

w

u



wumagazine.com

N. 91

OTTOBRE

2018

ELENA XAUSA

ERNIA

BIENOISE

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

ZERO EURO



it's your right



Mr. Barbieri wears Adam - C647

Sono cresciuto con l'idea che studiare, imparare, conoscere, fosse necessario per crescere come persona e come cittadino. La conoscenza ci permetteva di stare al mondo, di confrontarci con gli altri e, non ultimo, di trovare un lavoro adeguato alle nostre ambizioni. Alla base di tutto c'era l'istruzione, uno dei pilastri della vita civile di una nazione e uno degli elementi essenziali che ne garantiscono sviluppo economico e libertà. Per questo le classifiche di PIL, libertà (tra cui quella di stampa) e livello di istruzione di un Paese vanno sempre a braccetto. Così come non è un caso che le prime azioni di tutte le dittature siano sempre state rivolte al controllo del sistema educativo. Perché è lì che si forma la coscienza civile e critica di un popolo. Oggi la scuola e, più in generale, l'istruzione stanno cadendo a pezzi come i nostri ponti, ma purtroppo questo disastro non fa clamore. Viviamo un'epoca in cui l'ignoranza è quasi una medaglia da sfoggiare con orgoglio, perché se sei ignorante rappresenti il "popolo" e il popolo ha tanto da rivendicare. Se poi non si conosce ciò di cui si sta parlando o lo si esprime con un grammatica scorretta non importa, anzi. Almeno non si corre il rischio di passare per un "professore" o un "sapientone", simboli del male assoluto per un popolo capace solo di insultare e odiare via social. Siamo ormai alla caccia alle streghe e dobbiamo ringraziare di essere nel 2018 se non si organizzano dei bei falò nelle piazze per bruciare i libri. Forse perché non ci sono più libri da bruciare. Sabino Cassese, giudice emerito della Corte costituzionale, di recente ha dichiarato che non rischiamo la dittatura ma siamo avviati a una forma di democrazia illiberale come in Ungheria, questo perché chi ci governa confonde il Governo con lo Stato, una macchina molto complessa fatta di pesi e contrappesi, prima fra tutti la Costituzione. Il Governo è parte di esso, il volante che ne dà la direzione. Mentre i poteri non elettivi sono quelli che devono aiutare il Governo nell'esercizio delle sue funzioni e devono ammonirlo se stiamo andando fuori strada o se ci stiamo andando a schiantare. Non riconoscere questo è la prima forma d'ignoranza, ma se chi ti ha eletto è più ignorante di te hai gioco facile a chiedere di cacciare chi ti mette i bastoni fra le ruote. I risultati? Il Ministro dell'Interno dà voce a un pregiudicato per attaccare il sindaco di Riace Mimmo Lucano, il Ministro dei Trasporti e delle Infrastrutture sostiene l'esistenza di un fantomatico tunnel del Brennero, mentre il Ministro dello Sviluppo Economico si augura la morte dei giornali. E quando il Ministro dell'Economia prova a spiegare gli effetti dello spread sulla nostra economia gli viene spento il microfono. Silenziare, insultare, manipolare. Tutto è lecito se permette di raggiungere l'obiettivo. E poco importa se a pagarne le conseguenze saranno le generazioni future che non avranno più gli anticorpi per riconoscere le falsità e le "bufale", quelle che oggi amiamo chiamare *fake news*. Un lento ma inesorabile smantellamento della scuola è il modo più efficace per garantire tutto questo, eliminando sul nascere il rischio che qualche saccente provi a rivendicare la verità delle cose. L'unico modo serio per ripartire sarà proprio da lì, dai libri e dai banchi di scuola, sperando che il falò non bruci anche quelli.

FALÒ

Stefano Ampollini



- 10 **viewpoint**
LEZIONI DI COPYWRITING
di Mauro Zucconi

- 12 **viewpoint**
TORINO ALLORA COME
ORA
Lucia Del Pasqua

- 14 **portfolio**
THE TRIP
di Nicolò Piuizzi



cover

photography **VINNIE LIAZZA** style
SERENA POMPEI grooming **ERICA PESCHIERA** at **AURAPHOTOAGENCY**
model **MIRA ALLDINGER** at **MONSTER MANAGEMENT** concept **TBCSTUDIO**

blazer **ANGELIA AMI** t-shirt
ADIDAS ORIGINALS

- 20 **interview**
ELENA XAUSA
di Chiara Temperato

- 24 **focus**
CITTÀ DI MARCA
di Marco Agustoni

- 26 **interview**
ERNIA
di Nicolò Tabarelli

- 30 **focus**
L'EUROPA DEL SURF
di Alessandra Lanza

- 34 **interview**
ROBERTO MINERVINI
di Paola Medori

- 36 **focus**
IL SESSO IMPOSTO
di Nicolò Tabarelli



OBEY

www.obeyclothing.com
contact@bluedistribution.com
Milan Flagship | C.so di Porta Ticinese 103

- 42 **style**
THE "PANINARO"
RETURN
di Maela Leporati

- 44 **style**
THE BOOTS
di Luigi Bruzzone

- 46 **style**
THE SUBURBAN GYM
di Serena Pompei

- 58 **sneakers**
TRA GENIO E FOLLIA
di Andrea Caviggia



- 60 **wide angle**
SOFT POWER
di Alessia Delisi

- 62 **food**
BRUTTI MA BUONI
di Elisa Zanetti

- 64 **tech**
LA COSTANTE
ASCESA DEGLI
SMARTWATCH
di Enrico S. Benincasa

- travel**
VARSAVIA
di Francesca Masotti

- 71 **events**

- 72 **music**

- 74 **interview**
BIENOISE
di Camilla Graham

- 76 **theatre**

- 78 **arts**

- 80 **network**

- 82 **colophon**



ASH.COM

Scrivere una buona pubblicità è piuttosto complicato, ma l'obiettivo di un bravo pubblicitario è scrivere una pubblicità di successo e non soltanto una buona pubblicità, perché una buona pubblicità non di successo è una cattiva pubblicità, dunque il buono e il successo, così come il buono e il cattivo, sono la stessa cosa, mentre il cattivo e il successo no

LEZIONI DI COPYWRITING

Sono davanti alla tv quando le trasmissioni vengono interrotte da una pubblicità con un testo che attira la mia attenzione. La pubblicità è di un'auto e il testo dice: «Ricordi il tuo primo bacio?» – sì, credo di averlo dato alla mia mamma – «Ora moltiplicalo per un'emozione ancora più esplosiva» – beh, non è stata una grande emozione, essendo la mamma, e poi ero troppo piccolo, in effetti avrei dovuto dire no, non me lo ricordo il primo bacio, ma, a parte questo, come faccio a moltiplicare un bacio per un'emozione? Sono diventato improvvisamente stupido e non me ne sono accorto? –. «Adesso pensa all'animale che avevi da bambino» – quale? Ne ho avuti tanti. Di primo acchito mi viene in mente la cagnolina Ingrid, affettuosa ma non troppo sveglia – «e moltiplicalo per questo» (nello spot si vede una tigre che ruggisce) – mm, ok, moltiplico Ingrid per una tigre e... beh, viene uno strano incrocio, devo dire, un cane grande quanto una mucca a strisce senza coda che fa le fusa e che si gratta a causa di pulci enormi, siete sicuri che questo mi invoglierà a comprare la vostra macchina? Oltre al fatto che molto probabilmente spenderò tutti i miei risparmi in crocchette –. «Ora pensa a un SUV» – a un SUV?! Ma è un pensiero noiosissimo. Pensa a un bacio! Sì! Pensa a una mucca che fa le fusa! Eh? Ok, aspetta... Sì! Pensa a un SUV! Ah ah. No, pensaci tu a un SUV! – «e moltiplicalo per la tua immaginazione». Ecco. «Pensa a un SUV e moltiplicalo per la tua immaginazione» no, non va. Mio buon copywriter, ascolta, l'immaginazione mi serve per pensare a una cosa – purtroppo anche a un SUV, se qualcuno mi ci costringe – e mi serve per moltiplicarla per qualche altra, l'immaginazione è lo strumento, ci sei? Bene, dirmi di moltiplicare l'oggetto per lo strumento è come dire prendi una zuppa liofilizzata e aggiungi, invece dell'acqua, dello champagne o della sabbia, *l'aggiungere*, sono proprio le basi della logica, ok? In questo modo crei un paradosso e, sì, sono belli i paradossi, sono da tipi intelligenti, ok, ma in questo caso si tratta di un paradosso vuoto che non produce niente. Niente di buono, almeno. Il fatto che abbia notato la pubblicità, che abbia notato il prodotto e che ne stia scrivendo non... no, aspetta... mi hai fregato, sei un genio. Sì, un genio. Che sensazione ti dà? Bella, no? Ora moltiplicala per la moltiplicazione.



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. In rete lo trovate su maurozucconi.tumblr.com



MADE TO ENDURE



La città elegante e composta che ti fa vivere la storia senza metterti in una macchina del tempo, che è rivoluzionaria nel saper mantenere le sue origini, che stuzzica l'immaginazione. E sa essere signora composta ed elegante e ragazza con i jeans strappati allo stesso tempo

TORINO ALLORA COME ORA

Spieghetelo voi come si fa, una volta entrati nella Galleria Subalpina, a non “sco-dinzolare” a più non posso. Certe bellezze a volte mi atterriscono, altre volte mi rendono disordinatamente iperattiva. Siamo a fine Ottocento, a Torino ma anche un po’ a Parigi, qui si viene a mangiare il cremino, le caramelle da Baratti & Milano, a vedere gli spettacoli di varietà al Caffè Concerto Romano, ad acquistare tomi alla Casa del Libro. Allora come ora. In Galleria, ma non solo, ogni edificio ha rispetto delle sue origini: la vera rivoluzione non sta nel rivoluzionare, ma nel mantenere. Qui si viene per fare salotto, per ammirare il sodalizio tra Barocco e Rinascimento, per far danzare gli occhi verso l'alto fino alle “Rappresentanze Coda”. Chissà se anche Nietzsche, che durante il suo soggiorno torinese abitava proprio qui sopra, si era fatto ammaliare da questo tesoro «umano, troppo umano». Perché oggi è davvero impossibile non rimanere intrappolati nella rete mielosa di questa Galleria che, a parte avere il nome che mi ricorda un burro, “Prealpina”, trasuda fascino dai pori di ciascun mattone. Spieghetelo voi come si fa, una volta entrati nella Galleria San Federico, a non immaginarsi un Jay Gatsby circondato da una costellazione di fasciose donne con i capelli che fanno le giravolte come la spumeggiante insegna del cinema Lux, al secolo Rex. O a non vedere una composta Maria Callas anegare gli occhi in un bicchiere di vermouth, una gracile Audrey Hepburn navigare sulle sedie Del Cambio, anno di fondazione 1757, o insistenti bimbi tirare le gonne delle mamme per ottenere il pinguino di Pepino. Torino ti fa vivere la storia senza entrare in una macchina del tempo.

La signora Teresina, cento anni effettivi, braccata al Bar Mokita, mi racconta che da casa sua vedeva le cene organizzate dalla nobiltà torinese, dove non mancavano mai cinque bicchieri con il bordo d'oro sulle tavole imbandite non solo a Natale. Era tutto un andirivieni di personaggi pubblici, a cominciare da Gianni Agnelli. La Fiat. Bada bene però, Torino ha anche i gianduiotti, la Cinzano, le Pastiglie Leone, la Martini & Rossi, la Lavazza, e mica sarebbe finita.

Elegante e composta, Torino è una donna con la collana di perle, evidentemente bellissima e palesamente snob, che ama essere guardata sorseggiando del buon caffè in qualche bar storico, che al MiTo ci va con il marito intellettuale, mentre al Club to Club ci lascia andare la figliola che si fa sgridare pur di uscire con i jeans strappati. È quella che ad Artissima si lamenta di non capire quell’«arte lì», ma che poi, alla fine, quell’«arte lì» la vorrebbe in salotto.



LUCIA DEL PASQUA Sulla carta giornalista, in teoria fashion blogger, in pratica una “fescion blogger giornalista” che spesso inveisce contro chi ci crede troppo. Il suo primo romanzo è *Quella certa dipendenza dal tasto invio*, il suo blog è thefashionpolitan.com

PREMIATA

プレミアアータ



premiata.it



Matt Henry è un fotografo, un artista, un cantastorie che presenta al mondo i suoi lavori a metà tra realtà e finzione, tra storia e romanzo. I toni caldi e accesi delle sue fotografie accentuano questa iperrealità che è presente in ogni suo lavoro e che in *The Trip*, storia psichedelica ambientata in California, è accentuata ulteriormente

di Nicolò Piuze

foto di Matt Henry

T H E

T R I P





Hai affrontato un percorso di studi orientato alle scienze politiche prima di iniziare a fare fotografia. Cosa ti ha portato ad avvicinarti a questo mezzo?

Mia madre era una fotografa, sono cresciuto con camere oscure in giro per casa. Dopo gli studi di politica ho provato a seguire il mio primo sogno, quello di diventare uno scrittore, così ho fatto un corso di giornalismo. In seguito mi sono trovato a scrivere di fotografia e presto ho deciso che nel mio futuro avrei preferito farla piuttosto che scriverne.

Come sei diventato il fotografo che sei oggi? Il tuo stile è abbastanza singolare...

Sono sempre stato interessato alle storie e, quando ho preso in considerazione la fotografia per raccontarle, ho pensato che l'unica opzione fosse usare gli stilemi usati nella moda. Ho iniziato dunque a interrogarmi su come utilizzare questi format stereotipati per raccontare altri tipi di storie. Non c'era una formula precisa da seguire, quindi è stato un po' un azzardo inizialmente. Sapevo solo che era la strada giusta e mi sono dato da fare.

Qual è il tuo punto di partenza e come organizzi lo storyboard, il casting e la fase di scatto vera e propria? Quanto tempo ti serve per realizzare uno shooting?

Quando un'idea mi ronza in testa per molto tempo, inizio a riflettere più nel dettaglio su come realizzarla. Il passo successivo è la creazione di uno storyboard e la ricerca di una location. Gli attori generalmente li trovo online, poi passo alla ricerca di tutta l'oggettistica e l'abbigliamento necessari. Un progetto di 30 immagini richiede un mese per l'ideazione, un paio di mesi per l'organizzazione e un mese di riprese. In totale, quindi, circa quattro mesi.

Il tuo approccio richiama in qualche maniera i fotoromanzi, ma al posto di avere testi in mezzo alle immagini proponi un'introduzione per lasciare che la storia si faccia avanti solo per mezzo delle fotografie...

Sì, le storie che realizzo sono come mini fotoromanzi, la trovo una definizione giusta. A volte utilizzo brevi testi per enfatizzare gli avvenimenti, altre volte lascio che siano solo le foto a fare tutto. Voglio accendere l'immaginazione delle persone, non produrre qualcosa che abbia in sé già tutte le risposte.

***The Trip*, che vediamo in queste pagine, racconta la storia di due coppie che in un motel si ritrovano ad avere a che fare con il proprietario che gli offre delle droghe allucinogene. Di cosa parla questa storia, oltre a quello che possiamo effettivamente vedere?**

È una storia ambientata negli anni Sessanta, un periodo crocevia di idee politiche e culturali. Se vogliamo è anche una sorta di parodia, tra aperture e chiusure mentali e culturali, di come queste sostanze in quel periodo possano aver in qualche modo cambiato il mondo in meglio. *The Trip* è in sostanza una re-immaginazione metaforica di un successo pieno di quegli anni, un successo che però non ha avuto luogo.



MATT HENRY (1978) è cresciuto nel Galles del Nord e ora vive a Brighton, in Inghilterra. Ha studiato *Politics* a Nottingham e *Photography* a Brighton. Le storie di Henry sono ambientate tra Regno Unito e negli Stati Uniti. Ogni progetto è una storia a sé con un cast di attori scelti e diretti personalmente dall'artista. Il suo lavoro è stato esposto in Europa, Asia e Nord America.



Berlino e New York, e in ogni contesto sviluppo delle attitudini diverse. A Berlino è tutto più concentrato, ho i miei punti di riferimento culturali tramite il mio giro di amici, a New York invece è tutto su larga scala, gli spostamenti sono infiniti e il tempo sembra non bastare. In ogni luogo cerco di nutrirmi sempre di nuovi stimoli, utili alla mia professione e alla mia vita in generale. Oggi, se mi chiedessero dove vorrei mettere le radici, non saprei assolutamente rispondere. Adoro l'arte contemporanea e non, sono molto curiosa e nozionistica. Per questo amo scovare e raccontare storie, o almeno ci provo.

Cosa dobbiamo assolutamente sapere di te?

Mi ritengo autoironica, è la mia personale difesa nei confronti della vita e i miei disegni ne sono la prova. Sono intrisi di ottimismo perché io sono raramente di cattivo umore. Odio quando mi dicono cosa fare nel mio lavoro, non sopporto la gente che si prende troppo sul serio e sono allergica alla *coolness* perché spesso la trovo poco spontanea. Io cerco di vivere in maniera autentica. Nel corso degli anni sono diventata molto più sicura di me stessa, anche grazie al mio lavoro. Ho raggiunto tanti piccoli traguardi. Ogni volta che scegli di esporti e di metterti in gioco acquisisci una nuova consapevolezza. E oggi ho la fortuna di rispecchiarmi totalmente in quello che faccio. Questo mi basta a essere serena e a continuare la mia ricerca.






