

# W

# U

wumagazine.com

N. 93 DICEMBRE 2018 GENNAIO 2019

**CAMILLA FALSINI**

**GAZZELLE**

**CAPIBARA**



MADE TO ENDURE





«Do we live in an Age of Engagement and participation or an Age of Distraction and control?». Persino “Big Think”, portale americano che monitora il mondo digital, se lo sta domandando. *Engagement* e *control* sono due facce della stessa medaglia e rappresentano l'exasperazione del nostro vivere come esseri digitali. Ogni attimo della nostra esistenza è controllato, studiato e, infine, accompagnato da smartphone sempre più performanti che non lasciano scampo. Ma ciò che è più diabolico è che siamo noi stessi protagonisti attivi di questo sistema infernale, prima ancora che vittime. La storia di Gillian Brockell, la giovane che ha scritto alle grandi compagnie tecnologiche chiedendo di non mostrarle più articoli per bambini o per donne incinte dopo aver perso suo figlio prima della nascita, ha fatto il giro del mondo. Tutti sanno come operano i *cookies*, e persino le recenti legislazioni hanno voluto mettere in evidenza il loro funzionamento, senza peraltro limitarne la portata. A maggior ragione il meccanismo era chiaro a Gillian, che di mestiere fa la video editor: sapeva benissimo che cliccando certi banner o seguendo certi hashtag si sarebbe prestata a essere bombardata da messaggi pubblicitari in linea con il suo profilo. Peccato però che a un certo punto capita un fatto tragico e di colpo non ti servono più culle, pannolini o vestitini. Anzi, sono immagini che vorresti cancellare dalla tua mente. Ecco quindi la falla del sistema: per quanto sofisticato un algoritmo non potrà mai essere al passo con i nostri stati d'animo e i nostri sogni, così mutevoli e talvolta repentini da sorprendere persino noi stessi. I nostri desideri possono cambiare da un momento all'altro, sia per un fattore tragico come quello capitato a Gillian o semplicemente perché siamo volubili e abbiamo il diritto di esserlo. Un codice questo non potrà mai prevederlo. Perciò bisogna maneggiare con cura certi strumenti e ricordarsi sempre che sono strumenti, appunto. E niente di più. Soprattutto evitando che il loro utilizzo esclusivo e patologico ci porti a ignorare il prossimo che sta davanti a noi, che magari poi è la stessa persona con cui stiamo chattando. Il fenomeno è noto come *phubbing*, abbreviazione di “phone snubbing”. Una vera e propria malattia da curare, tanto che per molti il digital detox è diventato un business: in Corea c'è chi paga un sacco di soldi per vivere una terapia di gruppo di 24 ore chiuso in una stanza senza usare il cellulare. In Svezia l'Università di Stoccolma ha realizzato il progetto “The 72 Hour Cabin”: vivere su un'isola deserta per 72 ore, isolati dal resto del mondo, completamente immersi nella natura e senza connessione. Ma non ci potevamo arrivare da soli? Forse ci stiamo riprendendo i nostri spazi.

# DIGITAL DETOX

Stefano Ampollini

**SUPERGA®**  
X **ALEXACHUNG**



A



- 10 **viewpoint**  
EARTH ATTACKS!  
di Mauro Zucconi
- 12 **viewpoint**  
FIRENZE, T'AMO E T'ODIO  
di Lucia Del Pasqua
- 14 **portfolio**  
THE INDIAN ARMY  
PROJECT  
di Nicolò Piuze



cover



photography **VINS BARATTA**  
style **MAELA LEPORATI** model  
**MAGGIE CHENG** at **THE FABBRICA**  
hair **COSIMO BELLOMO** make  
up **MISAKI KATO** photography  
assistant **DANIEL SANCHEZ**

trench **MTL STUDIO** tuta  
**ADIDAS ORIGINALS** top  
**CRISTIANO BURANI** orecchino  
**VERNISSAGE BY ILENIA CORTI**

sandali **ASH** modello **hybrid**

- 20 **interview**  
CAMILLA FALSINI  
di Enrico S. Benincasa
- 24 **focus**  
CLIMATE FICTION  
di Matteo Congregalli
- 26 **interview**  
GAZZELLE  
di Alessandra Lanza
- 30 **focus**  
THE RETAIL  
APOCALYPSE  
di Chiara Temperato
- 34 **interview**  
LA BUONCOSTUME  
di Matilde Quarti



**DICKIESLIFE.COM**

BLUE DISTRIBUTION  
contact@bluedistribution.com



SINCE 1922



36 **focus**

**IL PROBLEMA  
DEI DEEPFAKE**  
della redazione di WU

38 **portrait**

**CAPIBARA**  
di Enrico S. Benincasa

42 **style**

**DEFINITELY YOU**  
di Maela Leporati

44 **style**

**HOODIES FLEECE**  
di Luigi Bruzzone

46 **style**

**GAME OVER**  
di Maela Leporati

56 **interview**

**ROBERTO ZAMPIERO**  
della redazione di WU

58 **sneakers**

**RETROSNEAKERS**  
di Gianluca Vitiello

60 **wide angle**

**NIGHT FEVER**  
di Alessia Delisi

62 **design**

**FORESTE IN CITTÀ**  
di Marilena Roncarà

64 **food**

**NON CHIAMATELA  
PIZZA**  
di Simone Zeni

66 **travel**

**THAILANDIA DEL  
NORD**  
di Cristina Buonerba

71 **events**72 **music**74 **interview**

**BLOOP EXPERIENCE**  
di Elisa Zanetti

76 **theatre**78 **arts**80 **network**82 **colophon**

**Su una piccola isola nel Golfo del Bengala vive un altrettanto piccolo gruppo di gente molto primitiva e aggressiva. La loro esistenza pone diversi interrogativi a noi supercivilizzati. Che fare? Educarli? Sterminarli? Rapiarli? Ogni possibilità sembra intrigante, eccetto una: ignorarli**

## EARTH ATTACKS!

Il mese scorso un tizio si è avventurato nell'isola indiana di North Sentinel, dove da circa 60 mila anni (dicono gli studiosi) vive un gruppo di altri tizi che non ha mai avuto contatti con la modernità e che risponde con una pioggia di frecce a tutti gli ospiti indesiderati, cioè tutti gli ospiti. Il tizio voleva portare loro la parola di Gesù (ma perché non spacciarsi direttamente per Gesù, loro che ne sanno?) ed è stato ucciso (ah, ecco, allora forse ci ha provato) all'istante. Altre incursioni sono state tentate nel 2006 dal National Geographic, nel 2004, nel 1990, nel 1981 e nel 1974, e sono tutte terminate con una pioggia di frecce e una ritirata. Questo comportamento non è del tutto incomprensibile, secondo me, soprattutto se si risale a un'altra spedizione, fatta nel 1880, quando un ufficiale della marina britannica rapì due sentinelesi adulti e quattro bambini. Non appena arrivati a Port Blair, la capitale delle Isole Andamane, non avendo un sistema immunitario preparato come il nostro i due adulti si ammalarono e morirono, così i bambini vennero riportati subito indietro per evitare che facessero la stessa fine. Ho provato a vedere questo episodio dal punto di vista dei sentinelesi: vivi da un tempo lunghissimo su un'isola che in pratica è, per quanto ne sai, tutto il mondo conosciuto. Attorno a te acqua e nient'altro e a parte i ragni, i serpenti e la vita media intorno ai 29 anni non te la passi troppo male. Ma una notte ecco arrivare dalle acque ignote una strana imbarcazione con a bordo creature molto diverse da te e con tecnologie molto diverse dalle tue. Sbarcano, rapiscono sei di voi, li portano via, forse per crudeli esperimenti, e ne restituiscono soltanto quattro, presumibilmente sconvolti e contaminati, che magari diffondono una malattia sconosciuta che decima la tua gente (questa sorte è toccata a un'altra tribù indigena della regione, i Jarawa, che dal 1998 hanno contatti pacifici con l'esterno e ora rischiano l'estinzione. Un'altra ancora, i grandi andamanesi, prima del contatto con l'esterno erano 5 mila, oggi sono 56). Che tipo di comportamento terrestri nei confronti dei successivi visitatori? Pioggia di frecce. E nei quasi 100 anni tra questo incontro e il successivo immagino che i sentinelesi abbiano sviluppato tutta una letteratura leggendaria sui "Visitatori" (sono grosse lucertole?), sui motivi e i modi delle loro incursioni (a cosa servono i cerchi nella giungla?), sulla sorte dei due membri scomparsi, e su cosa fare per evitarne il ripetersi. Noi siamo, in pratica, i loro alieni. E ho pensato a noi, per l'appunto, e al fatto che abbiamo tutta un'idea sul nostro mondo, sulla nostra galassia, sull'universo, ma che in fondo potremmo essere in realtà solo dei primitivi su una specie di minuscola isola difficile da raggiungere. E che, tra non molto, sarà il 1880.



**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](https://maurozucconi.tumblr.com)

5PREVIEW\_SS19\_Look 28 IDA Shirt U091420 - KIKO Dress U196420 - JESSICA Trousers U279420 - CINDA Handbag U500420





Fu la città eletta per sbattermi in faccia la realtà dopo l'adolescenza, mi battezzò come adulta nella maniera meno dolce possibile, per questo se da una parte mi incanta per la sua bellezza, dall'altra mi lascia sempre un po' d'amaro in bocca

## FIRENZE, T'AMO E T'ODIO

Con Firenze ho un rapporto di amore e odio. Un odio per cui sicuramente i fiorentini mi detesteranno, ma non lo nascondo dietro un dito. D'altro canto, anche Malaparte diceva, riferendosi ai toscani, che «nessuno ci vuol bene (e a dirla fra noi non ce ne importa nulla)». Sì, sono toscana pure io, di un'altra città che amo e odio, Arezzo, ma quella è un'altra storia.

A Firenze ci sono approdata per studiare; la sfiga volle che venissi catapultata in un mondo così tanto diverso da quello incantato dove vivevo, fatto di ricchi "figli di", costellato di camicie con le iniziali, weekend al Forte a spendere quanto io normalmente avrei speso in un mese e nobili senza casato. Solo dopo capii che tutto ciò era stata una scuola di vita.

Per fuggire alla tristezza andai a lavorare in un negozio, Gerard Loft, dove tutto era fighissimo: i vestiti erano stupendi e i colleghi pure. Giocavo ogni volta a indovinare cosa avrebbe comprato il mio cliente, e se indovinavo non vincevo niente. In pausa pranzo facevo una passeggiata in centro, per poi prendermi un caffè con un pasticcino al Caffè Gilli, in Piazza della Repubblica. Con un gomito appoggiato a quel bancone di legno mi sentivo grande, nel mio mondo, e anche un po' ricca, seppur senza camicia con le iniziali.

Mi ero trasferita per studiare moda e avevo alcuni compagni di classe che erano degli emeriti stronzi. Mi prendevano in giro perché era "grassa" e "povera". Questo è il motivo principale per cui odio Firenze, o forse "il motivo" e basta. Però avevo un insegnante che è stato un personaggio chiave per il mio lavoro attuale, dato che mi ha fatto scoprire il mondo delle *moodboard*.

La prima volta che andai a Pitti Uomo, la manifestazione dedicata alla moda maschile, ma alla fine anche un po' femminile, ero al settimo cielo. Mi sentivo benissimo a essere parte di una comunità, nonostante i manichini appollaiati sul famoso muretto mi facessero venire l'orticaria. E ancora oggi, quando vado a Pitti Uomo, sono sempre euforica.

D'altra parte a Firenze cosa puoi dire? È così bella, di quella bellezza elegante e tradizionale, piena di personaggi, di trattorie dove non vedi l'ora di entrare solo per chiacchierare con l'oste, di storia, di Toscana nostalgica, snob e cocciuta, di artigiano e di vecchie insegne. E poi questa attitudine *minimal* e menefreghista a levare dall'alfabeto le "c" lo ammetto, mi fa impazzire.



