer e stilisti, ovviamente. Tanti amici l'hanno lasciata, forse stanchi di ritmi troppo frenetici, infatti quasi tutti hanno fatto downshifting almeno come stile di vita. Nessuno di loro è tornato indietro, ma tutti hanno conservato qualcosa della loro "milanesità". Nel bene e nel male. Poi arrivò l'Expo, la sfida delle sfide. Sembrava persa, fino all'ultimo, poi è stata recuperata sul filo di lana e infine vinta. L'eredità l'abbiamo vissuta fino a pochi mesi fa, fino all'arrivo di questo stramaledetto virus. Fino a quel momento Milano era stata capace di fare l'ultimo salto che davvero le mancava: rendersi bella di fronte al mondo, moderna, persino visionaria. E, di conseguenza, attrattiva anche come meta di turismo internazionale, spesso di qualità. Non soltanto pellegrini in coda al Vaticano o i giapponesi "mordi e fuggi" delle più rinomate città d'arte. Poi, esattamente un anno fa, il tonfo. Si sa, cadere se si è in alto fa ancora più male. Ed è quello che è successo. Lo schianto è stato come quello di una fuoriserie a cui improvvisamente è comparso davanti un TIR. In quei momenti c'è solo una cosa che conta: non la macchina, ma il pilota. La sua destrezza, i riflessi pronti, la capacità di prendere la decisione giusta. Nel momento più drammatico della sua storia recente Milano e la Lombardia si sono trovati alla guida piloti impauriti, arroganti, inesperti. In una parola incapaci. Mentre scrivo sono su una panchina di quel Parco Sempione che mi regalò i miei primi sorrisi in questa città e che oggi è rimasta un'oasi di fuga da paure che non sono mie, ma che qualcuno sta facendo di tutto per farcele rovinare addosso. Milano rinascerà, speriamo che basti cambiare i piloti.

## CRASH

Stefano Ampollini

# Orion Collection



THE FINEST QUALITY  
THE  
**Herschel**  
SUPPLY CO. BRAND  
TRADE MARK

© HERSCHEL SUPPLY COMPANY. OUR LOGOS ARE REGISTERED TRADEMARKS.

- 10 **viewpoint**  
L'IMPERO DEL BRUTTO  
di Mauro Zucconi
- 12 **viewpoint**  
IL SUCCESSO DI  
HOUSEN  
di Orazio Labbate
- 14 **portfolio**  
TINIEST OF THE  
SUMMERS  
di Alessandra Lanza



cover

photography **VINS BARATTA** style **MAELA LEPORATI** grooming **MISAKI KATO**  
model **JACOB GUTIERREZ** at **D'MAN**  
style assistant **FLORENCIA GRECO**

t-shirt **OBEY** cardigan  
**AVRIL8790** pantaloni  
**NOT SAFE FOR HUMANS**

sneakers **SAUCONY**  
**ORIGINALS** modello jazz court

- 20 **interview**  
RICCARDO AZTENI  
di Marco Torcasio

- 24 **focus**  
TRA MODA, DANZA E  
INTEGRAZIONE  
di Marica Gobbatelli

- 26 **interview**  
MACE  
di Enrico S. Benincasa

- 30 **focus**  
GIOVANI DIETRO  
UNA CAMERA  
della Redazione di WU

- 34 **interview**  
ARIANNA TRICOMI  
di Stefano Ampollini



# Blauer

USA



l'if-industry.com

## Smile ☺

[smy-el] noun

A smile is a curve that sets  
everything straight

Spring summer 2021

blauerusa.com

36 **focus**  
CUT THE ROPES  
della Redazione di WU

38 **interview**  
ARIETE  
di Giulia Zanichelli

40 **focus**  
SÌ, VIAGGIARE, NEL  
FRATTEMPO, VIA  
INSTAGRAM  
di Alessandra Lanza

44 **interview**  
RICKO SCHWARTZ  
di Enrico S. Benincasa



68 **wide angle**  
NEO VINTAGE  
di Giada Biaggi

70 **sustainability**  
FAIRPHONE  
di Enrico S. Benincasa

72 **tech**  
LA CARICA DELLE  
"ALTRE TESLA"  
di Marco Agustoni

74 **food**  
QUANDO IL CIBO  
SUONA  
della redazione di WU

76 **travel**  
ABRUZZO  
di Francesca Masotti

80 **network**

82 **colophon**



46 **style**  
A NEW MOON  
di Maela Leporati

48 **style**  
POLO SHIRT  
di Luigi Bruzzone

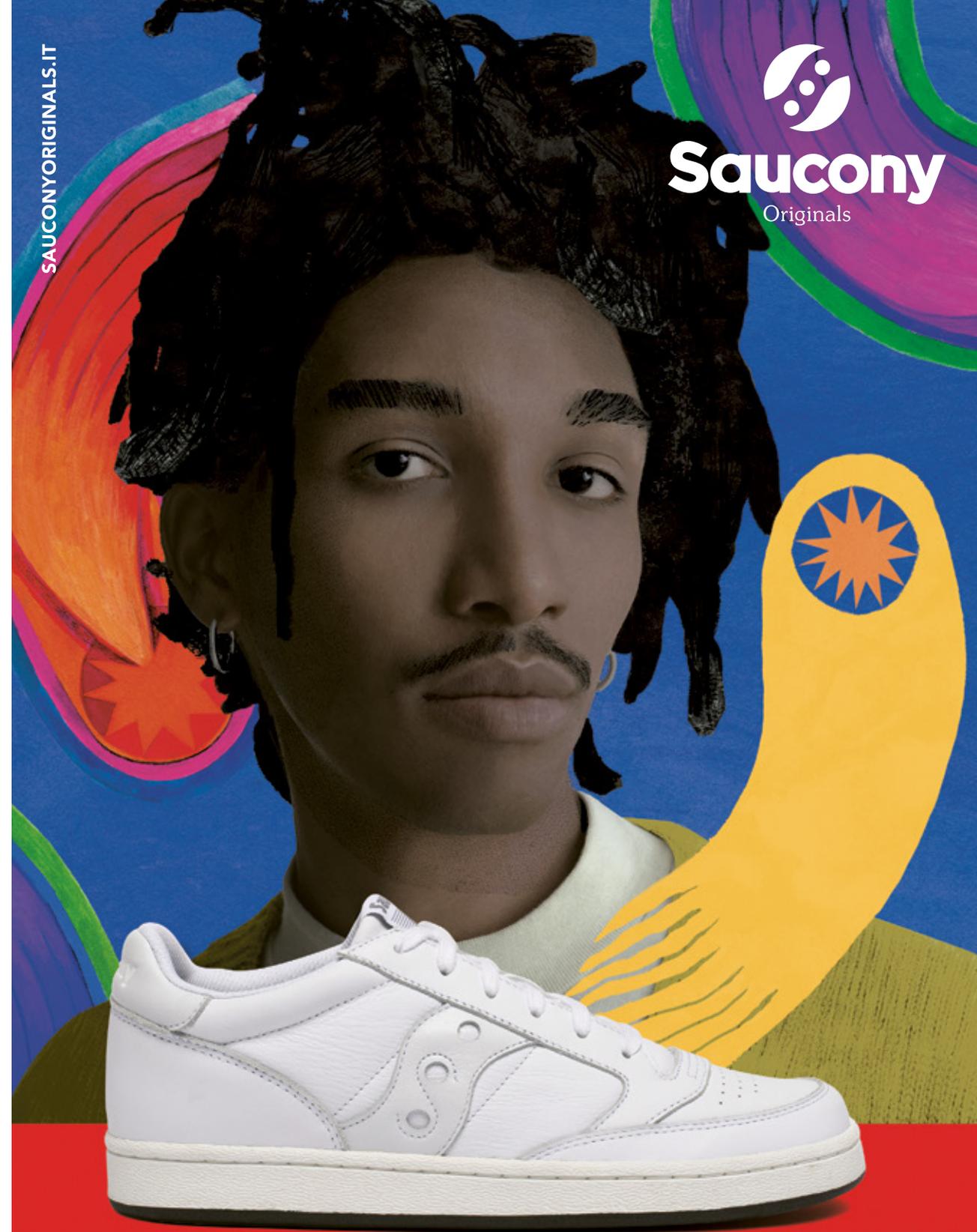
50 **interview**  
NOT SAFE FOR  
HUMANS  
di Ludovica Pizzorno

52 **style**  
PLEASE STAY HERE  
di Maela Leporati

66 **sneakers**  
ADIDAS SUPERSTAR  
di Gianluca Vitiello



**Saucony**  
Originals



**We are all born Originals**

**Qualcuno sta cercando di sostituire il bello con il brutto, l'interessante con il noioso, l'intelligente con lo stupido. E non c'è modo di opporsi. Cioè, c'è, ma non servirà. Il risultato? Colin Firth che scrive romanzi e niente più film coi dinosauri**

## L'IMPERO DEL BRUTTO

Avrete notato che l'etica ha invaso l'estetica. E con *etica* intendo *moralismo*, con *estetica* qualunque tipo di attività che voglia produrre arte o anche solo mero intrattenimento. Il risultato principale è una sostituzione del bello con ciò che, sempre secondo alcuni, è importante o giusto, anche se brutto, quindi, a conti fatti, una sostituzione del bello con il brutto. Per i moralisti questo non è un problema, il loro obiettivo non è creare opere belle ma servirsi delle opere per affermare un qualche tipo di principio. Dei molti esempi che potrei fare, il più recente e buffo viene da uno sceneggiatore inglese, secondo il quale i personaggi gay andrebbero interpretati da attori gay, e quelli come Colin Firth dovrebbero vergognarsi per aver interpretato ruoli gay pur non essendo gay. Ora, sembra superfluo dirlo, ma un attore è *precisamente* una persona che può, anzi che deve fingere di essere ciò che non è, e che è molto brava a fingere e a risultare credibile nell'essere ciò che non è, e anzi a volte è persino più credibile nell'essere chi non è di chi è effettivamente (io stesso vorrei un attore per interpretarmi nella vita di tutti i giorni). Inoltre potremmo non trovare un attore gay che, pur essendo gay, sia bravo a recitare quanto Colin. Quindi che cosa dovremmo fare? E come stabilire l'esatta applicazione di questa regola in tutto il mondo del cinema? Per interpretare il re ne *Il discorso del re* avremmo dovuto cercare un attore balbuziente, o ancora meglio un re balbuziente. Per *Scent of a Woman*, invece di Al Pacino, prendere forse Stevie Wonder (ma recita da cani! – Sì, però guarda che cecità! Non vede proprio nulla!). E per *Robocop* un vero poliziotto, crivellarlo di colpi, ricostruirlo con pezzi di lamiera e fili elettrici e dirgli: recita! E niente *E.T.* senza un vero alieno. Non parliamo poi di *The Walking Dead* o *Jurassic Park*. Ma, tornando infine all'idea dello sceneggiatore, che dire del contrario? Cioè secondo logica un attore gay non dovrebbe interpretare ruoli etero, ma come facciamo a essere sicuri che un attore gay non nasconda la propria omosessualità pur di ottenere un ruolo? Dovremmo quindi prima obbligare le persone a fare outing su tutto (orientamento sessuale, religione, stato di salute e patrimoniale), assegnare dei patentini e così, finalmente, i ruoli corretti. Certo, i patentini poi vanno richiesti, esibiti, controllati, mmh, forse per comodità potremmo invece distribuire delle fasce da mettere al braccio, e sulle fasce disegnare dei simboli che indichino tutte le informazioni che ci interessano, mi sembra molto pratico. E non è impossibile, eh. Qualcuno ci ha già provato.



**MAURO ZUCCONI** Vive a Piacenza, dove gestisce un traffico illecito di romanzi senza trama. Il suo ultimo libro si intitola *Io qui, tu là* ed è stato pubblicato da Fazi Editore. Lo trovate su [lagiovanegateau.blogspot.com](http://lagiovanegateau.blogspot.com)

“UNDER THE INFLUENCE  
OF  
HEVOLUTION  
AND  
HEVOCATION”

hevö



**A metà tra le pellicole di David Lynch e il capolavoro videoludico *Silent Hill*, il prodotto di Sky Deutschland partorisce un'opera seriale soprannaturale in cui la paura non è mai evidente bensì nascosta tra le pareti di un condominio soprannaturale**

## IL SUCCESSO DI HOUSEN

Negli ultimi anni la serialità televisiva horror sta avendo il suo centro nevralgico in Germania. Tutti ricorderanno la qualità visionaria, immaginifica e filosofica di *Dark* (Netflix) del regista Baran bo Odar. La questione dei viaggi nel tempo si infittiva, episodio dopo episodio, inducendo lo spettatore alla riflessione e allo spaesamento. *Dark* propone un horror metafisico senza risparmio dove è richiesto un meccanismo competitivo di riflessione ontologica. Come se si fondessero, all'occasione, *Donnie Darko* e una lezione di Rudy Rucker sulla quarta dimensione. Una simile sfida la pone la miniserie televisiva di Sky Deutschland *Hausen*. Diretta da Thomas Stuber, vede come protagonista il nuovo manutentore di uno spettrale e altissimo edificio di periferia, il quale decide di trasferirsi nel condominio insieme al giovane figlio. Ma l'edificio, avvolto da una coltre post apocalittica di fumi e da gente larvale e vagabonda venuta fuori da un inferno industriale, cova dentro di sé un morbo. Questo morbo è una sostanza viscosa di colore nerastro che alimenta ogni singola costituzione della struttura, dalle pareti ai corridoi, capace di inghiottire cose e uomini. Tuttavia, non si sa che fine facciano coloro che sono stati deglutiti misteriosamente dalla sostanza. Si possono sentire echi, possono altresì essere vomitati in un altro aspetto più corrotto e pericoloso, possono essere nascosti e a volte manifestarsi, con pianti, tra le tubature. La cosa non è solo capace di catturare uomini e oggetti che abitano il palazzo, può inoltre appropriarsi della psiche dei condomini e costruendo, a loro sfavore, impalcature di illusioni. *Hausen* non si riduce soltanto alla fondazione di una creatura mostruosa sui generis, è affascinante poiché l'atmosfera plasmata da Stuber è sottilmente ansiogena ed è simile al cult videoludico *Silent Hill 2*. I demoni, nel classico di Konami, si nascondevano e consumavano in spazi ristretti, come, appunto, appartamenti fatiscenti e sporchi.

È indiscussa, inoltre, la vicinanza di *Hausen* a *Eraserhead*, la pellicola in bianco e nero di David Lynch. In quel caso le rovine industriali erano il solo palcoscenico vitale che animava la triste e paurosa esistenza del protagonista Henry Spencer, anche lui con un lavoro peculiare, quello del tipografo. Sulla scorta di queste giuste ispirazioni e di una sensibile attenzione verso un climax costellato da un'aura intelligente, *Hausen* è un altro riuscito prodotto di quella serialità tedesca che sta elevando filosoficamente il genere dell'orrore.