Nella pagina precedente:
illustrazione *Pattern*
per Yoox

In questa pagina,
dall'alto: illustrazione *Pop*
Ups per "Link idee per la
tv"; Elena Xausa in un
recente ritratto



FREDPERRY.COM



Open  | Search  | Scan 

LISTEN TO BLACK / CHAMPAGNE / CHAMPAGNE

Da Milano a Londra, passando per le metropoli orientali e americane, si moltiplicano gli interventi dei grandi marchi nella realizzazione degli spazi urbani. E mentre le città cercano di farsi brand, i brand già fanno le città

CITTÀ DI MARCA

di Marco Agustoni



Chi a Milano volgesse lo sguardo verso l'alto, vedrebbe uno skyline popolato da grattacieli con nomi come Unicredit Tower, Allianz Tower o Torre Generali. Passando per piazza Liberty, a due passi dal Duomo, la troverebbe trasformata grazie alla fontana e alla scalinata-anfiteatro del nuovo Apple Store. Volgendo verso piazza Cordusio, noterebbe come l'ex palazzo delle Poste è stato recuperato per ospitare il primo Starbucks italiano. E spostandosi in metropolitana con la linea 5, si troverebbe a scendere in fermate sponsorizzate da Nissan o Widiba.

Non si tratta certo di una tendenza nuova: i grattacieli brandizzati esistono ormai da un secolo, come dimostra il Chrysler Building di New York, edificato nel 1930 per ospitare la sede del marchio e pensato per includere, nei suoi 319 metri di altezza, dettagli che richiamino i componenti di un'auto. Allo stesso modo, la trovata di sponsorizzare per periodi più o meno brevi le fermate della metro ha preso piede

da tempo in varie città. Quello che cambia e di cui Milano è un ottimo esempio è l'intensità e la frequenza del fenomeno, per cui sempre più spesso i brand mettono mano al tessuto urbano e contribuiscono a ridefinire gli spazi condivisi.

Si parte da progetti leggeri e al limite del guerrilla marketing come il Nike Unlimited Stadium di Manila, pista di atletica a forma di suola di scarpa, dove è possibile correre contro un avatar proiettato sulla parete LED che copre il percorso, o come il Museum of Feelings, museo pop-up dedicato ai sensi, allestito a Manhattan dal marchio di deodoranti Glade. Lo step successivo consiste nel fornire servizi duraturi: si va dai sistemi di bike sharing sponsorizzati, come per esempio Coca Cola Zero Bikes nelle città irlandesi, alla Emirates Air Line, la cabinovia costruita da Emirates a Londra, con passaggio sopra il Tamigi e vista sul famigerato O2.

Proprio The O2, *entertainment district* che ospita eventi musicali e sportivi, outlet e ristoranti, ci conduce al prossimo passaggio: quello degli edifici brandizzati dai grandi marchi, che possono decidere "semplicemente" di sponsorizzare una struttura esistente (il cosiddetto *naming*), oppure si prendono l'onere di costruire da zero palazzi e grattacieli. Nello sport è una pratica comune, dal calcio, con stadi come l'Allianz Arena di Monaco, al basket, con palazzetti come l'American Airlines Arena dei Miami Heat.

Anche le attrazioni turistiche, come la torre panoramica British Airways i360 di Brighton, sono talvolta costruite dietro l'input dei marchi commerciali. Per non parlare dei già citati grattacieli, al centro di una vera e propria "escalation" in Estremo Oriente, dove i brand si contendono i cieli a colpi di metri, dal Ping An Finance Center di Shenzhen (599 metri) alla Lotte World Tower di Seul (554 metri), passando per le Petronas Tower di Kuala Lumpur (451 metri). Ma non si tratta solo di misure, quanto anche di prestigio: lo dimostrano l'Aykon London One di Londra, complesso residenziale luxury noto anche col nome (per quanto non ufficiale) di Versace Tower, e il progetto Niido di Airbnb per costruire un complesso di appartamenti brandizzato.

C'è poi chi cerca di incidere direttamente sul tessuto sociale, creando incubatori di startup, scuole di specializzazione, laboratori: ne è un esempio A/D/O, lo spazio creativo realizzato da MINI a Brooklyn. Si spinge un passo più in là SouthWest Airlines con il Project for Public Spaces, piano ad ampio raggio di *placemaking* grazie al quale, con investimenti importanti e poca visibilità di marchio, la compagnia finanzia progetti di riqualificazione in una ventina di città come Boston (con il Public Market) e Portland (con il Congress Square Park).

Non sempre queste operazioni si risolvono in un successo. Capita anche che la cittadinanza si ribelli alla "commercializzazione" degli spazi pubblici, come è avvenuto nel caso di Pink Dolphin, marchio di abbigliamento che voleva realizzare un campo da basket al Runyon Canyon Park di L.A., ma si è scontrato con l'opposizione dei locali. Quel che è certo è che quando queste iniziative funzionano, apportano benefici per tutti: le comunità ne traggono linfa vitale, soprattutto laddove il pubblico non ha i mezzi per intervenire; le aziende hanno in cambio visibilità e creano sentimenti positivi intorno al brand. E non solo, perché in alcuni casi lavorare sul contesto sociale e creativo porta alla nascita di situazioni favorevoli alla vendita del prodotto. Le implicazioni di questo stimolo privato alla pianificazione urbana sono ancora difficili da prevedere. Ma nel frattempo, proprio mentre le città cercano di farsi brand (da "I Amsterdam" a "Be Berlin"), i brand già fanno le città.



Nella pagina a fianco:
l'ingresso del nuovo Apple Store di Milano

In questa pagina:
le biciclette del bike sharing irlandese sponsorizzate da Coca Cola Zero

«Tra palazzoni e villette a schiera vivo in mezzo / così che prendevo da entrambi e mi comportavo in base al contesto» recita una barra di 68 ed è impossibile riassumere meglio le atmosfere e le scene di vita raccontate nell'album di uno dei rapper più interessanti del momento

di Nicolò Tabarelli

ER NIA

IL RITORNO
DEL RE



Ernia è un rapper milanese classe '93 che lo scorso 6 settembre ha pubblicato *68*, il suo nuovo album. Il nome è un omaggio alla linea dell'autobus che dalla "sua" Bonola porta fino alla zona un po' più "pinuccia" di via Bergognone. I rimandi al suo quartiere di origine tornano anche nelle tracce *68*,

King Qt e *Bro*, unico featuring dell'album "affidato" a Tèdua. La sua parabola sembrava essere in discesa, quando a 18 anni la sovraesposizione mediatica avuta con le Troupe D'Elite lo aveva trasformato in una sorta di "appestato" del rap italiano. Ma ora Ernia è tornato per riprendersi quel che gli spetta.

Il tuo ultimo album si chiama *68* e sappiamo perché, ma a cosa alludeva, invece, il *67* dell'EP *Come uccidere un usignolo*/67?

Avevo scelto *67* perché già sapevo che l'album ufficiale si sarebbe chiamato *68*, quindi volevo introdurre il primo disco e iniziare a creare un po' di *hype*. Inoltre nell'EP *Come uccidere un usignolo* avevo già fatto una barra in cui facevo un riferimento a questo album, che allora era ancora in divenire, e chiamare *67* il completamento dell'album era anche un po' per confermare la teoria dei fan.

Quindi il percorso che ti ha portato a *68* era già chiaro da molto tempo?

Sì, questo è stato il percorso più chiaro che abbia mai avuto in testa, poi, come sempre, quando ho iniziato a scriverlo mi sono cagato addosso, ma il percorso era delineato da un anno. Alla fine, sono molto convinto di questo album. Penso sinceramente che contenga i pezzi migliori tra quelli scritti finora.

In *Domani*, singolo estratto da *68*, canti: «Conosco bene la caduta senza appigli / Sul fondo di bisce ne trovi un covo e sono simili / Ma ho sovrastato i sibili loro con bisbigli». Nei tuoi pezzi sei tornato molte volte sull'esperienza con le Troupe D'Elite, quasi come se quello che è avvenuto tra il 2010 e il 2014 fosse, per te, un trauma ancora in elaborazione. È così?

Sì, ce l'ho ancora come cosa. Anche il fatto che io abbia sempre paura dei singoli e dei video è una sensazione che è nata da quell'esperienza. Prima non avevo nessun problema, se mi avessero proposto di fare un video in cui mi masturbavo l'avrei fatto senza problemi. Dopo ho sviluppato questa cosa dei singoli. So che sugli album sono molto più bravo che sui singoli. Per fortuna ci sono persone come Ciro (Buccolieri, il fondatore di Thaurus, *NdR*) che mi costringono a far uscire gli estratti.

Ghali, che era nello stesso gruppo, torna su quella storia molto meno, quasi tacendola.

Sì, però c'è una bella differenza, umanamente, tra me e Ghali. Io, già prima delle Troupe D'Elite, avevo uno status nei quartieri. Già quando avevo 16 anni i grandi dicevano «quello lì è forte», non è stata la stessa cosa per Ghali. Quindi, quando per entrambi è arrivata l'esposizione in tutta Italia, io ho sofferto molto di più che fossimo così criticati. Dopo anni a sentirmi dire che ero forte, all'improvviso tutti mi dicevano «no, tu fai cagare». Per me è stato come se tutto quello in cui avevo creduto nella mia adolescenza fosse crollato. Metabolizzare questa cosa può essere difficile per un ragazzino.

Infatti ricordo che quando hai pubblicato il mixtape *No Hooks* nel 2016 su tutti i forum il commento medio era «Ah ma questo è quello di *Non capisco una mazza*, che merda». Eri ormai "persona non gradita" del rap italiano.

Esatto. Ghali non l'ha più tirata fuori anche per comodità, lui ha cambiato pubblico è andato su un target più giovane e più pop. Io invece ho voluto riprendere quel pubblico che non mi accettava più. La mia rivincita è questa, Ghali ha la rivincita che va ad *Amici*.

Sembri voler sottolineare in tutti i modi le differenze che corrono tra te e il resto della cosiddetta nuova scuola però è anche vero che sia come *attitude* sia come sonorità tu e le Troupe D'Elite siete stati antesignani di quella che adesso è la *wave*.

Vallo a dire a quelli che giustificano quelli che fanno trap oggi. Oggi le teste pensanti del rap, quelle mega old school, spaventate dal fatto che tutti facciano la trap, fanno discorsi sui toni di «sì, però è un genere che andava compreso» eccetera. Ah,

non è un genere che andava compreso nel 2012? Nel 2012 non era vero hip hop, mentre oggi «ci sono diverse sfumature», però prima la maggior parte delle persone non lo aveva capito.

Una persona che vi aveva lanciato ai tempi e con cui hai fatto un feat l'anno scorso è Guè Pequeno, com'è il tuo rapporto con lui?

È un padre. Padre nostro, di tutti i giovani. Se ci pensi con Tanta Roba Guè ha beccato cinque nomi su cinque. Salmo, Fedez, me, Ghali ed Ensi. Lui ha visto qualcosa in tutti noi, ci ha preso e ci ha detto: «Voi spaccate». Ti dico di più, Salmo e Fedez sono un po' l'altra faccia l'uno dell'altro, perché in realtà sono la stessa cosa, uno nella versione dark e l'altro nella versione coi pony. Alla fine anche io e Ghali siamo diventati la stessa cosa, le due facce, "un bambino di sabbia e uno di neve".

Non pensi che i live dei rapper italiani, mediamente, siano di livello inferiore rispetto a quelli dei vostri omologhi francesi o inglesi? Perché c'è ancora questo distacco?

Perché ci sono rapper, della nuova generazione, che si accontentano delle views su YouTube. Però a quel punto esisti solo su internet, invece vinci quando vinci nel mondo reale. Su internet uno può dire che è super dotato, nel mondo reale però le cose si ridimensionano facilmente. Quindi, se poi nel mondo reale non spacchi nei live tu, per me, non esisti. Poi quando fai bene il live tornano sempre di più, se lo ricordano che si sono divertiti, se lo dicono. Sanno che spacchi. Per me il live è la dimensione finale, io non punto a cantare negli impianti dei miei ascoltatori, ma a portare più gente possibile ai miei concerti.

Spesso sottolinei che chi cerca il contenuto nel rap ha sbagliato genere, però nelle tue canzoni di contenuti ce n'è eccome e sei molto critico nei confronti di chi rivendica che «se ascolti la mia merda, dici fanculo al messaggio». Qual è la sintesi tra queste posizioni? La diatriba sulla necessità o meno di contenuto è pretestuosa?

Se cerchi solo contenuti, hai sbagliato genere. Il rap si è differenziato dal resto anche perché è l'unico genere che ti permette di essere realmente cafone. Il simbolo dei rapper è la collana d'oro, della serie guarda quanto pesa. Se cerchi solo il contenuto vai ad ascoltarti i cantautori. Quando faccio uscire i singoli, e come singolo non farò mai uscire una cosa noiosa perché sarebbe a mio danno, la gente mi scrive che non ha colto il contenuto. E io rispondo «Bro guarda che non c'è un cazzo da capire, è una cazzata e ti devi solo divertire». Sarebbe come andare al luna park e chiedere dove sono le rovine romane, invece al luna park ci vai per divertirti e viverla scialla. Se ascolti *Simba* e cerchi il contenuto sei un babbo.



La cover di *68*, l'ultimo disco di Ernia (Thaurus Universal, 2018)

La Nuova Aquitania è una delle terre più importanti del surf europeo, popolata da appassionati di surf, atleti professionisti e persone che l'hanno scelta per poter vivere in Europa in riva all'Oceano. La cultura delle onde che qui si è sviluppata ha creato una situazione particolare, diversa dall'immaginario che abbiamo di questo sport

L'EUROPA DEL SURF

di Alessandra Lanza

Sulle coste del Sud della Francia, passando per Biarritz, il surf è stato importato dagli Stati Uniti alla fine degli anni Cinquanta, quando già aveva iniziato a "contaminare" quelle di Spagna e Inghilterra. Non ci è voluto molto perché l'onda travolgesse anche le località circostanti, diffondendosi verso Nord, nelle Landes dell'Aquitania (dal 2016 Nuova Aquitania), fino a Hossegor, una delle località oggi più rinomate per il surf sulla costa europea dell'Oceano Atlantico. È proprio a Hossegor che, dal 1984, ha sede la federazione francese di surf. Ed è lungo i tre chilometri di spiaggia, che proseguono in quelle contigue di Capbreton e di Seignosse, che viene ospitata ogni anno a ottobre una tappa dei campionati maschili e femminili di surf (Qui-



ksilver e Roxy Pro France), fondamentale nel definire il ranking mondiale prima delle gare degli ultimi due eventi della stagione. È qui che ogni estate alcuni tra i più grandi surfisti europei e internazionali, scelgono di allenarsi, schivando il crescente numero di turisti. Il territorio delle Landes, affacciato sul Golfo di Biscaglia, appena sopra quell'angolo di 90 gradi in cui si incontrano il confine francese e quello spagnolo, offre oltre 150 chilometri di spiagge e una varietà incredibile di onde. L'inglese Mike Lay l'ha definita una mecca del surf, il centro della scena europea ad appena un'ora e mezza di strada dai Paesi Baschi e da località spagnole altrettanto famose come San Sebastian. Kelly Slater ha vinto qui la sua prima gara internazionale nel 1992, quando ancora nessuno sapeva che avrebbe conquistato per 11 volte il titolo di campione del mondo e la fama di miglior surfista vivente. Le sue onde imprevedibili, che richiedono uno studio profondo e continuo, perché cambiano rapidamente, premiano i surfer in grado di adattarsi e da vent'anni, come sirene con i marinai, richiamano atleti come gli australiani Joel Parkinson (campione del mondo 2012) e Mick Fanning (tre volte campione). È qui che vive e si allena anche Leo Fioravanti, classe 1997, il miglior surfista che l'Italia abbia mai visto e che ci rappresenterà alle Olimpiadi di Tokyo 2020. Nel caso vi fosse sfuggito, per la prima volta il surf è stato ammesso tra le nuove discipline olimpiche.

Angelo Bonomelli, nato in Italia nel 1991, cresciuto in Costa Rica e campione italiano 2017, è salito sulla tavola a 12 anni ed è stato allenato dai 16 ai 20 proprio nelle acque di Hossegor dal coach Didier Pitier. «Avere un buon allenatore è essenziale – spiega Bonomelli, che faceva all'epoca parte del team Volcom – in quei quattro anni Pitier mi ha permesso di migliorare moltissimo e mi ha insegnato a leggere il

Nella pagina a fianco:
tavole da surf "a riposo",
foto di Alessandra Lanza

In questa pagina: un
surfer sulla spiaggia di La
piste a Capbreton, foto di
Alessandra Lanza

mare». È da allora che Bonomelli trascorre qui almeno due mesi all'anno. In agosto tra la plage de la Piste di Capbreton e quella delle Casernes di Seignosse, passando per la Sud, la Nord, la Gravière, le Culs Nuls e le Penon di Hossegor, quando le onde sono buone si riversano in acqua bambini e adulti di ogni età, stretti in mute di neoprene per contrastare il freddo dell'Atlantico. Mentre i surfisti più esperti aspettano l'onda giusta sul picco, gli allievi delle scuole imparano ad alzarsi sulle schiume che tornano verso riva o rimangono a osservare. A essere affollati non sono solo gli spot in cui fare pratica, ma anche i contest più suggestivi, come il Surf de Nuit, da 25 anni alla spiaggia Chambre D'Amour di Anglet, dove i team in gara si sfidano a bordo di tavole illuminate al neon.