**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

DISCLOSURE  
14 • 12 • 2018



APO8.it

L'attribuzione di un significato a un lavoro fotografico varia a seconda della propria personalità, del background, degli interessi e di molto altro. In questo caso Madhavan Palanisamy è riuscito a coniugare alla perfezione il suo approccio e il suo stile narrativo a un progetto commissionato. Molto spesso questo tipo di lavori non sono considerati personali: il fotografo indiano ci dimostra che le due cose possono combaciare e che i risultati possono essere degni di entrambe le definizioni

di Nicolò Piuze

foto di Madhavan Palanisamy

# THE INDIAN

## ARMY

# PROJECT









**Questo lavoro ti è stato commissionato dall'Esercito Indiano per la campagna di reclutamento del 2015. Qual è stata la richiesta, un reportage o delle immagini significative?**

La campagna dell'Esercito Indiano è stata appositamente creata per una il reclutamento di nuovi ufficiali. L'agenzia che mi ha commissionato il lavoro, la Grey Mumbai, stava già lavorando all'idea di creare immagini e brevi video. Io sono stato incaricato della realizzazione di immagini per la stampa. I video sono stati girati da storyteller, io mi sono occupato di produrre ritratti ambientati e scene di azione. Abbiamo viaggiato per 40 giorni in due sessioni diverse per tutta l'India. È stato il progetto dei sogni: ho avuto accesso a luoghi e ambienti meravigliosi.

**In una descrizione della campagna hai detto, a proposito dei soldati: «Volevo mostrare il loro lato eroico e umano, perché è una vita non facile e che cambia profondamente».**

Nel corso delle riprese ho incontrato persone appassionate, molto orgogliose di quello che fanno, estremamente disciplinate e sempre pronte. Quando stringevo loro le mani avevo la netta sensazione che quelle mani avevano affrontato diverse situazioni, erano mani forti. Allo stesso tempo sono persone, come te e me. Quando le fotografavo, cercavo di osservarle più nel loro lato umano, disposte a combattere e sacrificarsi per la patria. È in questa forza e potenza che vedi anche un certo tipo di vulnerabilità e una qualità umana comune a tutti gli esseri viventi. Questo è quello che intendevo quando dissi «volevo mostrarli come eroici e umani».

**Il tuo background pubblicitario ti ha influenzato nella realizzazione di questo lavoro?**

La chiave è l'empatia. Creare momenti memorabili, drammatici e, allo stesso tempo, reali. Ho tenuto conto delle esigenze delle agenzie e dei direttori creativi prendendo decisioni velocemente, impostando il mio set sulla base di quello che veniva preventivamente deciso per quello cinematografico. Quando però riesci a essere in sintonia con il resto delle parti coinvolte, le immagini cariche di potenziale comunicativo vengono da sé. È un modo di lavorare, come viene definito, *win win*.

**Come può un lavoro commissionato diventare anche un progetto personale?**

Quando c'è spazio per l'interpretazione e la mia visione personale, lo sento da subito un progetto personale. Cerco sempre di iniettare una dose di realismo magico nelle foto, catturo momenti che sembrano ambientazioni di un sogno, surreali ma che non sfociano mai nell'astratto. In questo caso luce, fumo e polvere erano gli ingredienti più validi da usare per ricreare queste sensazioni.

**L'India è un Paese grande e densamente popolato, in cui molti paesaggi diversi si fondono insieme. Questo è stato per te uno stimolo o un problema?**

Entrambe le cose. Non gestisco il freddo molto bene e trovarmi a -15 gradi sul ghiacciaio Siachen è stata una prova veramente difficile. Per il resto è stato fantastico: misurarsi con diversi paesaggi può essere perfino divertente.

**E con i membri dell'esercito invece, come è andata?**

Benissimo. È capitato, non di rado, di passare le serate insieme o di unirsi per delle partite di calcio in momenti di svago e relax.



**MADHAVAN PALANISAMY** Fotografo e artista visivo, lavora con immagini, testi, disegni e immagini in movimento. Predilige la ritrattistica, la moda e il lavoro concettuale. Esplora, attraverso i suoi progetti, universi paralleli carichi di realismo magico con l'intento di creare lavori puri, personale e intuitivi.



Illustratrice, pittrice e street artist, le sue creazioni vivono tanto nelle illustrazioni su carta quanto sui muri di 30 metri. Le costanti sono la ricerca, che è sempre fonte di idee e ispirazione, e i colori delle sua palette, accesi e vivi come i suoi personaggi

# CAMILLA FALSINI

## TRUE COLORS

di Enrico S. Benincasa



Un autunno impegnativo quello di Camilla Falsini. L'artista romana ha da poco terminato diversi progetti: due muri di dimensioni importanti in Italia, uno al nord e uno al sud, una serie di artwork per il lancio della capsule collection del brand di borse Gabs, Origabs, oltre a una serie di illustrazioni per riviste. Un paio di mesi fa, poi, è uscito *Zoom, an epic journey through circles* per il publisher Victionary di Hong Kong, libro illustrato proprio da Camilla. Le sue opere e i suoi personaggi minimali vivono sia

in strada sia su carta, le puoi trovare in una libreria come sul muro di una città o su un pilastro di un ponte sospeso. «Ho bisogno di riposarmi un po'» ci dice al telefono, appena tornata da Torino dove ha terminato un muro decisamente impegnativo che l'ha vista impegnata per alcuni giorni. Iniziamo l'intervista chiedendole proprio della genesi di questo lavoro e, dalle sue parole, traspira subito la passione che mette nei progetti faticosi ma appaganti come quello appena terminato nel capoluogo piemontese.

**Sei stata recentemente a Torino per un murales commissionato dal Comune e da Lavazza per il progetto *Toward 30*. Che cosa hai dipinto?**

Per *Toward 30* ho dipinto il muro più grande che abbia mai realizzato e spero di non infrangere questo record (ride, *NdR*). È alto 33 metri e largo 15, è stato un lavoro impegnativo per le misure e per il freddo. A ogni artista coinvolto in questo progetto è stato assegnato un tema, nello specifico un obiettivo legato all'umanità da raggiungere entro il 2030. Il mio tema è stato *gender equality* e l'ho sviluppato facendo un omaggio alla prima scrittrice di professione nonché una delle prime femministe della storia, Christine De Pizan.

**Come ti sei imbattuta in questo personaggio?**

Conoscevo già la sua storia grazie al libro *Christine e la città delle dame*, ma è una figura che viene spesso fuori quando si fa ricerca sull'uguaglianza di genere.

**Mi sembra che la ricerca sia una parte del tuo lavoro che ti appassiona quasi quanto quella prettamente artistica.**

Sì, senz'altro. Per il muro che ho dipinto prima, per esempio, è stata una parte importante. Si trova a Palermo, nel quartiere della Kalsa, si intitola *Nico* ed è dedicato a Federico II. È un'iniziativa della Fondazione Federico II e dalla Regione che ha coinvolto me e altri quattro artisti e ha come tema "Palermo città dell'accoglienza". Nella fase di approccio mi





sono “ripassata” i ricordi che avevo di questo re, che era un campione dell’integrazione tra le culture. Palermo è la città dove è cresciuto, in un contesto dove le culture ellenista, occidentale e araba convivevano tranquillamente. Ho scelto quindi di ritrarlo da bambino, con il simbolo dell’infinito sull’occhio per via della sua passione per la matematica, ho inserito l’ottagono per richiamare la famosa costruzione di Castel del Monte in Puglia e l’ho fatto sedere su un cavallo a dondolo vestito da drago, in quanto proprio Drago era il nome del suo cavallo. Il drago è uno dei soggetti che più mi piace disegnare, sono stata felicissima quando l’ho scoperto!

#### Hanno qualcosa in comune questi due murales?

Sì, non solo per le dimensioni e per la posa in cui li ho ritratti. Christine e Federico II hanno vissuto a distanza di qualche secolo, ma sono dei simboli anche se per motivi diversi. Dal punto di vista cromatico per lui ho scelto una palette più fresca, c’è tanto blu che ricorda il mare e, tra l’altro, l’opera non è lontana dall’acqua. Quella di Christine è più calda, c’è molto rosso.

#### Quando posti una tua opera sui social spendi sempre qualche parola per inquadrare bene quello che hai fatto. Come mai?

Mi piace dare la mia visione, ma ho uno stile talmente minimale che lascia libertà negli occhi dell’osservatore. Mi piace raccontare la storia che ha portato a quell’idea, ma se, nel caso di *Nico* per esempio, qualcuno ci vede semplicemente un bambino su un cavallo che si è messo una corona per gioco, non è certo un problema.

#### Ci sono differenze nel tuo approccio a seconda di chi ti commissiona l’opera?

In un lavoro su commissione mi pongo molto di più il problema della comunicabilità dell’opera, per esempio nel caso di un’illustrazione per una rivista. In generale riesco sempre a esprimermi pienamente a livello estetico senza forzature e senza limitare la libertà creativa.

#### Le figure che dipingi sono sempre state una costante della tua produzione?

Sì, sono sempre stata quella che disegnava personaggi, figure, animali, mostri, ecc. Quando poi mi trovo a inserire del contesto intorno alle figure rimango sempre minimale, faccio architetture minuscole vicino a personaggi giganteschi senza badare troppo alla verosimiglianza.

#### Ci sono colori che non utilizzi?

Ci sono delle tonalità che non uso praticamente mai, quelle intermedie tra il viola e il lilla. Neanche i colori pastello entrano tanto nei miei lavori. Rosso e giallo invece sono da sempre nella mia palette, sono una costante. Mi piacciono anche il bianco

e nero, soprattutto se c’è un terzo colore come rosso, blu e oro. Il bianco è spesso il fondale che scelgo quando dipingo un muro, mentre nei lavori di illustrazione ultimamente prediligo utilizzare sfondi forti.

#### Utilizzi il digitale sempre, che si tratti di un muro o di un’illustrazione?

Cerco di essere il più precisa possibile e utilizzo sempre il digitale. Non improvviso molto nella realizzazione di un muro, vado abbastanza preparata. Poi gli imprevisti possono sempre capitare e possono venire sempre delle idee in corso d’opera.

#### Torni mai a vedere i tuoi lavori?

Succede. Quest’estate mi è capitato di passare da Orvieto e sono andata a trovare uno dei miei “mostri”. Mi è piaciuto rivederlo dopo un anno.

#### Dopo Forlì e Ravenna, dove porteresti *Monumostri* in Italia?

È un progetto che potrebbe adattarsi a tantissime città, ma ora come ora mi piacerebbe farlo a Palermo. La città è già piena di “monumostri”, sono perfetti e sono tantissimi. Si potrebbe fare un bel lavoro.

«Mi piace dare la mia visione, ma ho uno stile talmente minimale che lascia libertà negli occhi dell’osservatore»



Nelle pagine precedenti:  
*Drago* da Essere Altro e  
*Nico*, murale dipinto a  
Palermo

Nella pagina a fianco:  
illustrazione del progetto  
*Origabs* per Gabs

In questa pagina: Camilla  
davanti a uno dei suoi lavori



**Un nuovo genere letterario e cinematografico si è consolidato con l'ampliarsi del dibattito sul cambiamento climatico. Dimenticatevi virus e *fallout* nucleari. La nuova distopia è quella del riscaldamento globale**

## LA CLIMATE FICTION CI SALVERÀ DALL'ESTINZIONE?

di Matteo Congregalli



Nel leggendario film del 1995 *Waterworld*, Kevin Costner interpreta un mutante mezzo umano e mezzo pesce, capitano di un catamarano steampunk che naviga attraverso un mondo futuro in cui le calotte polari si sono sciolte e l'acqua ha coperto la terra emersa. Per molti *Waterworld* potrebbe essere un western distopico, simile a un *Mad Max* o *Fuga da New York* qualsiasi, un tipico prodotto della società del benessere degli ultimi decenni del secolo passato.

In realtà si tratta di un fulgido quanto precocemente consapevole esempio di un genere letterario e cinematografico di recente riscoperta: il *cli-fi*, contrazione di *climate fiction*. Ovviamente, il riferimento qui è la *science fiction*, al netto di spade laser e teletrasporto, ma per *climate fiction* si intende quel tipo di letteratura in cui un evento catastrofico di origine naturale ha colpito il pianeta terra, con conseguenze mortali per l'umanità.

Storicamente, la tradizione letteraria *cli-fi* è estremamente prolifica e ha radici profonde. In *The Purchase of the North Pole* del 1889, Jules Verne descrive un pianeta Terra travolto dal cambiamento climatico generato dalla variazione dell'asse terrestre. All'estremo temporale opposto, Amazon ha rilasciato all'inizio di novembre una serie di libri dal titolo *Warmer*, scritta da sette autori diversi a cui il gigante tech ha chiesto di immaginare un futuribile domani, in cui l'umanità si potrebbe trovare a fronteggiare gli effetti estremi di un clima impazzito. Nel cinema, esempi più nuovi – e consapevoli, visto il dibattito relativamente recente sul cambiamento climatico – sono *The Day After Tomorrow*, *The Road*, *Interstellar*, *Passengers* e *Titan*.