**ORAZIO LABBATE** Fondatore del gotico siciliano. Ha pubblicato *Lo Scuru*, *Piccola enciclopedia dei mostri*, *Stelle ossee*, *Suttaterra*, *Atlante del mistero*. Collabora con La Lettura del Corriere della Sera, Il Sole 24 Ore e Huffpost

# BERWICH

IL PANTALONE ITALIANO



In vendita da:  
**THE STORE** - Milano  
**GEORGE'S DONNA** - Roma  
**DI PIERRO** - Taranto  
**BERWICH STORE** - Monopoli

FLAGSHIP STORE MILANO • Via Manzoni, 42 - infoline +39 3489950933  
 milanashowroom@berwich.com | www.berwich.com - infoline +39 0804858305  

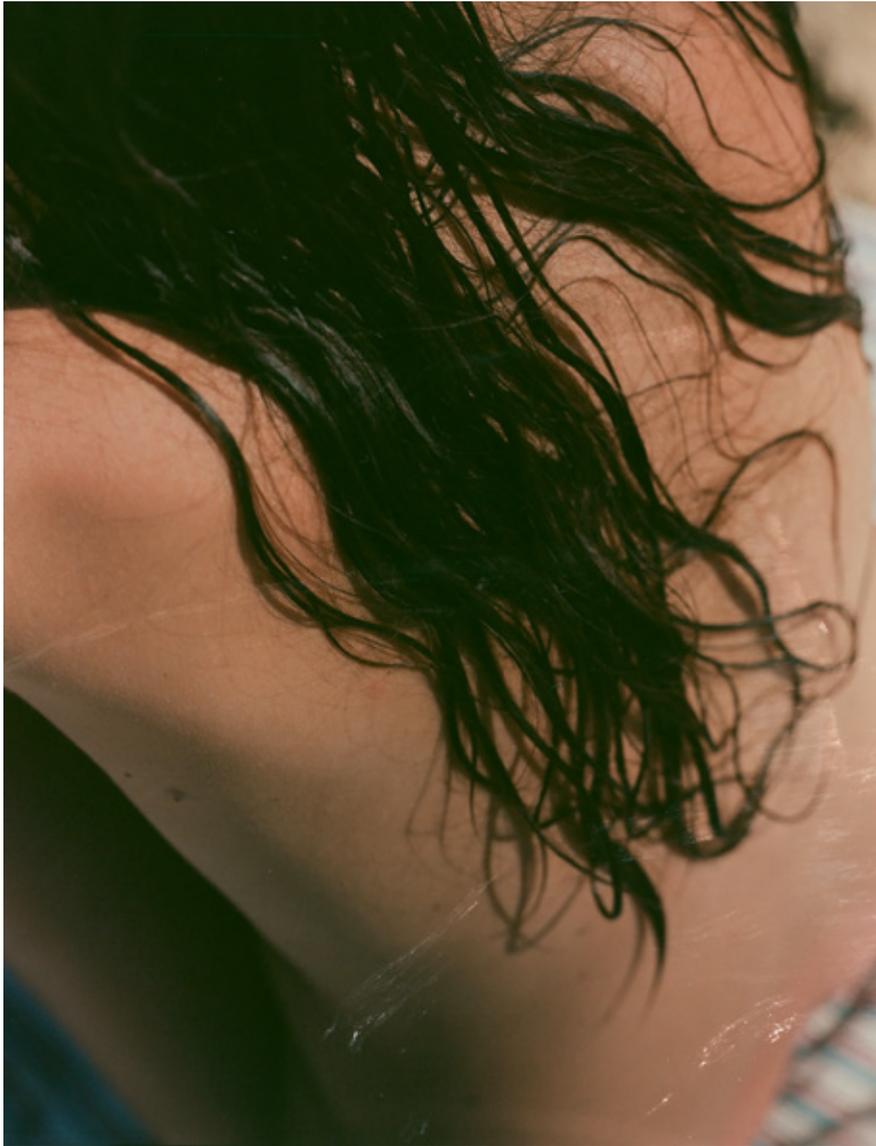
Ana Cuba ha inaugurato la sua carriera nella fotografia a Londra come picture editor in una delle riviste più apprezzate al mondo, "Monocle". Nel 2015, abbandonata la poltrona in ufficio, ha deciso di fare la freelance. Oggi concentra la sua ricerca personale sulla sensualità del corpo umano e della natura, che traspare in progetti realizzati durante i suoi viaggi e la sua vita londinese nei giorni del lockdown

di Alessandra Lanza

foto di Ana Cuba

# TINIEST OF THE SUMMERS





### Com'è iniziata la tua fascinazione nei confronti del corpo?

Mi è sempre piaciuto molto il corpo femminile, lo trovo bello da fotografare. Quando ho iniziato a scattare, circa 12 anni fa, ritraevo i miei amici in modo astratto e quasi romantico. Poi ho sviluppato un'estetica più sensuale e ho iniziato a lavorare con marchi di lingerie e brand come Lelo. Credo che il mio lavoro sia adatto per queste collaborazioni, perché è sensuale, senza essere "sessuale".

### Com'è nato il progetto *Tiniest of the Summers* realizzato nell'estate 2020?

L'estate scorsa, quando ci si è potuti spostare, io e un'amica abbiamo viaggiato nelle Asturie e in Cantabria, nel nord della Spagna, ed è stato bellissimo. La mia attenzione è caduta sulla natura e sulla nostra connessione con essa, in particolare in senso estetico. Devo fare ancora molta ricerca, ma penso che siano tutti dei punti di partenza per arrivare a quello che davvero mi interessa: rappresentare una bella natura e dei bei corpi. È un piccolo progetto, una travel series molto astratta. Ho realizzato un progetto simile alle Canarie, non è ancora sul mio sito, ma trovi le immagini su Instagram.

### So che durante la permanenza a Londra hai sentito la mancanza della luce che c'è a Barcellona. Ora che sei tornata ti sta dando nuova ispirazione?

Bloccata qui dalla pandemia, ho realizzato solo un paio di progetti e spero di avere l'occasione di scattare di più. La luce è meravigliosa, c'è il sole tutti i giorni: adoro lavorare con quella naturale, a Londra lo faccio spesso con quella artificiale. Non sono espertissima nel gestirla, collaboro con *light designer* di cui mi fido per adattarla al prodotto che sto scattando. Per me è determinante quanto la modella, lo styling e lo stesso prodotto. Non cerco a tutti i costi la luce perfetta, credo siano fondamentali anche la composizione, un certo colore, un certo spirito e un pizzico di humour che ci metto. Ci sono diversi ingredienti, insomma.

### L'aspetto del divertimento è fondamentale per te?

Non tanto dal punto di vista dello *humour*, ma nel senso che non amo prendermi troppo sul serio. Mi piace sorprendere le persone e cerco di mantenere sempre un approccio fresco o diverso. Molti mi chiedono cosa mi piace fotografare, io rispondo: «Qualsiasi cosa». Non mi interessa se è una persona o un fiore: credo che il mio stile, e forse è la cosa che apprezzano le agenzie, sia traducibile in molti argomenti.

### Su cosa ti piacerebbe lavorare prossimamente?

Nell'ultimo anno e mezzo ho iniziato a orientarmi nel lavorare con la natura, con i fiori e, insieme, con i corpi e vorrei fare un progetto che comprenda anche la sensualità e la femminilità. È come se fosse sempre nella mia testa e penso che forse, in una decina d'anni, tra scatti, editing e tutto il resto potrei avere il materiale che mi serve. Pian piano mi sto dedicando a progetti personali, ma mi sento ancora una fotografa commerciale, non un'artista. Non punto a una grande mostra o a un libro, mi piace l'idea di godermi la vita facendo quello che amo. E amo il mio lavoro.



**ANA CUBA** È nata nel 1989 ed è cresciuta a Saragozza. Dopo la laurea in Comunicazione audiovisiva alla Pompeu Fabra di Barcellona, si è trasferita a Londra, dove è stata photo editor di "Monocle" e "Amuse". Fotografa freelance, collabora con aziende tra cui Lelo, Rapha e Adidas e testate come il "The New York Times".



**Il giorno in cui Bowie ci ha lasciati era in un bar e *Heroes* passava in riproduzione continua. Una canzone che non avrebbe mai più suonato allo stesso modo per l'illustratore e animatore sardo, che oggi affida ai suoi acquerelli una lettera d'amore per il Duca Bianco**

# RICCARDO ATZENI

## OLTRE IL TRIBUTO

di Marco Torcasio



Nato a Cagliari nel 1981, Riccardo Atzeni è un illustratore, fumettista e animatore freelance. Dalla sua isola costruisce mondi ad acquerello popolati dai personaggi che affollano la sua fantasia. Sono suoi il concept, la direzione artistica, le animazioni e il montaggio dei cortometraggi animati *Il Mio Cane si chiama Vento* e *Strollica*, diretti da Peter Marcias. Dopo i festival letterari e teatrali, il 2021 è l'anno dalla sua prima graphic novel con Panini Comics. Si intitola

*Saetta Rossa* ed è un lavoro a quattro mani col narratore Marco Bucci, che ha scritto i fumetti. Il giorno in cui Samuel, protagonista della science fiction, apprende della morte di David Bowie tutto si ferma per circa un milione di anni. Apparentemente, al suo risveglio nel futuro la realtà non è così diversa, ma libertà e accettazione delle differenze sembrano essere al primo posto. Un'utopia? Se la creatività saprà ancora portare alla luce certi temi, forse il futuro sarà tutto da giocare.

**Che genere di percorso ha seguito la tua formazione artistica e come hai incanalato la tua creatività all'inizio?**

Sono a tutti gli effetti un autodidatta. Quando avevo 15 anni ho iniziato a collaborare con alcune fanzine locali della città in cui sono nato e cresciuto. Ho mescolato studio e lavoro con un'attitudine amatoriale, poi ho preferito dedicarmi esclusivamente all'animazione, mettendo in standby il fumetto, che ho ritrovato solo da poco lavorando a *Saetta Rossa*.

**Il motore di tutto è il tuo talento da disegnatore, come l'hai perfezionato nel tempo?**

Ho avuto le idee chiare sin da subito: il disegno non sarebbe stato qualcosa di marginale all'interno delle mie giornate, ma una costante indispensabile. Ho iniziato quindi a lavorare con l'illustrazione in ambito pubblicitario, realizzando locandine per festival letterari e teatrali. Il percorso intrapreso è stato condizionato dal luogo geografico in cui vivo, che non è un epicentro di creatività, diversamente da città come Milano e Bologna, ma ho imparato a far pace con questo aspetto della mia carriera perché amo la mia terra.

**L'attaccamento alle tue radici come valore aggiunto...**

Lo vivo più che altro come una sfida. Rimanere nei piccoli centri porta ad avere prospettive per forza di cose diverse. Seguire da Cagliari la direzione artistica di un lungometraggio animato, per esempio, richiede un approccio al lavoro peculiare, persino più stimolante dal mio punto di vista, e mi consente di lasciare delle professionalità su un territorio ancora vergine. Non è poco.

«Può sorprendere che questo soggetto sia illustrato ad acquerello, ma credo che questa tecnica crei un cortocircuito interessante»

**Ci sono stati punti di riferimento costanti nella tua crescita artistica?**

Ho sempre tratto ispirazione dalla letteratura, dal cinema, dalla musica, dall'arte. Amo la filmografia di Charlie Chaplin e di Buster Keaton, le produzioni in stop motion, l'opera cinematografica di Tim Burton e di David Lynch, che ha profondamente segnato il mio immaginario con la sua estetica rarefatta e inquietante. Nel mondo dell'illustrazione ad acquerello tra i miei modelli d'ispirazione potrei citare l'italiano Igort o il giapponese Hayao Miyazaki. Nel caso specifico di *Saetta Rossa* sono entrate in gioco anche influenze derivanti dalla moda, dalle arti performative e dal design stilistico legato alla figura di David Bowie.

**Venendo appunto a *Saetta Rossa*, raccontaci come hai lavorato sull'uso del colore...**

Comunemente quando si pensa agli acquerelli si immaginano tinte tenui. In *Saetta Rossa* invece queste assumono cromie palpabili, forti, brillanti. Può sorprendere che un soggetto di fantascienza sia illustrato ad acquerello, da una storia proiettata nel futuro ci si aspetterebbe un supporto digitale super tecnologico, ma credo invece che questa tecnica crei un cortocircuito interessante. Per quanto riguarda l'aspetto cromatico ho attinto da un archivio di immagini di David Bowie. Gli stilisti che hanno lavorato con lui, da Kansai Yamamoto ad Alexander McQueen, hanno creato geometrie dense di colori che ho rappresentato nuovamente.

***Saetta Rossa* può considerarsi un tributo a David Bowie?**

Sì. Io e Marco Bucci non volevamo semplicemente realizzare una storia su di lui, ma scrivergli una lettera d'amore.

**Com'è stato lavorare con Marco Bucci? Avete raggiunto subito la giusta sinergia?**

Abbiamo lavorato perlopiù a distanza, incontrandoci soltanto al Lucca Comics & Games. Siamo partiti definendo gli aspetti principali della società del futuro in cui

vive il protagonista. Poi Marco, che è già un affermato autore di fumetti, ha sviluppato i temi centrali della storia e la sceneggiatura su cui io ho disegnato. Mi ha concesso grande fiducia dandomi la possibilità di aggiungere elementi miei e questo ha rappresentato per me un grande banco di prova. C'è stata molta sintonia.

#### **Che sentimenti ha suscitato in te questa pubblicazione?**

Un grande senso di sollievo... Per avercela fatta. Un illustratore è quel tipo di artista che solitamente investe tutte le sue energie nella progettazione di una sola immagine. Nel caso di *Saetta Rossa*, invece, il lavoro è durato circa quattro anni ed è terminato nel novembre 2020, quando ho consegnato le ultime tavole. È stato difficile non perdere la bussola in un progetto così lungo, ma adesso finalmente provo solo una grande eccitazione.

#### ***Saetta Rossa* affronta anche la questione dell'accettazione delle differenze di genere. Nel mondo dell'illustrazione come viene decodificata questa tematica?**

C'è molta osservazione e voglia di confronto tra gli illustratori per muoversi con sensibilità su un argomento così delicato. Io sono eterosessuale, ma collaboro con ARC (associazione sarda, culturale e di volontariato, nata a Cagliari, che difende e promuove i diritti della comunità LGBTQA+, *NdR*) perché ritengo sia giusto spendersi per una battaglia sociale di grande importanza.

#### **Quali sono le difficoltà con cui ti stai confrontando in questo periodo?**

Il mio lavoro si è rivelato una salvezza perché molto adattabile agli sconvolgimenti. Essendo già abituato a lavorare da casa ho creduto di poter disegnare al massimo delle mie possibilità anche in tempi di lockdown, anche se poi non è andata proprio così. Adesso mi manca soprattutto l'aspetto più divertente della pubblicazione, ovvero poter prendere un aereo e raggiungere Marco a Bologna per una presentazione oppure accoglierlo qui a Cagliari. Mi consola però il fatto che la gente stia ritrovando sempre più la voglia di leggere, che si tratti di romanzi, racconti o fumetti.

#### **Un luogo comune sul fumetto che vorresti smontare?**

Quella credenza diffusa secondo cui il fumetto semplifica le cose. Rispetto a una narrazione solamente testuale l'elemento in più dell'immagine non semplifica affatto, è vero semmai il contrario. La lettura delle immagini è una faccenda molto articolata quindi aggiunge complessità anziché toglierla.



Nelle pagine precedenti:  
*Fire Walk with David*

Nella pagina a fianco: il  
cover artwork di Saetta  
Rossa (Panini Comics)

#### **I tuoi progetti futuri prenderanno forma all'interno di contenitori nuovi?**

Sto lavorando alla direzione artistica del mio primo lungometraggio animato per il cinema. Si chiama *Viaggio a Teulada* e si tratta di una coproduzione italo-francese, diretta da Nicola Contini. Vogliamo che parte della produzione avvenga in Sardegna e questo mi rende orgoglioso. Racconta la storia di una donna anziana che vive da esiliata, cacciata negli anni Cinquanta dal suo paesino destinato a diventare una base militare. Quanto raccontiamo è realmente accaduto in Sardegna e ci ricorda, tra riflessioni universali su potere e povertà, che ciò che è capitato agli altri può succedere anche a noi.



In questa pagina,  
dall'alto: *Cerberus*;  
Riccardo Azteni in un  
recente ritratto

**Il voguing, nato circa 40 anni fa nelle ballroom delle gay community di New York, non è solo uno stile di danza che si ispira alle modelle immortalate sulle riviste di moda, ma soprattutto un movimento socio-culturale che da voce alle persone emarginate**



# TRA MODA, DANZA E INTEGRAZIONE

di Marica Gobbatelli

Quando si sente la parola *vogue*, l'immaginario collettivo la associa direttamente alla rivista di moda nata a New York nel 1892. Questo non è però l'unico collegamento possibile, perché proprio da questa testata prende ispirazione il *voguing*, uno stile di danza e un vero e proprio fenomeno culturale esploso nei sobborghi della Grande Mela fra gli anni Sessanta e Ottanta del Novecento.

Il *voguing* nasce, infatti, nelle ballroom della grande comunità gay di New York proprio in questi anni, durante i quali i concorsi per drag queen erano delle vere e proprie sfide a colpi di pose, ispirate a quelle delle modelle immortalate nella rivista "Vogue" e ai geroglifici dell'antico Egitto. Era uno stile di danza praticato principalmente da trans, queer e gay black e latini di Harlem, persone che, al tempo,

erano completamente emarginate della società contemporanea per l'orientamento sessuale, il genere o l'etnia. Per loro, quindi, il *voguing* era un modo per raccontare la propria storia, per reagire al dramma dell'HIV e soprattutto per sentirsi parte di una famiglia, o meglio di una *house family*, che, a volte, si appropriava del nome di alcune maison di moda come Saint Laurent, Valentino o Balenciaga.

I *voguers* si sfidavano in *battle* per aggiudicarsi trofei, sfilando in varie categorie e mettendo in atto una parodia codificata della femminilità bianca, per sovvertire gli ideali di bellezza, di sessualità e classe sociale. «Il *vogue* è un'evoluzione dell'evoluzione della cultura, all'interno della quale si è creata una comunità che ha dato modo alle persone perseguitate ed emarginate di vivere i loro sogni» ci ha raccontato Mother Gorgeous Kenjii Gucci, coreografo, ballerino e performer di origini brasiliane e nigeriane, Mother della House of Gorgeous Gucci.