«Ho sempre vissuto al mare e ho iniziato a surfare a otto anni», racconta Roberto D'Amico, tra i migliori surfisti italiani, nato nel 1993 in provincia di Roma. «A Capbreton ho per la prima volta visto l'oceano: mi ci portarono i miei in vacanza quando ne avevo dieci. Non conoscevo ancora l'esistenza delle maree: il primo giorno corsi in hotel a prendere la tavola e quando tornai in spiaggia il mare era praticamente piatto. Ci rimasi malissimo». Quicksilver quell'anno lo portò per la prima volta a fare i mondiali, insegnandogli che avrebbe potuto farne una scelta di vita. Sveglia presto la mattina, colazione, ricerca dello spot giusto, sessione in mare, pranzo, eventuale riposo, nuova sessione in mare, stretching, cena, a letto presto. I surfisti professionisti sono nomadi che inseguono onde e gare in giro per il mondo, che spesso, nonostante gli sponsor, si accontentano delle sistemazioni più spartane. «È molto difficile reggere il ritmo – racconta D'Amico – quest'estate non ho trovato un appoggio a Hossegor e nel mio mese di permanenza ho dormito spesso in



Nella pagina a fianco: la spiaggia di Biarritz, foto di Alessandra Lanza

In questa pagina: Thomas Debierre, pro surfer francese, foto di Alessandra Lanza

auto, facendomi ospitare quando potevo. Alla lunga può essere pesante». Routine e sacrifici: «una grande fatica per una ricompensa molto breve. Remi, remi, remi, prendi le onde e la tavola in testa, finché non trovi l'onda giusta». In cambio di adrenalina e soddisfazioni che non sempre arrivano. «Con l'esperienza impari che sono molte più le sconfitte delle vittorie», conclude D'Amico. Lui e Bonomelli si conoscono da 11 anni. Per loro il surf è stato il miglior maestro che ha insegnato ad adattarsi, ad aspettare, a costruire amicizie, a conoscere e rispettare altre culture.

«Una grande fatica per una ricompensa molto breve. Remi, remi, remi, prendi le onde e la tavola in testa, finché non trovi l'onda giusta»

C'è chi è sulla tavola dall'età di due anni e non ha conosciuto una vita diversa da questa, come il surfista francese di Guadaloupe, Thomas Debierre, classe 2000, campione del mondo nella categoria junior nel 2016. C'è chi grazie al surf ha trovato un'alternativa alla vita metropolitana. «Abbiamo fatto le nostre prime vacanze a Seignosse nel 2003 per surfare e ci siamo subito innamorati della zona», raccontano Ilaria e Walter Frigo, 44 e 41 anni. Hanno abbandonato la caotica Milano per trasferirsi a Capbreton nel 2008, attratti dalla possibilità di una vita a un passo dall'oceano. Oggi hanno una figlia di dieci anni e una pizzeria, *Farina e pomodoro*, a pochi passi dalla spiaggia, aperta con fatica e letteralmente costruita con le proprie mani nel 2009. «I primi anni è stata particolarmente dura, ma non abbiamo rimpianti». La sera si lavora, mentre il resto della giornata è dedicato alla famiglia e alle onde. Riesce difficile immaginare come si sarebbe sviluppata questa zona se non avesse conosciuto il surf, portando con sé i marchi dedicati più prestigiosi, scuole, campioni, appassionati, turisti. Sarebbero rimasti sabbia dorata, buon cibo, vino, foreste rigogliose e una tradizione marcatamente europea che trova qui la sintesi con il resto del mondo.

L'odio razzista brucia l'America di oggi. Lo racconta il regista italiano classe 1970 nel documentario *What You Gonna Do When the World's on Fire*, potente affresco contemporaneo presentato in concorso all'ultima Mostra del Cinema di Venezia



ROBERTO MINERVINI

IL RISTAGNO AMERICANO

di Paola Medori

Roberto Minervini, marchigiano, vive da anni a Houston, in Texas, e trae ispirazione per i suoi film dal giornalismo e dal fotogiornalismo. Osservatore attento della società americana, il suo è un cinema politico, comunitario e del reale. Lo si nota sin dagli inizi con *Stop The Pounding Heart* o *Louisiana (the Other Side)*, in cui la realtà sembra cinema di finzione,

e anche ora con *What You Gonna Do When the World's on Fire?*, dove scava alla radice della disuguaglianza sociale. Ben 150 ore di girato sono diventate un viaggio cruento in una comunità di New Orleans che convive con razzismo, violenza e povertà. In un attimo ci si immerge nell'era dell'America First, della rinascita del Ku Klux Klan e delle Black Panthers.

Quale è stata la genesi di questo progetto?

L'idea iniziale risale alla metà del 2015. Volevo raccontare una delle tante storie dei neri d'America attraverso l'ultimo baluardo della loro cultura che è quella della musica folk blues. Judy Hill, figura principale del film, è una donna afroamericana proveniente da una famiglia di musicisti di Tremé, il quartiere nero di New Orleans che fa parte della storia del jazz. Judy ha rilevato lo storico bar Ooh Poo Pah Doo dove ci si ritrova il mercoledì per suonare e discutere della condizione dei neri. Ho cominciato a frequentare questo luogo ed è stata lei ad aprirmi le porte verso un mondo, una comunità di persone a lei vicine da cui è nato il film.

C'è stato un momento di maggior difficoltà nel realizzarlo?

A livello artistico è uno dei film più appassionati che abbia girato. La difficoltà è stata quella emotiva: toccare con mano delle situazioni difficili, in cui l'abbandono e la violenza sono all'ordine del giorno. Durante le riprese a New Orleans ci hanno sparato addosso, la polizia ha tirato dei proiettili anche verso di noi e ci siamo spaventati. Ma questa troupe credeva così tanto all'urgenza di raccontare il grido di questa comunità che abbiamo continuato a girare.

Hai notato un cambiamento dall'epoca delle Black Panthers degli anni Sessanta a quella del Nuovo Partito delle Pantere Nere per l'Autodifesa di oggi?

Per quanto riguarda la tolleranza e l'integrazione, dall'amministrazione Bush passando per quella Obama fino a Trump, le cose sono cambiate in peggio per chi è

bianco. Per i neri, invece, il razzismo, la violenza irruenta e istituzionalizzata sono sempre esistiti. Il Ku Klux Klan, tanto caro a Fred Trump, il papà di Trump che ne faceva parte, non è mai scomparso. Gli episodi riportati nel film ne sono un esempio. I dati di omicidi e abusi da parte delle istituzioni sono costanti e sono persino aumentati durante la presidenza Obama.

Come Spike Lee racconti questa parte di America. Ti senti un paladino del black power?

È un'alleanza impossibile: c'è troppa storia, un bagaglio culturale e ferite troppo aperte che ci separano. Io so bene di essere dalla parte bianca che non ha ancora pagato il dazio, la *reparation*. Vivo una crisi di identità come bianco europeo e mi sento in colpa per l'intolleranza crescente che vedo. La sua è una voce che parte dall'interno e la mia è quella della coscienza. Non so se c'è dialogo tra le due.

Come spieghi la tua attrazione verso questo tipo di America?

Sono attratto da quello che conosco meno. Fare cinema per me fa parte di un processo di apprendimento e non di insegnamento. Vado a scavare la parte più ignota e occulta dell'America, quella che non gode di ampia rappresentazione e quando ne gode è nella maniera sbagliata. Come bianco europeo sento la responsabilità di mettere sotto i riflettori questa America.

Che tipo di approccio hai usato per la regia?

Non esiste nulla di scritto, né sceneggiatura da presentare, né note di regia. L'approccio è l'osservazione. La storia si scrive con il montaggio. Rispetto agli altri film quello che cambia è il racconto. Qui si parla di una comunità.

Cosa hai scoperto che non ti aspettavi?

Come cambia nella comunità nera la percezione della violenza a seconda delle generazioni interessate. Il modo agghiacciante in cui i giovani afroamericani crescono con il terrore, i soprusi e la repressione della polizia. Alla loro età ci convivono come in una sorta di inevitabile abitudine.

Una questione razziale mai risolta che influisce da sempre sul tessuto sociale e culturale.

Penso che la questione razziale sia irrisolta. I miei figli sono "giallognoli", mezzi bianchi e mezzi gialli (si è sposato con l'asiatica Denis Ping Lee, *NdR*). Li ho messi al mondo in un terreno non fertile. La distinzione esiste, lo dico come padre, osservatore e marito. Non ritengo la questione dei neri, del razzismo e della paura dell'uomo nero una nuova emergenza, ma un'eterna irrisolta questione americana.

In che modo credi possa essere risolta?

Forse riportando in auge le separazione per poi cercare di creare delle intelaiature. È necessario lavorare in compartimenti stagni perché questa divisione esiste. Non possiamo far finta di nulla.



Nella pagina a fianco:
Roberto Minervini, foto di
Felix Sanchez

In questa pagina: un
frame da *What You
Gonna Do When the
World's on Fire?*

L'Iran è il secondo Stato al mondo per operazioni di riassegnazione chirurgica del sesso. Il dato stupisce per l'idea che abbiamo di questo Paese, ma dietro a una politica apparentemente inclusiva si celano realtà scabrose

IL SESSO IMPOSTO

di Nicolò Tabarelli

Quando si pensa all'Iran, difficilmente la prima idea che viene in mente sono politiche progressiste. Sin dalla rivoluzione del 1979, la radicalizzazione islamica ha preso piede nelle istituzioni laiche: sono state imposte norme di comportamento e rigide regole sull'abbigliamento. È soprattutto per questo che, inizialmente, stupisce il dato che l'Iran sia tra i primi Paesi al mondo per operazioni di riassegnazione chirurgica del sesso e che queste operazioni siano sovvenzionate generosamente dallo Stato. Durante il regime dello *scià*, l'esistenza di *transgender* non era nemmeno concepita a livello istituzionale e la popolazione era fortemente discriminatoria nei confronti di queste persone. Nei primi anni di repubblica islamica la situazione rimase identica a livello di sentimento popolare, ma peggiorò notevolmente dal punto di vista legale. Le pene previste diventarono più aspre e l'onda del fanatismo religioso rese la quotidianità ancora più difficile per i transessuali iraniani.

Il cambio di prospettiva arrivò grazie a Maryam Khatoonpour Molkara, un'attivista che dopo aver subito numerose violenze – nel 1979 venne forzata a prendere ormoni maschili per correggere i suoi atteggiamenti femminili – riuscì a mettersi in contatto diretto con l'ayathollah Khomeyni grazie alle sue numerose conoscenze



tra rappresentanti di rilievo del clero sciita. La sua idea era di convincere la guida suprema che far coincidere il proprio sesso biologico col proprio genere attraverso l'intervento della chirurgia non fosse in contrasto con le prescrizioni coraniche. Sensibilizzato da Molkara, nel 1986, Khomeyni emanò una *fatwa* – un'opinione giuridica non vincolante su una domanda sciaritica – in cui evocava rispetto per i *transgender*, aprendo così la via alle operazioni per il cambio di sesso. Non solo, da allora lo Stato iraniano si impegnò a sostenere metà della spesa per le operazioni. L'intervento ha comunque un costo proibitivo: secondo Outright Action ci vogliono 13.000 dollari per l'intervento chirurgico e dai 20 ai 40 dollari al mese per la terapia ormonale (lo stipendio medio qui è di 400 dollari mensili). A questo punto si sarebbe portati a pensare che, pur in contraddizione con il resto delle norme che regolano la sua società, l'Iran abbia realizzato una politica progressista e inclusiva. La realtà, però, è molto diversa. Con la *fatwa* la concettualizzazione della transessualità viene riformulata: non si tratta più di devianti, ma di persone con una malattia, la disforia di genere, che possono *essere curate* con un'operazione di riassegnazione chirurgica del sesso. L'operazione si riduce quindi a un modo di “correggere” la persona e armonizzarla con l'idea strettamente binaria della sessualità che comunque permane, in quanto qualsiasi identificazione omosessuale è rifiutata.

Un ottimo mezzo per capire meglio la vita delle minoranze sessuali iraniane è il documentario del 2008 *Be Like Others*. La regista, Tanaz Eshaghian, segue le vicende di tre ragazzi che si sono rivolti al dottor Bahram Mir-Jalali desiderosi di intraprendere l'operazione di riassegnazione chirurgica del sesso. Il primo, Ali Askar, è stato allontanato dalla famiglia, ha subito un tentativo di avvelenamento da parte del padre e vede l'intervento come la sua unica possibilità di vivere una vita “decente”. Dopo l'operazione, e dopo aver cambiato il nome in Negar, viene definitivamente allontanata dalla famiglia e ufficialmente disconosciuta. Si mantiene prostituendosi tramite la pratica molto diffusa in Iran dei matrimoni temporanei. A questo punto l'intervistatrice le chiede se avrebbe cambiato sesso se fosse nata in un altro Paese. La risposta di Negar è molto diretta: «Se avessi saputo che la mia famiglia mi avrebbe evitato in questo modo non avrei mai fatto l'operazione. L'ho fatta solo per difendermi dalla discriminazione e dalle molestie» e scoppia a piangere. La domanda successiva è se Negar pensa di innamorarsi prima o poi e ancora una volta la risposta è netta: «Ho ucciso in me qualsiasi capacità di amare». L'operazione del secondo, Anoosh, è più felice, soprattutto per il fatto che la madre non gli fa mai mancare il suo supporto. Dopo l'operazione Anoosh, che decide di rinominarsi Anahita, si dice soddisfatta, nota però che il suo storico fidanzato è molto più freddo e distante da quando ha cambiato sesso.

In entrambi i casi, molto probabilmente, si trattava di persone *cisgender* omosessuali, che hanno intrapreso la decisione di cambiare sesso perché in Iran essere un *transgender*, per quanto non semplice, è più facile che dichiararsi un omosessuale. Il terzo paziente della clinica, invece, decide infine di non operarsi dopo aver litigato furiosamente con un'inviata della televisione iraniana che era in visita alla clinica: «La società mi ha tolto la possibilità di decidere. Nella mia situazione sono obbligato a operarmi in ogni caso, non posso scegliere. In questa società o sei un uomo o sei una donna».

Dietro a una scelta politica apparentemente inclusiva, che crea stupore agli occhi occidentali, si cela in realtà una terribile violenza – diretta conseguenza di un binarismo ortodosso e rigidissimo – che costringe i gay iraniani a “curarsi” tramite un'operazione chirurgica, rendendo queste persone ancora più infelici e discriminate anche da quegli iraniani che hanno intrapreso l'operazione perché sono effettivamente transessuali.