Parlando di televisione, invece, gli ultimi anni hanno visto un numero crescente di serial *cli-fi*: *Lost in Space*, *The Rain* e *Zoo* sono solo alcuni titoli in cui la natura diventa nemica dell'umanità.

Il genere ha abbandonato la propria nicchia da quando il rischio dato dall'impatto delle attività umane sul clima ha assunto un posto centrale nella sfera pubblica internazionale. C'è da chiedersi però se il gran proliferare della letteratura e della cinematografia *cli-fi* è in grado di spingere più persone a rivedere il proprio stile di vita ed evitare le catastrofiche conseguenze del cambiamento climatico.

Di *climate change* si è parlato intensamente nelle elezioni presidenziali americane del 2016, principalmente per smentire la validità teorica del fenomeno che, secondo l'attuale Presidente degli Stati Uniti, Donald Trump, sarebbe un complotto del governo cinese per rallentare la crescita industriale statunitense. In due anni di mandato, la posizione del governo non è cambiata e Trump ha rinnovato il proprio scetticismo appena qualche settimana fa, ammettendo al programma *60 Minutes* che qualcosa sta succedendo e che «probabilmente tornerà a posto da solo».

Ora, le prove che il riscaldamento globale sia reale e legato alle attività umane ci sono. Aspettarsi che si risolva da solo è follia. Un recente studio rilasciato dalle Nazioni Unite prevede che se le emissioni di gas serra non verranno ridotte globalmente del 45% entro il 2030 e del 100% entro il 2050, i primi effetti catastrofici si manifesteranno nel 2040. Anche la soglia di riscaldamento entro la quale è possibile arginare gli effetti del *global warming* è stata abbassata da 2 a 1,5 gradi centigradi.

In sostanza siamo nei guai. O meglio, la situazione è grave, ma possiamo uscirne. Siamo la prima generazione a sapere che il cambiamento climatico è reale e che qualcosa può essere fatto per fermarlo. Certo, magari il *cli-fi* può farci riflettere sul tipo di rischio che stiamo correndo e, magari, rivedere le nostre abitudini di vita. In realtà, per diversi critici, il catastrofismo accentuato di *The Day After Tomorrow* ha fatto più male che bene: tanto è solo un film no? Forse introdurre una dose di fattualità nel modo in cui produciamo *climate fiction* potrebbe avere un impatto positivo. Rimane poi il fatto che una *cli-fi* più realista andrebbe destinata ai leader dei Paesi che emettono più gas serra o che negano l'esistenza del cambiamento climatico, sperando che possa generare un cambiamento di rotta. In breve, forse, è meglio se ci facciamo crescere un paio di branchie.



Nella pagina a fianco: Angela Bundalovic, che in *The Rain* interpreta Beatrice, foto di Per Arnesen/Netflix

In questa pagina: un momento delle riprese di *Lost in Space*, foto di Eike Shroter/Netflix



Il 30 novembre è uscito il secondo album del cantautore pop romano, che non ha tradito le aspettative: meno synth, più maturità, la stessa indipendenza e quell'amore raccontato in modo intimo e sincero che lo ha reso riconoscibile

di Alessandra Lanza

foto di Young Goats

# GAZ ZELLE

UN TEMPO  
PER  
OGNI COSA





Molti si aspettavano che Flavio Pardini fosse consumato dall'ansia da prestazione poco prima del secondo album. Nemmeno ora che sta per uscire *Punk* (scrivo pochi giorni prima che venga dato in pasto al pubblico) Gazzelle sembra averne. Ventinove anni questo dicembre, non ha la paura di invecchiare che hanno molti dei quasi trentenni – sarà che il suo sogno di una vita già lo ha realizzato. Non ha l'ansia

di piacere o di deludere. In linea con lo “sticazzi” alla romana, a compensare l'importanza data alle cose che racconta e che ci riguardano un po' tutti. Se non vi aveva conquistato con *Superbattito*, il primo album “sexy-pop” uscito nel 2017, con *Punk* e il suo racconto di “sbatti” e consapevolezza è riuscito a spazzar via le riserve. C'è qualcosa di vero in questo album, a partire dalla copertina.

#### Ci racconti com'è nata?

Per caso. È una foto vera, non in posa. Era marzo: finito il live all'Atlantico di Roma sono andato dietro il palco, tutto sudato, ho abbracciato *lei* e un fotografo ha scattato questa foto, che poi mi è stata mandata. Quando l'ho vista ho detto: la voglio in copertina. Ha qualcosa di punk, forse la pelliccia. Rappresenta un momento in cui stavo bene ed ero sereno, volevo dargli valore.

#### È la stessa persona che c'è alla fine dei ringraziamenti dell'album?

Sì.

#### Hai abbandonato il rosa.

Sono uno che cambia spesso colore, idea. E questo disco non è rosa.

#### Nemmeno sexy, mi sembra.

No, è più un buco nero. Se lo apri e ti ci butti è più tosto. Più maturo, profondo, intimo. Il rosa non c'entrava niente.

#### In un'intervista hai detto che si tratta di un album punk perché l'hai scritto di notte. E poi?

Ho preso il titolo dalla seconda traccia. Ho deciso di chiamare così anche il disco dopo averla scritta. «Tu sapevi un po' di punk», canto. Questo disco ha un sapore punk, se te lo mangi. Ho avuto un approccio molto libero, quasi anarchico nel farlo, non nel senso di non seguire regole, ma di seguire le mie.

#### C'è anche ribellione?

Non mi ribello a niente, ma nemmeno inseguo qualcuno. È un disco libero, come dovrebbero essere i dischi.

#### La ribellione è associata all'adolescenza, di solito.

Anche per questo l'ho chiamato così. Volevo tornare proprio alla mia adolescenza, perché era un periodo d'oro e vorrei che anche questo disco fosse d'oro.

#### Ti manca il longboard?

L'ho avuto fino a due anni fa, comprato col primo stipendio della pizzeria in cui lavoravo. Stavo in fissa da piccolo, a 14 anni ascoltavo davvero punk e grunge. Oggi è cambiato tutto, ma mi piace quest'estetica, al di là del significato. C'è anche una punta di provocazione: tutti i punk diranno che non c'è niente di punk, lo so. È un disco d'amore, pop, ma già l'atto in sé di chiamarlo così è punk.

#### Ci ho trovato accettazione: di separazioni, cambiamenti, del fatto che invecchi. Sei in preda a una specie di crisi “pre trenta”?

No, me la vivo bene, non mi interessa. Non vedo l'ora di invecchiare, sono portato, vorrei avere 70 anni e stare su un divano. La cosa che percepisco è proprio la vita che cambia. Cambiano i miei gusti, i parametri, le mie priorità, le abitudini. Non te ne accorgi, è quella la fregatura, invecchi e basta. Ma sto crescendo, è positivo.

#### Pensi che le tue canzoni possano dipingere la nostra generazione?

Credo potremo dirlo meglio tra qualche anno, me lo auguro comunque. Oggi in qualche modo penso di sì, visto che faccio parte di una generazione che parla alla sua stessa generazione. Se ascolti le mie canzoni e vieni al concerto a cantarle vuol dire che hai vissuto un'emozione, che siamo vicini e in un certo senso ti rappresento, ti do voce, sei come me. E che quindi siamo tanti. E allora è generazionale.

#### Ti manca qualcosa della vita di prima?

Quel pizzico di frustrazione perché non ero realizzato, quella rabbietta che mi faceva essere più vivace e incazzato. Forse non è solo un fatto di carriera, è che crescendo ti spegni. Ma non ho nostalgia, anzi, sono contento, ho realizzato un sogno. Forse la cosa che mi manca adesso è proprio avere un sogno.

#### «Faremo sogni grandi ma senza realizzarli», canti.

Come fosse una promessa. A me piace più desiderare che avere, più sognare che realizzare. La cosa bella è avere un sogno, ti dà la forza di andare avanti ogni giorno. Una volta che hai raggiunto l'obiettivo è finita. Puoi dartene un altro, ma non è facile: già è difficile avere un sogno, averne due o tre è raro. La maggior parte della gente non ne ha manco uno, sono quelli che di solito diventano avvocati. Nessuno vuole farlo veramente, studiare legge, al massimo vuole fare il fuorilegge. Il problema non è realizzare un sogno, ma averlo. Da piccolo sognavo di fare il cantante, ora lo faccio per lavoro: da un lato mi rattrista, perché vorrei continuare a sognare, dall'altro è fantastico, così non devo farne altri che non mi piacerebbero. Tanto le canzoni le scriverei uguale.

#### Hai avuto momenti in cui ci hai creduto meno o ti sei demoralizzato?

Mi sono demoralizzato, ma mai per la musica, che è la mia benzina da quando sono bambino. Agli amici ho sempre chiesto di fidarsi. Quando ho formato la band ho promesso che saremmo diventati famosi e avremmo spaccato tutto. Ci hanno creduto e suonano ancora con me. Nonostante le batoste, e non ne ho prese troppe nella musica, ho sempre pensato che prima o poi ce l'avrei fatta. Non mi è cascata addosso la fortuna: nel momento in cui ho deciso di darmi da fare è successo. Prima sono stato pigro, chissà perché, ma era giusto andasse così. Se *Superbattito* fosse uscito quando avevo vent'anni non sarei stato pronto, sarei morto, non avrei retto quel tour.

#### Un desiderio oggi, più facile del sogno?

Una casa al mare. In Maremma, a Capalbio, oppure in Sicilia, a Favignana.



La cover di *Punk*, l'ultimo disco di Gazzelle (Maciste Dischi/Artist First, 2018)

Jesse Rieser ha usato la macchina fotografica per ritrarre la fine dell'era dei grandi *mall*. Un racconto per immagini che parla della realtà americana di oggi, con un tocco di malinconia per i ricordi che trattengono ancora quelle mura



# THE RETAIL APOCALYPSE

di Chiara Temperato

foto di Jesse Rieser

Jesse Rieser è un fotografo e vivace esploratore di Springfield, Missouri, cittadina cattolica della Bible Belt, cuore pulsante dell'America conservatrice e rurale. Con *The Retail Apocalypse* saluta la fine di un'era, quella dei grandi centri commerciali, simbolo della cultura americana *mainstream* e dell'opulenza della classe media. "Non luoghi" che abbagliavano, saziavano e nutrivano relazioni, ma che oggi ritroviamo sulla via del tramonto.

Oggi 38enne, Jesse incontra la fotografia a 17 anni: «Quando ho scoperto la magia della camera oscura ho provato un'inspiegabile forza attrattiva, ne ho amato da subito l'immediatezza e la velocità con cui potevo sviluppare le mie idee». Si iscrive



a Filosofia e Teoria della Fotografia all'Università dell'Arizona e inizia a fare da assistente ad altri fotografi a Los Angeles e a New York. A 26 anni arrivano le prime campagne pubblicitarie di portata nazionale.

Il suo *The Retail Apocalypse*, reportage fotografico iniziato nel 2015 nei deserti Sonoran e Chihuahuan nel Sud Ovest degli USA, riflette sul tramonto dei centri commerciali, vittime dell'implacabile legge del commercio online. Luoghi un tempo ambasciatori della socializzazione lasciano oggi il posto a strutture rigide e svuotate di umanità fatte da centri di spedizione, call center e server per l'online.

Mentre documenta la loro amara implosione, Jesse riflette sulla precarietà dei ricordi infantili che, come i mall, sono destinati a esaurirsi e a cadere nell'oblio: «Sono stato attratto da questi parchi commerciali senza volto che oggi ospitano strutture indispensabili all'e-commerce». Inquadra, in spazi che lui definisce pittorici, edifici apparentemente privi di umanità, scialbi e trascurati per rintracciare la loro vecchia e vivida anima, che ancora pulsa lì da qualche parte. Ha iniziato fotografando quelli che lo hanno visto bambino e poi adolescente: «Il Macy's è legato a mia madre e agli acquisti per la scuola, il Toys R Us ai giocattoli e alle sfide con mio fratello, il Best Buy agli ascolti delle nuove *release* musicali e il Circuit City alle diavolerie elettroniche ai tempi del liceo e del college. E non posso dimenticare le nostre uscite ai centri commerciali per incontrare le ragazze», continua. E poi il Battlefield Mall, che per lui e i suoi amici era il tempio degli odori e degli incontri, con la salsa al formaggio di Orange Julius, il fragrante zucchero alla cannella dei pretzel di Auntie Anne's, le sfavillanti luci a intermittenza, i maniacali bip elettronici, la geometrica

Alcuni degli scatti di *The Retail Apocalypse*, il lavoro fotografico di Jesse Rieser





moquette viola e l'odore stantio della sala giochi. Luoghi della memoria che hanno chiuso uno dopo l'altro lasciando una sensazione distopica e solitaria: «Non restano che le macerie architettoniche della mia infanzia», commenta malinconico.