A partire dagli anni Novanta, soprattutto grazie al singolo di Madonna *Vogue*, lo stile subisce numerose trasformazioni, ma mantiene comunque l'idea centrale di decostruire i generi, creando la propria identità e si diffonde in tutto il mondo e in Europa, per arrivare in Italia solo nel primo decennio degli anni Zero. Nei primi tempi era per lo più ballato da donne, mancava, quindi, la presenza dell'aspetto queer della scena *vogue*. «Vista la mancanza della partecipazione maschile omosessuale – continua Kenjii – una volta tornato in Italia da Parigi nel 2015 ho iniziato a comunicare con i gay delle scene italiane per creare una comunità che includesse e rappresentasse tutti, me compreso. In Italia non mi sono mai sentito del tutto accettato perché sono nero, gay e straniero, ma volevo comunque essere un esempio non solo per i gay, ma anche per gli afroamericani e gli stranieri».

Nel corso degli anni il *voguing* italiano si è sviluppato in modo diverso da quello americano: è più scolastico, più modaiolo e viene principalmente visto come uno stile di danza. Si fa fatica a capire fino in fondo il contesto culturale e sociale in cui è nato, anche se ultimamente si stanno facendo dei progressi, grazie ai vari insegnanti che, prima ancora dello stile, cercano di trasmettere e spiegarne la cultura.

Oggi, nonostante la pandemia, il *voguing* in Italia continua a crescere e il senso di comunità non è stato perso, come ci racconta Kenjii: «In queste condizioni siamo stati tutti messi a dura prova, ma ognuno di noi sta cercando di gestire al meglio la situazione. Organizziamo lezioni online, videochiamate o riunioni una volta al mese anche con le comunità parigine e americane della Gorgeous Gucci per supportarci e sentire vivo il senso di unione. Per questo ho anche creato un progetto in cui tutti gli appartenenti alla family italiana possono mandare un video, rispettando il senso di comunità, per creare una sorta di campagna pubblicitaria Gucci».

A quasi 40 anni dalla nascita, il *voguing* si sta sviluppando a livello globale, con scuole di ballo che insegnano proprio questo stile alle nuove generazioni e pop star internazionali come Beyoncé, Rihanna o Britney Spears che lo includono nei loro videoclip. Il movimento mantiene da sempre un proprio linguaggio e codici ben identificabili. Infatti, la forza del *voguing* è quella di restare ancorata alle sue origini e alle sue radici, nonostante la nascita di nuovi stili o community. Quello stile di danza che è nato ad Harlem, oggi, è diventato una comunità non solo globale ma anche intergenerazionale, che offre uno spazio di sopravvivenza ed espressione alle comunità queer o LGBTQ+, in modo che tutti possano sentirsi se stessi in modo libero e scegliere con quale identità mostrarsi al mondo.

Nella pagina a fianco:  
Kenjii al Kweer Ball

In *OBE – Out of Body Experience* il producer milanese esplora territori sonori insieme a un nutrito gruppo di artisti italiani. Con ciascuno di loro compie, traccia dopo traccia, un pezzetto di un percorso “musical-esoterico” che, sebbene sia uscito a febbraio, è già considerato come uno dei dischi dell’anno

di Enrico S. Benincasa

foto di Roberto Graziano Moro

# MA CE COMPAGNO DI VIAGGIO



Mace l'ha fatta grossa, e l'ha fatta bene. Il suo *OBE* ha lasciato in tanti a bocca aperta, a tal punto che da più parti si parla già di questo lavoro come uno dei dischi dell'anno, se non "il disco". La gestazione di *OBE* è stata lunga, rallentata anche dalla pandemia e "incastrata" nei tanti lavori e progetti che hanno visto impegnato Mace (spesso insieme a Venerus, uno dei suoi "compagni di viaggio"). In questo disco,

corale e personale al tempo stesso, il producer ha osato, proponendo anche accostamenti di artisti che, a prima vista, si potrebbero considerare almeno inusuali. Le scelte hanno pagato e la sensazione di essere davanti a qualcosa di importante l'abbiamo avuta sin da *La canzone nostra*, il brano con Blanco e Salmo che ha tolto un primo velo a *OBE*, con il quale cominciamo la nostra intervista.

**La canzone nostra è uscita l'8 gennaio, è andata subito in vetta nella classifica FIMI e anche su Spotify ha raggiunto numeri e posti di rilievo in diverse chart. Le premesse c'erano tutte, ma ti aspettavi che andasse così bene?**

No, ha superato ogni tipo di previsione. Sapevo che era una bella canzone, in grado di lasciare alle persone un'emozione forte. Certe cose, però, le puoi prevedere fino a un certo punto, di certo non mi aspettavo di entrare nella global chart di Spotify.

**Il 5 febbraio, poi, è uscito *OBE - Out of Body Experience*. Quando hai deciso il titolo?**

Più o meno a metà del percorso. Sin dall'inizio volevo raccontare il tema del viaggio, sapevo che questo sarebbe stato il concept principale del disco. Con *OBE* ho identificato perfettamente la maniera di esprimerlo perché l'esperienza extracorporea riassume alla perfezione il mio approccio al viaggio, che è quello di uscire dal mio corpo, dalla mia cornice quotidiana. Cambiare prospettiva nel vedere le cose per me è il vero significato della parola viaggiare. Nella vita mi definisco prima viaggiatore e poi musicista, perché sono queste esperienze che mi hanno segnato e hanno più determinato quello che sono oggi.

**Qual è il primo viaggio vero che hai fatto?**

Avevo 20 anni e, dopo il primo disco con i La Crème, sono andato in Messico. Mi sono trovato perso nella stazione dei bus di Città del Messico, completamente. In quel momento ho capito che viaggiare era quello che volevo fare nella vita.

**Ci sei più tornato?**

Non ancora. Vorrei senz'altro tornarci, ma sono diventato un viaggiatore vorace e ho sempre fame di nuovi posti. Negli ultimi anni, poi, mi sono dedicato molto all'Africa, un luogo che mi ha colpito tanto. Ho anche vissuto a Johannesburg per qualche mese. In Africa ho visto posti senza tempo e sono entrato in contatto con una biodiversità umana che mi ha segnato. È un posto ospitale, bello e vario. C'è una *joi de vivre* nella gente che è eccezionale, ti fa dare il giusto peso alle cose della vita. È piena di livelli di lettura, ed è vasta e multiculturale più di quello che pensiamo.

**Da quanto tempo stai lavorando a *OBE*?**

Le primissime bozze su cui ho lavorato sono di due anni fa circa e sono *Dio non è sordo* e *Acqua*, l'ultima è *La canzone nostra*. Quando ho iniziato con *Dio non è sordo* sapevo che sarebbe stato il primo pezzo del disco, anche se poi è stato ultimato questa estate. È stato un periodo molto intenso in studio, io e Venerus abbiamo prodotto un sacco di musica, i nostri due album e quello di Ghali senza contare le produzioni per altri artisti. Abbiamo fatto tante cose contemporaneamente e questa situazione mi ha aiutato a guardare le cose da un'altra prospettiva, a non fare un disco in fretta e a concentrarmi su quello che volevo fare in un determinato momento.

**Il tuo disco e quello di Venerus escono a breve distanza l'uno dall'altro...**

Sono stati fatti nello stesso lasso temporale, quasi accavallati. Entrambi, poi, hanno subito un ritardo causa pandemia. Inizialmente non doveva essere così, ma poi abbiamo realizzato che farli uscire nello stesso periodo storico sarebbe stata la cosa giusta da fare. Sono dischi fatti nello stesso studio, da persone che hanno una grande affinità di pensiero. Individualmente sono due dischi diversi e ciascuno di essi ha

una grande anima; insieme sono uno *statement*, con lo stesso approccio libero e con un completo distacco dai generi e dalle logiche di mercato.

**Il vostro sodalizio artistico è difficile da racchiudere con un aggettivo...**

Siamo diventati inseparabili. Abbiamo fatto "click" insieme, sia a livello umano sia a livello professionale. Ci siamo molto influenzati a vicenda anche a livello di pensiero, le radici sono più profonde di una semplice collaborazione musicale.

**Assistere a una vostra chiacchierata in studio deve essere un'esperienza...**

Sì, alle volte anche quasi mistica. (Ride, *NdR*)

***OBE* è un disco corale, ma allo stesso tempo anche molto personale. Nel tuo ruolo di "direttore d'orchestra" di questo album, hai scelto anche accostamenti non facili con gli artisti che hanno accettato di partecipare. Hai mai dovuto insistere con qualcuno di loro?**

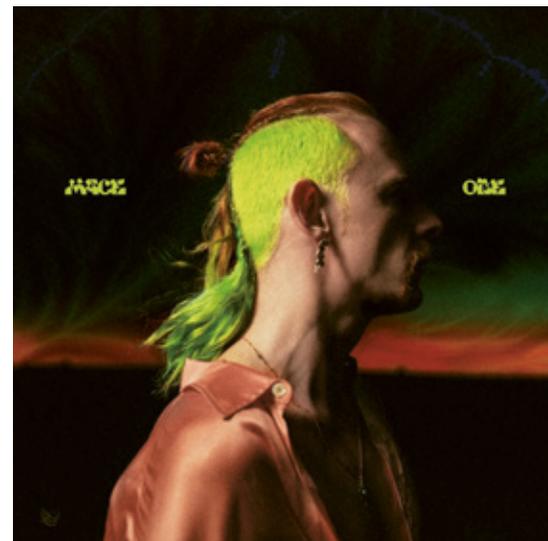
Si sono fidati di me. Ho fatto fare loro cose che solitamente non fanno, li ho tirati fuori dalla loro comfort zone, insomma. Gli accostamenti più imprevedibili funzionavano nella mia testa, se mi sono permesso di proporli è perché avevo visto dei punti di contatto e sapevo che potevano funzionare sulla canzone giusta. Ma alla fine è stato tutto molto fluido, nulla di troppo ragionato.

***Dio non è sordo* è l'ultimo pezzo del disco, prima di *Hallucination* che è un instrumental. Perché hai scelto proprio questo brano per chiudere *OBE*?**

Ho deciso di metterla in fondo perché volevo che la voce di Jack the Smoker chiudesse il disco. Lui è la prima persona con cui ho lavorato ai tempi dei La Crème e questa scelta dà un'idea di circolarità al tutto, è una cosa che mi piaceva.

**Cosa c'è nel futuro di questo progetto?**

Stiamo valutando quali singoli estrarre e di quali fare il videoclip. Per il momento abbiamo fatto dei *visualizer* per ciascun pezzo con degli oggetti esoterici della mia collezione privata, tutti ispirati a *La montagna sacra* di Jodorowski, che è il mio film preferito. Abbiamo creato un supporto visivo per le canzoni molto intenso, nonostante la durata breve di ciascuno. Vederli tutti insieme, uno dopo l'altro, mi ha trasportato in una dimensione mistica, che è una parte di me importante. Mi sono reso conto che questo supporto visivo mi manda in una dimensione ancora più profonda.



La cover di *OBE*, l'ultimo disco di Mace (2021)

Lo Student Award è la sezione dedicata alle giovani promesse della fotografia del World Report Award, premio del Festival di Fotografia Etica di Lodi. Ogni anno propone reportage fotografici di alto livello come il lavoro di Ingmar Nolting, *Measure and Middle*

## GIOVANI DIETRO UNA CAMERA

della Redazione di WU

È quasi inutile sottolineare come il 2020 sia stato un anno difficile per chiunque si occupi di cultura, con la pressoché inesistente possibilità di organizzare eventi sul territorio un po' a tutte le latitudini. Questo ha coinvolto anche il mondo della fotografia, con lo spostamento completo di tutte le occasioni di confronto in modalità streaming. Fortunatamente, qualcosa si è riusciti a fare nella finestra estiva o poco dopo. Tra gli eventi che hanno avuto luogo in questo anno sfortunato c'è stato anche il Festival della Fotografia Etica di Lodi.



Giunto alla sua 12esima edizione, il festival si è svolto dal 26 settembre al 20 ottobre scorsi con la solita formula di apertura nei weekend, ovviamente rispettando tutte le prerogative di sicurezza previste dalle normative di quel periodo. I visitatori hanno potuto così vedere le mostre nei vari luoghi della città di Lodi e anche a Codogno, città simbolo dell'inizio della pandemia in Italia. Tra queste ci sono state ovviamente anche quelle dedicate al World Report Award, il premio fotografico internazionale legato al Festival della Fotografia Etica. Il premio è diviso in sei sezioni differenti e, nel 2020, ha esaminato ben 1050 lavori di 568 fotografi provenienti da 57 nazioni differenti.

Una sezione in crescita del WRA è lo Student Award, nata nel 2018 per «sostenere e amplificare sempre di più il lavoro di chi si occupa di fotografia documentaria», ci racconta Laura Covelli di FFE. «Questa è una sezione dedicata agli studenti di fotografia, senza limiti di età, dove sono considerati i reportage prodotti da chi sta frequentando o ha terminato una scuola di fotografia da non più di un anno. Volevamo offrire una sorta di “corsia preferenziale” per coloro che si affacciano a questo mondo in un'epoca in cui vivere di questo mestiere non è semplice. L'idea che gli studenti o i diplomati da poco tempo potessero concorrere alla pari ci sembrava un'opportunità da offrire nel nostro concorso».

**In queste pagine: alcuni scatti di *Measure and Middle*, il lavoro di Ingmar Nolting premiato con lo Student Award**



Il numero dei partecipanti allo Student Award è cresciuto negli anni, arrivando a considerare circa 70 progetti per l'edizione appena trascorsa, con una grande partecipazione di fotografi dall'estero. «Il numero dei progetti presentati è costantemente in crescita – continua Laura – abbiamo contattato diverse scuole di fotografia nel mondo e, guardando i dati, le università e le scuole di specializzazione tedesche sono in testa alla classifica per numero di partecipanti. Non è un caso, quindi, che negli ultimi tre anni i vincitori della sezione siano arrivati dalla Germania, seppur da scuole diverse. La sezione Student Award è per noi un modo per mostrare il lavoro di un giovane che aspira a fare della fotografia il proprio lavoro a un panel di professionisti che operano nell'industria mondiale. Speriamo che l'opportunità venga colta sempre più da coloro che studiano fotografia in Italia».

«La sezione Student Award è per noi un modo per mostrare il lavoro di un giovane che aspira a fare della fotografia il proprio lavoro a un panel di professionisti che operano realmente in questo settore»

L'opportunità è stata colta senz'altro da Nanna Heitmann, fotografa documentarista russo-tedesca classe 1994. Ha vinto il premio nel 2018 e, l'anno successivo, è entrata a far parte dell'agenzia Magnum e ha iniziato collaborazioni con alcuni testate importanti come il "Time".

Un percorso che potrebbe seguire anche Ingmar Nolting, il vincitore del WRA sezione Student Award del 2020. Il lavoro con cui ha vinto si intitola *Measure and Middle – A Journey through Germany during the Covid-19 Pandemic* e, come il titolo

In queste pagine: alcuni scatti di *Measure and Middle*, il lavoro di Ingmar Nolting premiato con lo Student Award

lascia presagire, è un reportage che ha come focus la situazione sanitaria della scorsa primavera, focalizzato sull'esperienza tedesca. Gli scatti che vedete in queste pagine sono stati realizzati da Ingmar tra il 25 marzo e il 28 maggio del 2020, sei settimane in cui ha cercato piccole storie che potessero fornire una prospettiva personale a quello che stava succedendo. «Quando la crisi è iniziata – racconta Ingmar sul suo sito – ho avuto la sensazione di svegliarmi in un mondo diverso da quello in cui mi ero addormentato. Tutto è accaduto molto velocemente e sembrava surreale. Il Paese ha chiuso i confini ed è stato imposto il distanziamento sociale. Il lockdown è iniziato e ho deciso di fotografare la risposta della società al coronavirus». Ingmar ha percorso oltre 9 mila chilometri in un mese e mezzo per realizzare *Measure and Middle*, un'occasione che lui stesso ha definito unica, «la più grande sfida del Paese dalla fine della Seconda Guerra mondiale». Il racconto sta proseguendo con *Measure and Middle II*, che parte dall'estate 2020 con il ritorno a un'apparente normalità e arriva fino alla fine dell'anno, con la seconda ondata – che in Germania ha causato una situazione più critica – e l'inizio delle vaccinazioni. Il lavoro di Ingmar Nolting è la dimostrazione della bontà dell'intuizione del Festival della Fotografia Etica di Lodi nel creare questa sezione del WRA tre anni fa. I lavori per la prossima edizione sono già iniziati e a breve, sui canali del festival, saranno rese note le modalità per partecipare all'edizione 2021.