Nella pagina a fianco: un frame da *Be Like Others*, documentario di Tanaz Eshaghian del 2008

Le collezioni running e di intimo sportivo di Odlo per l'autunno inverno 2018/19 si basano sul principio dell'Organic Bodymapping, con soluzioni tecniche e materiali diversi che aiutano i runner a raggiungere i loro obiettivi anche durante la stagione più fredda

SHAPE THE FUTURE



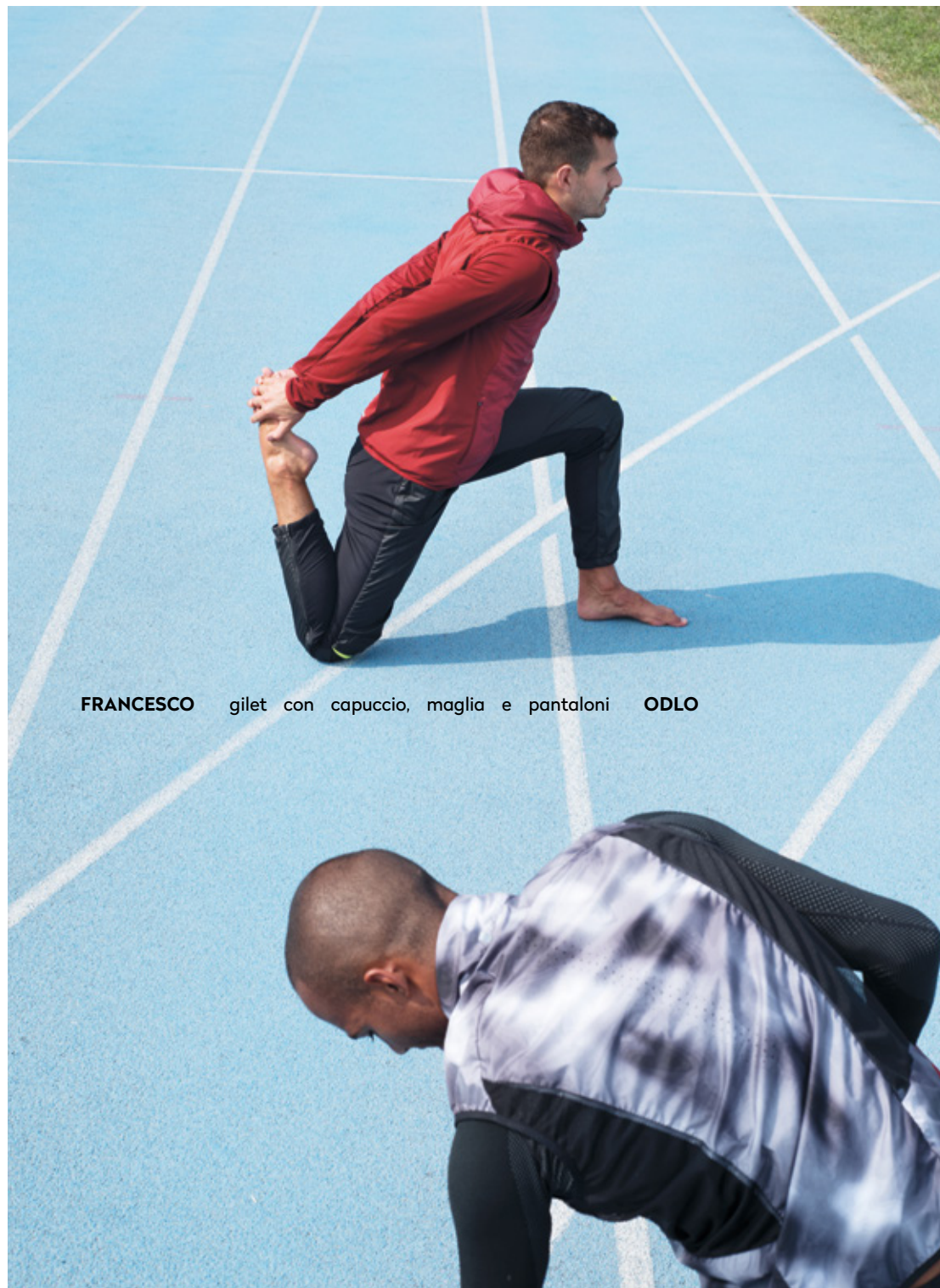
AGNESE giubbino, top e leggings ODLO

photography **MARTINA GIAMMARIA** style **SERENA POMPEI** grooming **ERIKA GINEVRA**
MEYER thanks to **ATLETICA RICCARDI** and **CENTRO SPORTIVO XXV APRILE** milano



DIEGO gilet, maglia e pantaloni ODLO

GIADA top e leggings ODLO



FRANCESCO gilet con cappuccio, maglia e pantaloni **ODLO**

DIEGO gilet e maglia **ODLO**

GIADA

top e leggings

ODLO



odlo.com

La moda ripesca con nostalgia dai trend del passato, riproponendo forme, tessuti e atteggiamenti che guardano ad alcune delle principali sottoculture giovanili, italiane e non

THE “PANINARO” RETURN

di Maela Leporati

Il brand M1992, ideato da Dorian Stefano Tarantini, è tra i progetti più vivaci e intriganti del nuovo design italiano. Le collezioni si rivolgono a un pubblico giovane, modaiolo e attento alle tendenze. Per l'autunno inverno 2018/19, M1992 si ispira allo stile dei “paninari”, la famosa sottocultura giovanile nata negli anni Ottanta a Milano. Tra i capi chiave giacche imbottite in denim, jeans dal fit regular, cinture El Charro (amatissimo dai paninari milanesi) e T-shirt con la scritta “paninaro” e “Montenapo”. Ad aggiungere contemporaneità e una visione più personale entrano in scena anche capispalla esageratamente oversized, crop tops, e tinte tie dye senape acido sul denim. Una collezione coerente con l'immagine del marchio, che guarda con un occhio attento al panorama internazionale e alla necessità di riscoprire la forza comunicativa del design.



ON THE STREET: 1980 - 1990

Il libro di A.M. Homes edito da Welcome Books è un ritratto dello stile newyorkese anni Ottanta raccontato attraverso gli scatti di Amy Arbus, figlia della leggendaria fotografa Diane Arbus



SAINT

In stile rodeo con tanto di logo: la cintura in pelle con fibbia anticata è l'accessorio imperdibile di questa stagione

LAURENT



UNDERCOVER

Il lettering jacquard nero “disorder” e “order” rende sorprendentemente giusti i calzini bianchi in cotone



DICKIES

Cinquetasche in denim lavato dallo stile western. I Rhode Island sono un classico del marchio americano



AMIRI

Indossare una T-shirt senza slogan pare poco moderno, Amiri ne propone una versione selvaggia e cool



CHRISTIAN

LOUBOUTIN

Il mocassino declinato nella sua variante più punk: total black, suola massiccia e logo in argento ben in vista



BURBERRY

Amato e odiato capospalla invernale, il piumino torna di tendenza riproposto dalla maggior parte dei grandi marchi

THE "PANINARO" RETURN THE BOOTS

di Luigi Bruzzone



RED WINGS

Suola in gomma Traction Tred per questi boots in pelle scamosciata rovesciata



L U M B E R J A C K

Sintesi tra praticità e stile, i Manitoba si rinnovano nei materiali e nella calzata



CAT FOOTWEAR

Intramontabili gli iconici Colorado che uniscono design, comfort e resistenza



B E Y O N D

Avant-garde i boots in camoscio con occhielli, stringhe e suola oversize



D S Q U A R E D 2

Boots in pelle di vitello effetto degradé, con maxi suola e tacco 4.5 cm in gomma



T I M B E R L A N D

In pregiato nubuck impermeabile dark brown, collo imbottito e suola carrarmato



saraghina
EYEWEAR 

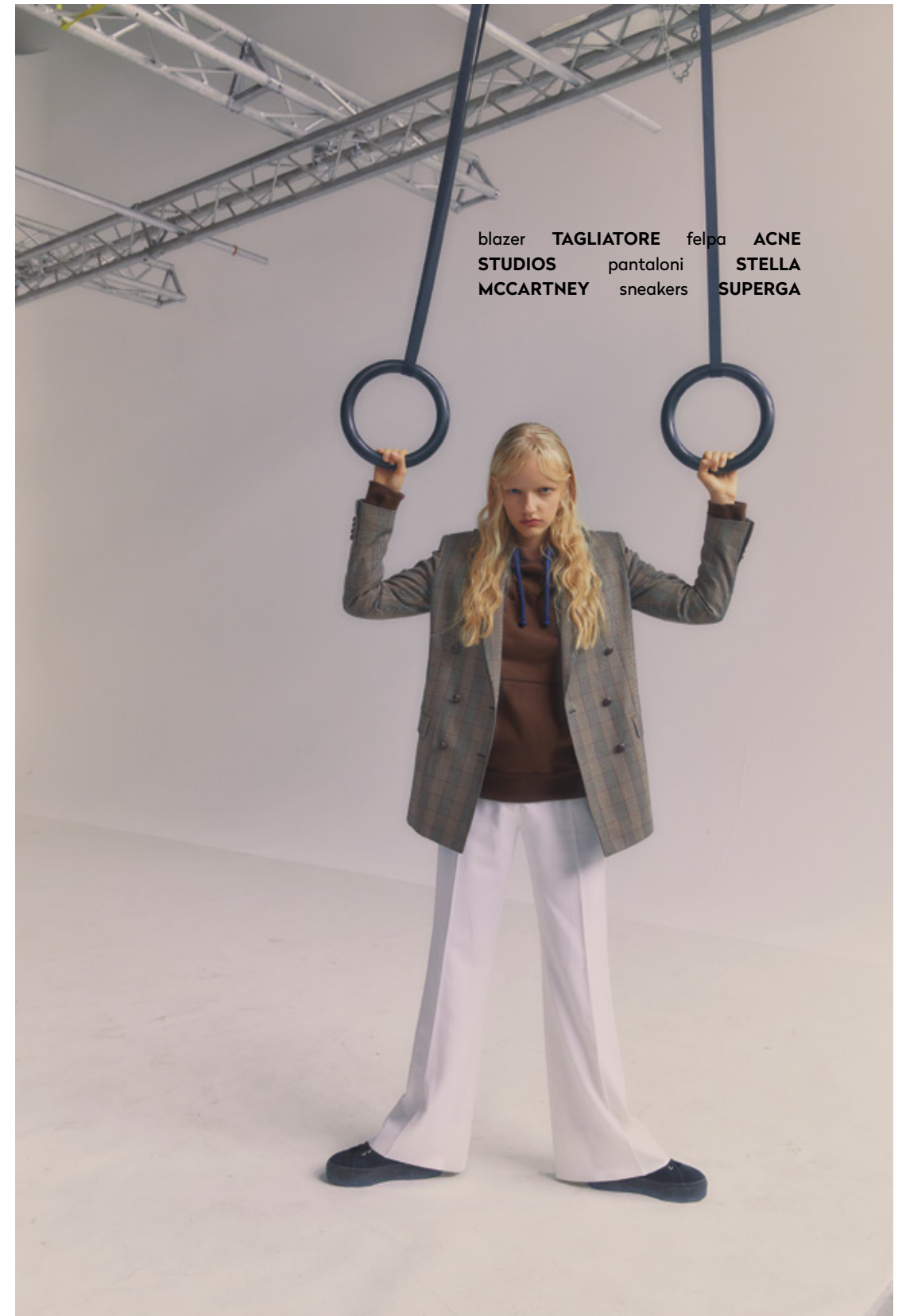
www.saraghinaeyewear.com

THE SUBURBAN GYM



blazer
ACNE
e
felpa
STUDIOS

photography **VINNIE LIAZZA** style **SERENA POMPEI** grooming
ERICA PESCHIERA at **AURAPHOTOAGENCY** model **MIRA**
ALLDINGER at **MONSTER MANAGEMENT** concept **TBCSTUDIO**



blazer **TAGLIATORE** felpa **ACNE**
STUDIOS pantaloni **STELLA**
MCCARTNEY sneakers **SUPERGA**



blazer **ANGELIA AMI** joggers **ERREÀ**
REPUBLIC boots **MALONE SOULIERS**



giubbino **ADIDAS ORIGINALS** blazer e
 pantaloni **STELLA MCCARTNEY** t-shirt
ARENA sneakers **SAUCONY ORIGINALS**



blazer **CALCATERRA** felpa **TWINS**
FLORENCE joggers **SERGIO TACCHINI**
 décolletées **STELLA MCCARTNEY**



blazer **TWINS FLORENCE** giubbino **ADIDAS**
ORIGINALS half zip **ODLO** pantaloni **TESSA**



AM318: A NEW BRAND



Nato dalla volontà di proporre una nuova idea di brand, AM318 mira a sottolineare l'unicità di chi lo indossa attraverso l'ampia possibilità di declinazione dei suoi prodotti. Il concetto stesso è alla base anche del suo "nome di battesimo": l'acronimo è derivato da uno statement, *About Myself*, che vuole sottolineare come AM318 sia perfetto per interpretare ogni outfit in maniera unica e personale. Per il debutto si è partiti da un settore particolare, quello delle fashion sneakers, con un modello che si distingue per la ricerca e per i dettagli. Arrow, questo il nome scelto, è una sneaker low-top che si caratterizza per la presenza di un fregio iconico inedito, l'uso di pellame pregiato per la tomaia e quello di una particolare gomma anti-abrasione per la suola. È però nei particolari che si nota la cura con cui questo modello è stato concepito, dall'occhiello in metallo posto al termine dell'allacciatura al logo tridimensionale posizionato invece sul tallone. La sneaker è stata lanciata attraverso il coinvolgimento di influencer, che hanno raccolto lo spirito di Arrow mixandola con il proprio stile e dimostrando così la sua versatilità (tutte le foto sono sul profilo [instagram.com/am318_official](https://www.instagram.com/am318_official)). La nuova Arrow di AM318 sarà distribuita in una rete selezionata di multimarca europei.

IS THIS LOVE?

Il rapporto che si è creato tra Alexa Chung e Superga è qualcosa di più di una semplice collaborazione reiterata nel tempo. Il 2011 segna l'inizio di questo sodalizio, con la modella inglese protagonista per la prima volta della campagna. Poi Alexa è diventata brand ambassador e sono arrivate le prime caspule, l'ultima delle quali fa parte della collezione autunno inverno 2018/19. Le nuove silhouette prendono ispirazione dalle linee delle scarpe da bowling, ma sono confermati dettagli iconici come la storica suola carrarmato di Superga. La campagna è stata scattata a Londra anche per mettere in luce come queste sneakers possano essere adatte per le stagioni fredde, grazie anche a materiali, come suede e velluto, scelti appositamente per garantire un caldo comfort.



A WARM HUG



La nuova collezione Down Jackets di Blauer per l'autunno inverno 2018/19, anticipata per la prima volta da Enzo Fusco con un evento speciale lo scorso anno, è ricca di novità. Al suo interno troviamo capi sia per l'uomo sia per la donna, con due temi caratterizzanti: basic fashion e urban fashion. La prima si distingue per vestibilità diverse, mentre con la seconda Blauer ha lavorato soprattutto sui materiali, utilizzando varianti del nylon e anche velluto. Per quanto riguarda le imbottiture, oltre a quella classica in piuma, si può scegliere quella sintetica, particolarmente traspirante e termica. In più c'è l'opzione recycled, ovvero un'imbottitura fatta di piume ricondizionate, lavate e sterilizzate che garantisce comunque alti standard di isolamento.

ANDY!

Happy Socks ha sempre scelto con cura le sue collaborazioni ed è riuscita nel corso del tempo a creare collezioni esclusive con artisti del calibro di Pharell Williams e icone mondiali come i Beatles e Iris Apfel. Per l'autunno inverno 2018/19 il brand nato in Svezia nel 2008 si confronta con un altro "monumento" ovvero Andy Warhol. Una capsule in edizione limitata che è un tributo all'artista americano e al suo immaginario, a cominciare dalla famosa copertina dei Velvet Underground. Sei le calze che compongono questa collezione, con una palette colori accesa che spazia dal rosso cremisi al rosa pallido passando per il baby blue.



SAUCONY ORIGINALS **GOLDEN DAYS**

La famosa corsa all'oro del 1849 in California è la fonte di ispirazione per questa versione esclusiva delle Shadow 5000 di Saucony Originals, la "Gold Rush". Sono tre i colori disponibili per questo modello – sabbia, burgundy e nero – che si caratterizza anche per l'uso di pelle scamosciata e di mesh traspirante per la tomaia. I dettagli della Gold Rush sono unici, come l'effetto dorato che caratterizza i tre *dot* sull'iconico logo di Saucony e il tallone e la mappa della California posta nella soletta

sauconyoriginals.it



È arrivata la prima release del “matrimonio” tra A\$AP Rocky e Under Armour, che segna il definitivo ingresso del brand di Baltimora nel settore lifestyle. Non è un mistero che la nuova SRLo sia molto debitrice di un modello del passato, ma nello sneaker game di oggi questo sembra essere solo un problema marginale

TRA GENIO E FOLLIA

di Andrea Caviggia



Qualche mese fa, tra le pagine di questa rubrica, abbiamo parlato di una crisi di originalità che da qualche tempo imperversa tra le direzioni creative dei vari brand di ginniche. Una riflessione che partiva da quello che, fino a quel momento, ci sembrava il caso più emblematico da citare, ovvero le ultime scaramucce della serie «chi ha preso spunto da chi?» tra Kanye West e Nike. Ebbene, niente al confronto del (primo) risultato della recente collaborazione tra A\$AP Rocky e Under Armour. Anche in questo caso i protagonisti sono uno tra i rapper più connessi di sempre al mondo fashion e un mega brand di sportswear, con la differenza che A\$AP Rocky non ha mai disegnato una scarpa e che Under Armour ha operato fino a prima di questo annuncio nel cosiddetto performance apparel, salvo poi entrare a gamba tesa nel settore lifestyle grazie a questo nuovo “sodalizio”.

Così, quando lo scorso luglio inizia a montare un *hype* esagerato per l’annuncio di una imminente collaborazione tra il rapper di Harlem e Under Armour, tutti si chiedono che razza di output ne sarebbe potuto uscire. Ebbene, la risposta arriva con l’uscita del primo teaser: una foto postata su Instagram da A\$AP Rocky che ritrae lo

stesso (con un improbabile Jared Leto alle spalle) in posa con ai piedi la sua prima sneaker Under Armour, la SRLo, uno scatto che diventa subito virale e fa il giro del web. È chiaro però sin dal primo momento che la scarpa assomigli molto alla Osiris D3, un modello nato nel 2001 e caratterizzato da un look studiato proprio per portare all’estremo la tendenza di quegli anni delle scarpe da skate “cicciette”. Nei primi anni di vita la D3 raggiunge il successo grazie agli spontanei endorsement di personaggi come il frontman dei Limp Bizkit Fred Durst e Avril Lavigne, piuttosto che da chi gravita nel mondo skate. Anzi, siccome in questo settore la tendenza vira violentemente verso forme minimali, nel giro di qualche stagione questo modello di Osiris inizia a essere considerato una scarpa al limite del grottesco. Tuttavia non viene mai dismessa perché le vendite continuano a funzionare, soprattutto in Europa, dove in breve tempo diventa la scarpa preferita dalle nuove generazioni di raver. Insomma, qualcosa lontano anni luce dall’universo fashion e delle sneakers.

L’idea geniale di questa collaborazione, uscita a metà settembre, può essere così riassunta: prendiamo la D3 di Osiris, rifacciamola (con qualche differenza) e riposizioniamola nel mondo fashion grazie all’influenza di A\$AP Rocky e un’astuta strategia social. Un’operazione spavalda, considerando inoltre che la campagna di comunicazione che ha seguito il lancio ha fatto uso dell’immaginario skate.