Jesse prende atto del cambiamento culturale, fa parte di coloro che apprezzano l'efficienza di Amazon e non può farne a meno, ma è preoccupato per il crescente isolazionismo che la tecnologia sta producendo: «La chiusura dei centri commerciali è un segno della deriva dei rapporti umani, e mentre i campi da gioco si svuotano e il nostro senso di comunità sfiorisce, non facciamo che trastullare la nostra curiosità con ennesime esperienze digitali».

Questa riflessione fotografica si iscrive all'interno di un fenomeno che sta interessando gli USA in lungo e in largo: mentre in Italia la corsa ai luna park commerciali si fa sempre più irruenta, in America diminuiscono a velocità inversamente proporzionale. Dal 2002 in questo settore sono calati del 25% i posti di lavoro, non compensati dall'aumento esponenziale del retail on line. E nel 2018 si è consumato l'ultimo atto dell'apocalisse del retail: l'addio a più di 8600 negozi. Dal secondo dopoguerra i *mall* sono state le piazze pubbliche americane, un ecosistema fatto del necessario e del superfluo, dello spirito commerciale e di comunità. Ma i *millennial* americani sembrano non gradire più questo genere di intrattenimento, ai loro occhi datato e privo di appeal. Il regista Dan Bell ha espresso questo sentimento in una serie tv su YouTube *Dead Mall*, catastrofica quanto realistica testimonianza del declino di questi templi del retail che, quando non abbandonati, al massimo vengono riconvertiti in negozi luxury esclusivamente per le classi borghesi.

Esuberante e intimo allo stesso tempo, questo lavoro di Jesse Rieser lascia fuori campo l'ovvio e propone immagini che non danno risposte, ma che evocano una forma di trasformazione, per riflettere sul passato e per orientarsi verso il futuro: «Non possiamo combattere il cambiamento, non ci resta che accettarlo continuando a vivere con grande sensibilità».

***The Retail Apocalypse***  
è stato premiato al PDN  
Photo Annual come "Best  
Personal Work Series"

Conosciuti dai non addetti ai lavori per le web series *Klondike* e *Animali che parlano*, il collettivo di sceneggiatori e registi è appena approdato anche in libreria con *Millennials*, un romanzo “postapocalittico-utopico-action-horror-psichedelico”

# LA BUONCOSTUME UTOPIE POSTAPOCALITTICHE

di Matilde Quarti



La Buoncostume nasce dieci anni fa dietro le quinte di *Camera Café*, dove Carlo Bassetti, Simone Laudiero, Fabrizio Luisi e Pier Mauro Tamburini si conoscono e “si fanno le ossa”. Dopo essersi occupati di programmi come *Il Candidato* di Rai 3 e di web series come *Kubrick*, una storia porno, hanno lavorato a produzioni originali che gli sono valse una nicchia di

fedelissimi, una su tutte *Klondike*. *Millennials*, invece, si discosta dai loro precedenti lavori: è un’utopia fantascientifica in cui i ragazzini, padroni del proprio destino, si autodeterminano in un mondo senza adulti. Non c’è però assenza di *drama*: c’è una guerra, ci sono i buoni e i cattivi e ci sono gli adulti che, come nei migliori horror, a un certo punto tornano.

***Millennials* è un prodotto molto diverso da quelli per cui siete conosciuti.**

Pier Mauro: Abbiamo sempre lavorato nel comico, ma in realtà tra di noi parliamo di fantascienza, di horror, di fantasy, perché è quello che leggiamo e guardiamo.

Simone: L’idea di *Millennials* era nata per una serie tv, ma ci siamo resi conto che non avremmo mai ricevuto il budget necessario per realizzarla: il modo giusto per farla esistere alla sua piena potenza era trasformarla in romanzo. Era anche un’idea perfetta per mostrare che siamo in grado di seguire progetti lunghi, conclusivi, tutto il contrario di quello che normalmente viene associato a prodotti come *Camera Café*.

**Avete creato un’epica brianzola. Come mai avete deciso di ambientare questa avventura in un luogo considerato poco interessante e accattivante?**

Fabrizio: Altrimenti sarebbe stato troppo facile! A parte gli scherzi: noi viviamo a Milano e volevamo fare una cosa realistica dal punto di vista degli ambienti e dei luoghi. Però c’è anche una questione fondamentale: Roma è il luogo in cui quasi tutte le opere finzionali italiane vengono ambientate. Allontanarsi da Roma significa idealmente distanziarsi da ciò che è l’italianità nell’immaginario finzionale:

borghi medievali, la Sicilia di Montalbano, la Roma del neorealismo. Quello per cui le zone di *Millennials* sembrano luoghi strani e non raccontabili non è altro che un automatismo: in fondo le *suburbs* americane, con le villette a schiera e le vie tutte uguali, sarebbero altrettanto irraccontabili, e invece sono luoghi iconici dell’horror. Non esistono luoghi poco narrativi: se li racconti un milione di volte entrano nell’immaginario.

**Che differenza c’è tra la distopia classica e l’utopia di *Millennials*?**

F: La distopia di solito mette in scena mondi particolarmente oppressivi, con un set di regole molto limitanti, e spesso l’azione nasce semplicemente dallo scontrarsi dei personaggi. Noi invece volevamo creare un’utopia, quindi abbiamo immaginato un mondo in crescita in cui le risorse invece di essere in diminuzione aumentano. Insomma, è più un mystery ambientato in un mondo dentro cui succedono delle cose: sbattimenti si addensano all’orizzonte, qualcuno ha più informazioni e qualcuno ne ha meno, i fraintendimenti provocano i conflitti.

PM: Le distopie sono fondamentali per mettere in luce quelli che sono i problemi di oggi (e che potrebbero diventare ancora più seri domani), però serve anche provare a immaginare futuri diversi e migliori.

Simone: Le distopie, comunque, sono eccellenti anche per mettere in scena inseguimenti tra automobili modificate.

**Sembra che dietro *Millennials* ci sia quasi un intento “politico”.**

F: Per noi l’importante è far respirare questi spazi di futuri possibili. Sembra che il massimo a cui si possa aspirare oggi sia il dibattito e – per carità – il talk politico serve, è fondamentale, poi però se tutti i film che vediamo rappresentano distopie aberranti non può passare il messaggio di un futuro diverso. Anche perché sono “profezie che si autoavverano”. Esistono una serie di studi in proposito e una delle tesi più interessanti è che se si insemmina prepotentemente l’immaginario di qualcosa, poi quella cosa si ripropone nella realtà. La realtà reagisce all’immaginario.

S: Una cosa, però: oltre all’utopia c’è anche l’avventura. *Millennials* comincia con una guerra. È una storia di misteri, di mazzate, di inseguimenti, di esplosioni. Il fatto che si svolga in un mondo utopico è l’elemento più eccentrico, meno scontato, ma è un mondo di cui il lettore deve in qualche modo diventare fan, per poi parteciparvi con i personaggi per sconfiggere il male. E qual è il male? Chi lo sa...

**Per prima cosa i ragazzini sopravvissuti al blocco degli adulti (l’antefatto di *Millennials* è questo: tutte le persone sopra i 17 anni un giorno, misteriosamente, si bloccano, NdR) salvano internet. Perché?**

PM: Volevamo riaffermare i principi con cui internet è nato: orizzontalità, libertà, uguaglianza. Poi c’è una motivazione più concreta per quanto riguarda la trama: nel momento in cui si bloccano gli adulti l’elettricità continua per un po’, ma rischia di interrompersi. Quindi il primo gesto che fanno i ragazzi è mettersi in contatto tra loro, ma appena realizzano che questo blocco degli adulti è permanente, si rendono conto che la stessa cosa che sta permettendo loro di comunicare è anche la prima cosa che è necessario salvare.

S: Anche perché, senza adulti, se qualcuno cade e si rompe una gamba non si può andare in ospedale, l’unica cosa che si può fare è cercare un tutorial su come staccarla. Ci sono una serie di questioni pratiche insomma: si presentano una serie di problemi e internet è lo strumento per eccellenza con cui risolverli, specialmente se sei un ragazzino.

**State lavorando a qualche nuovo progetto?**

F: In questo momento tutte le nostre energie sono concentrate su *Millennials*. C’è molto interessamento da parte di varie case di produzione, quindi chissà che qualcuno non ci chieda di scriverne una sceneggiatura...



**Nell'ultimo anno sono comparsi sulla rete diversi video falsi ma realistici, tutti realizzati attraverso un software open source utilizzabile facilmente anche da non professionisti. Nessun problema fino a quando si tratta di creare meme, ma se la cosa sfugge di mano?**

# IL PROBLEMA DEI DEEPFAKE

della Redazione di WU

Immaginate di prendere un video del Presidente degli Stati Uniti, modificarlo e fare uscire dalla sua bocca quello che desiderate. O di prendere una scena di un film e sostituire uno degli attori con un vostro amico o con voi stessi. Sembra qualcosa di realizzabile solo con computer di un certo livello e un'abilità da tecnico degli effetti speciali, ma oggi non è più così.

Da circa un anno sono comparsi sulla rete alcuni software per creare deepfake, ovvero video che sfruttano l'intelligenza artificiale per modificare espressioni, mimica facciale e voce dei soggetti ripresi. Il termine deepfake deriva dalla contrazione di *deep learning*, una branca del machine learning che si occupa di comprendere il funzionamento del cervello e di come esso interpreta immagini e linguaggio, e



della parola *fake*, falso in inglese. Si tratta di programmi con interfacce non particolarmente ostiche e che possono girare su computer non eccessivamente potenti e acquistabili da chiunque.

Questi primi esperimenti sono apparsi su Reddit circa un anno fa, in un *sub* dove circolavano video porno falsi con protagonisti personaggi famosi. Di lì a poco ha fatto la sua comparsa Fakeapp, un software basato su Tensor Flow, una libreria software open source per il machine learning usata anche da Google in diverse applicazioni come quelle basate sul riconoscimento vocale.

Il *sub* è stato bloccato lo scorso febbraio e presto altri siti come Twitter e YouTube hanno seguito l'esempio di Reddit bannando questi video. Anche Pornhub ha fatto lo stesso, ma ciò non ha limitato la popolarità della tecnologia. Molti media si sono interessati all'argomento come il "The Wall Street Journal" e "Buzzfeed", che ha coinvolto il regista Jordan Peele in un esperimento proprio con un deepfake su Barack Obama, nel quale l'ex Presidente degli USA apostrofava il suo successore Donald Trump come «total and complete dipshit». Esempi di deepfake sono stati utilizzati anche per vendette personali, inserendo in video porno persone comuni, che hanno scoperto la cosa solo a fatto compiuto. Il mezzo è stato usato anche per scopi più divertenti, per esempio per creare meme infilando Nicholas Cage in scene di film ai quali non ha partecipato.

Un caso emblematico delle "potenzialità oscure" del mezzo è quello che riguarda il Partito Socialista del Belgio, che la scorsa primavera ha diffuso un video falso del Presidente degli USA Trump nel quale lo stesso incoraggiava il Paese Europeo ad agire per uscire dagli accordi sul clima di Parigi. Il deepfake era tradotto e terminava con una frase – l'unica non sottotitolata – che lasciava pochi dubbi sull'autenticità del video, ma non sono stati pochi gli utenti a cascarci e a commentare sui social il filmato considerandolo autentico.

La diffusione di fake news è uno dei problemi principali legati al deepfake. La potenza dello strumento video e la velocità con cui un file del genere può oggi circolare su internet, sui social o sui sistemi di messaggistica potrebbe far passare ancora più velocemente come vere notizie clamorosamente false, con tutte le conseguenze che ciò potrebbe comportare. Questo ancora di più in realtà dove l'analfabetismo funzionale prolifera e al *fact checking* si dedica troppo poco spazio.

A questi vanno aggiunti i problemi di natura legale: dimostrare l'attendibilità di un video che riprende una persona commettere un reato potrebbe essere causa di contenziosi, con crescenti richieste di verifica dell'autenticità e ritardi nei giudizi. A oggi gli esperti forensi sono in grado di dimostrare se un filmato è stato manipolato o meno, per esempio osservando i pattern di mimiche facciali. La tecnologia però va avanti a velocità sostenuta e in un prossimo domani potrebbe non essere così semplice o quantomeno potrebbe richiedere tempi più lunghi. Esiste, poi, un quadro normativo chiaro per punire i reati connessi alla creazione di questi video? Il deepfake potrebbe anche far nascere un mercato, quello dei falsi su richiesta personale. Rimanendo nel porno, per esempio, ci sono persone che sarebbero disposte a pagare per produrre un film con un particolare soggetto protagonista o semplicemente con delle caratteristiche riproducibili solo grazie all'utilizzo dell'intelligenza artificiale. O addirittura con loro stessi, magari sfruttando in contemporanea le tecnologie VR. Si potrebbe creare un prodotto *custom* basato sulle esigenze del cliente, qualcosa di impensabile fino a pochi anni fa.