**Il suo motto è “rischiare in sicurezza”: altoatesina da sette anni trasferitasi a Innsbruck, l'atleta italiana è il volto gentile ma determinato (e vincente) del freeride, la disciplina più adrenalinica e meno riconosciuta tra gli sport invernali, almeno nel nostro Paese**

# ARIANNA TRICOMI

## L'ALTRA FACCIA DELLO SCI

di Stefano Ampollini

foto di Tobias Zlu Haller



Arianna è nata sotto il segno del leone e in quello che per l'oroscopo cinese è l'anno della scimmia, il 1992. Le caratteristiche di entrambi i segni sono la volontà, la sicurezza di sé, la determinazione e l'energia inesauribile. Per di più questa atleta dal carattere d'acciaio è cresciuta forgiata dalle montagne

dell'Alto Adige con una mamma discesista e un papà pilota delle Frecce Tricolori. Che non sarebbe stata una ragazza qualunque era chiaro fin da piccola, ma il vero salto nella sua vita è avvenuto con il freeride, disciplina nella quale per tre anni consecutivi (dal 2018 al 2020) è stata campionessa del mondo.

**Perché hai abbandonato le discipline alpine classiche e cosa ti ha spinto verso il freeride?**

Ho iniziato presto a sciare e a vivere la montagna, soprattutto grazie a mia mamma (Maria Cristina Gravina, azzurra di discesa libera, *NdR*): a sei anni già praticavo il telemark e per dieci anni ho gareggiato nello sci alpino per poi passare a 16 anni al freestyle. Le troppe regole, però, non mi piacevano e mi hanno lentamente spinto

lontano da quel mondo. Così, quasi per gioco, quando mi sono trasferita Innsbruck ho iniziato a partecipare a gare di qualificazioni per il Freeride World Tour, il massimo circuito mondiale di freeride. L'avvicinamento al Big Mountain è stato graduale, ma alla fine lì ho trovato la mia giusta dimensione, fatta di velocità e creatività. Posso quasi dire che è stato il freeride a scegliere me, più che il contrario.

**A guardare il tuo profilo Instagram e i tuoi video sembra che tu tenda a privilegiare il “divertimento” piuttosto che la prestazione estrema. È così?**

È assolutamente così. Molti atleti hanno bisogno di alzare al massimo il livello di rischio per divertirsi, mentre per me è stato sempre importante bilanciare la prestazione con la sicurezza. Anche in gara mi piace rischiare, ma valutando sempre le possibili conseguenze. Sembra un paradosso, ma amo “rischiare in sicurezza”. Tra l'altro so di essere una privilegiata, scio praticamente tutti i giorni e so che prima o poi arriverà la giornata buona, la neve giusta, le condizioni ideali per fare il trick o la linea voluta. Basta aspettare. Capisco che lo sciatore della domenica, per quanto bravo, ha più ansia da prestazione e vuole tutto subito. Ma questo può essere anche molto pericoloso. In montagna ci sono un sacco di cose da imparare, ogni giorno. Chi si avvicina a questo ambiente dovrebbe sempre ricordarselo.

**La montagna è per tutti?**

È brutto da dire, ma la montagna non è un luogo democratico e non è per tutti. È vero, il Covid ha certamente favorito un approccio più naturale e meno aggressivo, la chiusura degli impianti ha imposto l'uso delle pelli, ma continuo a vedere persone in situazioni estreme o ambienti *wild* che non sono per tutti. C'è un gap enorme nella preparazione di molti appassionati, o presunti tali, che non può essere colmato in poco tempo. A volte non può essere colmato affatto.

**Come hai vissuto quest'anno di restrizioni dovute alla pandemia?**

È stato un anno molto complesso anche per noi atleti, soprattutto in Italia. Le innumerevoli lettere inviate dai nostri sponsor per chiedere l'autorizzazione di farci utilizzare gli impianti per allenarci non hanno avuto alcun effetto. Questa è la conseguenza del fatto che da noi il freeride non è una disciplina riconosciuta dal CONI o dalla FIS, ma soprattutto non c'è la stessa cultura della montagna come in altri Paesi alpini e il giusto rispetto per chi vive e lavora in questo ambiente. Mentre noi professionisti ci potevamo muovere solo con le pelli, i ragazzini degli sci club erano invece autorizzati a prendere gli impianti a noi vietati. Anche per questa ragione nell'ultimo anno ho sciato soprattutto in Austria. Qui lo sci è lo sport nazionale e il governo di Vienna ha scelto fin da subito una linea molto coerente, applicando un lockdown duro fin dai primi di novembre, ma al tempo stesso tenendo sempre aperti gli impianti per tutti, con le dovute attenzioni. E non hanno mai fatto marcia indietro. Oltre ad affermare il principio che con lo sci non ci si infetta, questa scelta ha regalato un sorriso alla gente in un anno molto difficile. In Italia, invece, oltre a una totale ignoranza e disinteresse verso l'economia della montagna, sembra prevalere l'idea che non puoi godere della vita perché c'è gente che sta morendo. È questo è profondamente sbagliato.

**Per tre anni hai vinto il Freeride World Tour, la massima competizione mondiale di questa disciplina. Quali sono state le emozioni più forti?**

Certamente Verbier, dove ogni anno si svolge la finale del tour, è il palcoscenico che ti dà più adrenalina, ma io ricordo con piacere soprattutto la tappa di Fieberbrunn, in Austria: qui ho ottenuto la mia prima vittoria e sempre qui ho vinto la mia ultima gara lo scorso anno, peraltro con una caviglia rotta. Ma è anche la tappa del FWT dove ho ottenuto il risultato più deludente e ingiusto della mia carriera. Un altro luogo che ricordo con emozione è stata l'Alaska. La prima volta che ci gareggiai scesi con l'ultimo pettorale: difficile dimenticarsi quei panorami mozzafiato.

**Il futuro dei lavori legati alle sfere creative è sempre connesso alla necessità di trovare forme efficaci di sostentamento.**

**La digitalizzazione può aiutare, soprattutto nel creare spazi e modalità per rendere più diretto possibile il rapporto tra chi produce contenuti e chi ne vuole usufruire**

# CUT THE ROPES

della Redazione di WU

Lo scorso 14 novembre Ron Gallo, ex membro dei Toy Soldiers e oggi artista solista che pubblica per la New West Records, è stato invitato dal canale Twitch di Amazon Music a esibirsi in streaming sulla famosa piattaforma. La performance è stata abbastanza particolare, con l'artista di Philadelphia che ha "preso alla lettera" lo script che gli era stato fornito, leggendolo in diretta, quasi recitandolo riga per riga. La decisione di comportarsi così, ha spiegato poi Ron, derivava dal fatto che il colosso americano non aveva previsto nessun compenso per la sua performance e per quella di tutti gli artisti invitati a esibirsi su quel canale. Questa sua forma di protesta, come ha poi spiegato su Instagram, è servita a qualcosa: Amazon Music ha successivamente deciso di pagare un *fee* di 3 mila dollari a ciascuno dei musicisti che si sono esibiti e che si esibiranno in quello spazio.

Quello di Ron Gallo è stato un gesto singolare, mosso probabilmente da una mera ma sacrosanta questione di principio: è indubbio che in un momento come que-



sto, dove un artista non può salire sul palco, una performance live in streaming è un'occasione di lavoro che, in quanto tale, andrebbe remunerata. Se proviamo ad ampliare lo sguardo, però, è chiaro come un piccolo sistema economico, come quello di un musicista indipendente, di un podcaster o di qualunque altro creatore di contenuti, debba trovare, oggi ancora più di ieri, un equilibrio anche finanziario per andare avanti con fiducia.

La digitalizzazione, che negli ultimi vent'anni ha sconvolto gli equilibri in questi e in tanti altri settori, ha anche creato delle strade alternative o complementari per arrivare a questo equilibrio. Alla base di tutto c'è la risorsa principale per un content creator: il suo pubblico di riferimento. Non sorprende, quindi, che durante la pandemia Patreon abbia accresciuto i propri utenti del 33%, raggiungendo i 200 mila iscritti tra i creator (fonte: Patreon). Nata nel 2013 da un'idea di Jack Conte, musicista, e del suo compagno di college Sam Yam, questa piattaforma offre a chiunque si cimenti con la creazione di contenuti la possibilità di stabilire un contatto diretto e monetizzabile con la propria fanbase. Sottoscrivendo un abbonamento mensile, lo user – *patron*, nel gergo di questo sito – ottiene la possibilità di sostenere, per esempio, il suo musicista preferito, che in cambio si offre di dare ai suoi abbonati contenuti esclusivi di varia natura. Un sistema semplice, che ha più di un tratto in comune con servizi come Netflix, Amazon Prime o Spotify, e che può funzionare molto bene anche con piccoli ma solidi gruppi di fan.

Patreon non è l'unico lido del web dove il rapporto creator – pubblico poggia su basi di questo tipo. Un esempio simile, per quanto utilizzato prevalentemente da content creator che si occupano di intrattenimento per adulti, è OnlyFans. Nonostante la sua indole, sul sito creato nel 2016 da Tim Stokely si trovano sempre più anche account che non c'entrano nulla con il mondo dell'eros e del porno. Scrittori, giornalisti e podcaster, invece, hanno trovato in Substack una piattaforma di pubblicazione che crea un contatto diretto e monetizzabile con il pubblico interessato a ricevere newsletter e contenuti. Ci sono poi realtà che sostengono i creator senza chiedere nessuna percentuale come Ko-Fi, che si mantiene e rimane ad-free grazie alle donazioni degli utenti.

I programmi di membership non sono una novità per le piattaforme di creazione di contenuti come YouTube o soprattutto su Twitch, dove sono una parte importante dell'esperienza di fruizione. Perché, quindi, preferire o aggiungere un altro tassello alla propria schiera di pagine e canali social? Difficile se non impossibile dare una risposta univoca, ma una chiave può essere il fattore umano: «Quello che secondo noi distingue Patreon – ci ha detto Lara Della Gaspera, responsabile dei rapporti con i creator italiani del sito americano – è che è fatto di persone che sono state "dall'altra parte". Siamo in molti a lavorare qui con un background simile a quello dei creator. Questo comporta un'empatia particolare per loro, sappiamo quello che si passa quando ci si trova in quella posizione».

Il contatto diretto e monetizzabile tra chi crea e chi usufruisce di contenuti è un'opportunità per tutti e, come dimostrato, per funzionare non ha bisogno necessariamente di fanbase enormi. Non c'è certamente, però, il divieto di utilizzare queste piattaforme per chi è riuscito a crearsi un grande numero di follower fedeli. C'è un ipotetico rischio di "cannibalizzazione" di queste microsfere di sostentamento in un prossimo futuro? Anche qui la risposta è difficile, perché molto dipenderà da come le piattaforme evolveranno, dallo spazio che daranno alla user experience dei "sostenitori" e dagli algoritmi di ricerca interni. Quello che continuerà a contare, senz'altro, sarà la qualità: è la via maestra per chiunque decida di creare contenuti per il pubblico, sia che siano pensati per essere visti su uno schermo, sia per essere fruiti in maniera meno virtuale.

**Nella pagina a fianco:  
podcaster al lavoro, foto  
di Jeremy Enns su Pexels**

**La nuova scommessa di Bomba Dischi nell'arco di un anno si è affermata come uno dei nomi più promettenti del panorama italiano. Suoni e parole capaci di arrivare dritti al cuore, con la potenza della sincerità di chi fa musica prima di tutto per se stessa**

## ARIETE MUSICA PER ME

di Giulia Zanichelli



Stile semplice e diretto, testi immediati e specchio di emozioni quotidiane che si sciolgono in un sound intimo, essenziale e di una leggerezza potente. Ariete è Arianna Del Ghiaccio, viene da Anzio, classe 2002. Con i suoi primi due EP, *Spazio* e *18 anni*, entrambi

pubblicati nel 2020 e ora raccolti in un vinile in edizione limitata, è riuscita a conquistarsi un posto nella scena musicale italiana con il suo cantautorato "da cameretta", schietto e autentico. E ha la determinazione e il talento per tenerselo stretto.

### Come ti sei avvicinata alla musica?

In realtà non so bene nemmeno io come ho cominciato a suonare e cantare, nessuno in famiglia l'ha mai fatto. Mio padre però ascolta tantissima musica, quindi fin da piccola sono sempre stata accompagnata dalle canzoni di Pino Daniele, Lucio Dalla, De Gregori, Guccini... Ed essendo cresciuta con loro, mi sono affezionata molto anche al mondo della musica.

### Quando hai capito che volevi che quel mondo diventasse il tuo mestiere?

Da una parte, forse, l'ho sempre saputo e voluto. Dall'altra me ne sono resa conto quando ho visto che le persone con cui mi confrontavo, a cominciare da quelle incontrate a scuola, apprezzavano quello che producevo. Lì ho pensato: «Ok, forse devo iniziare a farci qualcosa».

### E nel 2020 sei arrivata in casa Bomba Dischi.

Tutto è dovuto più o meno a essere arrivata lì, mi hanno guidata in questo mondo. Per assurdo, sono loro che sono arrivati a me. Marco degli Psicologi, mentre stavano tornando da una data, mi ha ascoltato per caso su YouTube, gli sono piaciuta e ci siamo conosciuti. L'idea iniziale era di farmi aprire il loro concerto al Rock in Roma, che poi non si è fatto a causa della pandemia. Noi però siamo rimasti amici e oggi lavoriamo e scriviamo tanto insieme, soprattutto con Marco. Di conseguenza sono rimasta in contatto anche con Bomba Dischi, e a marzo 2020 ho firmato con loro.

### A proposito di scrittura, ti racconti in modo molto onesto, i testi sembrano scritti di getto.

Sì è così, sono scritti di getto. Quando decido di scrivere una canzone, se in tre minuti non mi esce almeno una cosa che mi convince chiudo tutto e mi dico che non è il momento o il giorno giusto. Non mi piace lavorarci troppo sopra perché per me è una cosa così profonda e sentimentale che deve essere d'impulso, quasi irrazionale.

### Anche a livello di sound resti molto essenziale. Ti rivedi nella definizione "bedroom pop" che ti è stata data?

Vorrei rivedermi in nessuna definizione. Quello che ascolto, che mi piace, lo prendo come influenza e lo voglio rifare. Non mi interessa se è indie, se è trap, se è rock. Voglio fare tutto quello che mi passa per la testa e fortunatamente la mia etichetta mi permette di farlo.

### In meno di un anno sono usciti due EP. Come mai non un unico disco?

Nessuno si aspettava che il mio progetto partisse così bene, sono sincera. Con il primo EP volevo presentarmi nella parte più essenziale di me e vedere come andava. Un album, poi, vuol dire doppio lavoro, doppi pezzi, e se va male è molto peggio che se floppa un EP, anche a livello pratico. Se un EP non raggiunge i risultati sperati puoi inventarti qualcosa dopo, se va bene significa che la formula funziona e puoi farne uscire un altro. Perché la gente dovrebbe avere l'impulso di ascoltare 12 pezzi di un super emergente? Forse è meglio farsi conoscere in maniera più leggera, passo dopo passo, e questo modo di procedere può aiutare.

### Invece ti sei fatta conoscere molto velocemente. C'è qualcosa che ti spaventa della rapidità con cui il tuo nome è diventato noto?

Sicuramente c'è un senso di responsabilità maggiore. Hai la consapevolezza che la canzone non la scrivi più solo per te, ma che sarà ascoltata da milioni di persone. Ma non voglio pensarci troppo, perché più me la vivo in modo poco naturale, più penso che ho un milione di ascoltatori su Spotify, più rischio di finire a fare musica più per gli altri che per me. Per me è importante scrivere per me stessa, riconoscermi in quello che faccio. Alla fine deve esserci solo Arianna che canta, e Arianna ha 19 anni, vuole stare tranquilla e vivere la musica senza stress, non in maniera ossessiva. Voglio che sia un lavoro, ma leggero. Non voglio alzarmi la mattina pensando: «Devo fare la hit estiva sennò non dormo la notte», mi sembra poco stabile per me, senza dubbio dal punto di vista mentale.

### Le tue canzoni d'amore sono esplicitamente indirizzate a donne, non ci sono molti altri esempi di ragazze che lo facciano. È ancora un tabù parlare liberamente della propria sessualità quando si fa musica?

Absolutamente. In Italia un sacco di cose sono ancora un tabù, per esempio penso al fatto che un ragazzo può parlare senza problemi di quante tipe si fa ogni sera e una ragazza no. Ho apprezzato tanto Madame, che ha scritto *Clito*, l'ho trovata stimolante. Il mio obiettivo è farlo essere sempre meno un tabù, senza esaltarne ma parlandone normalmente, proprio come ho fatto con miei genitori quando gli ho detto: «Guardate, ho una ragazza», e basta. E così voglio "educare" il mio pubblico. Non faccio canzoni in cui annuncio di amare le donne, ma semplicemente anziché dire "non sei mio" dico "mia": ho avuto storie con ragazze, perché non dovrei.