Ma non bisogna dimenticare che quello che importa sono i risultati e, a distanza di qualche settimana dal lancio, al momento sembrano tutti felici e contenti: A\$AP Rocky è considerato ancora più un genio rispetto a prima, al punto che il suo amico Virgil Abloh (nuovo direttore creativo di Louis Vuitton) ha già realizzato un modello di sneaker che “riprende” la sua idea; Under Armour ha centrato alla grande l’obiettivo di entrare nel settore lifestyle con un successo non solo mediatico e tutti già si chiedono quale sarà la sua prossima release; infine Osiris che, dopo una vetatissima critica sui social dove rivendicava la proprietà dell’originale, pare abbia aumentato esponenzialmente le vendite della D3, al punto che ha appena lanciato anche nuove colorazioni.

Il discorso di fondo rimane dunque lo stesso: seppur in campo lifestyle, l’innovazione in questo settore non è mai stata a livelli così bassi. Nel giro di pochi anni siamo passati da competere cercando del valore aggiunto nel “creare il nuovo rivisitando il vecchio” a una gara fuori controllo dove vince chi agisce nella maniera più spregiudicata possibile sfruttando con astuzia i mezzi di comunicazione di oggi e coloro che possono farli “esplodere”. Non ci resta che assistere da spettatori a queste operazioni, con un misto di stupore per le barriere che vengono di volta in volta infrante, e nostalgia per quell’approccio old school meno mediatico ma più di sostanza che ritroviamo sempre meno.



**Nella pagina a fianco:
un dettaglio della nuova
SRLo creata da Under
Armour e A\$AP Rocky**

**In questa pagina:
le Osiris D3, foto di Kick
Photo @FlickrR**

In una società sempre più fluida, in cui sfumano le differenze di genere e giovani e anziani vestono alla stessa maniera, il comfort si configura come una vera e propria necessità. Lo dimostrano artisti e designer e lo dice anche una trend forecaster come Li Edelkoort



SOFT POWER

di Alessia Delisi

Il futuro sarà morbido: tra chi se lo immagina così c'è anche Li Edelkoort che, in uno dei suoi ultimi libri, intitolato *Turning in Circles*, immagina cerchi ovunque a influenzare, con la loro forma inclusiva e democratica, il design e la moda a venire. Del resto in una società sempre più fluida, dove le differenze di genere tendono a scomparire e passato e presente si fondono in arazzi, pizzi e merletti rivisitati in chiave digitale, la semplicità e la tendenza a circondarsi di oggetti morbidi, accoglienti e leggeri saranno sempre più una necessità. Lo sa bene Tomás Saraceno le cui sculture fluttuanti, in mostra fino al 6 gennaio 2019 al Palais de Tokyo di Parigi, tessono relazioni

mentre sfidano il cielo, alludendo a quella capacità, propria soprattutto delle ultime generazioni, di muoversi *cross-border*. Ma lo sanno bene anche i designer, impegnati già da qualche tempo a smussare gli angoli di mobili e gadget tecnologici. Abbasso quindi gli spigoli e via libera a divani sfatti, tavoli senza capotavola, occhiali rotondi e borse con manici a oblò. E via libera pure a fragranze *genderless*, come XX e XY degli italiani Antonio Zuddas e Giovanni Castelli di Blood Concept, e ad abiti avvolgenti, caratterizzati dalla morbidezza dei materiali e portati indistintamente da uomini, donne, giovani e anziani senza nessuna preclusione.



BLOOD CONCEPT

Un mix di note maschili e femminili per XX e XY, le due fragranze di Blood Concept che rendono omaggio a un universo senza genere



L O M O G R A P H Y

Tascabile e attrezzata di flash, la Simple Use Film Camera di Lomography ha già un rullino e filtri in gel colorati inclusi



JIMMY

CHOO

Ispirazioni Art Déco rivisitate con un twist moderno per Gema, i nuovi occhiali da sole illuminati da un prezioso mix di cristalli Swarovski e perle colorate



È in morbida trapunta uno dei look proposti da MSGM per questo autunno inverno



S E L E T T I
Si chiama Comfy ed è il soffice sofà disegnato da Marcantonio per Seletti

Nella pagina a fianco:
Una delle sculture fluttuanti dell'argentino Tomás Saraceno, in mostra fino al 6 gennaio 2019 al Palais de Tokyo di Parigi

Ogni anno un terzo della frutta e della verdura europea prodotto viene scartato per il suo aspetto, ritenuto non adatto ai banchi della grande distribuzione. Cinquanta milioni di tonnellate di cibo perfettamente commestibile finisce così al macero. Sono diverse però le iniziative che vogliono invertire questa tendenza

BRUTTI, MA BUONI

di Elisa Zanetti

«Una mela brutta al giorno aiuta il pianeta a non andare a fondo», si potrebbe riformulare così il diffuso proverbio che invita a consumare tutti i giorni frutta per fare stare bene sia noi sia il mondo in cui viviamo. Sì, perché se è vero che ormai sappiamo tutti quanto sia importante seguire la cosiddetta regola dei cinque colori e assumere almeno cinque porzioni di frutta e verdura di diverso tipo al giorno, altrettanto importante è non sprecare i prodotti della terra. Secondo uno studio dell'Università di

Edimburgo, un terzo dell'ortofrutta coltivata in Europa viene considerata troppo brutta per essere venduta, che tradotto in numeri significa un totale di cinquanta milioni di tonnellate di cibo perfettamente commestibile destinato al macero. Le ripercussioni sono enormi e toccano diversi aspetti. Gli agricoltori sono costretti a produrre più di quanto necessario, perché sanno che parte del loro prodotto verrà scartato perché ritenuto inadatto alla vendita. Una coltivazione sovrabbondante comporta



un aumento dell'inquinamento, con un maggiore utilizzo di pesticidi e una maggiore immissione di anidride carbonica nell'atmosfera. Senza contare il drammatico dato diffuso dal World Food Programme che rivela che, seppur a fronte di una produzione di cibo sufficiente per sfamare l'intera popolazione, una persona su nove nel mondo soffre la fame e una su tre soffre di qualche forma di malnutrizione.

Attualmente sono tre le diverse categorie europee che identificano i prodotti della terra adatti al consumo: extra, prima e seconda. In extra troviamo i prodotti senza difetti e dalla forma regolare, nella prima categoria quelli con imperfezioni lievi, mentre nella seconda sono racchiusi tutti quei prodotti ritenuti di qualità inferiore perché leggermente ammaccati o caratterizzati da una forma irregolare. Soltanto extra e prima categoria raggiungono i banchi della grande distribuzione, mentre tutti gli altri trovano posto soltanto dai fruttivendoli di strada, nei mercati generali e dagli agricoltori che fanno vendita diretta. Qualcosa però sta cambiando. Nel 2013 la catena di distribuzione francese Intermarché ha lanciato la campagna *Les fruits et les légumes moches* (I frutti e le verdure brutti) mettendo in vendita prodotti normalmente scartati. I risultati dell'iniziativa furono ottimi, segnando una crescita dell'affluenza ai punti vendita del 24%. «È come una bella, ma più economica», «Fa un ottimo succo» o ancora «Perfetta per una zuppa» erano alcuni degli slogan che accompagnavano bitorzoluti frutti e ortaggi messi in posa e acclamati a chiare lettere come «la mela brutta», «l'arancia brutta», «la carota brutta» e così via. Intermarché realizzò anche una linea di zuppe e succhi dal packaging identificativo e trasformò gli ortaggi in insoliti e imperfetti modelli di un calendario destinato a sensibilizzare il pubblico sul tema dello spreco alimentare.

Un'iniziativa simile è stata avviata da Lidl in Gran Bretagna dove, presso alcuni punti vendita, è possibile trovare a prezzi scontati merce difettata, ma comunque buona e sicura. In Danimarca Wefood ha fatto un ulteriore passo avanti inaugurando nel 2016 una catena di supermercati che vende esclusivamente beni scartati e donati dalla grande distribuzione. Alimenti dagli imballaggi leggermente danneggiati oppure ancora buoni, ma che hanno superato il limite indicato dalla dicitura «da consumarsi preferibilmente entro il...» vengono proposti sugli scaffali a prezzi scontati del 30/50 per cento. I ricavi delle vendite di questi prodotti, donati dalla grande distribuzione a Wefood, vengono utilizzati per sostenere progetti



Nella pagina a fianco: foto courtesy Espigoladors

In questa pagina: uno dei prodotti Es-Imperfect, foto Nomon Design

umanitari in Nepal, Bangladesh, Myanmar, Cambogia e in diversi Paesi dell'Africa.

Espigoladors è invece un'iniziativa catalana che raccoglie agricoltori disposti ad accogliere sui propri terreni volontari attivi nella raccolta diretta di frutta e ortaggi che non potrebbero essere venduti attraverso la grande distribuzione per semplici ragioni estetiche. Frutta e ortaggi vengono poi donati a realtà attive nel sociale o utilizzati per la linea di marmellate Es-Imperfect: prodotti 100% naturali, sostenibili e buoni, pur essendo realizzati da prodotti «brutti».

Se in Italia al momento non vi sono esempi virtuosi di supermercati della grande distribuzione che vendano prodotti «brutti, ma buoni», sono invece diverse le opportunità per fare in modo che gli alimenti arrivati sui banchi non finiscano nella spazzatura: LMSC, last minute sotto casa, è un'applicazione che segnala agli utenti le promozioni di negozi alimentari vicino casa legate ad alimenti in scadenza o la presenza di prodotti da consumare freschi rimasti invenduti. Funzionamento analogo per Myfoody che propone prodotti stagionali, prossimi alla scadenza o con difetti di confezionamento in vendita scontati. Frutta urbana è invece un'iniziativa nata a Roma e oggi presente anche a Milano che recupera, grazie al lavoro di volontari, la frutta proveniente da piante che nelle intenzioni originarie avrebbero dovuto avere il solo scopo di abbellire le nostre città, ornando giardini pubblici, privati e aiuole. La raccolta, la distribuzione, ma anche la semplice mappatura degli alberi da frutta urbani sono i modi attraverso i quali tutti noi possiamo iniziare a dare il nostro piccolo contributo. Non si butta nulla e tutto fa.

Inizialmente accolti con un po' di diffidenza, gli smartwatch stanno conquistando crescenti consensi tra il pubblico. Il mercato sta rispondendo bene alle proposte dei vari player, che iniziano a spostare sempre più risorse ed energie in questa nuova competizione del mondo hi-tech

LA COSTANTE ASCESA DEGLI SMARTWATCH

di Enrico S. Benincasa



Ci ha messo un po', ma alla fine ce l'ha fatta. Lo smartwatch, dopo un inizio non brillantissimo, sta iniziando a diventare un device tecnologico importante per il grande pubblico, che oggi guarda a questo oggetto con meno diffidenza rispetto al passato. Come sempre, sono i dati di vendita che evidenziano il trend, in questo caso positivo: stando alle previsioni di IDC, il 2018 si dovrebbe chiudere con oltre 140 milioni di pezzi venduti in tutto il mondo, valori incrementali rispetto agli anni precedenti. Il dato si riferisce a smartwatch, fitness tracker, sportwatch e simili, perché se si considera il mercato wearable nel suo totale, con anche altri device indossabili dotati di connettività Bluetooth come per esempio gli headset, la stima è di oltre 340

milioni di unità per lo stesso periodo (fonte: Gartner). Il mercato ha avuto un primo scossone con l'ingresso di Apple nella partita: era il 2014 e Cupertino, oltre all'iPhone 6, toglieva il velo al suo primo smartwatch tanto atteso. Qualche giorno fa è arrivata la quarta generazione di Apple Watch, quello che oggi è il modello più desiderato dal pubblico e che dovrebbe permettere all'azienda guidata da Tim Cook di fare un ulteriore balzo in avanti. La Series 4, lanciata nell'ultimo keynote dello scorso settembre, è leggermente più grande (2 millimetri in più per la cassa, in ciascuno dei due tagli disponibili), ha il display più ampio, un nuovo processore, un accelerometro migliorato, il cardiofrequenzimetro elettrico e, per la prima volta nel nostro Paese, la

connessione dati. Si conferma la sua vocazione sportiva ma anche quella di *health tracker*, ribadita nel corso della presentazione: tra le sue nuove funzioni, infatti, c'è anche quella di monitorare il battito cardiaco e segnalare anomalie nel caso di scostamenti dai valori normali dell'utente.

Samsung è entrata sul mercato un anno prima di Apple, ma solo con l'uscita del Galaxy Watch sembra avere preso la strada giusta per scalare le classifiche. La scelta qui è caduta su un quadrante di forma tonda da 46 millimetri, del tutto simile a quello di un cronografo. Per i "nostalgici" dei normali orologi da polso, c'è anche la possibilità di inserire il classico ticchettio delle lancette. Anche qui ci troviamo di fronte a un modello completo sotto il profilo delle caratteristiche tecniche, ma la vera "killer app" del Galaxy Watch è la batteria, decisamente superiore rispetto ai modelli Apple. Questo device funziona con un sistema operativo proprietario basato su Tizen ed è compatibile al momento con i soli dispositivi Samsung, ma presto lo sarà anche con gli altri terminali Android non Samsung e con iOS.

Il mercato degli smartwatch è però trasversale, tanto che anche chi compete nel settore dei tracker sportivi ha deciso di rendere più smart qualche suo modello. Un esempio è Garmin, che con il suo Fènix 5s Plus ha ampliato le potenzialità base di questo dispositivo pensato per lo sport. A una gamma di servizi assolutamente di livello per chi pratica attività fisica, l'azienda americana ha affiancato qualche funzionalità da smartwatch come un'applicazione per ascoltare musica direttamente dal Fènix (ha una memoria di 4 GB) e anche una applicazione per pagare contactless.

Connesso via Bluetooth mostra notifiche di mail e SMS, inoltre c'è la possibilità di personalizzarlo esteticamente con skin per il quadrante e con cinturini disponibili in diversi materiali.

Il crescente interesse per gli smartwatch ha causato una contrazione nell'interesse per tutti quei device nati per monitorare attività specifiche, che per anni hanno costituito la voce primaria del mercato wearable. Tra le aziende che più hanno investito in questo ambito c'è Fitbit, che però ha esteso il suo raggio d'azione proponendo anch'essa smartwatch come il Versa, un prodotto che incorpora tutte le classiche funzioni di questo tipo di device e che si distingue per le svariate possibilità di personalizzazione estetica. Versa non è un prodotto entry level ma, rispetto ai suoi competitor, lo è come fascia di prezzo: il modello base parte da 199 euro, ben al di sotto degli altri modelli qui presentati. Stesso prezzo anche per il Huawei Watch 2, la proposta dell'azienda cinese che, come la sua conterranea e rivale Xiaomi, ha messo piede in questo mercato ottenendo più che buoni risultati soprattutto nei mercati asiatici.

Dopo un po' di incertezza, sembra proprio che gli smartwatch siano destinati a prendere il sopravvento nel mondo wearable e a diventare un mercato sempre più importante nell'universo hi-tech. Le previsioni parlano di vendite raddoppiate da qui al 2021, con tassi di crescita che non hanno certo altri comparti come smartphone e tablet. "Indosseremo" sempre più tecnologia, quindi, con buona pace di chi aveva dato per morto un oggetto che non era ancora praticamente nato.

**In questa pagina:
la Series 4 dell'Apple
Watch non rinnega la sua
vocazione sportiva**

**Nella pagina a fianco:
Il Versa di FitBit è
disponibile anche con il
cinturino in metallo**



VARSAVIA

BIG CITY LIFE

di Francesca Masotti



Con una scena creativa da far invidia al resto del Vecchio Continente, la capitale polacca è una città imperdibile per gli amanti del design e dell'architettura. Qui, accanto alle stradine tortuose dello Stare Miasto, la città vecchia ricostruita dopo i bombardamenti subiti durante la Seconda Guerra Mondiale, ogni anno spuntano architetture all'avanguardia che catapultano i visitatori in una dimensione futuristica

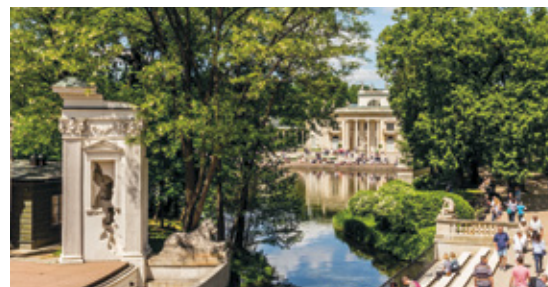
COME IN UN DIPINTO

È difficile immaginare che solo sessant'anni fa il centro storico di Varsavia fosse un cumulo di macerie. Eppure, questa bomboniera di palazzi color pastello, viuzze acciottolate e piazzette nascoste, è stata completamente distrutta durante il secondo conflitto mondiale. Per ricostruirla, i polacchi si sono avvalsi niente di meno che delle opere del pittore italiano Bellotto, autore nel '700 di una serie di vedute particolarmente minuziose dello Stare Miasto di Varsavia. Oggi il centro si gira a piedi: una sosta nella Rynek, la piazza che in inverno ospita la pista di pattinaggio più famosa della Polonia, una visita al Castello Reale e poi dritti fino al ghetto ebraico, il più grande in Europa, dove si è consumata una delle pagine più buie del '900.