La situazione legata ai deepfake è in costante evoluzione ed è lecito pensare che questo termine entrerà nel nostro vocabolario quanto prima, affiancandosi o sostituendosi a una new entry recente come fake news, per le quali ancora non siamo totalmente vaccinati. Ma questo è un altro problema.

Nella pagina a fianco:  
foto di Avel Chuklanov

OPERA OMNIA

## CAPIBARA



di Enrico S. Benincasa

shirt jacket ANGELOS FRENTZOS camicia  
DICKIES spille DELIGUORO e OTAZU

photography MATTIA PASIN style GRETA FUMAGALLI style  
assistant ALLEGRA SILVA thanks to OHIBO via benaco 1 milano

Capibara si è fatto forse un po' aspettare, ma è tornato con un disco tra i più validi e interessanti di questo 2018. *Omnia*, uscito per La Tempesta il 30 novembre, è un racconto sonoro di 17 tracce, un'architettura di un'ora e un quarto di musica elettronica dove Luca Albino mette assieme

suggerzioni diverse, dalla bass music alla trap, dai ritmi latini e caraibici alla techno. Un lavoro che arriva tre anni dopo *Gonzo* e quattro dopo *Jordan*, il suo album di debutto, preceduto da *Fantino* (maggio 2017) e *Santa Roma* (agosto 2018). Valeva la pena attendere Capibara, se questo è il risultato.

**Con Karol Sudolski hai lavorato al video di *Santa Roma* e non solo. Come vi siete incontrati e com'è stato lavorare con lui?**

È sempre difficile far fare a qualcun altro qualcosa che riguarda te stesso e un progetto a cui tieni, ancora di più se tocca un aspetto che riguarda il tuo mestiere (Luca ha studiato arti visive e si occupa di grafica e art direction, *NdR*). L'approccio con Karol è stato diretto, ci siamo confrontati da remoto e poi visti per lavorare su *Santa Roma*. Con i video che ha prodotto per ogni singola traccia di *Omnia* e che si trovano sul canale YouTube de La Tempesta ha colto subito il messaggio che con ognuna di loro volevo passare. Sono suggestioni visive in movimento venute fuori chiacchierando, è stato un lavoro figlio del confronto e non del compromesso.

**Al disco hai lavorato anche con un moodboard visivo che raccoglie immagini che sono state fonte di ispirazione durante la lavorazione. Come lo hai creato?**

In realtà sono un grande navigatore del web, guardo un sacco di cose e quello che mi piace lo metto da parte. Il mio moodboard visivo, quindi, è continuamente in evoluzione. Queste sono immagini che ne fanno parte e che ho scelto perché le ritenevo più aderenti a *Omnia*. Il moodboard si è evoluto nel corso del tempo e ne descrive la visione. Ma il disco stesso è una visione.

***Omnia* è un titolo che lascia intendere come questo lavoro sia un progetto con una forte unità. L'ordine che hai dato alla tracklist è l'unico modo per ascoltarlo?**

È stato difficile comporre la tracklist. I pezzi li avevo scelti molto tempo prima, ma ci ho messo tanto a decidere l'ordine. Ho ascoltato *Omnia* fino all'ultimo giorno prima della consegna per capire se i passaggi delicati o quelli disturbanti funzionavano nel modo corretto. Avevo in mente la posizione di alcuni pezzi, erano gli angoli del mio puzzle insomma, per altri non è stato semplice. Penso che per i primi ascolti l'ordine scelto sia il migliore, ma nella loro stranezza le singole tracce hanno un "che" di pop e hanno senso anche da sole. Comunque il prossimo disco lo farò tra altri quattro anni, quindi avrete tempo di ascoltarlo in tutti i modi (ride, *NdR*).

**C'è stato qualche ritardo rispetto alla road map iniziale?**

Non ci sono stati dei ritardi, mi sono solo preso il tempo che mi serviva per finirlo. Ci sono stati periodi in cui ero concentrato al 100%, altri nei quali non aprivo nemmeno Ableton. Se non sono ispirato, non mi metto davanti al "foglio bianco" senza sapere cosa fare. Se ho un'idea, invece, ci metto poco a buttarla giù.

***Kojima* è dedicata a Hideo Kojima, giusto?**

Sì, i suoi titoli mi hanno sempre influenzato esteticamente, ma anche le sceneggiature, i dialoghi, le atmosfere malinconiche. Mi sentivo di dedicargli un pezzo, ma ho usato anche un campione vocale da *Death Stranding* che ho inserito in *Santa Roma*.

***Omnia* è pieno di piccoli dettagli, di easter egg per pochi.**

Ce ne sono vari, ma non li rivelerò. Avendolo pensato come un film li ho usati anche per far passare alcuni messaggi, alle volte ci sono semplicemente perché sono dettagli che hanno generato idee presenti nel disco e per questo ho deciso di tenerli.

**Parli di *Omnia* come di un film: quanto ti piacerebbe lavorare a una colonna sonora?**

Sarebbe bellissimo lavorare per colonne sonore di film e videogiochi, ma sono mercati che in Italia praticamente non esistono. Mi piacerebbe provarci e spero un giorno di poterlo fare, che sia con una soundtrack composta da me o anche solo curata.





camicia e pantaloni **WAYERÖB** maglia  
**OBEY** spilla **THOT** **GIOIELLI**

giacca **MATTEO LAMANDINI** shirt jacket  
**LUCA DE OVIDIIS** spille **SONIA PETROFF**  
**SHARRA PAGANO** e **REINE ROSALIE**

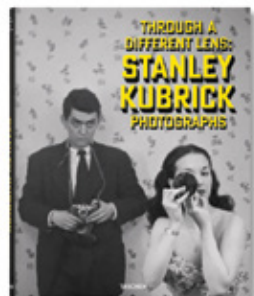


I brand emersi nelle ultime stagioni nel panorama moda si ispirano a un modo di vestire personale e che viene dalla strada. Difficile definire uno stile, oggi più che mai si tratta di raccontare un abbigliamento fatto di contaminazioni e di unicità per nulla scontate

# DEFINITIVELY YOU

di Maela Leporati

Glenn Martens, creative director di Y/Project, è riuscito negli anni a combinare dettagli concettuali e inventivi con proporzioni “giocose” ed elementi “funny” estrapolati dagli stilemi dei decenni precedenti. Al centro della sua ricerca ci sono i concetti di individualismo e indipendenza, tanto nel vestire quanto nella libertà d’espressione. Non ci sono regole, se non quella di sentirsi unici con i capi che si indossano. La collezione primavera estate 2019, spiega Martens, non tiene conto del “bello” ma di quanto ci si possa spingere nella sperimentazione: jeans super over e pantaloni baggy si abbinano a top e felpe striminzite in un mix and match di stampe e colori apparentemente casuali. Quello presentato in passerella dal brand francese non è certo un uomo comune, talmente sicuro di sé da potersi affidare al proprio stile senza tener conto dell’approvazione generale.



## STANLEY KUBRICK PHOTOGRAPHS

Nel 1945 a soli 17 anni, Kubrick realizzò per il magazine “Look” una serie di scatti – raccolti in questo volume edito da Taschen – che rivelano un promettente genio creativo



## A I R D P

Mascherina oversize con paraocchi integrati, perfetta per chi vuole osare con un tocco di stile irriverente



## DESMOND & DEMPSEY

Diventa indossabile anche per il giorno questa pajama shirt con stampa di tigri arancioni su fondo nero



## D U N H I L L

Lo stivaletto Beatles in pelle nera e tacco con dettaglio oro rende un look basico di carattere



## A M I R I

La felpa con cappuccio più trendy è in pieno stile grunge, confortevole e dal fit relaxed quanto basta



## S T A N C E

Sono frutto della prima collaborazione tra il brand californiano e il rapper Sfera Ebbasta le calze Sfera Rockstar in verde neon



## V A L E N T I N O

I jeans in denim nero sono ripresi dall'archivio anni Ottanta della maison: risolto esagerato e gamba dritta



# DEFINITELY YOU HOODIES FLEECE

di Luigi Bruzzone



**H U F**

Stile college per la felpa con cappuccio a righe verticali e patch Classic H sul cuore



**T I M B E R L A N D**

In cotone questo modello oversize con tasca frontale e ricamo sul petto



**PEAK PERFORMANCE**

Felpa con cappuccio in cotone con tasca e logo ricamato tono su tono sul davanti



**D I A D O R A**

Fit regolare per la felpa Spectra Used in cotone 100%, tinta in capo effetto vintage



**E L E M E N T**

Strizzano l'occhio agli anni Ottanta le grafiche della felpa con cappuccio Joint



**BLAUER USA**

Felpa con cappuccio dal sapore retrò in cotone delavé e logo Blauer sul petto

**PITTI IMMAGINE  
UOMO**

08 11 January 2019  
firenze fortezza da basso

**PITTIMAGINE.COM**

T +39 055 36931 uomo@pittimmagine.com

special  
grant  
from

**ITA**  
ITALIAN TRADE AGENCY  
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
internazionalizzazione delle imprese italiane



Ministero dello Sviluppo Economico







camicia  
pantaloni  
**SUPERGA**

**DICKIES**  
**MAISON**  
marsupio

half zip  
**FLANEUR**  
**PS PAUL**

**ODLO**  
sneakers  
**SMITH**

photography **SO JIN PARK** style **MAELA LEPORATI** hair **FRANCESCO**  
AVOLIO make up **ALESSIA STEFANO** model **RAMON**  
KEERIS at **BRAVE MODELS** thanks to **GRETA FUMAGALLI**

# G A M E O V E R



giacca e  
**FRENTZOS**  
**ATELIER**

camicia  
pantaloni  
cappellino

**ANGELOS**  
**VIEN**  
**FILA**



giacca	<b>ANGELOS</b>	<b>FRENTZOS</b>	felpa
<b>BLAUER</b>	<b>USA</b>	pantaloni	<b>ANTONY</b>
<b>MORATO</b>	calze	<b>FILA</b>	sneakers
<b>COLMAR</b>	<b>FOOTWEAR</b>	cappellino	<b>HUF</b>



giacca	<b>LUCIO VANOTTI</b>	camicia
<b>WRAD</b>	pantaloni	<b>MIAORAN</b>

giubbino **AHIRAIN** maglia **WAYERÖB**  
 camicia e pantaloni **OBEY**  
 sneakers e calze **FILA**