**Le limitate possibilità di spostamento non ci permettono di riempire la valigia come facevamo prima della pandemia. Stiamo quindi colmando quel bisogno di stimoli visuali, parte integrante dell'esperienza del viaggio, attraverso i social network?**

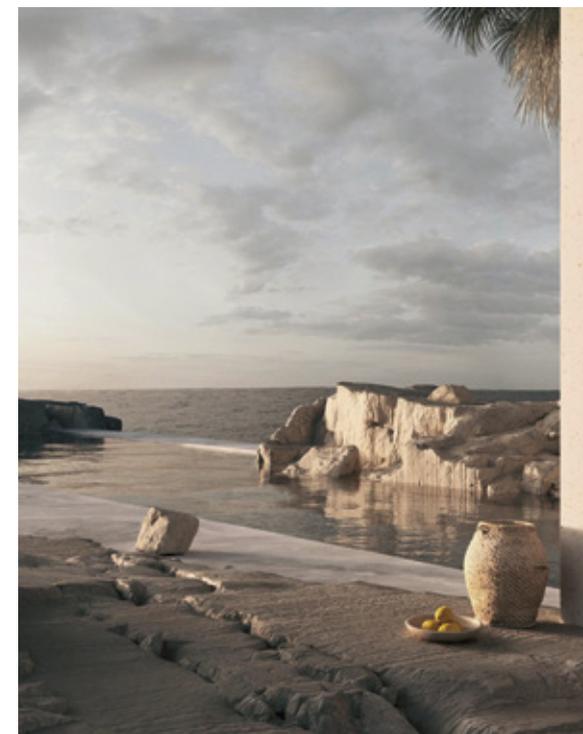


## **SÌ, VIAGGIARE, NEL FRATTEMPO, VIA INSTAGRAM**

di Alessandro Lanza

Il 2020 ha senza dubbio cambiato il nostro modo e le nostre possibilità di viaggiare. Il weekend *last minute* con il trolley pieno dell'indispensabile, parcheggiato accanto alla scrivania dell'ufficio in attesa che finisca il venerdì è per ora un ricordo e una promessa, e quel viaggio all'avventura zaino in spalla, senza prenotare nulla, se non il biglietto di andata, sembra ancora rimandato a data da destinarsi. I più veloci, organizzati e fortunati hanno trasformato il remote working in un'occasione per vivere posti nuovi, meglio se lontani dalla grande città sempre più difficile da sopportare, ma la maggior parte di noi sogna la vecchia normalità a base di voli low cost e stories su Instagram con geotag tra l'ostentazione e la genuina voglia di condividere nuove scoperte.

Durante il lockdown o la zona arancione senza aperitivi e dentro il proprio comune, è rimasta almeno la possibilità di viaggiare con gli occhi e la mente, e di usare Instagram anziché come testimonianza come via di fuga. Uno dei profili in questo più efficaci in questo senso è senza dubbio @accidentallywesanderson, progetto che in poco più di tre anni ha raccolto attorno a sé una community di quasi un milione e mezzo di persone e che continua a crescere, come dimostrano il sempre più complesso sito internet, la sua newsletter settimanale e il libro uscito a fine 2020, che raccoglie le migliori fotografie e le storie più interessanti, divise per continenti. Come spiega il fondatore del progetto Wally Koval, che lo gestisce insieme alla moglie Amanda secondo un piano editoriale che prevede «un post al giorno, tutti i giorni, senza eccezioni», è tutto nato come una lista di luoghi da visitare in un ipotetico prossimo viaggio, diventata poi una sorta di atlante che raccoglie, da tutto il mondo, immagini che sembrano uscite da uno dei film del regista americano. Il segreto di un progetto come questo, spiega, è la community, che grazie ai suoi consigli e alle migliaia di submission mensili offre sempre nuova linfa, portandoci da un angolo remoto tra i ghiacci islandesi agli interni di un museo di architettura o di un teatro a Tokyo, passando per i palazzi di Delhi e le sale bingo di un'isoletta inglese, il tutto con leggerezza, ma anche storie approfondite raccolte nelle caption. Dalle quattro mura in cui ci siamo abituati a vivere, mangiare, lavorare e che conosciamo a memoria può esser bello perdersi in spazi di design, meglio se vista mare o altri panorami mozzafiato. Tra gli account più riusciti, insieme a @somewhereiwouldliketolive, il cui nome è già uno statement, c'è @worldarchitecturedesign, fondato da Vedran Kustura, architetto croato che seleziona le migliori immagini di architettura e design di tipo mediterraneo, nei cui muri di un bianco splendente e in elementi fatti di ombre, acqua e natura circostante, trova la maggiore ispirazione. «Più in generale, ad attrarmi è quello che potremmo definire edonismo», spiega



Nella pagina a fianco: foto di Alexis Christodoulou (@teaaalexis)

In questa pagina: foto di World Architecture (@worldarchitecturedesign)

in uno scambio via mail. Fondato un paio d'anni fa, l'account ha raggiunto 10 mila follower nel primo mese grazie a un sapiente utilizzo degli hashtag, e dopo un anno ha varcato la soglia dei 100 mila. «Con l'inizio della quarantena – racconta – ne ho raggiunti in breve altri 200 mila». Anche Carley Rudd, fotografa di viaggio di base a Los Angeles, registratasi su Instagram dieci anni fa come @carleystcamera, ha notato con l'avvento del Covid-19 e le conseguenti limitazioni negli spostamenti una decisa crescita in termini di engagement e di follower. «Credo che molte persone – dice – abbiamo trovato nel mio lavoro una sorta di via di fuga mentre erano obbligate a stare in casa». Abituata a scoprire quelle destinazioni meno inflazionate e a scegliere piccoli boutique hotel gestiti dai locali per un'esperienza più autentica o sistemazioni con una particolare attenzione per il design, nel 2020 ha dovuto concentrarsi sul suo materiale di archivio, riassaporando lei stessa vecchi viaggi tra spiagge tropicali, piccoli lodge immersi nel bosco, piscine nel bel mezzo del deserto e camere d'albergo di un bianco purissimo in cui trovarsi in quarantena sarebbe forse più sopportabile.

Le immagini della fotografa tedesca Julia Nimke (@julianimkephotography) con i loro colori vibranti ci riportano a contatto con la natura. Il suo sguardo si concentra con delicatezza su dettagli in grado di far quasi respirare il profumo di frutta, la frescura di una pineta accarezzata dalla nebbia o la salsedine di un'onda del mare che si infrange. È in una coincidenza di forme e di luce che i suoi scatti migliori riescono a catturarci e a riportarci a una dimensione intima del viaggio fatto in solitudine, quasi alla ricerca di sé. L'account dei tre fratelli hawaiani @threeifbysea ci accompagna invece in isole che sembrano paradisi incontaminati e in un mondo sottomarino fatto di delfini e fondali chiarissimi, mentre con Frida, Leo e il loro cane Henry, che gestiscono l'account @somewherewilder, ci si avventura nel foliage autunnale o nella neve dell'alta montagna.



Nella pagina a fianco:  
foto di Nainoa Ciotti,  
(@threeifbysea)

Nella pagina a  
fianco: foto di Alexis  
Christodoulou  
(@teaaalexis)

Senza nulla togliere agli account di vere e proprie istituzioni come il magazine National Geographic, la guida Lonely Planet o il canale BBC Travel, è bello perdersi in fotografie meno patinate e capaci di restituire un'atmosfera particolare, anche se si tratta di posti che non esistono e sono frutto di render perfetti dal sapore metafisico. Tra gli account più incredibili ci sono quello del designer Paul Milinski (@paul\_milinski), designer e artista 3D che mescola ai suoi interni perfetti elementi naturali che li trasformano in oasi di pace, quello del collega Sebastien Baert (@sebastien.baert) e ancora quello di Alexis Christodoulou (@teaaalexis), autodidatta, che con il suo studio crea progetti in cui tutto è sospeso in una dimensione senza tempo, come sotto l'influenza di qualche divinità. «Ho aperto il profilo nel 2015, o almeno, è nel 2015 che ho trasformato le classiche foto di piatti di spaghetti in render 3D», ci racconta. Durante il primo lockdown anche il suo profilo è cresciuto parecchio e ad aver più successo sono state le immagini più visionarie. «Non vorrei suonare troppo filosofico – dice, quando gli chiediamo delle sue ispirazioni – adoro tutti gli input, l'architettura, i dipinti di paesaggio, gli oggetti di design e la fotografia, ma quello che davvero mi permette di andare avanti e di essere ispirato davanti al mio computer ogni mattina alle sei è quel bambino di dieci anni che costruisce mondi dentro la mia testa». No, viaggiare scrollando immagini su Instagram non sarà mai lo stesso, ma può sempre essere utile per prendere appunti per la prenotazione che aspettiamo con ansia.

**È un punto di riferimento nel mondo dello streetwear in Italia, ma da circa due anni ha deciso di impegnarsi anche in una nuova carriera musicale. La possibilità gliel'ha data Yalla Movement di Big Fish e Jake La Furia, etichetta con la quale pubblicherà presto un EP**

# RICKO SCHWARTZ

## URBAN HEART

di Enrico S. Benincasa



In questa pagina: Ricko Schwartz indossa un capo della collezione primavera estate 2021 di Hevò

Foto di Riccardo Mordenti, concept e style Alessio Bruno Pomioli

Ricko Schwartz, a quasi due anni dall'uscita del suo primo singolo *Hype*, è quasi pronto per pubblicare il suo primo EP per Yalla Movement, l'etichetta fondata da Big Fish e Jake La Furia. Questa uscita discografica è una nuova tappa del suo percorso nel mondo della musica, una scelta che non è stata esente da critiche per via della sua esposizione in ambito social, in particolare nelle sfere più legate alla moda e allo

streetwear. Tutte cose che Ricko ha messo senz'altro in conto prima di mettersi alla prova davanti a un microfono, consapevole che l'unica risposta possibile è lavorare e impegnarsi. La parola "impegno" ricorre spesso nella nostra chiacchierata ed è un tratto comune del suo approccio alle cose, così come lo è un aggettivo, "urban", un filo rosso che unisce gran parte delle esperienze che lo hanno fatto conoscere.

**Se diamo un occhio al tuo "curriculum" troviamo le esperienze con i Da Move e il basket freestyle, poi l'attività nel mondo streetwear, oggi anche la musica: possiamo dire che il termine "urban" è un po' un minimo comun denominatore di tutto quello che fai?**

Sì, anche se forse i termini che più mi piacciono sono "cittadino" e "metropolitano". Sono nato e cresciuto a Milano e la vivo, non sono uno che va spesso in vacanza.

Sono abbastanza fan del cemento, diciamo (ride, *NdR*). In passato sono stato spesso in giro per gli spettacoli di freestyle, sia in Italia, sia in Europa, ma sempre in contesti urbani. Per quanto mi possa piacere la campagna, non è il mio habitat, anche se ho deciso di ambientare il video di *Luci Blu* proprio in un ambiente più verde, una scelta che per me rappresenta quasi una fuga da me stesso.

**Quando nasce il desiderio di fare musica? È una cosa recente o ha radici più lontane?**

È sempre stata una cosa che volevo fare, non nasce da un "bisogno di click" o per altri motivi. La musica fa parte della mia vita fin da quando ero un pischello. Mio fratello maggiore oggi è un affermato pianista di musica classica (Riccardo Schwartz, *NdR*), quando eravamo più giovani e vivevamo in famiglia era solito registrarsi con un minidisc. Quando non lo usava, lo prendevo, mettevo su il lato B dei vinili che compravo da Time Out a Milano e, sulle strumentali, registravo le mie barre. Sempre in quel periodo, con i miei amici, mi sono sempre sfidato in gare di freestyle e mi sono cimentato anche con la produzione, diciamo che è sempre stata una parte genuina della mia vita che non sono mai riuscito a esporre in maniera concreta. Ultimamente ho espresso a me stesso questo desiderio: sentivo e sento di avere qualcosa da dire e penso non ci sia modo migliore di farlo con la musica.

**Un capitolo non del tutto nuovo, quindi...**

Da una parte è un *restart*, perché si distanzia molto da quello che ho fatto, dall'altra la musica è parte di quello che sono. Non sono l'influencer che fa musica, sono Ricko che vuole fare bene e migliorarsi. È un approccio che ho sempre avuto con tutte le cose in cui mi sono messo alla prova, a cominciare dal basket. Voglio fare sempre meglio, sia per me, sia per il messaggio che voglio portare. Non mi interessa il successo istantaneo, ma porre le basi. E penso che questa sia la cosa che ha convinto Fish, Jake e il team di Yalla a darmi una chance.

**A che punto siamo con l'EP?**

Siamo in fase di conclusione. Sarà tutto prodotto da Big Fish e ci sarà un feat importante che ancora non posso annunciare. Sono molto soddisfatto perché è stato fatto per un discorso di qualità della proposta musicale che con Fish stiamo portando avanti. Con lui mi trovo alla grande, abbiamo un rapporto molto diretto, qualsiasi cosa mi dice lo assorbo come una spugna. A tratti ti sembra di parlare con la storia del rap italiano.

**Che momento sta vivendo lo streetwear oggi? C'è spazio per gli emergenti o solo per i brand con radici solide?**

Il brand con le radici solide, magari nelle subculture e negli universi musicali come il rap o il punk, o negli sport come il basket o lo skate, resisteranno per sempre. Chi sfrutta solo la corrente, invece, prima o poi se ne va. I brand storici cercano a volte di coinvolgerli, sta a chi sfrutta la corrente cogliere l'opportunità di mettere radici più solide quando questo accade. La cosa importante per tutti, però, è sapere dove stai andando e dove vuoi arrivare.

**La strada per i brand specializzati in un segmento, come per esempio Hevò, famoso per i suoi capispalla, è sempre quella di partire dalle proprie radici?**

Certo, si parte sempre dalle radici. Lì sta la vera forza: nel momento in cui riesci a fare un prodotto di qualità e di contenuto puoi anche permetterti di "svirgolare" e fare cose nuove. Ed è più facile che tutto vada poi per il verso giusto.

**Finiamo da dove hai cominciato: chi vince la NBA quest'anno?**

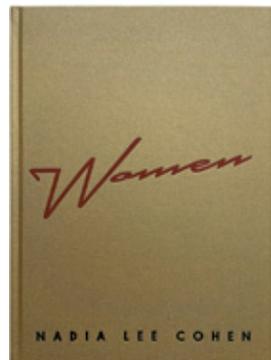
Eh, sono un grande tifoso dei Los Angeles Lakers e mi auguro che riescano a vincere anche quest'anno e fare così *back to back*, mi piacerebbe tantissimo vedere LeBron James con il quinto anello. Ai playoff manca ancora un po', ci sono tante squadre forti sia a est, come Phila e Boston, sia a ovest, come Utah e Denver. Brooklyn è da considerare per via dei suoi campioni e poi mai dare per vinti questi Clippers.

Un'esplosione di creatività si sta facendo largo nel mondo della moda, brand più o meno emergenti stanno gettando le basi per un "nuovo inizio", consapevoli che il cambiamento non può essere che l'unica strada possibile

## A NEW MOON

di Maela Leporati

Mauro Simionato e Giulia Bortoli sono rispettivamente founder/creative director e knitwear director di Vitelli, uno dei brand più innovativi e creativi del momento. La scelta decisamente personale e contro corrente di focalizzarsi sul knitwear ha portato allo sviluppo di un concetto di maglieria estremamente innovativa e cool. Alla base della ricerca del marchio ci sono sicuramente le sottoculture, la vita di provincia e l'identità italiana: il nome, non a caso, è un tributo all'iconico film di Fellini *I vitelloni*. Dal 2019 Vitelli si impegna nella sostenibilità con il progetto Dombooh, utilizzando solo filati prodotti dal recupero degli scarti dei maglifici vicentini, con cui confeziona total look rigorosamente non binary e senza sprechi.