LA CITTÀ DI CHOPIN

Il mito di Chopin riecheggia ovunque a Varsavia. Il celebre compositore, nato alle porte della città, trascorse metà della sua vita tra le mura del centro storico della capitale polacca. L'ente del turismo di Varsavia ha ideato una curiosa app, *Chopin in Warsaw*, che guida il visitatore attraverso un itinerario interamente dedicato al musicista. È l'ideale per gli appassionati di musica classica che, tra una visita al Museo Chopin, una tappa alla Chiesa della Santa Croce e una foto alla statua del compositore nel Parco Łazienki, hanno l'occasione di imparare qualcosa di più sulla vita dell'artista. Da non perdere, inoltre, i concerti serali presso lo Chopin Point, in programma fino al prossimo 31 dicembre.



In questa pagina, dall'alto: la piazza del mercato antico; il parco Łazienki (foto di Filip Kwiatowski, courtesy Warsaw Tourist Office)

BENVENUTI A PRAGA

Interne aree un tempo dismesse sono oggi sede di gallerie e centri culturali frequentati da giovani designer e artisti. È successo a Praga, il quartiere di Varsavia che porta lo stesso nome della capitale ceca, ex area malfamata e ora simbolo della rinascita della città. Moltissimi artisti si sono trasferiti qui, incoraggiati dall'amministrazione locale, per aprire gallerie e studi d'arte nelle ex fabbriche grigie, con l'obiettivo di recuperare l'architettura industriale della zona. Tra i progetti più interessanti ci sono la Fabryka Trzciny Art Gallery, centro artistico con teatro, ristorante e open space per festival, creato dentro una vecchia fabbrica di marmellate, e la Nizio Gallery, hub d'arte contemporanea sede di esposizioni temporanee e serate jazz.



Un concerto del Warwaw Summer Jazz (courtesy city of Warsaw)

CALL IT NOSTALGIA

Non si può dire di essere stati a Varsavia senza aver messo piede in uno degli storici *bar mleczny* (i milk bar). Da antiche osterie dove durante gli anni duri del comunismo venivano serviti piatti caldi a prezzi stracciati, oggi i milk bar sono stati trasformati in locali di tendenza presi d'assalto da studenti universitari, hipster e turisti in cerca di locali originali (ed economici). Alcuni hanno mantenuto l'aspetto originario, altri invece sono stati arredati con gusto e appaiono sui profili Instagram di influencer di tutto il mondo. Minimo comune denominatore il prezzo: con meno di 10 euro si pranza da re. Un esempio è Prasowy, insegna originale, arredi di design e pieroghi (i tradizionali ravioli ripieni) a volontà.

DONI BIZZARRI

Il simbolo di Varsavia, però, è e rimane uno soltanto: il Palazzo della Cultura e della Scienza, il maestoso edificio (è alto ben 237 metri) regalato da Stalin ai polacchi nel 1955, quando la città era ancora devastata dalle rovine della guerra. Molti lo odiano, tanti lo ignorano e altri ancora passano gran parte del loro tempo al suo interno. Nelle sue sale, infatti, si trova di tutto: cinema, teatri, locali, sale congressi

e persino musei. Tappa obbligata, la terrazza panoramica al 30esimo piano da cui si ammira una vista a 360 gradi sulla città, sulla Vistola e sugli edifici futuristici che delineano il suo skyline. Il palazzo è sede di alcuni dei principali eventi cittadini, tra cui il Festival internazionale del cinema di Varsavia che dal 12 al 21 ottobre anima ulteriormente le notti della capitale polacca.

L'ARTE SI CREA QUI

In nessuna altra città della Polonia il progresso è evidente tanto quanto a Varsavia. Negli ultimi anni la capitale polacca è diventata uno dei poli europei più attrattivi per investitori e lavoratori (anche e soprattutto italiani). Ogni anno spuntano nuovi edifici, nuovi spazi verdi e nuovi centri culturali. Tra progetti, hub dell'arte e quartieri emergenti, Varsavia ha tutta l'energia di una città che ha voglia di fare. Per rendersene conto, basta andare a Kamionek, ex centro dell'industria tessile polacca, oggi sede della SOHO Factory, lo spazio artistico e culturale all'avanguardia più famoso della Polonia, e del Neon Museum, prestigioso centro d'arte contemporanea.



Il Polish Wodka Museum (foto di Filip Kwiatowski, courtesy Warsaw Tourist Office)

NELLA TERRA DEI BISONTI

Se si ha qualche giorno in più a disposizione, è inevitabile raggiungere il Parco Nazionale della Białowieża. A 235 chilometri a est di Varsavia, il parco è parte dell'ultima foresta vergine d'Europa, un'immensa area verde patrimonio UNESCO situata lungo il confine con la Bielorussia. Qui, nell'estremità più orientale del vecchio continente, tra querce millenarie, corsi d'acqua incontaminati e boscaglia pluviale, vivono allo stato brado, insieme a lupi, linci e cinghiali, le uniche specie di bisonte europeo. Il parco si visita solamente se accompagnati da guide locali e le escursioni durano al massimo tre ore: è grazie a queste regole ferree che è possibile salvaguardare uno degli ultimi tesori naturalistici d'Europa.



FESTIVAL	DELLA	FOTOGRAFIA	ETICA
NOAH SLEE	BLOOD ORANGE	SERPENTWITHFEET	
BILLY CORGAN	KAMAAL WILLIAMS	RAY CAESAR	
CLAUDIA MARSICANO		SIMONA BERTOZZI	

EVENTS



music

theatre

arts

Aphex Twin è il grande ospite di Club to Club 2018 e sarà sul palco del Lingotto sabato 3 novembre

CLUB TO CLUB 2018



«In fondo è quello che facciamo da anni: portare la luce al buio vuol dire anche realizzare uno show, accendere di vita uno spazio che fino a qualche ora prima era vuoto». Così Sergio Ricciardone, direttore artistico di Club to Club, ha descritto la scelta di dedicare l'edizione 2018 al tema "la luce al buio", una citazione nata dal set dello scorso anno di Nicolas Jaar in un momento di tributo a Franco Battiato. Quest'anno non troviamo l'artista cileno in line up, ma il lavoro fatto sul roster non può lasciare scontento nessuno. Jamie XX, Blood Orange, Beach House, Ice Age, Yves Tumor, Equinoxx, Call Super faranno parte di questa grande festa di quattro giorni (dall'1 al 4 novembre), quasi tutti in esclusiva italiana. E poi ci sono quelli che per la prima volta si esibiranno su un palco del nostro Paese, come Obongjayar, Serpentwithfeet (nella foto), Leon Vinehall e Robin Fox, che sabato 3 porterà sul palco delle OGR il suo show audio-video *Single Origin*. La stessa sera, ma al Lingotto, terminerà l'attesa per il grande ospite di questa edizione, Aphex Twin, altro nome che si aggiunge al *parterre de roi* di eccellenze della musica mondiale che C2C ha portato in questi anni a Torino. Il festival non finisce però quella sera: domenica 4 arriva Club Palazzo al Balon, il block party diurno che si sposta quest'anno nel mercato vintage della zona di Porta Palazzo, e l'ultimo act alla Reggia di Venaria con Mana e Primitive Art.

a cura della redazione di WU

TORINO

dall'1 al 4 novembre

OGR, Lingotto, Reggia di Venaria, Balon

orario: vari

ingresso: da euro 35 (venerdì 2) a euro 55 (sabato 3) + dp

abbonamento 2 gg (venerdì 2 + sabato 3) euro 80 + dp

clubtoclub.it

BONOBO + NICKODEMUS



Club Nation riporta a Milano Simon Green aka Bonobo, questa volta con un dj set ai Magazzini Generali che fa parte anche del calendario dell'undicesima edizione di Jazz:Re:Found. Dopo tanti show in giro per il mondo per il suo ultimo album *Migration*, uscito come consueto per Ninja Tune, il producer britannico torna in consolle e come sempre saprà stupire con le sue selezioni. A dividere il palco con lui Nickodemus, dj, producer e fondatore della Wonderwheel Recordings, etichetta di Brooklyn che ha pubblicato anche l'ultimo *Azulejos* di Populous e il disco di Dj Khalab con Baba Sissoko.

MILANO

Il 26 ottobre ai Magazzini Generali

via Pietrasanta 14

orario: 23

ingresso: euro 25

magazzinigenerali.org

MOVEMENT 2018



Piccolo grande cambiamento per il Movement Torino Music Festival, oggi inserito in calendario con qualche giorno di anticipo rispetto agli anni passati. Poco prima della metà del mese il festival arriva al Lingotto con una line up ancora più interessante rispetto alle edizioni precedenti. Venerdì troviamo Charlotte de Witte, Ellen Allien, Amelie Lens, Nina Kraviz e Solomun, sabato Derrick May, Dj Bone, The Martinez Brothers, il live di Jon Hopkins e quello di Cosmo, una bella novità per questo festival.

TORINO

Il 12 e 13 ottobre al Lingotto

via Nizza 294

orario: dalle 20

ingresso: euro 40

abbonamento 2 gg euro 65

movement.it

CALENDAR

BILLY CORGAN

Milano

17/10

Santeria Social Club

BOMBINO

Torino

18/10

OGR

MECNA

Torino

19/10

Hiroshima Mon Amour

NU GUINEA

Bologna

19/10

Locomotiv Club

NOAH SLEE

Milano

20/10

Biko

KAMAAL WILLIAMS

Milano

02/11

Triennale

FRANK TURNER

Bologna

03/11

Zona Roveri

THEGIORNALISTI

Napoli

03/11

Palapartenope

YUSSEF DAYES

Milano

10/11

Biko

Il musicista elettronico di Verbania torna al Club to Club 2018 per rappresentare la scena italiana. Racconta dei suoi miti, della sua fascinazione per l'improvvisazione e spiega il senso politico di fare un certo tipo di musica oggi nel nostro Paese

BIENOISE

IL SUBLIME DELLE PICCOLE COSE

di Camilla Graham



Chiacchierare con Bienoise significa viaggiare fuori dal tempo, rimanendo totalmente dentro al nostro tempo. Si può arrivare con l'immaginazione in un bosco isolato dove si sentono in lontananza suoni sperimentali provenienti da uno studio di registrazione. E si può riflettere sul senso di fare questa musica al giorno d'oggi. Bienoise, ovvero Alberto Ricca, classe 1985, vive infatti in un paesino in provincia di Verbania sul lago Maggiore, dove compone e produce, e con gli amici ha dato vita all'etichetta di improvvisazione radicale Floating Forest. Con l'EP uscito a febbraio *Sharawadji III*

ha tradotto, in musica, il concetto di "sublime delle piccole cose" ovvero il senso di fascino che si può provare di fronte a una complessità «non sconvolgente ma estremamente vivace», come la sua musica. Insegna anche "Tecniche Performative" al corso di Sound Design dello IED. Bienoise è uno dei nuovi nomi dell'elettronica italiana ed è stato scelto per tornare a rappresentarla all'edizione 2018 del Club to Club di Torino, dal 1 al 4 novembre, insieme a Elena Colombi e Silvia Kastel. E insieme anche a Blood Orange, Jamie XX e soprattutto ad Aphex Twin, il nume tutelare per chi produca questa musica.

Partiamo da questo tuo "collega di cartellone": cosa significa per te?

Premetto di non essere un fanboy in generale, però sì, di Aphex Twin lo sono! In questo periodo mi sono anche trovato spesso a difenderlo perché tutti lo attaccano dicendo che fa sempre le stesse cose, ma è come criticare Bach perché le fughe sono tutte uguali: è Aphex Twin ad aver inventato quella musica! Io non l'ho mai neanche visto dal vivo per cui sono davvero contento.

Su Facebook hai scritto che il tuo prossimo disco uscirà per Mille Plateaux, altra etichetta fondamentale per il genere, e che il giorno che lo hai scoperto è stato il più incredibile della tua vita.

È una label pazzesca per me, per quello che hanno pubblicato degli Oval e della corrente glitch, e sono sicuro che se non ci fossero stati loro non avrei mai iniziato a dedicarmi a questa musica. Poi sapevo che avevano chiuso e quando ho scoperto che avrebbero riaperto proprio con il mio disco è stato quasi uno shock. Tra l'altro

il mio è un album di rottura, completamente diverso da quello che ho sempre fatto. In parte lo presenterò al Club to Club.

Che momento è questo per la musica elettronica italiana? È finito il clamore che si era sviluppato negli ultimi anni?

Si continua a dire tra gli addetti ai lavori che ormai sia sfumato il momento dell'hype intorno a questa scena, se ha senso definirla così. Secondo me è un bene perché è come se adesso fosse rimasta più qualità. In fondo chi è rimasto affascinato nel momento del botto è rimasto fedele al genere, chi l'ha seguito solo per moda è finito ad ascoltare tutt'altro. Io comunque in generale sono ottimista: trovo che il pubblico sia diventato più colto, nella mia cerchia di amici riesco a far sentire pezzi difficili di Lorenzo Senni o Caterina Barbieri, mentre prima mi prendevano per pazzo.

Aiutami a rispondere a questa affermazione che ho sentito dire in giro, anche da addetti ai lavori, senza usare parolacce: «Chi suona musica elettronica non è un vero musicista ma uno "spappolatore" di tasti».

E senza lanciare oggetti contundenti? A parte gli scherzi, penso che sia sempre valido quanto dissero i Pink Floyd a chi faceva loro presente quanto fosse facile suonare con tutti quei macchinari a disposizione: «Allora fatevelo voi».

Tu comunque hai anche studiato strumenti tradizionali.

Non proprio, ho studiato al Conservatorio di Como musica elettronica e tecnologia del suono e poi da adolescente ho studiato pianoforte, ma male. Io sono sempre stato fin da piccolo un fan dell'improvvisazione e questo è utile se ti occupi di elettronica. Non sai come reagirà un campione con una determinata elaborazione, quindi è come se improvvisassi con uno strumento, per quanto minuscolo: non hai chissà che letteratura alle spalle e tutte le tue conoscenze di armonia finiscono nel cesso.

Ma alla fine pensi sia utile saper suonare o no?

Sì, ma questa conoscenza non deve essere di intralcio e uno non ci deve riflettere troppo. Trovo che un musicista elettronico si trovi spesso al confine tra il «so sto cosa sto facendo» e il «non ne ho la più pallida idea, ma sono molto fico». Bisogna sapersi lasciare andare, perché non si deve perdere la vera potenza dell'elettronica che è lavorare sul suono.

Pensi che questa potenza dell'elettronica possa avere ancora un significato politico oggi?

Ne stavo proprio parlando con Populous l'altro giorno ed entrambi stavamo dicendo che secondo noi poteva ancora averne. Prendi per esempio i dischi di Sophie, Arca, Anohni: sicuramente portano avanti un discorso per il riconoscimento dei diritti dei transessuali. Oppure l'accelerazionismo in musica (in generale: la teoria per cui accelerando i processi del capitalismo si arriva prima a una sua distruzione, *NdR*) con i suoi effetti marziali, sempre più angoscianti. E ne discutevo anche con il mio amico compositore di musica classica Alberto Barberis: che senso ha inserire un fortissimo oggi per l'orchestra? Io, maschio bianco che vivo in Europa come posso capire veramente i problemi della gente? Forse non ho il diritto di occuparmi di politica. Poi però penso che si possa fare politica anche cercando di offrire un'alternativa culturale. Per poter leggere altre cose, vedere altre opere. E sì anche per ascoltare un'altra musica, più difficile forse e quindi più stimolante.

Y GENERATION FESTIVAL



CALENDAR

T*DANSE

Festival Internazionale
della Nuova Danza
Aosta
14/10 - 21/10
Cittadella dei Giovani

Berlin

PERHAPS ALL THE
DRAGONS
Milano
17/10 - 20/10
Triennale Teatro dell'Arte

Collettivo Cinetico DIALOGO PRIMO

Ferrara
20/10
MEIS

Strasse

HM/HOME MUSIC
Cagliari
20/10
Sardegna Teatro

Fanny&Alexander

STORIA DI UN'AMICIZIA
Milano
26/10 - 28/10
Teatro Franco Parenti

Motus

PANORAMA
Potenza
06/10
Teatro Francesco Stabile

Milo Rau

THE REPETITION
Roma
09/11 - 11/11
Teatro Vascello

Quello che spesso manca da noi è un pensiero sulle nuove generazioni: così, in un Paese per vecchi, le sale dei teatri sono frequentate sempre di più da persone anziane. Stupisce perciò (positivamente) sapere che qualcuno ha ancora la capacità di pensare in prospettiva, superando categorie sclerotizzate: è il caso di Y Generation, “piccolo” ma prezioso format dedicato alla danza, costruito per e con le nuove generazioni. Giunto alla terza edizione (grazie al Centro Servizi Culturali Santa Chiara e con la direzione artistica di Giovanna Palmieri) offre una mappatura di quanto di più fresco si muove in Italia e in Europa, rivolgendo quest'anno lo sguardo su tre aree europee specifiche (Belgio e Olanda, le zone di confine tra l'Austria e i Balcani e l'area mediterranea tra Italia e Spagna). Tra le oltre 20 performance in programma, da non perdere TETRIS (18 ottobre) degli olandesi Arch8, un sapiente e divertente mix di parkour e atletismo, R.OSA (19 ottobre) di Silvia Gribaudo con Claudia Marsicano (Premio UBU miglior attrice under 35 per la Marsicano) e gli austriaci Hungry Sharks, compagnia di hip hop che porta in scena una riflessione sul ruolo della tecnologia nelle nostre vite in *#Fomo - the Fear of Missing Out* (18 ottobre), spettacolo vincitore del premio federale austriaco per le performing art.

a cura di Matteo Torterolo

TRENTO

Dal 17 al 20 ottobre
luoghi vari
orario: vari
ingresso: da euro 5 a euro 12
yfestival.it

SIMONA BERTOZZI + COMPAGNIA ADRIANA BORRIELLO @MILANOLTRE



La 32ma edizione di Milanoltre è la conferma di un festival storico ma vitale, divenuto per tanti versi indispensabile in quella che è di fatto la nuova capitale italiana del teatro. Nel ricco cartellone, che come sempre riserva grande spazio alla coreografia nostrana, vi consigliamo una serata “doppia” di spettacolo: in scena, due tra le più interessanti protagoniste della nuova danza come Simona Bertozzi – impegnata in *Anatomia* in un dialogo serrato con il live electronics di Francesco Giomi – e Adriana Borriello, che sceglie invece di lavorare in *Duo Golberg* sulle celebri *Variazioni* di Bach insieme al pianoforte dal vivo di Gilda Buttà.