giubbino **VLEN** **ATELIER**  
 anorak **ASOS** pantaloni **BERWICH**





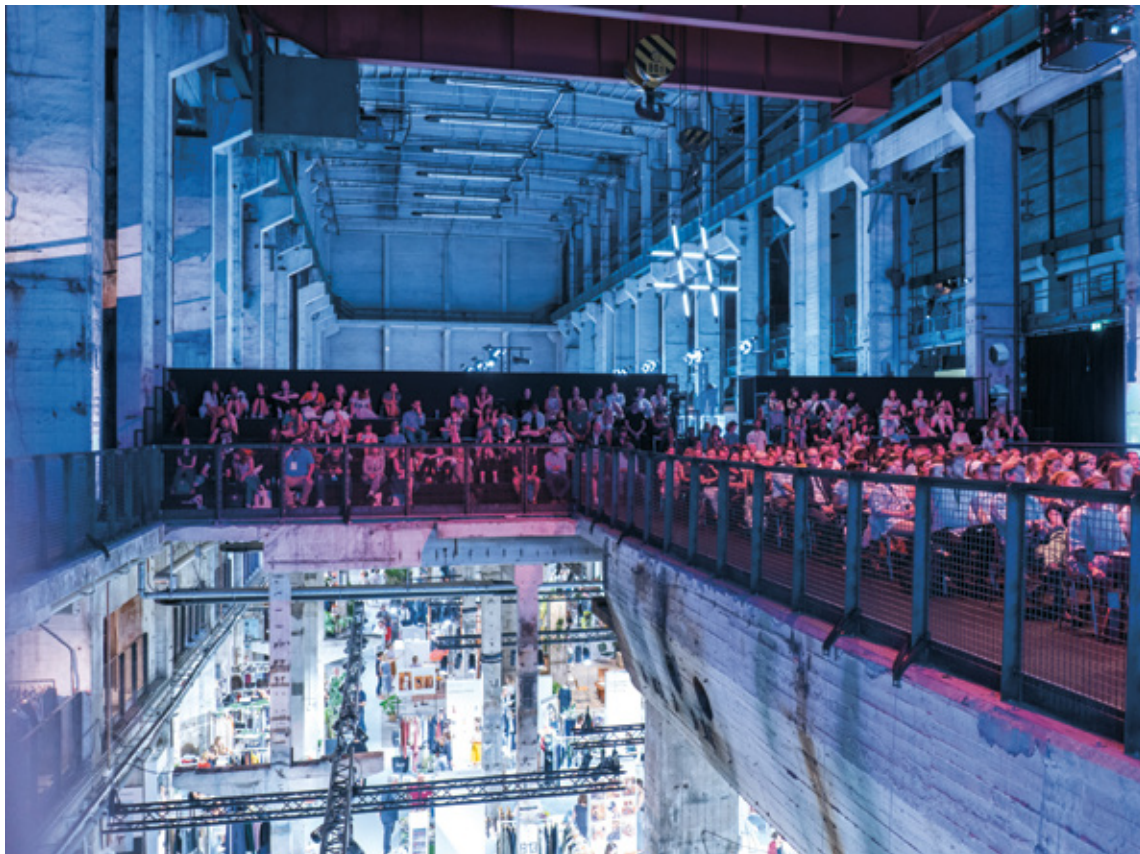
cappotto **VÌEN** **ATELIER**  
 maglia **ADIDAS** **ORIGINALS**  
 pantaloni **ASOS** sneakers **SAUCONY**  
**ORIGINALS** calze e cappellino **FILA**



giacca **HEVÒ** gilet **ANDREA**  
**POMPILO** t-shirt **HUF**



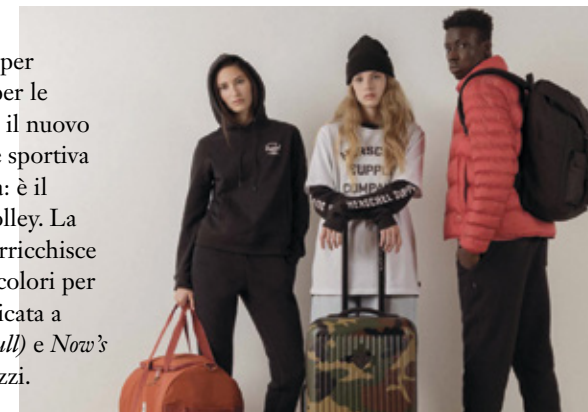
# #FASHIONTECH



Nato nel 2015, #Fashiontech è un appuntamento fondamentale per chiunque lavori nel fashion system. Limitante considerarla solo una conferenza, perché il formato proposto da Premium Exhibitions durante la fashion week berlinese è anche un'esperienza per apprendere e fare network. La prima edizione del 2019 si terrà il 15 gennaio e sarà incentrata su come trasformare la propria realtà in virtù dei cambiamenti portati dalle tecnologie digitali. Si parlerà dei modelli di lavoro che utilizzeremo in futuro, del tipo di professionalità che scompariranno e di quelle che invece serviranno. «Come svela una recente ricerca di McKinsey, 1,2 milioni di posti di lavoro saranno rimpiazzati dalla digitalizzazione. Allo stesso tempo la digitalizzazione creerà nuovi posti e aree di lavoro» ha dichiarato Michael Stracke, Chief Business Development Officer di #Fashiontech. Tecnologie come blockchain, intelligenza artificiale e realtà aumentata sembrano lontane dal mondo della moda, ma non lo sono: #Fashiontech è proprio l'occasione per toccare con mano come altre aziende hanno approcciato il loro inserimento nei processi produttivi e conoscere le startup che stanno sviluppando idee su come sfruttarle. Informazioni su [fashiontech.berlin](http://fashiontech.berlin).

## TRAVEL AND MORE

La famiglia di prodotti Herschel Supply si allarga e, per l'autunno inverno 2019/20, non mancano le novità per le collezioni Classics, Travel e Apparel. Nella prima c'è il nuovo backpack Buckingham e la nuova linea di ispirazione sportiva Athletics. Uno zaino è in arrivo anche per la seconda: è il Travel Daypack, con tasca porta PC e fissaggio al trolley. La collezione Apparel, introdotta la scorsa stagione, si arricchisce del parka maschile Sherpa Lined Fishtail e di nuovi colori per i modelli femminili. In arrivo anche una capsule dedicata a Jean Michel Basquiat, le cui opere *Untitled (Skull/Skull)* e *Now's the Time* saranno protagoniste di una selezione di pezzi.



## FOR GENTLEMEN ONLY



Superga, per la prossima collezione autunno inverno 2018/19, aggiunge alla sua gamma maschile alcune varianti di modelli storici, presentati ora in una nuova veste. La 2730, icona del brand italiano, è proposta con una tomaia realizzata in suede con pannelli in nappa. La suola è in gomma naturale vulcanizzata, con dettagli nello stesso materiale che interessano la punta e il tallone. Un'altra novità è lo stivaletto costruito sulla suola denominata "Alpina", altro trademark di Superga. La tomaia di questo modello è realizzata in cotone traspirante con particolari in pelle effetto scamosciato e ha un'allacciatura nella parte superiore di ispirazione trekking.

## WHITE STREET MARKET

Forte del successo non solo numerico dello scorso giugno (che comunque non è mancato: oltre 9 mila presenze nell'arco di tre giorni), White Street Market torna per la sua seconda edizione, la prima nella sessione invernale. Il format B2C con particolare attenzione allo sportswear e allo streetwear non si affiancherà al "classico" White, ma in un certo senso lo ingloba, aggiungendo alla formula anche una selezione di realtà dal taglio più fashion. Si resta a Milano in zona Tortona ma ci si sposta a Superstudio Più, con maggiore spazio a disposizione per i workshop, i talk, gli eventi musicali e le mostre che hanno fatto parte integrante della prima edizione.





**Con il suo RZ Studio l'imprenditore di origini trentine (ma milanese da anni ormai) lancia sul mercato nuovi fashion brand e ne segue il percorso a 360 gradi. Una realtà dove si crea e si pongono basi solide per il futuro dei progetti su cui si lavora**

# ROBERTO ZAMPIERO

## PASSO DOPO PASSO

della Redazione di WU

foto di Emanuele Ferrari



Tra i tanti oggetti presenti sulla scrivania di Roberto Zampiero, fondatore di RZ Studio, colpisce la presenza di una scatola di pastelli alla sua sinistra. «Mi piace disegnare – ci dice a un certo punto dell'intervista – e un po' mi dispiace che si facciano sempre meno bozzetti a mano». Più nascosto, alla sua destra, c'è un post-it con scritto “pazienza” che ci mostra prima di rispondere a una domanda.

Messi assieme questi due oggetti danno l'idea di chi sia Roberto, imprenditore della creatività ben consapevole che questa non basti per arrivare ai risultati. Per raggiungerli è necessario anche avere un team come quello che Roberto ha costruito nel corso degli anni, ancor di più quando si decide di entrare con una propria linea in questo settore. Un'idea alla quale Roberto (e il suo team) stanno già lavorando.

**C'è una definizione esatta per RZ Studio, la realtà che hai creato nel 2014?**

Hub e incubatore sono probabilmente le migliori definizioni che si possono dare. Nella nostra attività lavoriamo principalmente con brand “vergini”, ancora agli inizi dal punto di vista creativo, ideati però da persone che hanno consapevolezza di quello che è il mondo della moda. Non siamo però una scuola, siamo un luogo dove si crea. Nasce ufficialmente nel 2014 dopo la mia precedente esperienza con White Room Factory, con cui avevamo lanciato Giacomorelli prima e Joshua Sanders poi. Riccardo Comi può essere una case history calzante per far capire come lavoriamo:

un ragazzo che aveva iniziato facendo sciarpe, con belle idee e passione per la moda, che si è poi affidato a noi per creare insieme un progetto di maglieria.

**Come avviene il contatto con i brand emergenti e i new talent?**

Solitamente nasce tutto parlando in contesti diversi, in un evento come in una fiera, in una cena o a un party. Spesso i brand si propongono a noi perché colpiti dal nostro modo di lavorare, ma questo non vuol dire che non facciamo scouting.

**Riesci a delineare qualche tratto distintivo dei brand con cui collaborate?**

Volontà, passione e umiltà con un pizzico di sana follia sono senz'altro qualità umane che accomunano le persone con cui lavoriamo, sia che si tratti di designer, imprenditori o newcomer usciti dall'università. Penso poi che i nostri progetti abbiano in comune il fatto di proporre prodotti di ricerca.

**Quali sono gli errori più comuni che, a tuo parere, si fanno nel lancio di un progetto?**

Non saper attendere è uno degli errori più comuni. Ci si dimentica che ogni prodotto ha una storia a sé e quindi non sempre la sua seguirà il corso di quella di un altro. C'è un che di impalpabile nella moda, ma è anche il suo bello. La cosa importante è lavorare bene e nei tempi giusti, altrimenti il prodotto si brucia.

**Nonostante l'importanza dei social oggi gli eventi fieristici sono ancora fondamentali?**

Sì, per la massiccia presenza dei buyer e perché rimangono una vetrina importante per le novità. Pitti continua a essere un evento leader in questo settore, sia per il significativo passaggio internazionale che ha, sia perché sa evolversi creando situazioni importanti come le sfilate di Off-White a Gosha Rubchinskiy, giusto per citare due esempi concreti. Come RZ Studio saremo a Pitti con l'ultima collezione ideata da noi per il brand riccardo-comi, con l'eclettico brand OMC\_occultmediacontrol e per visionare un paio di new talent interessanti. Inoltre con OMC saremo anche a White Street Market a Milano con un progetto di interesse internazionale.

**Come vi ponete nei confronti del posizionamento retail dei vostri brand?**

Penso che per i prodotti italiani sia fondamentale farsi conoscere nel proprio Paese nelle fasi iniziali. Abbiamo boutique e negozi favolosi che lavorano benissimo, a cominciare da Luisa Via Roma. Il mio consiglio è sempre di partire da qui perché, se un prodotto è valido e risponde bene in Italia, arriverà anche all'estero.

**Hai mai valutato la possibilità di fare una linea in prima persona?**

Penso che sia arrivato il momento, io e il mio team abbiamo oggi la consapevolezza giusta per iniziare. Allo stato attuale è un po' più che un'idea, non posso ancora dire in che tempi si realizzerà ma ci stiamo lavorando. Sarà una collezione di abbigliamento uomo. RZ Studio, in ogni caso, continuerà a esistere e a lavorare come ha fatto in questi anni anche grazie all'ingresso in azienda di Iside Pellegrino Preite, persona per me fondamentale per la gestione dello studio.



In queste pagine: Roberto Zampiero negli spazi di RZ Studio a Milano

Tra nostalgia e nuove opportunità, i brand riaprono gli archivi e rilanciano i loro modelli storici. Ecco una nostra speciale check list “in-completa” per raccontare trent’anni di sneakers e di noi, a cominciare dagli anni Settanta



## RETRO SNEAKERS, QUEL FUTURO CHE È GIÀ PASSATO E CHE STIAMO VIVENDO

di Gianluca Vitiello

Negli ultimi mesi si è consolidata la tendenza dei brand a riproporre il ritorno sul mercato di molti modelli degli anni che vanno dai Settanta ai Novanta, ripescando dai loro archivi storici i famosi modelli heritage. Alcuni brand, che appartengono al nostro passato e che pensavamo ormai essere scomparsi per sempre, hanno approfittato del momento “nostalgia” per ripresentarsi sulla scena e sul mercato contando sul ritorno di uno stile *athleisure*, in uno scenario di rielaborazione tra vecchio e nuovo, tra passato e ritorno al passato.

È impossibile stilare una lista completa delle sneakers che non possono mancare nella nostra collezione se, come noi, la intendete come una sorta di personale archivio storico. Consapevoli di questo, abbiamo scelto alcuni modelli che possono essere considerati iconici e che meritano di entrare in qualunque “hall of fame” personale, partendo dagli anni Settanta.