### W O M E N

La fotografa Nadia Lee Cohen raccoglie in questo libro edito da Idea Books 100 ritratti di donne che includono la loro forza ed essenza, libere di essere rappresentate solamente per ciò che sono



### L O E W E

La giacca in twill di lana con l'anagramma del brand inciso sulla tasca in pelle è un pezzo stilosissimo e prezioso



### MONTEGALLO ALICE CATENA

Un grande cappello di paglia per rendere il look interessante e di carattere nella soleggiata stagione estiva



### ISABEL MARANT

I sandali in corda intrecciata fanno venire voglia di partire per un'isola selvaggia



### S O C K S S S

Sono perfetti per sdrammatizzare l'outfit questi divertenti calzini realizzati in cotone organico



### WALES BONNER

Gonna con dettagli all'uncinetto ispirata alla dancehall caraibica degli anni Settanta, colorata e femminile



### SANDRO PARIS

Il crochet è tra le tendenze più forti per la prossima estate, imperdibile questo top proposto da Sandro Paris

# A NEW MOON POLO SHIRT

di Luigi Bruzzone



**FRED PERRY**

In piqué, con twin tipping su maniche e colletto e iconica corona d'alloro sul petto



**BEN SHERMAN**

Polo in cotone organico con chiusura a due bottoni e colletto a maglia piatta



**S U N 6 8**

Insolito colore bubble gum per la cold dye tinto capo con dettaglio interno bandana



**BLAUER USA**

Un classico per la bella stagione: la polo a mezze maniche dall'aspetto vissuto



**PS PAUL SMITH**

Polo dalla vestibilità regolare realizzata in cotone organico con logo zebra sul petto



**L A C O S T E**

L'intramontabile L.12.12 dal taglio classico in petit piqué disponibile in svariati colori

# FINALLY 2021. LET'S WALK TOGETHER TOWARDS THE FUTURE

## PREMIATA



**Laboratorio creativo e sperimentale, no gender e no season, NSFH mette al centro stampe e grafiche legate all'immaginario street ma declinate su capi dalla forte connotazione couture. Per uno stile made to order unico e distintivo**



Due look dell'ultima collezione del brand Not Safe For Humans

# NOT SAFE FOR HUMANS TAILORED STREETWEAR

di Ludovica Pizzorno

Autodidatta e giovanissimo, Matteo Carlotto è il fondatore e l'anima di Not Safe For Humans, un marchio volutamente di nicchia destinato a quegli "umani" alla ricerca di capi sperimentali, distintivi e rigorosamente made in Italy. Partito dal puro bisogno

di esprimersi, le sue creazioni sono prevalentemente in jersey, felpa e nylon, sono realizzate su richiesta a mano ma, in un futuro non troppo lontano, le potremo trovare sia presso retailer selezionati sia sulle più importanti piattaforme online.

## Com'è nato il desiderio di fondare un tuo brand?

Fin da piccolo ero insoddisfatto dell'abbigliamento che mi compravano i miei genitori e, quando sono cresciuto abbastanza per impormi, ho iniziato ad acquistare solo vestiti di mio gusto, ma ho sempre faticato a trovarli. Intanto, all'età di 16 anni, avevo cominciato a giocare con la grafica. Poi, nelle vacanze estive del 2017, comprai una macchina da cucire per iniziare a sperimentare: nacque così la prima maglietta interamente fatta da me. Così a 18 anni decisi di aprire subito una Partita Iva per rendere concreto il brand.

## Cosa non è sicuro per gli umani e perché sei arrivato a questo nome?

NSFH nel mio immaginario significa non alla portata di tutti. Volevo suscitare curiosità da parte del pubblico che può identificarsi nel brand dandogli significati

sempre nuovi. Ma si sta rivelando anche un'affermazione valida per la situazione attuale del mondo, un luogo che sta diventando sempre più inospitale a causa del nostro sfruttamento. Questo e l'utilizzo sconsiderato dei social e del web è NSFH.

## Da dove nasce la passione per la moda street?

Da gusti molto chiari e decisi: amo la cultura rock e metal, crescendo mi sono appassionato al mondo hip hop e skater. Ho viaggiato in diversi Paesi e ho assimilato varie culture, tutto questo ha plasmato la mia visione. Soprattutto Londra.

## NSFH si presenta anche con un approccio couture, come coniughi street e sartorialità?

NSFH fonde i due estremi ricavandone un mix riconoscibile: in capi semplici, come felpe e magliette, vengono applicati gli elementi e la ricercatezza tipici dell'alta moda. C'è uno studio minuzioso delle forme e dei tessuti, il taglio e il cucito sono realizzati a mano.

## No season no gender, credi sia questo il futuro della moda?

Personalmente credo che il no season possa essere uno step evolutivo nel fashion perché, con il passare del tempo, il pubblico non darà più importanza alla stagionalità dei capi. In questo momento sono altri i valori da tenere in considerazione come la sostenibilità e il processo di costruzione che porta alla bellezza del singolo capo. Per quanto riguarda il no gender penso siano ormai caduti determinati tabù: non c'è più alcun bisogno di classificare i capi in base al genere.

## Come e da dove nasce la tua creatività?

Le mie creazioni migliori sono sempre nate casualmente, è un processo strano ma che spesso avviene durante la notte. Il mattino dopo le idee sono ben impresse nella mia mente e inizio a svilupparle collegandole al resto della collezione.

## Come e dove vengono prodotti i capi NSFH?

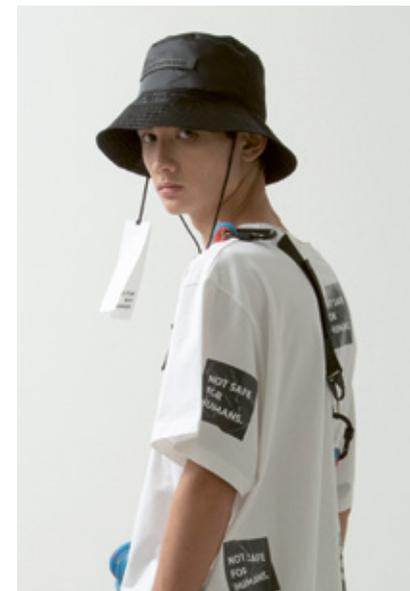
I capi sono tutti made to order e fatti per ogni cliente. Vengono ideati, sviluppati e cuciti a mano da me all'interno del mio studio a Brunello, in provincia di Varese. In caso di grossi ordini mi rivolgo ad artigiani esterni, ma sempre della zona.

## Che materiali scegli per i tuoi capi?

Alla base di ogni collezione ci sono il jersey, la felpa e i tessuti tecnici come il nylon. Normalmente tutti i tessuti sono made in Italy, alcuni sono acquistati da stock di rimanenze di altre aziende con l'obiettivo di minimizzare l'impatto ambientale.

## Come evolverà NSFH nel prossimo futuro? E cosa non sarà mai?

Oltre al made to order, entreremo nei retailer fisici e online. NSFH, in ogni caso, non sarà mai commerciale e noioso.



**MATTEO CARLOTTO** Nasce nel 2000 e manifesta sin dalla tenera età una spiccata vocazione alla creazione. Dopo essersi appassionato alla grafica e al design e aver maturato un deciso senso estetico, nel 2016 fonda il suo brand, Not Safe For Humans. Il brand ha sede in provincia di Varese.

photography and style **MAELA LEPORATI** hair and make up  
**MISAKI KATO** style assistant **FLORENCIA GRECO** model **TESS**  
**GROOTJEN** at **SELECT MODEL** thanks to **VINS BARATTA**

# PLEASE

# STAY HERE



top **M MISSONI** jeans **CLAUDIE PIERLOT**



cardigan **AVRIL8790** top **SKILLS &**  
**GENES** culotte **SANDRO PARIS** sandali **ASH**

in tutto il servizio gioielli **GROUPIES VINTAGE** e **ILENIA CORTI VERNISSAGE**

top M MISSONI gonna MADAME BERWICH  
sandali VIVIENNE WESTWOOD ANGLOMANIA + MELISSA



camicia MELAMPO

giubbino **CLAUDIE PIERLOT** top **FRED PERRY**



t-shirt **OBEY** bralette **GERLANDO J** gonna  
**M MISSONI** sneakers **HOKA ONE ONE**



pullover

AVRIL8790



t-shirt M **MISONI** gonna **ICE PLAY** calze  
**STANCE** sneakers **SAUCONY ORIGINALS**

# WELCOME BACK!



Saucony Originals, per la primavera estate 2020/21, ha scelto di riproporre un grande classico della sua gamma, la Jazz Court. Questo modello si ispira a un evergreen come la scarpa da tennis, ma è oggi disponibile con una suola di ispirazione Court, migliorata rispetto agli standard del passato, su cui è proposta una tomaia Jazz in versione leather e textile. La leather è in pelle pieno fiore bianca e il river, il fregio iconico di Saucony Originals, è qui presentato con dettagli e cromie a contrasto come nero, carminio, zafferano e bosco. Nella collezione di questa stagione sono disponibili anche una versione in total white e una con tomaia in pelle e suola nera e river e intersuola bianchi. I modelli con tomaia in tessuto giocano molto con i colori, sia per lei, con tonalità come rosa marshmellow e bianco mandorla, sia per lui, con una scelta che va da cromie scure sul blu e verde fino al più chiaro cement grey. Il legame con lo sport della racchetta, nelle versioni textile, è sottolineato dal rinforzo sul tallone in feltro di lana, chiaro richiamo alla sensazione tattile che danno le palline da tennis. A breve sarà disponibile anche la Jazz Court RFG, la sneaker di Saucony Originals più ecosostenibile di sempre, realizzata solo con materiali naturali e rinnovabili e frutto della ricerca che sta portando il brand a minimizzare il suo impatto.

## ORGANIC DENIM

Blauer punta sempre più sui materiali di natura organica e aggiunge alla sua collezione una proposta denim che si affianca ai capispalla, da sempre best seller del brand. In questo caso è stato scelto un cotone organico che ha ottenuto la certificazione Oeko-Tex Standard 100. Grazie al lavaggio scelto, i capi denim di Blauer assumono un effetto “used” molto naturale, con strappi e graffi in più punti e bordi che risultano leggermente consumati e grattati. Non può mancare la stars and stripes tipica del brand, che trova posto sulla tasca posteriore destra. A completare la gamma denim c’è anche la borsa Re-Set 100% environmental collection, che fa così il suo debutto nel mondo Blauer.



## THE BACKPACK STRIKES BACK

Non solo zaini nella nuova collaborazione tra Herschel Supply e Star Wars ispirata a *L'impero colpisce ancora*. Sono i personaggi del “lato oscuro” della forza, tra cui Darth Vader, i protagonisti a cui il brand canadese si è ispirato per rileggere alcuni dei suoi classici. Il villain per eccellenza di Star Wars dice la sua su quattro modelli – lo zaino Little America, Nova Mid, il borsone Novel e il marsupio Seventeen – proposti in nero e con alcuni dettagli iconici ripresi dalla sua uniforme. Gli altri set si basano sul camo dell’armatura di Boba Fett e sui contrasti black/white di quelle degli Stormtrooper, “cattivi” rimasti nel cuore di tutti gli appassionati.

## THREE-PEAT

Converse e Chinatown Market si sono unite per una collezione esclusiva che celebra l’immaginario di Jeff Hamilton e due tra le più grandi squadre della NBA. Le franchigie scelte sono i Los Angeles Lakers e i Chicago Bulls, le ultime due a conquistare il three-peat, ovvero tre titoli di fila del campionato americano. Hamilton ha reso uniche due silhouette di Converse, la Pro Leather e la Chuck 70, lavorando sui colori dei due team e aggiungendo diversi dettagli, tra cui alcuni ripresi dalle sue celebri giacche. Sui quattro modelli della collezione, due per ciascuna squadra, compare su tutti i lati della tomaia lo skyline serigrafato delle due città.



Brava Fabrics vuole riportare il rispetto, la fiducia e la trasparenza nel mondo della moda. Chi sceglie il brand spagnolo sa che non sono solo parole: tessuti ecocompatibili e cruelty free, processi sostenibili e rispetto di eque condizioni di lavoro sono parte da sempre del suo DNA



**BRAVA FABRICS**

**RETHINKING FASHION**



[bravafabrics.com](https://bravafabrics.com)

Per la primavera estate 2021, Hevò rielabora le sue radici e le trasforma in una fonte di ispirazione. Alcune sfumature assunte dai landscape pugliesi sono state tradotte in particolari tonalità cromatiche, che ritroviamo nella palette della collezione

## INSPIRED BY OUR LAND



spolverino taglio raglan HEVÒ



giubbino con cappuccio HEVÒ

hevo.it

**Quali sono le sneakers che possono essere considerate veramente un'icona di questo mondo? Non ci sono dubbi sul fatto che uno dei modelli più famosi di casa Adidas, le Superstar, lo siano. Ripercorriamo la loro storia, legata al basket quanto allo street style e all'hip hop**

## ADIDAS SUPERSTAR

# ICONA SENZA TEMPO

di Gianluca Vitiello



Se dovessi portare un paio di sneakers su quella famosa isola deserta e avessi la possibilità di sceglierne solo un paio, probabilmente la mia scelta cadrebbe sulle Adidas Superstar. Chi segue la sneaker culture sa che difficilmente un modello può essere definito più iconico di questo. La storia, gli artisti che le hanno indossate e celebrate, l'identificazione con il mondo del rap e della cultura hip hop, il legame indissolubile con lo street style, rendono le Superstar, icona assoluta di tutto un movimento. Le Adidas Superstar nascono come scarpe da basket, suscitando subito grande interesse per la tomaia in pelle, vera novità al tempo, e per l'iconico *shell-toe*, guscio in gomma rigida utile a proteggere le dita dei piedi. Le soles venivano realizzate con una gomma antitraccia per ridurre l'attrito e i segni sul parquet. Giocatori

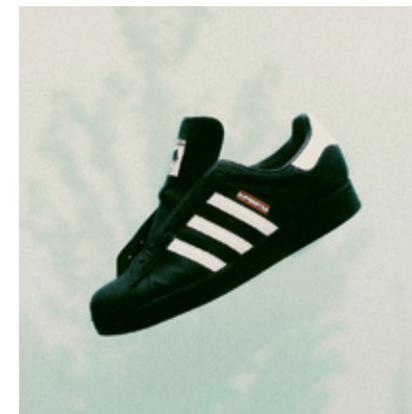
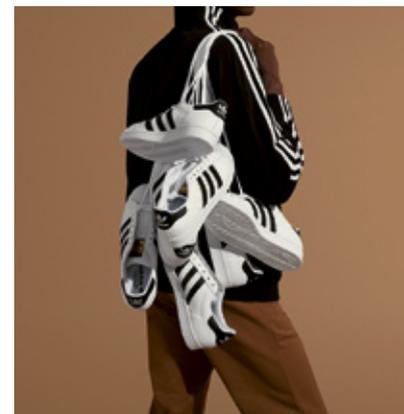
dell'NBA come Kareem Abdul Jabbar cominciarono a indossarle e decretarono da subito il successo di questo modello in tutta la lega.

Negli anni Ottanta le Adidas Superstar ebbero un altro picco di popolarità, quando i Run DMC le scelsero come capo iconico indossandole sul palco senza lacci e con la linguetta di fuori. Un vero e proprio *statement* che divenne un segno distintivo anche per i fan del gruppo.

Questo modo di portare le Superstar si diffuse tra gli appassionati di hip hop, ma venne criticato dal rapper Dr. Deas, che pubblicò un pezzo chiamato *Felon Sneakers* contro la scelta dei Run DMC. I tre non si fecero attendere troppo e risposero con un altro brano, dal titolo *My adidas*, che al contrario celebrava proprio le Superstar. Fu la prima volta che un gruppo dedicava una canzone a un modello di sneakers, celebrando in questo modo anche lo stretto legame tra lo street style e la musica hip hop. Durante un concerto al Madison Square Garden di New York City il pubblico alzò al cielo le proprie adidas Superstar, rispondendo al medesimo gesto dei Run DMC. Adidas dopo aver visto la registrazione del concerto, assunse i Run DMC come testimonial. Per celebrare il 25esimo anniversario dell'uscita del singolo che ha cambiato la sorti dell'hip hop, Adidas ha rilasciato l'11 novembre 2011 la commemorativa "shell toe" Run DMC X Adidas Originals Superstar 80'S che riporta all'interno della linguetta parte del testo di *My Adidas*. Sul lato della scarpa troviamo le lettere JMJ come omaggio a Jam Master Jay, ucciso con un colpo d'arma da fuoco presso uno studio di registrazione nel Queens.

Nella pagina a fianco:  
la Superstar nata dalla  
collaborazione tra Adidas  
e Prada

In questa pagina, da  
sinistra: la classica  
versione white con  
strisce nere; il modello  
celebrativo dedicato ai  
Run DMC



Negli anni Novanta, poi, questo modello divenne tra i preferiti degli skater, grazie alla loro leggerezza, resistenza e protezione. In cinquant'anni le Superstar sono state tra le sneakers più celebrate con edizioni speciali dedicate ai team NBA, passando per i vari anniversari della silhouette, fino alle collaborazioni con brand come Prada, Bape o XLarge e sneaker star come Sean Wotherspoon.

Proprio qualche settimana fa, Adidas e la rapstar lettone Tommy Cash hanno creato le scarpe più lunghe della storia, ispirate chiaramente alla celebre silhouette delle Superstar. Non sono proprio facili da portare, come si può vedere dalle foto sul profilo Instagram di Tommy Cash, ma sono già certamente un vero feticcio per i collezionisti di sneakers e di oggetti bizzarri. Le immagini che il rapper ha postato includono una versione *total black* e una *total white* e non è ancora chiaro quanto queste sneakers siano lunghe ma, a vederle, devono esserlo davvero tanto. Un'altra storia per celebrare nuovamente un'icona come le Adidas Superstar.

In un presente immobile e cristallizzato nel suo divenire, il passato diventa il nuovo futuro e, con questi item, il 2021 sarà senza dubbio più romanticamente retrò. Oggi più che mai guardarsi indietro è la comfort zone che ci meritiamo.