MILANO

Il 14 ottobre al Teatro Elfo Puccini
Corso Buenos Aires 33
Orario: dalle 19
ingresso: da euro 21.50 a euro 29.50
milanoltre.org

FUORILUOGO



Un progetto solido, che lega tre realtà diverse (Balletto Civile, CasArSA e Gli Scarti) per dare vita a un cartellone itinerante dedicato alla sperimentazione, in un territorio per molti versi piuttosto statico in ambito artistico: la nuova stagione di FuoriLuogo – intitolata provocatoriamente “Il Golfo (è) dei Poeti” – riparte dalla base, il Centro Dialma di La Spezia, per allargarsi a Lerici, Sarzana e Santo Stefano di Magra con oltre 15 appuntamenti. Avremo modo di tornarci nei prossimi mesi, intanto segnaliamo l'apertura con lo straordinario *Al presente* di Danio Manfredini (27 e 28 ottobre al Dialma) e *Fratto X* dell'esplosivo duo Rezza/Mastrella: due autentici classici del teatro contemporaneo.

LA SPEZIA

dal 26 ottobre al 12 maggio
luoghi vari a La Spezia, Lerici (SP), Sarzana (SP) e Santo Stefano di Magra (SP)
orario: vari
ingresso: da euro 5 a euro 15
fuoriluogoteatro.it

FESTIVAL DELLA FOTOGRAFIA ETICA

CALENDAR

MARIO GIACOMELLI

Milano
fino al 18/11
Forma Meravigli

THE BLACK IMAGE CORPORATION

Milano
fino al 14/01
Osservatorio Fondazione
Prada

TEX

Milano
fino al 27/01
Museo della Permanente

MARIO MERZ

Milano
25/10 - 24/02
Pirelli HangarBicocca

CAMERA POP

Torino
fino al 13/01
CAMERA

WILLY RONIS

Venezia
fino al 06/01
Tre Oci

WARHOL&FRIENDS

Bologna
fino al 24/02
Palazzo Albergati

POLLOCK E LA SCUOLA DI NEW YORK

Roma
10/10 - 24/02
Complesso del Vittoriano

RAY CAESAR

Roma
20/10 - 20/11
Dorothy Circus Gallery



Il Festival della Fotografia Etica di Lodi torna per il nono anno consecutivo per raccontare cosa succede nel mondo attraverso la lente della macchina fotografica, a volte cruda e priva di filtri, altre volte smussata da una poetica capace di restituire un'immagine di speranza e condivisione. Tra i lavori esposti ci saranno quelli dei vincitori delle sei categorie che compongono il World Report Award, ovvero Paula Bronstein, Tommaso Protti, Camillo Pasquarelli, Nanna Heitmann, Laurence Geai, Giles Clarke, Bente Marei Stachowske e Johnny Miller, oltre agli enti CARE HARBOR, AVSI Foundation e Water Grabbing Observatory. Nella sezione *Uno sguardo sul mondo* ci sarà invece l'omaggio all'australiano Adam Ferguson, ai francesi Shah Marai e Olivier Laban Mattei e agli italiani Filippo Venturi e Michele Guyot Bourg. E mentre lo *Spazio Approfondimento* ospiterà il lavoro di Mary Calvert, quello *Tematico* sarà dedicato al rapporto tra l'uomo e il mondo animale attraverso il contributo di Ami Vitale, Nikita Teryoshin, Paolo Marchetti e Wu Jingli. Il *Corporate for Festival* proporrà infine gli scatti di Paolo Siccardi, Roberto Travan e Silvia Amodio a completare l'offerta di FFE - OFF, un circuito di mostre fotografiche in giro per la città

a cura di Alessia Delisi

LODI

dal 6 al 28 ottobre, solo nei weekend
luoghi vari
orari: dalle 9.30 alle 20
ingresso: da euro 0 a euro 15
festivaldellafotografiaetica.it

CARAVAGGIO



Se la nostra non fosse un'epoca caratterizzata dal prevalere della simulazione sulla realtà, per vedere opere come *Medusa*, *Decollazione del Battista* o *Morte della Vergine* dovremmo di volta in volta andare a Firenze, Malta o Roma. Invece, grazie all'utilizzo del videomapping, è oggi possibile ammirare queste e altre opere di Caravaggio nella loro integralità architettonica come da lui inizialmente concepite. Il Museo della Permanente di Milano diventa così il luogo unico di un'emozionante esperienza immersiva che, in quattro atti, ripercorre la vita e l'opera di un pittore che ha rivoluzionato la storia dell'arte mondiale.

F R E E
T I C K E T

MILANO

dal 6 ottobre al 27 gennaio
presso Museo della Permanente
via Filippo Turati 34
orari: tutti i giorni dalle 9.30 alle 20
giovedì fino alle 22.30
ingresso: da euro 12 a euro 14
caravaggiomilano.it

JON RAFMAN



Studi in Lettere e Filosofia e un diploma in Film, Video e New Media per il canadese Jon Rafman le cui installazioni multimediali, in mostra per la prima volta in Italia con *Il viaggiatore mentale*, confondono il confine tra materiale e virtuale e tra corpi in carne e ossa e loro repliche tecnologiche. Così, se *Kool-Aid Man*, realizzata dopo tre anni di frequentazione della piattaforma Second Life, mostra come la tecnologia renda liberi di creare nuove rappresentazioni di sé all'interno di ambienti fantastici, opere come *Betamale Trilogy* sembrano invece imprigionare i propri fruitori in spazi tracciati da algoritmi.

F R E E
T I C K E T

MODENA

fino al 24 febbraio
presso Galleria Civica di Modena
corso Cavour 2
orari: da mercoledì a venerdì dalle 11 alle 13
e dalle 16 alle 19
sabato, domenica e festivi dalle 11 alle 19
ingresso: da euro 4 a euro 6
galleriacivicadimodena.it

Puoi trovare WU magazine
in oltre 650 location
selezionate in tutta Italia

Questo mese anche a
FESTIVAL DELLA
FOTOGRAFIA ETICA
(Lodi, tutti i weekend di ottobre)
CLUB TO CLUB
(Torino, 1-4 novembre)

MILANO
NIGHT & RESTAURANT - **20 Milano** Via Celestino 4 ang. Via San Vito
202 Hamburger & Delicious C.so di Porta Ticinese 6 **3 Jolie** Via Induno
1 Al Fresco Via Savona 50 **Al Mercato** Via Sant'Eufemia 16 **Angelo's Bistrot** Via Savona 55 **Angolo Milano** Via Boltraffio 18 **Antica Birreria** Porta Nuova Via Solferino 56 **Bar Al Pacino** P.le Bacone **Bar Crocetta** Piazza Diaz 5 **Bar Magenta** Largo P. D'Ancona **Beda House** Via Murat 2 **Bella Riva** Alzaia Naviglio Grande 35 **Bento Bar** C.so Garibaldi 104 **Bhangrabar** C.so Sempione **Blanco** P.le Lavater ang. V. Morgagni 2 **Blue Note** Via Borsieri 37 **Bond** Via Pasquale Paoli 2 **Caffè della Pusterla** Via De Amicis 22 **Cafè Gorille** Via De Castilla 20 **Caffè Novecento** C.so Como 9 **California Bakery** V.le Premuda 44 - Via Larga - 19 - Via Verziere ang. Via Merlo 1 - Piazza Sant'Eustorgio 4 **CapeTown** Via Vigevano 3 **CapoVerde** Via Leoncavallo 16 **Carlsberg** Bastioni Porta Nuova 9/11 **Cascina Cuccagna** Via Cuccagna 2/4 **Cheese** Via Celestino IV 11 **Circle** Via Stendhal 36 **Colonial Café** C.so Magenta 85 **Cubo** Lungo Via Sangaldino 5 **Cuore** Via Gian Giacomo Mora 3 **Cup Café** Via Turati 3 **DADA Café** Via Tortona 27 **Deseo** C.so Sempione 2 **DRY Cocktails & Pizza** Via Solferino 33 **Deus Café** via Thaondì Revel 3 **Eletttrauto Cadore** Via Cadore ang. Via Pinaroli 3 **Elita Bar** Via Corsico 5 **Erba Brusca** Alzaia Naviglio Pavese 286 **Executive Lounge** Via Di Tocqueville 3 **Fashion Café Brera** Via San Marco 1 **Fifty Five** Via Piero della Francesca 55 **Frida** Via Pollaiuolo 3 **Fuorimano OTBP** Via Roberto Cozzi 3 **Good Save The Food** Via Tortona 34 **Grand'Italia** Via Palermo 5 **Italian Noodles** Via Vigevano 33 **Item Burger Lounge** Via Pompeo Leoni 5 **Jamaica** Via Brera 32 **Jazz Café** C.so Sempione 4 **JPEG** C.so Italia 22 **Kitsch Bar** C.so Sempione 5 **La Fabbrica** V.le Pasubio 2 **La tenda** 3 Piazza San Marco 1 **La Tradizionale** Via Bergognone 16 **Le biciclette** Via Torti 2 **Le Trottoir** Piazza XXIV Maggio 1 **Les Gitanes Bistrot** Via Tortona 15 **Living** Piazza Sempione 2 **Loolapaloosa** C.so Como 15 **Luca e Andrea** Alzaia Naviglio Grande 34 **Madama Ostello e Bistrot** Via Benaco **IMAG** Café Ripa Porta Ticinese 43 **Malastrana Rossa** Via Palermo 21 **Mandarin2** Via Garofalo 22 **Milano** Via Procaccini 37 **MOM** V.le Montenero 51 **MONO** Via Lecco 6 ang. Via Pan lo Castaldi 4 **Mucche e buoi** C.so Porta Ticinese 1 **My Sushi** Via Felice Casati 1 **N'ombra de Vin** Via San Marco 2 **Nord Est** Café Via Borsieri 35 **Ostello Bello** Via Medici 4 **Osterialnove** Via Thoon de Revel 9 **Palo Alto** Café C.so di Porta Romana 106 **Panini Durini** Via Durini 26 - Lgo Donegani 3 - Via Bocconi 5 - C.so Magenta 31 - C.so di Porta Vittoria 46 - Via Mengoni 4 - Via Mercato 24 **Panino Giusto** Piazza 24 Maggio - Via Malpighi 3 **Parco** C.so Magenta 14 - Piazza Cavour 7 **Pavè** Via Felice Casati 27 **Pisacco** Via Solferino 48 **Pitbull Café** C.so Como

11 **Polpa Burger Trattoria** Via Vetere 9 **QOR** Via Elba 30 **Ragoo** V.le Monza 140 **RCH31** Via Morimondo 26 **Refeel** Via Sabotino 20 **Rigolo** Via Solferino 11 Rita - Via Angelo Fumagalli 1 **Rioalto** Via Vittorio Veneto 28 **Santeria Paladini** via Paladini, 8 **Santeria Social Club** viale Toscana 31 **Scott Duff** Via Volta 13 **Serendepico** Piazza Castello 1 **Seven** Via Bertelli 4 - V.le Montenero 29 **Shambala** Via Ripamonti 337 **Shockolat** Via Boccaccio 9 **Smooth** Via Buonarroti 15 **Soho Café** Via Farini 74 **Stendhal** Via Ancona 1 **Superstudio Café** Via Forcella **Tango** Via Casale 7 **Tasca** C.so Porta Ticinese 14 **The Room** Via Giulio Romano 8 **The Small** Via Nicolò Paganini 3 **Timè** Via San Marco 5 **Tizzy's NY Bar & Grill** Alzaia Naviglio Grande 46 **Trattoria del Nuovo Macello** Via Cesare Lombroso 20 **Trattoria Toscana** C.so di PortaTicinese 58 **Union Club** Via Moretto da Brescia 36 **Upcycle Milano Bike Café** Via Ampère 59 **Verger** Via Varese 1 **Vinile** Via Tadino 17 **Yguana** Via Papa Gregorio XIV 16
STORES & SHOWROOM - **Adidas Originals** Via Tocqueville 11 **Alive** Via Burlamacchi 11 **Alberta Ferretti** Via Donizetti 48 **Alessandro Falconieri** Via Uberti 6 **Antonia** Via Cusani 5 **AW LAB Store** C.so Buenos Aires 31 **Bagatt** Piazza San Marco 1 **Banner** Via Sant'Andrea 8/a **Bif** C.so Genova 6 **Brian & Berry Building** Via Durini 28 **Buscemi Dischi** Corso Magenta 31 **Cargo HighTech** P.zza XXV Aprile 12 **Colmar Lab** Piazza Gae Aulenti **DAAD Dantone** Via Santo Spirito 24/a **Damiano Boiocchi** Via San Primo 4 **Daniela Gerini** Via Sant'Andrea 8 **Docks Dora** Via Toffeti 9 **FGF store** Piazza XXV Aprile 1 **Fibol** Via Vigevano 1 **Fima Viaggi** Via Fabio Filzi 14 **Frip** C.so PortaTicinese 16 **Gap Studio** C.so P.ta Romana 98 **Gruppo Moda** Via Ferrini 3 **G-SHOCK** Corso Como, 9 **Guffanti Concept** Via Corridoni 37 **IF Italian Fashion** Via Vittadini 11 **Joost** Via Cesare Correnti 12 **Jump** Via Sciesa 2/a **Kartell** Via Turati ang. Via Porta 1 **Le Vintage** Via Garigliano 4 **Libreria Hoepli** Via Hoepli 5 **Massimo Bonini** Via Montenapoleone 2 **Missoni** Via Solferino 9 **Moschino** Via San Gregorio 28 **Nara Camicie** Via Montenapoleone 5 **Open** V.le Monte Nero 6 **ottod'Ame** Via Manzoni 39 **Parini** 11 Via Parini 11 **Paul Smith** Via Manzoni 30 **Pepe Jeans London** C.so Buenos Aires 3 **Pinko** Via Torino 47 **Replay** Piazza Gae Aulenti **SAPI** C.so Plebisciti 12 **Serendeepty** C.so di Porta Ticinese 100 **Space 23** Corso Garibaldi 104 **Spazio** Alzaia Naviglio Grande 14 **Special** C.so Porta Ticinese 80 **Stone Island** C.so Venezia 12 **Stussy Store Milano** C.so di Porta Ticinese 103 **SUN68** V.le Gorizia 30 **Target** C.so PortaTicinese 1 **The Store** Via Solferino 11 **Trend** Via Torino 46 **Valcucine** C.so Garibaldi 99 **Vans** C.so di Porta Ticinese 75 - C. so Lodi 1 **Who's Who** Via Serbelloni 7 **WOK** Via Col di Lana 5/a
BEAUTY & FITNESS - **Accademia del Bell'Essere** Via Mecenate 76/24 **Adorè** C.so XXII Marzo 48 **Bullfrog** Via Thaan de Revel 3 - Via Dante 4 **Centro Sportivo San Carlo** Via Zenale **Get Fit** Via Meda 52 - Via Piacenza 4 - Via Piranesi 9 - Via Falcone 5 - Via Vico 38 - Via Ravizza 4 - Via Cenisio 10 - V.le Stelvio 65 - Via Cagliero 14 - Via Lambrate 20 **Greenline** Via Procaccini 36/38 **Gym Plus** Via Friuli 10 **HealthCity** V.le Cassala 22 - Via San Paolo, 7 - V.le Certosa 21/a **Intrecci** Via Larga 2 **Le Garçons de la rue** Via Lagrange 1 **Orea Malià** Via Castaldi 42 - Via Marghera 18 **Roots** Corso San Gottardo 3 **Rubertelli** Via Vincenzo Monti 56 - Via Cosimo del Fante 6 **Spy Hair** Via Palermo 1 **Terme Milano** Porta Romana ang. Via Filippetti **The Space** Via Savona 97 **Tony&Guy** Gall. Passerella 1 **Tensor** Via Palermo 15 **Wellness** Via Tagliamento 19 - V.le Liguria 46
ART&ENTERTAINMENT - **Blue Note** Via Borsieri 37 **Cinema Ducale** Piazza Napoli 27 **Dream Factory** C.so Garibaldi 117 **Frigoriferi Milanesi** Via G. B. Piranesi 10 **Milan Art & Events Center** Via Lupetta 3 **PAC (Padiglione Arte Contemporanea)** Via Palestro 14 **Teatro Carcano** C.so di Porta Romana 63 **Teatro Libero** Via Savona 10 **Teatro Litta** C.so Magenta 24
HOTEL - **Admiral Hotel** Via Domodossola 16 **Bulgari Hotel** Via Fratelli Gabba 7/a **Domenichino Hotel** Via Domenichino **Hotel Astoria** V.le Murillo 9 **Hotel Galileo** C.so Europa 9 **Hotel Madison** Via Gasparotto 8 **Hotel Vittoria** Via Pietro Calvi 32 **Nhow Hotel** Via Tortona 35 **Residence Romana** C.so P.ta Romana 64 **Sheraton Diana Majestic** V.le Piave 42
INSTITUTES - **Accademia del Lusso** Via Chioggia 2/4 - Via Montenapoleone 5 **IED** Via Pietrasanta 14 **ISAD** Via Balduccio da Pisa 16 **Istituto Marangoni** Via Verri 4 **MAS** Via Meucci 83 **NABA** Via Darwin 20
BOLOGNA
Ai vini scelti Via Andrea Costa 36/b **Arena del sole** Via Indipendenza 44 **Baba Masala** Via Brocca indosso 79/2 **Bistrò** 18 Via Clavature 18/b **Body planet** Via delle Armi 12 **Bravo Caffè** Via Mascarella 1 **Byblos** 2 Via Marsala 17 **Caffè le Palais** Via dei Musei 4/6 **CliveT** Via Clavature 18/b