Che per la sneakers culture questo decennio sarebbe stato importante lo si poteva capire già dalla fine degli anni Sessanta, quando Adidas lanciò sul mercato le Superstar, uno dei modelli più celebrati di sempre, tanto che nel 1986 i RUN DMC gli dedicarono *My Adidas*. Il successo del brano fece aumentare le vendite di questo modello come mai era successo prima. Puma rispose con le Suede e le Basket

che, dopo l'apparizione nel film *Beat Street*, divennero elemento imprescindibile nell'equipment dei b-boys della scena hip hop. A distanza di due anni arrivò un altro modello iconico: le Adidas Stan Smith, primo esempio di sneakers per il tennis in pelle. Anche se la prima versione del 1964 fu sviluppata in collaborazione con Robert Haillet, nel 1971 il volto del tennista francese fu sostituito con quello del collega Stan Smith, presente sulla linguetta anche con il suo autografo. Proprio in quegli anni, però, un nuovo brand si affacciò sul mercato, affermandosi ben presto come uno dei marchi più amati dagli atleti: Nike. Uno dei primi e più fortunati modelli furono le Nike Blazer, lanciate nel 1972 e diventate famose nel mondo del basket per essere state indossate dal campione NBA George Gervin. Nel 2003 ne è stata prodotta una serie limitata chiamata Nike Artist e creata in collaborazione con l'artista newyorkese Futura.

Negli anni Settanta in California lo skate è già molto di più che uno sport di strada, tanto che alcuni modelli di sneakers vengono prodotti pensando proprio agli skater. Alcuni brand trovano in questa scena la loro definitiva affermazione: è il caso di Vans, che a metà di quel decennio chiese alla crew di skater Z-Boys una consulenza per realizzare le Era, il primo modello di Vans con il logo “Off The Wall”. Per approfondire niente di meglio che il documentario *Dogtown and Z-Boys* diretto da Stacy Peralta, uno dei componenti degli Z-Boys, da cui è poi stato tratto il film *Lords of Dogtown*. Successivamente Vans ha rinforzato la sua leadership nel mondo skate con una serie di modelli fondamentali come le Old Skool, le Sk8-Hi e le Slip On, sneakers rinforzate per essere perfette per lo skate e la BMX.

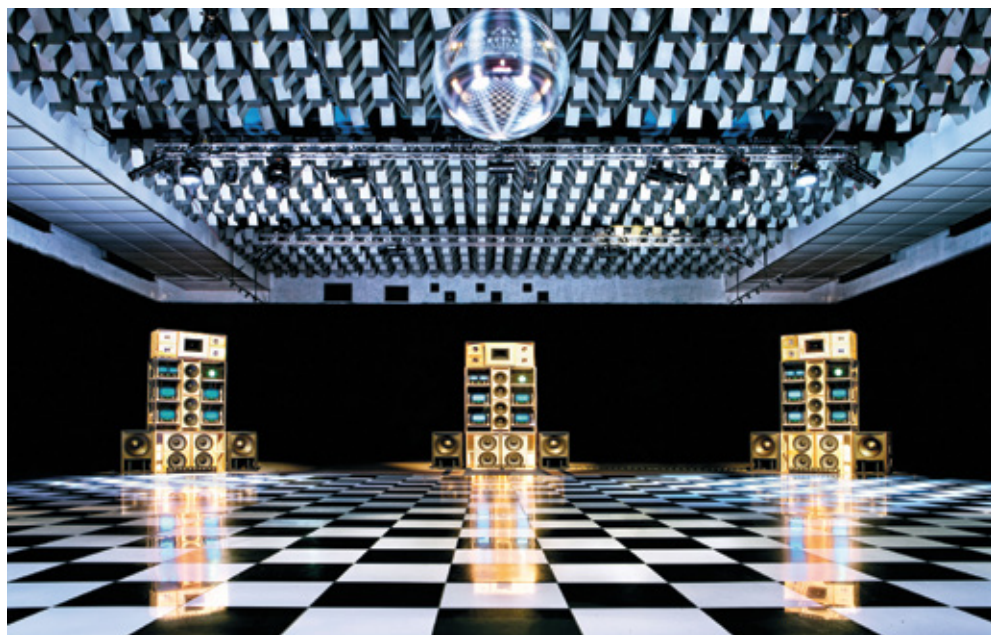
Anche le Converse One Star, un modello che ricorda le più famose Chuck Taylor All-Star lanciate però nel 1974, furono molto apprezzate oltreoceano da surfisti, skater e nel mondo della musica: Kurt Cobain le indossava spesso. Intanto, durante le Olimpiadi del 1972 a Monaco di Baviera, fecero la loro comparsa le Nike Cortez, presentate in quel momento come le sneakers più comode di sempre, teoria confermata dagli atleti che le indossarono per almeno un decennio. Dalle piste di atletica, le Cortez arrivarono presto in strada, diventando le sneakers delle gang di Los Angeles, poi celebrate nella musica e per le strade di Compton dagli NWA e, successivamente, nel cinema da Tom Hanks che le indossò nel film *Forrest Gump*. Gli anni Settanta furono anni fortunati anche per il tennis, grazie ad atleti come Jimmy Connors, Bjorn Borg, John McEnroe, Martina Navratilova e Chris Evert. A questi incredibili personaggi sono legate alcune sneakers celebrative: il 1978 fu l'anno in cui Diadora lanciò le Borg Elite, il modello originale che porta il nome del campione con tanto di autografo sul lato, venduto in un sacchetto di tela con impresso il volto del tennista. Il loro successo fu dovuto all'essere considerate comode e adatte a tutte le occasioni, anche quelle più formali. Ma non fu l'unico: sulla scia dei modelli celebrativi, Converse produsse le Converse Jimmy Connors (con il nome del tennista sulla linguetta), e le Chris Evert, in onore della tennista americana vincitrice di 18 finali del Grande Slam.

In linea con le rivoluzioni culturali e di costume, anche per la sneaker culture gli anni Settanta hanno rappresentato un decennio fondamentale e di grande cambiamento: da elemento legato allo sport, sono diventate simbolo delle culture di strada, della musica e del lifestyle, un vero e proprio fenomeno inarrestabile e globale.

**Nella pagina a fianco:**  
Bella Hadid con un paio di Cortez in uno scatto per il 45esimo anniversario del celebre modello Nike



Protagonista di una mostra al museo ADAM di Bruxelles, il dancefloor non ha offerto soltanto un palcoscenico per performance individuali e collettive, ma con la sua estetica continua a influenzare le creazioni di molti designer

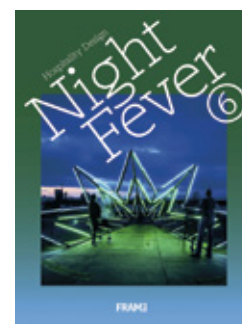


# NIGHT FEVER

di Alessia Delisi

Ha aperto qualche settimana fa *Night Fever. Designing Club Culture 1960–Today*, seconda tappa di una mostra che, dopo il Vitra Design Museum di Weil am Rhein, approda ora all'ADAM di Bruxelles per raccontare la storia del design e della cultura della club culture. Dalle discoteche italiane degli anni Sessanta, molte delle quali nate dalla collaborazione con architetti del Radical Design, fino al nuovo concept dello studio di Rem Koolhaas per il Ministry of Sound di Londra, passando naturalmente per il leggendario Studio 54, vero e proprio epicentro della cultura pop, il dancefloor ha offerto il palcoscenico ideale per performance individuali e collettive, con gli stilisti che nel frattempo fornivano outfit sfavillanti

per il ballo e lo sballo. A segnare il culmine della commercializzazione del movimento disco non sono soltanto film di successo come *Saturday Night Fever*, ma anche progetti visionari come *Disco Gufram* di Charley Vezza che per la scorsa Design Week milanese ha chiesto ad Atelier Biagetti, Rotganzen e GGSV di creare una compilation di arredi che stravolgersero gli spazi della casa per trasformarli in quelli di un surreale nightclub. In uscita a febbraio è invece *Night Fever 6*, l'ultimo volume di una fortunata serie edita da Frame Publishers che conduce il lettore in un viaggio affascinante attraverso i bar, i ristoranti e gli hotel più glamour, capaci di fondere architettura e design, arte e grafica, luce e musica.



**FRAME**

I bar, i ristoranti e gli hotel più cool del momento sono tutti nel nuovo *Night Fever 6*, in uscita a febbraio

**PUBLISHERS**

Nella pagina a fianco:  
Uno scatto di Rod Lewis  
per la mostra *Night  
Fever. Designing Club  
Culture 1960–Today*, fino  
al 5 maggio all'ADAM di  
Bruxelles



**GIULIANA MANCINELLI BONAFACCIA**

Ispirazione musicale per questo orecchino di Giuliana Mancinelli Bonafaccia in ottone bagnato nel rodio



**EX**

**NIHILO**

È un'overdose floreale  
quella di *Fleur Narcotique*,  
creazione olfattiva di  
Quentin Bisch per la  
collezione *Initiale* di Ex  
Nihilo



**DISCO**

**GUFRAM**

Disegnato da Atelier Biagetti, *Stanley* è l'intrigante nome di questo imbottito dall'estetica postmoderna le cui spalle laterali sono caratterizzate da un rivestimento specchiato



**ALBINO**

**TEODORO**

Non solo per la pista da ballo, quello proposto da Albino Teodoro per l'autunno inverno 2018/19 è un look sfavillante combinato con stampe check



**Saranno le città a salvare le foreste: il verde urbano è infatti una delle strategie più facili per difendere l'ambiente. E se è certo che dove si piantano gli alberi crescono benessere, ricchezza e sicurezza, è vero anche che serve sia un cambiamento di mentalità sia un'azione politica**

# FORESTE IN CITTÀ

di Marilena Roncarà



Il futuro del mondo è sempre più urbano: entro il 2050 si stima che oltre il 70% della popolazione globale popolerà le aree metropolitane (fonte: World Forum on Urban Forest 2018). Da qui la necessità di pensare a un modello equo e sostenibile di sviluppo. Sono infatti proprio le città, che tutte insieme occupano il 3% della superficie del pianeta e consumano il 75% delle risorse, le responsabili della produzione della gran parte dell'inquinamento presente nella nostra atmosfera. E sono sempre loro che, complice la forestazione urbana, possono diventare protagoniste di una vera e propria inversione di tendenza in senso green. L'aumento

esponenziale delle superfici verdi e alberate negli spazi urbani e periurbani ha, infatti, la reale potenzialità di rendere le città dei luoghi più felici oltre che più belli. Di questo si è occupato il primo World Forum on Urban Forests promosso dalla FAO che, dal 28 novembre al 1 dicembre 2018, ha radunato a Mantova (la città più verde d'Italia secondo la classifica di Legambiente e Ambiente Italia), oltre 400 esperti di più di 50 Paesi per discutere dell'importanza di integrare le infrastrutture verdi, gli alberi appunto, alle infrastrutture grigie delle città. Un'integrazione strategica in grado di migliorare la vita di milioni di persone, la qualità

dell'aria e capace anche di generare un ritorno economico. Basti pensare che, e a dirlo sono i Servizi Forestali degli Stati Uniti: «Ogni dollaro speso per gli alberi produce un ritorno di 2,7 dollari in benefici per la comunità». Inoltre ogni incremento del 10% di copertura arborea nelle città può portare a una potenziale riduzione di ozono dal 3 al 7% e a un abbassamento della temperatura atmosferica da 2 a 8 gradi. Rimozione dall'aria di inquinanti nocivi, riduzione dell'inquinamento acustico, miglioramento della temperatura locale, prevenzione di inondazioni e ancora salvaguardia della biodiversità sono solo alcuni dei benefici della forestazione nelle metropoli. Ma piantare alberi in città ha anche importanti ricadute sul benessere fisico e sociale di tutta la comunità: dalla riduzione attestata di patologie connesse all'asma, alla diminuzione del tasso di obesità dei bambini che vivono in aree con accesso a spazi verdi rispetto a coloro che ne hanno accesso limitato o nullo. La progettazione con pianificazione anticipata di spazi verdi non si deve limitare alla creazione di nuove foreste, ma deve contemplare la rigenerazione di quelli esistenti, la creazione di orti urbani e la trasformazione di tetti in prati o di spazi vuoti in oasi verdi.