## NEO VINTAGE

di Giada Biaggi



Un po' come quando arrivi alla soglia dei trenta e tiri fuori le foto di classe del liceo per sprofondare in quella calda poltrona che è il "ricordo della gioventù anagrafica"; oggi gettati come siamo in un presente in cui ci sentiamo come dei terremotati (ma senza scosse), il passato e il suo corrispettivo nel mondo delle merci aka il vintage possono essere un caldo ristoro emotivo. E, allora, che retrò-terapia sia. Dalla serie Netflix *Bridgerton* tratta dai romanzi di Julia Quinn e ambientate in un'utopica, ma di per certo passata, età della reggenza inglese fino a East Market che ha aperto la sua compagine digitale aka East Market Place; dal virtuale al reale lo sguardo è sempre voltato indietro. La tv oggi si fa su Twitch ma rimane sempre tv, la radio ha il sapore del podcast ma rimane sempre radio: insomma, avete capito. Il perfetto sottofondo di tutto questo sono gli

australiani Parcels che riattualizzano la disco-funky anni Settanta nella loro musica che raggiunge vette altissime nel singolo *Overnight* prodotto da niente meno che "loro maestà" del French touch aka i Daft Punk. Per le signorine, potete sentirvi come in un film francese mentre rincorrete il vostro amore alla stazione con indosso le scarpe de Il Traffico; i vintage statement invece li trovate sulle T-shirt di Edoardo Gallorini che riattualizzano la cultura borghese italiana. Anche lo streetwear ha bisogno della sua archeologia bibliofila del presente; noi vi consigliamo quella published by Thames & Hudson. Tutte queste cose però costicchiano e allora mettiamo i soldini nel salvadanaio di Versace che omaggia l'effigie della Dea. O, se proprio volete essere autenticamente low-fi, metteteli in una bella scatola da scarpe con il buchetto sopra e lo scotch affinché nessuno la apra.



V E R S A C E

Forse con questo salvadanaio riuscirete a risparmiare. Almeno provateci, dai!



T R A F F I C O

L'animo della Nouvelle Vague e delle algide lolite di Fassbinder è racchiuso in queste mules



EDOARDO

Una statement T-shirt può racchiudere un mondo, le sue anche più di uno

GALLORINI



P A R C E L S

La band vintage più hipster del momento. Ascoltateli e ballateli a casa. Ora

Nella pagina a fianco:  
*Bridgerton*, la serie Netflix con tanti cagnolini, tanto sesso e troppi strati di intimo.  
Foto Courtesy Netflix



THAMES & HUDSON

Da leggere per capire la moda della strada e soprattutto il suo portato culturale

**Lo smartphone aggiornabile, a basso impatto ambientale e che tiene in considerazione le condizioni dei lavoratori, è arrivato alla terza generazione “aumentata” con la versione 3+. Con Ioiana Luncheon approfondiamo la storia dell’azienda olandese e i suoi piani per il futuro**



## FAIRPHONE MADE TO LAST

di Enrico S. Benincasa

I nostri device tecnologici invecchiano troppo velocemente. Ogni 12 mesi lo smartphone che abbiamo in mano “scala” di una generazione, ma non per tutti i modelli è così. Non lo è per Fairphone che, grazie alla sua composizione a moduli, è riparabile e aggiornabile nell’hardware anche dall’utente finale. Batteria, memoria, display e fotocamera sono moduli sostituibili,

venduti separatamente. I componenti sono realizzati in un’ottica il più possibile eco-sostenibile, sia nelle parti in plastica, sia nei metalli, utilizzando materiali riciclati e dalla provenienza controllata. Un altro smartphone è possibile, quindi? Ioiana Luncheon, Communication Manager di Fairphone, ci aiuta a capire perché la risposta a questa domanda non può essere che un “sì”.

### È possibile individuare i tre momenti più significativi della storia di Fairphone?

Il cammino di Fairphone è, come potete immaginare, fatto di molti momenti importanti e non è facile riassumerlo scegliendone solamente tre. Tra i più recenti, è stato senz’altro molto significativo il lancio di Fairphone 3+: siamo riusciti a fare un prodotto delle stesse dimensioni del precedente, ma che è un upgrade consistente per chi già aveva la versione precedente. Chi era già nostro cliente ha percepito in maniera sensibile l’importanza della longevità dei nostri prodotti. Avevamo già realizzato un upgrade modulare per il Fairphone 2, non eravamo sicuri al 100% di poterlo fare anche per il modello successivo ma ha funzionato. Un altro importante *milestone* è avvenuto dopo il lancio di Fairphone 3, quando un sito di tecnologia molto importante in Olanda ha recensito il prodotto focalizzandosi sulle specifiche di sostenibilità e sulla nostra visione, non limitandosi all’aspetto tech. È stato bello perché hanno messo in mostra il nostro lavoro nella maniera che avremmo voluto e, per una volta, le *fair specs* sono state anteposte alle *tech specs*. Lo scorso novembre, poi, siamo stati inseriti dal “Time” nella lista delle *Best Inventions of 2020*, un riconoscimento che consideriamo importante e prestigioso e che ci ha dato l’occasione di diffondere ancora di più il nostro messaggio.

**Il vostro prodotto arriva in tanti mercati, soprattutto europei. Quali sono però quelli in cui sta ottenendo i migliori risultati?**

Sì, siamo presenti in diversi mercati, ma al momento quelli più rilevanti per noi in termini di risultati sono senza dubbio Francia e Germania.

**Fairphone è un telefono “aggiornabile” e sul vostro sito è possibile acquistare anche alcune delle singole parti che lo compongono. Quali sono quelle più richieste dai vostri clienti?**

Sia per il Fairphone 2, sia per il Fairphone 3, la parte più ordinata è sempre la batteria. Non è per noi una sorpresa, visto il degrado naturale di questa componente del telefono. È comunque una parte che tutti dovremmo essere in grado di sostituire semplicemente, e con Fairphone si può fare.

**Quali sono gli aspetti su cui volete lavorare di più dal punto di vista della sostenibilità?**

Vogliamo continuare a promuovere la longevità dei nostri prodotti attraverso la modularità, continuando a utilizzare materiali riciclati. Il Fairphone 3+ è costruito utilizzando il 40% di materiali riciclati, un salto importante rispetto per esempio al Fairphone 2, che ne utilizzava solo il 9%.

**Pensate che la situazione attuale del mondo dei device elettronici e degli smartphone, caratterizzati da periodi di obsolescenza molto brevi, possa durare a lungo?**

Noi lavoriamo per motivare l’industria dell’elettronica ad abbandonare quel modello di business. Questo settore è purtroppo ancora legato a vecchi schemi e continua a “tentare” il consumatore finale con un prodotto nuovo a intervalli brevi e regolari. I consumatori, poi, comprano quel prodotto, anche se quello che ancora utilizzano funziona bene. Fairphone cerca, attraverso il suo lavoro, di rallentare questo ciclo. Lo facciamo partecipando a una nicchia di mercato che potremmo definire di “elettronica etica”, che mira a motivare tutta l’industria ad agire più responsabilmente.

**Avete mai pensato alla possibilità di creare altri device con le stesse capacità di modularità e con materiali certificati?**

No, ci consideriamo parte di un mercato di prodotti con caratteristiche etiche, ma non abbiamo in programma di ampliarci oltre agli smartphone. Siamo convinti che più i consumatori acquisiranno consapevolezza, più chiederanno ai loro brand di fiducia prodotti più etici. Vogliamo dare il nostro contributo a livello sociale con un telefono e stiamo cercando di incrementare la nostra quota di mercato, ma non è nei nostri obiettivi espandere la linea di prodotti con altri device.

**Quali progetti avete per il futuro?**

Ci stiamo concentrando per raggiungere l’audience più ampia possibile e consolidarci, in modo da continuare a incrementare l’impatto positivo di Fairphone nel settore e in tutta la *supply chain* dell’elettronica.

Nella pagina a fianco:  
Ioiana Luncheon di  
Fairphone

In questa pagina:  
il Fairphone 3+ “suddiviso”  
in tutti i moduli di cui  
si compone



**Non sono solo i grandi marchi al lavoro per rendere la mobilità ecosostenibile: molti produttori "indipendenti" stanno cercando di ripensare le auto elettriche in modo originale, talvolta anche guardando al passato per il design dei nuovi modelli**

## LA CARICA DELLE "ALTRE TESLA"

di Marco Agostoni



Siamo sull'orlo di una rivoluzione. Non ci siamo ancora del tutto, perché al momento le auto elettriche non sono alla portata di tutte le tasche, né di tutte le esigenze (l'autonomia delle batterie rimane ancora un problema da risolvere, per cui sulle lunghe distanze al momento non c'è storia), ma ci siamo quasi. Nel giro di pochi anni, però, è probabile che il mondo della mobilità sarà definitivamente trasformato dall'affermarsi dell'elettrico, con un conseguente calo delle emissioni legate al traffico stradale.

Al lavoro sul problema ci sono già i big del settore come Tesla, così come i grandi marchi automobilistici che, preoccupati di rimanere indietro, stanno cercando di adeguarsi ai cambiamenti in corso. Ma il fermento maggiore forse lo si registra in un ambito per così dire "indipendente", anche se questo termine potrebbe risultare fuorviante, visto che per progetti

di questo tipo sono comunque necessarie ingenti disponibilità economiche. Le proposte più originali arrivano in ogni caso da qui, da quei progetti che al momento rimangono sotto traccia, o comunque di nicchia (e che in alcuni casi ancora non sono altro che, per l'appunto, dei work in progress). Innovativi, ma spesso con uno sguardo al passato, quantomeno nell'estetica. Veicoli come ACE di Alpha Motor, un'auto full electric dal design vintage e dalle prestazioni interessanti (autonomia massima stimata 350 km circa e accelerazione da 0 a 60 miglia orarie in 4.6 secondi), che fa della modularità dell'abitacolo minimal uno dei suoi punti distintivi, con un cruscotto digitale rimovibile che può trasformarsi in digital device personale e può essere sostituito con altri dispositivi, a cui si affiancano degli speaker anch'essi rimovibili.

Prestazioni simili (300 km dichiarati di autonomia e 146 km/h di velocità massima) e un look ugualmente retro sono proposti dalla LukaMV, elegante coupé della ceca MWMotors che come plus propone una maggiore attenzione ai dettagli degli interni. Per andare su qualcosa di più insolito ci si può recare oltreoceano per scoprire l'americana Nobe, che punta su una tre ruote a due posti che si presenta consapevolmente come "hobby car" o come seconda auto di famiglia, perché più adatta a un utilizzo cittadino o comunque su brevi distanze (l'autonomia massima dichiarata è comunque attorno ai 250 km, a fronte di una velocità di 120 km/h). Tra le caratteristiche di questo modello va segnalato il sistema dual-battery, con una batteria principale dedicata al motore e una secondaria dedicata ai sistemi di supporto come luci e riscaldamento e agli accessori come l'autoradio.

Ancora più spinta nel suo design vintage, che fa pensare a una decappottabile sportiva d'epoca, è l'olandese Carice MK1, auto ultraleggera (pesa solamente 350 chili) i cui progettisti hanno puntato a ridurre tutto all'osso, a cominciare dagli interni, così da tagliare il più possibile i consumi e prolungare l'autonomia. Questo viaggio nella mobilità elettrica prosegue poi in Svizzera, dove troviamo Micro, brand noto soprattutto per i suoi monopattini, impegnato a sviluppare la sua Microlino, micro car (anzi, "bubble car", come la definiscono i produttori) con spazio per due persone "e tre casse di birra", progettata per l'uso in ambiente urbano. In questo caso i punti di forza consistono nelle dimensioni ridottissime, che la rendono adatta alla guida nel traffico e al parcheggio in qualsiasi pertugio disponibile, e la velocità di ricarica (appena quattro ore). Ovviamente le prestazioni sono inferiori ai modelli finora visti, con una velocità massima di 90 km/h e un'autonomia massima di 200 km, ma se non si intende utilizzarla per grandi viaggi non dovrebbero esserci problemi. Se è vero che l'elettrico sembra essere la chiave di volta della mobilità del futuro, questo non significa però che la strada verso un nuovo modo di circolare su quattro ruote non possa guardare... al passato,

Nella pagina a fianco: il frontale della Carice MK1, la "superleggera"

In questa pagina, dall'alto: lo svizzero Microlino; gli interni della ACE di Alpha Motor

nel vero senso della parola. Un nuovo trend che sta prendendo piede fra gli appassionati di automobili consiste infatti nel far riconvertire la propria auto d'epoca, o comunque "datata", in un modello elettrico. Si tratta di un lavoro piuttosto complesso e non esente da costi, che non può essere affidato a una comune officina.

Proprio per far fronte alla crescente domanda, sono nati servizi appositi di riconversione, come quello offerto da Electric Classic Cars. Vecchi maggioloni e furgoncini Volkswagen, Fiat 500... Le auto di domani, insomma, potrebbero essere proprio quelle di ieri. Se anche non vedremo in questo 2021 le strade piene di veicoli elettrici, il cambiamento è quindi effettivamente alle porte. E, cosa forse più importante, come dimostrano i progetti presi in esame, non è soltanto nelle mani dei pochi colossi dell'automotive. Perché una rivoluzione può definirsi tale se parte anche dal basso.



Musica e cucina si sono sempre influenzate a vicenda, ma cosa succede quando condividono gli stessi spazi? Gli incroci creativi non mancano e nascono anche in momenti come questo, dove la condivisione dell'esperienza non è sempre fisicamente possibile

## QUANDO IL CIBO SUONA

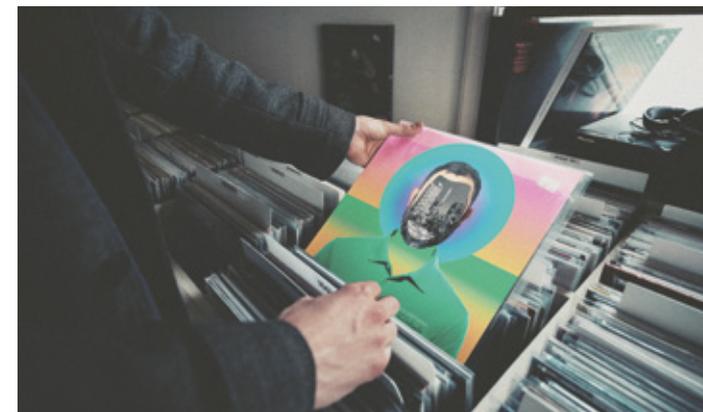
della Redazione di WU



Pork Belly su riso bianco cocco, uno dei piatti-canzoni di *Signature* dei Food Ensemble