Clorofilla Strada Maggiore 64/c **Cortile Café** Via Nazario Sauro24/c **Estragon** Via Stalingrado 83 **Ex Forno** Via Don Minzoni 14/e **Fashion Café** Via D'Azeglio 34 c/o **Fitness First** Via S.Felice 99 **Fornarina store** Galleria del Pincio 1 **Golf Club Le Fonti** Viale Terme 1800 Castel San PietroTerme (BO) **HighTime** Via Montegrappa 10 **Le stanze** Via delborgo San Pietro 1/a **Macondo** Via del Pratello 22/c **MAMbo (Villa delle Rose)** Via Don Manzoni 14 **ONO Arte** Via Santa Margherita 10 **Odeon** Via Mascarella 3 **Pacific Time** Via Marchesana 6/G **Paestra dei poeti** Via dei Poeti 3 **Pinko Store** P.zza Minghetti 3/B **Rialto Studio** Via Rialto 19 **Roma** Via Fondazza 4 **Take Five** Via Cartoleria 15 **Teatro Duse** Via Cartoleria 42 **Trend** Via Romagnoli 30 **Tuata** Via Saragozza 61/63
FIRENZE
Abbigliamento A'puà Via G. Orsini 78/80 **Anglo American Grand Hotel Regina** Via Garibaldi 9 **Café de Paris** P.zza Dalmazia 7 **Don Chisciotte** Via Cosimo Ridol 4/6 **Executive** Via Curtatone 5 **Flow Run** P.zza Strozzi 16R **Fissimarket** Via Lanza 29/31 **Gerard Loft** Via dei Pecori ang.Via dei Boni **Grand Hotel Villa Medici** Via Il Prato 42 **Il Vecchio Carlino** Via Fratelli Rossella 15/17 **Jolly Carlton** P.zza Vittorio Veneto 4/A **Kitch** Via Gramsci 1/5 **Kraft** Via Solferino 2 **La Botteghina** V.le Europa 137/141 **La Rotonda** Via Il Prato 10/16 **Montebello Splendid** Via Garibaldi 14 **Otel** Via Generale Dalla Chiesa 9 **Otto d'Ame** Via della Spada 19R **Pit Stop** Via Corridoni 30 **Plaza & Lucchesi** Lungarno della Zecca Vecchia 38 **Principe** Lungarno Amerigo Vespucci 34 **Raspini** Via Roma 25/29 **Smile Boutique** Via Senese 43 **Star Hotel Michelangelo** V.le Fratelli Rosselli 2 **Trend** Via Centostelle 24 **Via Vai** Via Pisana 33
FRIULI VENEZIA GIULIA
TRIESTE - **Audace Caffè** Piazza Unità d'Italia 3/a **Bar Varioromaquattro** Via Roma 4 **Caffè degli Specchi** Piazza Dell'Unità d'Italia 7 **Caffè La Portizza** P.zza Della Borsa 5 **Circus** Via S.Lazzaro 9/b **Goppion Caffè** Via S.Lazzaro 7/a **Grand Hotel Duchi D'Aosta** P.zza Dell'Unità d'Italia 2 **Hotel Riviera e Maximilian's** Strada Costiera 22 **Rex Café** Galleria Protti 1 **Urban Hotel** Androna Chiusa 4 **Urbanis** Piazza della Borsa 3 **Wine bar La Bohème** Via San Lazzaro 9
UDINE - **Kiki'Coco'** Via Mazzini 14
NAPOLI
Alberto Guardiani Via Calabritto 21 **Alphio** Via Santa Brigida 65/66 **Caffè Arabo** piazza Bellini 65 **Caffè Cimmino** Via Petrarca 147 **Caffè del Professore** P.zza Trieste e Trento 46 **Caffè Rosati** p.zza Trieste e Trento **Ciro a Mergellina** Via Mergellina 18/21 **Dandy** Via Partenope 1a **Flame** Via Aniello Falcone 378 **Fonoteca** Via Morghen 31 **Gambrinus** P.zza Trieste e Trento 38 **Gate 342** Via Aniello Falcone 342 **Il Baretto** Via Aniello Falcone 300 **Intraomeonia** P.zza Bellini 70 **Massarè** Via Partenope 12a **One** Via Aniello Falcone 354 **Pub Norreys'inn** Piazza fanzago 7 **Rossopomodoro** Via Partenope 11 **Saint Tropez** Via Aniello Falcone 338 **Sirenes** piazza Fanzago **S'moove** Vico dei Sospiri 10 **Sorbillo** Via Partenope 1 **Stella** Via Partenope 2a **Sugar Queen** Via Carlo Poerio 42 **Teatro Bellini** Via Conte di Ruvo 14 **Vanilla Café** Via Partenope 12 **Vintage Cocktail** Via Bernini 37a
PALERMO
161 Via Libertà 161 **Agricantus** Via XX Settembre 82 **Avant Garden** Via Ventura 11 **Baretto** Via XX Settembre 43 **Bier Garten** Viale Regione Siciliana 646/9 **Cammarata** Via Duca della Verdura 28 **Cipp** Via Mariano Stabile 237 **Circolo Ruggero di Lauria** **Modello Circolo Tennis** Palermo V.le del Fante 3 **Cuba Sperlino** Via Scaduto 12/15 **Fisima** Via XX Settembre 17 **Hammam** Via Torrearsa 17d **Hotel Ucciardhome** Via Enrico Albanese 34/36 **Kitch Wine Bar** Via G. Carducci 5 **Just Firm** Via Belmontedi Savoia 7 **Magnolie** P.zza Restivo 1 **Nasta Gioielli** Via Nicolò Garzilli 24 **Nautica** Via Enrico Parisi **Oliver Wine Bar** V.le Strasburgo 38 **Ottica Randazzo** V.le Strasburgo 1 **People** Via Ammir Rizzo 65 **Riolo** V.le delle Magnolie 23 **Schillaci Calzature** Via Libertà 37/n **Teatro al Massimo** P.zza Verdi 9 **Tinto Wine Bar** Via XX Settembre 56 **Torregrossa** Via Ruggero VII 23 **Tribeca** Via Stabile Mariano 134 **Volo** Via Libertà 12
PUGLIA
BARLETTA - **Amarcord Caffè** Via G. De Nittis 6/A **Beauty Village** Via Capacchione 22/24 **Best Western Hotel dei Cavalieri** Via Foggia 40 **Caffè 57** C.so Garibaldi 57/59 **Caffè con vista** P.zza Castello 43 **Caffè Fanfulla** P.zza della Sfida 7 **Centro Benessere dei Cavalieri** Via Foggia 40 **I Bucanieri** Vico Gloria 1/A - C.so Garibaldi 147 **Il tempio del Karma** C.so Cavour 47/49 **Jah Bar** Via Madonna degli Angeli 41 **Nicotel Hotels & Resorts** V.le Regina Elena Santacroce - Via Duomo 38 **St. Patrick Jazz Club** Vico Gloria 12

TRANI - **Buca Navarra** Via San Nicola 14/18 **Corte in fiore** Via Ognissanti 18 **Havana** Via Statuti Marittimi 78 **Orangerie** P.zza Quercia 3 **Il Nabucco** Via Fabiano 31 **Il Vecchio e il Mare** Via Tiepolo **Korova** Via G. Bovio 151 **La Lampara** V.le De Gemmis 1 **Re Artù** Vico Navarra **Santo Graal** Vico Santa Maria 4
LECCE - **Alex Ristorante** Via Fazi 19 **Cagliostro** Via Benedetto Cairoli 25 **Closet** Via Braccio Martello 69 **Coffee And Cigarettes** Via Guglielmo Paladini 23 **Officine Cantelmo** V.le De Pietro **Ottica Alfaranò** Via Oberdan 59 **Raphael** Via Imbriani **Sette di Sette** Via Oberdan 13
ROMA
Bibli Via dei Fienaroli 38 **Big Apple** Via di Tor Milina 27 **Big Mama** Via S. Francesco a Ripa 18 **Bucavino** Via Po 45/a **Caffè Universale** Via delle Coppelie 16 **Caffè Fandango** P.zza di Pietra 32 **Caroli Health Club** Via Vittorio Emanuele Orlando 3 **Chakra Café** P.zza S. Rufina 13 **Colle Oppio** **Caffè** Via delle Terme di Tito 72 **Dabliù** V.le Romania 22 **David Naman** Via del Corso 168 **Ducati Caffè** Via delle Botteghe Oscure 37 **Empresa** Via dei Giubbonari 25 **Escopazzo** Via D'Aracoeli 41 **Finnegan** Via Leonina 6 **Fish** Via dei Serpenti 16 **Fitness First** Via Giolitti 44 **Freni e Frizioni** Via del Politeama 4/6 **Friends Art Café** P.zza Trilussa 34 **Gloss** Via del Monte della Farina 43/44 **Gregory Gym** Largo Cardinale Galamini 18 **Gusto** P.zza Augusto Imperatore 10 **IED** Via Alcamo 11 **Il galeone dei corsetti** P.zza S. Cosimato 27 **Il giardino dei ciliegi** Via dei fienaroli 4 **L'Archetto** Via Goffredo Mameli 63 **Latte Più**Via Appia Nuova 707 **Le Fate** Via Trastevere 130 **Le teste matte** Via dei baullari 113 **Libreria Croce** C.so Vittorio Emanuele II 156 **Linea Fitness** Via Bocca Di Leone 60 **Maccheroni** Via delle Coppelie 44 **Magnolia** P.zza Campo dei Fiori 4/5 **MAXXI** Via Guido Reni 4/a **Mezzo** Via Priscilla 25/a **Mom Art** V.le XXI Aprile 19 **Margò** V.le Regina Margherita 168 **Nero Giardini** Via Frattina 5 **Ombre rosse** P.zza S.Egidio 12 **Pepe Jeans** Via del Corso 73 **Persona** Via Frattina 134/135 **Piccolo Teatro campo d'arte** Via dei Cappellari 93 **Pirati** Via Mario Menghini 97 **Platinum Palace** Via del Vantaggio 30 **Rivadestra** Via della Penitenza 7 **Salotto 42** P.zza di Pietra 42 **Shanti bar** Via dei funari 21 **Sitar** Via Cavour 256/a **Super** Via Leonina 42 **Taverna del campo** P.zza Campo dei Fiori 16 **Teatro della Cometa** Via del Teatro Marcello 4 **Teatro Valle** Via del Teatro Valle 21 **Temporary Love** Via di San Callisto 9 **The Glass** Via IV Novembre 8 **Urban Star** Via E. Fermi 91 **Urbana** 47 Via Urbana 47 **Vizi Capitali** Vicolo della Renella 94 **Zar** Via dei Cartari 4
TORINO
AW LAB P.zza Castello **Astoria** Via Berthollet 13 **Barbiturici** Via Santa Giulia 21 **Blanco** Piazza Vittorio Veneto 21 **Blah Blah** Via po 15 **Caffè Elena** P.zza Vittorio Veneto 5 **Camping Bar** Via S.Anselmo 24 **Casa del Demone** Via S. Domenico 3 **DDR** Via Berthollet 9 **Diwan Café** Via Baretti 15/c **Dunque** Via Santa Giulia 18 **Drogheria** P.zza Vittorio Veneto 18 **Frav Trio** Via Po **Freevolo** P.zza Emanuele Filiberto 7 **Hambarabar** Via S. Agostino 21 **Il Bistrot della Bottega del Gusto** Via Sant'Anselmo 4 **Lab** P.zza Vittorio Veneto 13 **lanificio San Salvatore** Via Sant'Anselmo 30 **Pai Bikery** Via Cagliari 18 **POPlette** Via Silvio Pellico **Rooster Vanchiglia** Via Artisti 13 **Rough** Via PrincipeTommaso 3 **Rriotshop** Via Claudio Luigi Berthollet 25 **Tiramisù alle Fragole** P.zza Vittorio Veneto 7 **Toolbox coworking** Via Agostino da Montefeltro 2 **Rat** Via San Massimo 7bis **Pastis** P.zza Emanuele Filiberto 9 **Shore** P.zza Emanuele Filiberto 10 **Smile Tree** P.zza della Consolata 9 **Tre Galli** Via S.Agostino 25
VARIE
Bagni Vecchi & Bagni Nuovi Bormio (SO) **Brand Park Store** Via Gramsci 70/74, Castelmaggiore (BO) **Enoteca Morbelli** Via Dora Baltea, Ivrea (TO) **Fitness First** V.le Milano 155, Gallarate (VA) - Via Portico 71, Orio al Serio (BG) - C.so Del Popolo 10, Padova (FC) **Time** Via Carducci 3b, Parma - C.so della Repubblica 53/55, Forlì **High Jazz Club Ferrara** Torrione di San Giovanni, Ferrara **MasseriaTorre Coccaro** Contrada Coccaro 8, Savellettri di Fasano (BR) **Spritz** Via Quattro Martiri 12 Ivrea (TO) **Terme di Pré-Saint-Didier** Pré-Saint-Didier (AO) **Terme Manzi Hotel & Spa** Piazza Bagni 4, Casamicciola Terme Ischia (NA) **The Mode** Via Verdi 10, Legnano (MI) **Bottega del Vino** Via del Sole 1, Perugia **Teatro Stabile dell'Umbria** Via del Verzaro 20, Perugia **Mooi** Via S. Faustino 54, Perugia

AW LAB
MILANO C.so Buenos Aires 31 TORINO P.zza Castello 85 VERONA Via Mazzini 19 BOLOGNA Via Indipendenza 16C/D/E ang. Via Monari
FIRENZE P.zza Stazione 44/45 - Via Calzaiuoli 39/R PESCARA C.so Umberto I ang. Via Sulmona ROMA Via del Corso 98/A - Via Nazionale 42 NAPOLI Via Luca Giordano 55/57

editore

M.C.S. 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

wumagazine.com

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

fotolito e stampa

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

collaboratori

Marco Agustoni, Andrea Caviggia,
Lucia Del Pasqua, Alessia Delisi,
Camilla Graham, Alessandra
Lanza, Maela Leporati, Francesca
Masotti, Paola Medori, Erika
Ginevra Meyer, Erika Peschiera,
Nicolò Piuze, Serena Pompei,
Nicolò Tabarelli, Chiara
Temperato, Matteo Torterolo,
Mauro Zucconi

fotografi

Martina Giammaria, Matt Henry,
Alessandra Lanza, Vinnie Liazza,
Felix Sanchez, Sonia Ponzo

advertising

adv@mcsmedia.it

info abbonamenti

info@mcsmedia.it
T. +39 02 45491091

APHEX TWIN

BEACH HOUSE

BLOOD ORANGE

JAMIEXX

AVALON EMERSON

CALL SUPER

COURTESY

DAVID AUGUST

DJ NIGGA FOX

EQUIKNOXX

ICEAGE

JOSEY REBELLE

LEON VYNEHALL

OBONGJAYAR

PEGGY GOU

ROBIN FOX PRESENTS SINGLE ORIGIN

SERPENTWITHFEET

SKEE MASK

TIRZAH

VESSEL

YVESTUMOR

THE ITALIAN NEW WAVE:

BIENOISE

ELENA COLOMBI

GANG OF DUCKS

MANA

PALM WINE

PRIMITIVE ART

SILVIA KASTEL

...

1/4 NOVEMBER

TORINO/ITALY

#C2C18

CLUBTOCLUB.IT

club to club

MADE WITH THE CONTRIBUTION OF



WITH THE SUPPORT OF



MAIN PARTNER



OFFICIAL CARRIER



CONTENT PARTNER



OFFICIAL PARTNER



IN THE CONTEXT OF



A PROJECT BY



Blauer

USA



fgf-industry.com

THE MICHIGAN ISSUE
A M E R I C A N
Portraits

"Travel with us" visit blauerusa.com