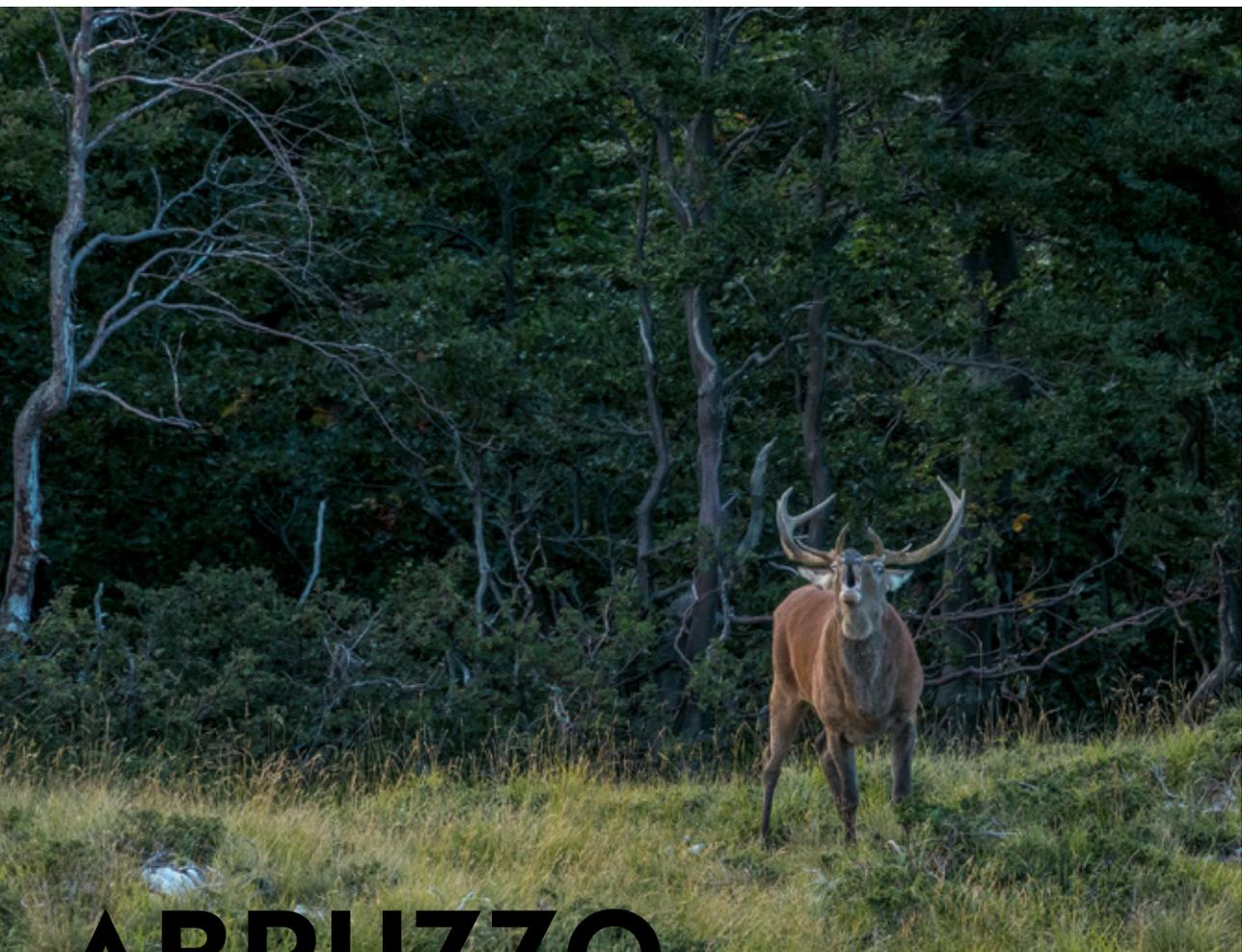
Ce ne accorgiamo poco, ma mixiamo musica e cibo più di quanto pensiamo. Anche se non siamo abituati a cucinare o mangiare con un “contorno” musicale, i semplici “rumori” – o per meglio dire, suoni – prodotti da utensili, piatti e bicchieri sono parte dell'esperienza della degustazione di qualsiasi piatto. L'audio gioca un ruolo importante anche nella ristorazione, sia quando è presente ed è spesso frutto di scelte ben precise, sia quando è assente ed è sostituito da quello che è il contorno sonoro del posto in cui ci troviamo. I due mondi in questione hanno sempre comunicato, avvicinando interpreti di uno dei due ambiti a capire segreti e connessioni dell'altro. Da Rossini agli intrecci tra cibo e jazz di una città come New Orleans, gli esempi sono molteplici. La compenetrazione tra musica e cucina, però, può essere ancora più profonda quando il dialogo diventa orizzontale e se il tutto assume i tratti dell'esperienza. Gli esempi non mancano, anche in Italia, a cominciare da Daniele De Michele meglio conosciuto come Don Pasta. Dal 2004 in poi De Michele ha portato il suo cooking dj set in giro per l'Italia e non solo: sul palco ha scelto i dischi e, contemporaneamente, ha cucinato piatti che poi sono stati consumati dal pubblico presente ai suoi show. Il format è diventato anche uno spettacolo teatrale, Food Sound System, dove la musica è dal vivo e dove «si mescolano cucina salentina, musica, racconto popolare e immagini, per uno spettacolo a 360 gradi tra il teatro contemporaneo, le favole di un vecchio cantastorie e le disavventure di un cuoco maldestro», racconta sul suo sito. La sua attività di narratore della cucina si è poi espansa in diversi ambiti, dai libri al cinema. Nel 2018 è infatti uscito *I Villani*, pellicola

Il vinile di *The Yard Sale* è l'album di Luca Longobardi che è parte di *Sinestesia*, il progetto che il compositore ha sviluppato con Cibo Supersonico



che racconta la giornata, dall'alba al tramonto, di quattro personaggi dai tratti popolari legati al cibo. Per i Food Ensemble, invece, il passaggio da brigata a band è molto più recente. Il progetto nasce nel 2019 dall'unione delle competenze del musicista e compositore Francesco Sarcone, dallo chef Andrea Reverberi e dal sous chef e sommelier Marco Chiussi e si è proposto fin dagli inizi di provare a fondere il mondo della cucina gourmet con la musica elettronica. Il tutto è avvenuto dal vivo, con performance che mettono sullo stesso palco campionatori, tastiere, padelle e fornelli, dove i suoni prodotti da chi cucina vengono campionati e diventano parte di una colonna sonora creata sul momento. Si ascolta in tempo reale quello che si sta cucinando, insomma. L'idea alla base di Food Ensemble ha subito attirato molto interesse, portando i tre a esibirsi dal vivo in tanti contesti e a collaborare con numerosi chef e realtà del mondo del food, come Davide Oldani e Barilla. Lo scorso 19 febbraio è uscito anche il loro primo EP, *Signature*: quattro brani che sono altrettanti piatti, una track list che è anche un menù. L'esperienza immersiva musical-culinaria è stata così “cristallizzata” ed è diventata ripetibile e riascoltabile. «Questo album è la nostra firma: quattro brani, quattro piatti che raccontano tutto il nostro percorso fino a oggi – hanno detto i Food Ensemble per presentare il loro lavoro – abbiamo sentito la necessità di esprimerci attraverso una forma diversa dal live, che potesse trasmettere in modo altrettanto forte la nostra idea artistica». Parte invece da un incontro casuale *Sinestesia*, un'esperienza immersiva in cucina e musica nata dalla collaborazione tra Cibo Supersonico e il

compositore Luca Longobardi. Fondato da Chiara e Francesca, coppia sul lavoro e anche nella vita, Cibo Supersonico è un progetto che promuove una cucina sana, naturale, inclusiva e plant based. Il tutto inizia quando incontrano Luca tramite amici comuni: «Mi sono innamorata della sua musica ancora prima di conoscerlo – ci ha detto Francesca, la chef di Cibo Supersonico – la mandavo in loop mentre cucinavo e desideravo fare qualcosa con lui. L'uscita del suo album *The Yard Sale*, poco prima della pandemia, ci ha fatto venire in mente un'idea diversa per promuoverlo». *Sinestesia* mette insieme la musica di Luca e la creatività in cucina di Francesca attraverso una box, acquistabile su Bandcamp, che è composta da un vinile (e dalla sua versione digitale), un utensile di cucina ecosostenibile e una stampa, che contiene la ricetta di un piatto e un codice QR. Scansionandolo si può vedere un video, realizzato in presa diretta, dove Francesca prepara il piatto scelto e Luca campiona i suoni che la chef produce nella preparazione. La parte finale del piatto, la cottura, coincide esattamente con uno dei brani di *The Yard Sale*, e nel video è accompagnato da un visual creato sempre dal compositore. «Non è stato facile scegliere la ricetta: doveva essere semplice, adatta a tutti, anche a chi ha particolari allergie, ma allo stesso tempo all'altezza della musica di Luca – continua Francesca – registrarlo in presa diretta è stata una sfida, mi sono cronometrata prima per capire bene i tempi. Vedere il video finito è stato fantastico, anche perché mentre registravamo nessuno dei due poteva sentire e vedere quello che stava facendo l'altro. Continueremo senz'altro a collaborare e speriamo, quando sarà possibile, di portare *Sinestesia* anche dal vivo».



# ABRUZZO

## TERRA SELVAGGIA

di Francesca Masotti

È una delle regioni meno turistiche d'Italia, dove non ci sono città assaltate da visitatori né musei di fama internazionale che richiamano viaggiatori da tutto il mondo. Eppure, l'Abruzzo è uno scrigno di tesori che merita di essere scoperto: borghi medievali, spiagge selvagge e tanta, tantissima, natura. Qui, infatti, si trovano ben tre dei parchi nazionali più importanti italiani, regni indiscussi di lupi, camosci e orsi

[abruzzoturismo.it](http://abruzzoturismo.it)

## RITORNO A L'AQUILA

Una città dalle mille sfaccettature, segnata, purtroppo, dalle conseguenze del terribile terremoto del 2009 che è costato la vita a 309 persone. A distanza di più di dieci anni dal sisma, la ricostruzione procede a rilento: molte zone della città, ancora in parte inagibili, sono dominate da un silenzio surreale. Eppure, L'Aquila merita di essere scoperta, ora più che mai ed è il punto di partenza ideale per un viaggio in Abruzzo. Il capoluogo, infatti, è sede di alcuni dei più importanti poli culturali della regione, dalla Basilica di Santa Maria di Collemaggio, simbolo della città, tornata a splendere dopo un minuzioso restauro post sisma, al Museo Nazionale d'Abruzzo con sale dedicate alla storia dal Medioevo ai giorni nostri, fino alla Fontana delle 99 cannelle, un tripudio di marmo rosa e bianco.

## TRA MARE E D'ANNUNZIO

Le montagne sullo sfondo, edifici signorili ricostruiti dopo la Seconda Guerra Mondiale nel centro storico e davanti, a perdita d'occhio, l'Adriatico in tutta la sua bellezza: benvenuti a Pescara, la patria di Gabriele D'Annunzio. Una visita alla casa natale del famoso poeta, nato qui il 12 marzo 1863, al cui interno sono conservati libri, cimeli e foto che raccontano la storia di uno dei più grandi scrittori italiani, poi dritti sul lungomare fino all'avveniristico Ponte del Mare che, con i suoi 466 metri di lunghezza, è il ponte ciclo-pedonale più lungo d'Italia e tra i maggiori d'Europa. Qui ci si ferma per ammirare il porto e il mare che al calar del sole offrono scorci magici. La vista spazia fino alla Majella e al Massiccio del Gran Sasso, da contemplare in tutta la loro bellezza.

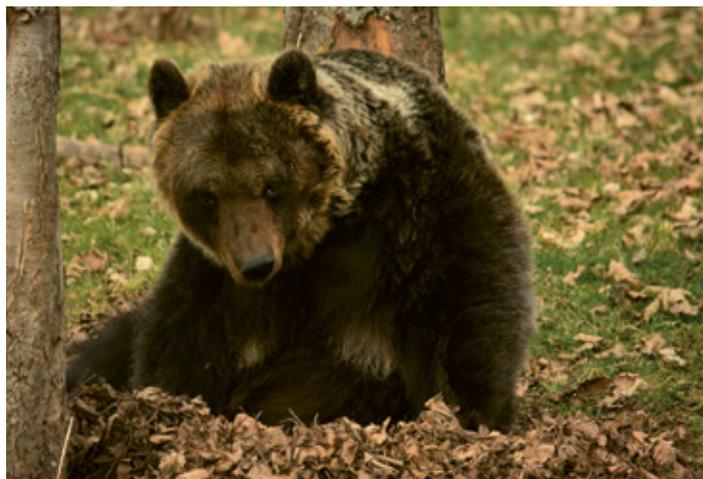


Nella pagina a fianco: cervo nel Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, foto di Bruno D'Amicis  
In questa pagina: Pescara e il Gran Sasso, foto courtesy Regione Abruzzo

## INTO THE WILD

È il cuore selvaggio dell'Italia, l'Abruzzo. Entro i suoi confini si estendono ben tre dei parchi nazionali più importanti del Bel Paese: Majella, Gran Sasso e Parco nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise. Un unicum dal punto di vista naturalistico: maestose montagne, antiche faggete e borghi medievali che sembrano usciti da un libro di fiabe. Tante le attività outdoor che si possono praticare, da escursioni nella

natura a trekking fino ai percorsi in bicicletta o a cavallo all'interno delle riserve. Si viene qui, però, soprattutto per avvistare gli animali selvaggi: l'Appennino centrale italiano, infatti, è il rifugio di lupi, daini, volpi, caprioli, camosci e dell'orso bruno marsicano, specie endemica dell'Italia centro-meridionale, purtroppo a rischio di estinzione, di cui oggi sopravvivono una cinquantina di esemplari tutelati solo all'interno del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise.



Orso nel Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise, foto di Carmine Mozzillo

## MA CHE BEL CASTELLO

Cime impervie, panorami suggestivi e foreste a perdita d'occhio, certo, ma l'Abruzzo è anche una terra punteggiata da antichi castelli, borghi medievali, chiese, rocche ed eremi abbarbicati sui dorsali delle montagne. C'è solo l'imbarazzo della scelta: Sulmona, famosa per aver dato i natali al poeta Ovidio e per la produzione di confetti; il Castello di Roccascalegna, di origine longobarda, che sembra aggrappato con



Il castello di Roccascalegna, foto courtesy Regione Abruzzo

tutta la sua forza alla roccia; l'Eremo di San Bartolomeo in Legio, scavato all'interno di uno sperone roccioso; Rocca Calascio, fortificazione medievale a 1460 metri di altezza, location di set cinematografici come *Il nome della Rosa* e *Lady Hawke*; e la Chiesa di Santa Maria della Pietà, ammirabile dalla rocca, immersa nel silenzio delle colline dell'altipiano di Navelli. Luoghi fuori dal tempo, sulle cime delle montagne, dove sembra di poter toccare il cielo con un dito.

## TUTTI AL MARE

133 chilometri di costa, divisa tra le province di Pescara, Chieti e Teramo e una varietà di paesaggi che non ha niente da invidiare ai più noti litorali italiani. Se i lidi sabbiosi e l'acqua bassa della zona nord sono i favoriti dalle famiglie con bambini piccoli, via via che si scende verso sud i panorami si fanno sempre più selvaggi con spiagge di ciottoli, scogliere irregolari e calette nascoste nella macchia mediterranea. È la Costa dei Trabocchi, ricca di riserve naturali, come Punta Aderci e Punta Penna, promontori rocciosi e scenografiche palafitte da pesca, alcune delle quali trasformate in ristoranti, costruite in mezzo all'acqua e collegate alla terra ferma per mezzo di una passerella. L'ideale è venire qui all'ora del tramonto, quando il sole che cala offre uno scorcio magico sul mare.



Uno dei tipici trabocchi che si possono trovare sul litorale abruzzese, foto courtesy Regione Abruzzo

## CUCINA ABRUZZESE

Anima rurale da una parte e marinara dall'altra: l'Abruzzo è una terra ricca e sfaccettata anche dal punto di vista gastronomico. Una cucina varia, certo, ma non adomesticata. Qui i piatti sono preparati e serviti senza tanti fronzoli, come vogliono le tradizioni contadine e marinare più autentiche. Durante una gita ad alta quota è d'obbligo assaggiare formaggi, salumi, carni, focacce locali e piatti di pasta fatta a mano, come i maccheroni alla chitarra, cucinati secondo le antiche ricette. Lungo la costa, invece, si fa incetta di piatti a base di pescato del giorno, brodetti di pesce e minestre di granchi cucinate in maniera schietta. Non si può dire di essere stati in Abruzzo, però, senza aver assaporato un piatto di arrosticini, i famosi spiedini a base di carne ovina, street food abruzzese per eccellenza.



**editore**

MCS Media Srl  
via Monte Stella 2  
10015 Ivrea (TO)

**direttore responsabile**

Stefano Ampollini  
s.ampollini@mcsmedia.it

**creative and style director**

Luigi Bruzzone  
l.bruzzone@mcsmedia.it

**caporedattore**

Enrico S. Benincasa  
e.benincasa@mcsmedia.it

**redazione**

Marilena Roncarà  
m.roncara@mcsmedia.it  
Elisa Zanetti  
e.zanetti@mcsmedia.it

**graphic designer**

Susanna Castelli

**indirizzo**

viale Col di Lana 12  
20136 Milano  
T. +39 02 4549 1091  
T. +39 02 8907 2469  
info@mcsmedia.it

**fotolito e stampa**

AGF Solutions  
via Del Tecchione 36  
20098 San Giuliano Milanese (MI)

**collaboratori**

Marco Agustoni, Giada Biaggi,  
Marica Gobbatelli, Florencia  
Greco, Misaki Kato, Orazio  
Labbate, Alessandra Lanza,  
Maela Leporati, Francesca  
Masotti, Luca Nolasco, Alessio  
Bruno Pomioli, Martina Scotucci,  
Marco Torcasio, Gianluca Vitiello,  
Giulia Zanichelli, Mauro Zucconi

**fotografi**

Vins Baratta, Nainoa Ciotti, Alexis  
Christodoulou, Ana Cuba, Bruno  
D'Amicis, Jeremy Enns, Maela  
Leporati, Riccardo Mordenti,  
Roberto Graziano Moro, Carmine  
Mozzillo, Ingmar Nolting

**advertising**

adv@mcsmedia.it

**info abbonamenti**

info@mcsmedia.it  
T. +39 02 45491091

wumagazine.com

È VIETATA LA RIPRODUZIONE, ANCHE PARZIALE, DI TESTI E FOTO.  
AUTORIZZAZIONE DEL TRIBUNALE DI MILANO N° 43 DEL 29 GENNAIO 2009.



# #IORESTOACASACONWU

Per ricevere il prossimo numero di WU **gratis** a casa tua scrivi una mail a:  
**abbonamenti@wumagazine.it**  
indicando nome e cognome, indirizzo completo di CAP, città e provincia



ASH.COM