È poi interessante notare come oggi nel mondo ci siano due tendenze uguali e contrarie: «Da un lato c'è una forte deforestazione dovuta ai cambiamenti climatici e alla ricerca di petrolio e di terre da coltivare, soprattutto in Amazzonia, nel Sud Est asiatico e in Africa. Dall'altro, soprattutto in Europa, c'è un continuo aumento delle superfici verdi, dovuto sia all'abbandono di piccoli centri rurali, di cui verde e foreste si stanno riappropriando, sia alla continua

diffusione del verde in città», ha spiegato al Forum Giorgio Vacchiano, ricercatore di Assestamento Forestale e Selvicoltura alla Statale di Milano. «Tanto più che un ettaro di foresta urbana può assorbire 300 tonnellate di CO<sub>2</sub> come le foreste pluviali o le giungle tropicali, perché le piante di città sono spesso più giovani di quelle di boschi e foreste e quindi si nutrono di più, assorbendo anidride carbonica in maggiore quantità». Molte città si sono già attivate in questo senso: Philadelphia ha in programma la piantumazione di un milione di alberi entro il 2021 e la creazione di 2.250 chilometri di vie alberate, Vancouver pensa di piantare 150 mila alberi entro il 2020, Madrid punta su un piano per rendere verdi i tetti degli edifici pubblici, Tirana sta cercando di integrare cittadinanza verde e tecnologia con un sito web che consente ai cittadini di piantare alberi e di curarne la crescita. Senza dimenticare il caso di Bogotá, che è passata dall'essere una delle metropoli più pericolose e inquinate del mondo al rappresentare un esempio virtuoso di rivoluzione green, con ben 120 chilometri di ciclabili e oltre 100 mila alberi che l'hanno fatta diventare una fra le dieci città più verdi al mondo. Da noi anche Milano ha in programma la piantumazione di nuovi alberi, circa tre milioni entro il 2030, il che dovrebbe equivalere a tremila tonnellate di PM10 assorbiti e alla riduzione di uno o due gradi della temperatura. Tutte le nostre città sono chiamate ad affrontare sfide epocali per il futuro dell'ambiente e la qualità della vita, modificando strategie di sviluppo, stili di vita e modi di abitare. La questione non è solo ecologica, ma anche e soprattutto politica, ha bisogno di scelte meditate, di azioni concrete e di investimenti reali.

**Nella pagina a fianco:  
scorcio di una città  
sostenibile nelle Filippine,  
frutto del progetto Clean  
& Green. Foto di Darwin  
Gernale**

**In questa pagina:  
Giappone, Temple Square.  
Foto FAO/Simone Borelli**





**Non è nemmeno focaccia: la pinsa romana è un'antenata del piatto italiano più celebre al mondo che oggi esce dalle mura della capitale e conquista le maggiori città, da Milano a Torino. Siamo davanti al prossimo food trend?**

# NON CHIAMATELA PIZZA

di Simone Zeni



Dopo che, nel 2017, è stata dichiarata Patrimonio Mondiale dell'Umanità UNESCO, la pizza napoletana non è più stata la stessa. Agli occhi di tutti oggi è più chiara la trasformazione che questo iconico piatto ha subito negli anni, un processo che nel tempo l'ha nobilitata, attraverso il lavoro e la ricerca che i maestri pizzaioli hanno svolto sulle tipologie d'impasto e sulla qualità degli ingredienti. La cosiddetta pizza gourmet, però, viene oggi affiancata da un altro prodotto lievitato di cui si parla con sempre maggiore frequenza: la pinsa romana.

«Sembra pizza ma non è», così si potrebbe dire parafrasando il cartone animato *C'era una volta... Pollon*. Non è solo il nome a essere simile. La pinsa è un'antica ricetta che risale al tempo dell'antica Roma e che oggi sta vivendo un periodo di grande successo. La versione originaria di quella che potremmo definire un'antenata della pizza era preparata dalle popolazioni contadine fuori le mura della capitale, le quali, grazie alla macinazione di farro, miglio e orzo, nonché all'aggiunta di sale ed erbe aromatiche, cucinavano queste schiacciatine allungate. Oggi

realizzata con un impasto di frumento, soia, riso e pasta madre, la pinsa romana è ancora caratterizzata dalla sua forma rettangolare e stondata agli angoli, talvolta ovale ma mai rotonda. Non a caso il nome deriva dal latino *pinsere*, ovvero allungare, schiacciare. Cotta anch'essa preferibilmente nel forno a legna, quando è fatta a regola d'arte risulta croccante ai bordi e morbida all'interno.

Tra i primi a proporre una versione "moderna" della pinsa e a far riscoprire questa delizia del passato va senz'altro citato il tecnico pizzaiolo Corrado Di Marco, fondatore dell'omonima azienda. Dal 2007 ai giorni nostri l'interesse attorno a questo piatto popolare e un po' dimenticato è progressivamente aumentato, tanto che oggi si contano nel mondo circa 5 mila "pinserie" tra ristoranti e attività di street food. La cosa singolare è però che, a eccezione della capitale, dove la produzione di questa pizza lunga, condita con pomodoro e formaggio, non se n'era mai andata del tutto, è stato l'estero ad accorgersi per primo della versatilità della pinsa romana: comfort food mediterraneo da poter mangiare nel weekend, seduti al tavolo o comodo e abbondante street food da passeggio.

Non ci sono regole per condirla, la ricetta originale non prevede alcun topping se non un condimento semplice di pomodoro e formaggio. Oggi, proprio come per la pizza gourmet, la pinsa si può arricchire con formaggi stagionati, verdure, affettati. E c'è chi azzarda anche una pinsa dolce...

La diffusione della pinsa in altre città italiane, in particolare al nord, è stata sicuramente accelerata proprio dopo l'importante e recente riconoscimento ottenuto dalla pizza. Tra i nomi di riferimento troviamo Pinsa per Tè, che a Torino, in piazza Solferino e in via Rattazzi, e a Milano, in via Sarpi, propone la sua versione gourmet, con accostamenti golosi e una predilezione particolare per gli ingredienti biologici. A Milano, sui Navigli, ha aperto Prima Comfort Food & Bar che, tra drink e piatti light, serve quella che si candida a essere la pinsa più cool della metropoli meneghina.

In Lombardia si stanno poi espandendo a macchia d'olio dei veri e propri format dedicati alla pinsa. Birra&Brace, che affianca alla pinsa diversi piatti di carne e birra abbondante, è presente a Monza e altri quattro ristoranti tra la provincia di Monza Brianza, Lecco, Milano e Bergamo. A Monza troviamo anche i

due ristoranti Pinseria Italiana, realtà presente anche in Spagna, a Barcellona. Ancora Dolcevita Ristorante Pinseria conta due ristoranti, uno sempre in provincia di Monza e Brianza e uno in quella di Bergamo; mentre San Martino Ristorante Pinseria riscuote successo a Garbagnate Monastero, nel lecchese. La pinsa la possiamo trovare in quel di Bologna, presso A la Romana di Medicina; a Firenze, da Bianca ZeroZero; a Genova, da Sivori Pinseria Osteria; a Verona, da Buseta & Boton; a Reggio Calabria, da La Cantina dei 100 Gusti; a Palermo, da Caligola. Nato tra lo scetticismo dei puristi della pizza, c'è persino un indirizzo nato a Napoli: La Pinsa Romana. E, ne siamo certi, l'elenco non potrà che aumentare...

**Nella pagina a fianco: la pinsa di Prima Comfort Food & Bar**

**In questa pagina: gli interni del locale di via Casale 7 a Milano**





# THAILANDIA DEL NORD

**SAWADEE KA!**

testo e foto di Cristina Buonerba



Che la Thailandia sia sempre un'ottima idea non è una novità. La regina del Sud Est asiatico ogni anno attira a sé un numero spropositato di turisti tra backpacker, honeymooner, amanti di yoga, meditazione e di spiagge bianche dall'acqua cristallina. Cosa succederebbe se invece decidessimo di puntare la bussola verso nord, una regione ancora poco battuta dal turismo di massa?

[thelazytrotter.com](http://thelazytrotter.com)

## BENVENUTI AL NORD

Se è vero che tutto il mondo è paese, anche in Thailandia le differenze tra il nord e il sud si fanno sentire. Mentre il sud è caratterizzato dalla bellezza delle sue isole, da quel sapore esotico che ci fa tanto sentire in vacanza e dall'eco dei paesaggi di *The Beach* (a proposito, sapevate che Maya Bay, la celebre spiaggia dove è stato girato il film con Di Caprio, è stata chiusa dalle autorità thailandesi a tempo indeterminato per preservarne l'ecosistema? Ecco cosa succede quando si viaggia in massa sempre e solo verso le stesse destinazioni), il nord della Thailandia vi accoglierà con il profilo delle sue montagne, la maestosità dei suoi templi e le antiche tradizioni delle popolazioni indigene.

## LA MECCA DEI NOMADI DIGITALI

Dubito fortemente che non abbiate mai sentito parlare di Chiang Mai ma, nel caso la risposta fosse negativa, eccomi qui pronta a soddisfare le vostre curiosità. La seconda città più grande di tutto il Paese, nonché l'antica capitale del regno di Lan Na, nell'era del web è riuscita a conquistarsi un posto di rilievo tra le mecche dei nomadi digitali. Con un costo della vita più che accessibile (un affitto mensile si aggira intorno ai 150-200 euro), una connessione internet da paura, spazi coworking aperti giorno e notte e un'immensa offerta culinaria, Chiang Mai si conferma una delle destinazioni preferite da chiunque lavori da remoto e abbia la fortuna di poter vivere viaggiando.



Il Wat Chedi Luang, uno dei templi più importanti della città di Chiang Mai

## CHIANG MAI, THAI AL 100%

La buona notizia è che Chiang Mai non è interessante solo per chi lavora dal computer, anzi! Il periodo migliore per visitarla va da novembre a febbraio, quando il tasso di umidità è ancora umanamente sopportabile e la stagione delle piogge non è esplosa del tutto. A Chiang Mai ci sono tantissime cose da fare: con più di 300 templi da visitare, la città si divide tra la sua old town caratterizzata da stradine,



street art, centri di yoga e localini, e Nimman, un quartiere a metà tra il caos totale di una città del sud est asiatico, vibrazioni che sembrano essere uscite direttamente dall'immaginario hipster thailandese e un grandissimo centro commerciale. A cavallo tra antiche tradizioni e contaminazioni instagrammabili, una volta a Chiang Mai avrete l'imbarazzo della scelta su cosa fare. Se non ci credete, leggete il paragrafo successivo.

## LANTERNE ED ELEFANTI

Il Loi Krathong, il famoso festival delle lanterne, ogni anno viene celebrato a Chiang Mai, illuminando il cielo con migliaia di luci che portano con sé i desideri di chi le ha lasciate volare via. Si tiene a novembre ed è un'esperienza che toglie il fiato e che tutti dovrebbero poter vivere almeno una volta nella vita. A Chiang Mai, poi, è possibile visitare uno dei numerosi santuari degli elefanti: centri di recupero che si occupano di elefanti sfuggiti allo sfruttamento turistico o affetti da cattive condizioni di salute. Attenzione: per quanto incontrare questi animali sia un'emozione fortissima e possa rappresentare una grande tentazione, purtroppo essi sono spesso vittime di sfruttamento. Prima di prenotare la vostra visita, assicuratevi che non si tratti di un centro per turisti ma di un vero e proprio rifugio per elefanti che segue principi etici a favore degli animali stessi.



Il Loi Krathong si festeggia nella notte di luna piena del 12esimo mese del calendario lunare thailandese

## NAN, UNA PERLA NASCOSTA

Nan è quel che si può dire una vera e propria perla nascosta, una città dover poter osservare i ritmi thailandesi ancora estranei ai meccanismi turistici. Situata a circa 700 chilometri da Bangkok, a metà strada tra Chiang Mai e Luang Prabang, in Laos, questa città thailandese saprà accogliervi con la maestosità dei suoi templi

pregni di storia e il colore del suo mercato notturno. Qui avrete anche la possibilità di visitare una delle vicine piantagioni di caffè, dove poter osservare la natura di questi paesaggi a un passo dai confini laotiani in tutto il loro splendore.



Nan si trova a 700 chilometri a nord rispetto a Bangkok, molto vicino al confine con il Laos

## AROY & PET, DUE PAROLE DA NON DIMENTICARE

La Thailandia nutre una vera e propria ossessione per il cibo. Lo si può trovare dappertutto, a qualsiasi ora del giorno e della notte e, soprattutto, si tratta di cibo sempre buonissimo. Se non volete che le vostre papille gustative vadano letteralmente a fuoco, considerata la piccantezza dei piatti thai, fareste bene a imparare queste paroline magiche: *Mai pet* (non piccante), *Pet noi* (un pò piccante), *Pet mak* (molto piccante). Anche *aroy* è un termine che bisognerebbe imparare: significa buono e i thailandesi da bravi mangioni amano le dimostrazioni di apprezzamento per la bontà del cibo. Una volta nel nord della Thailandia non dimenticate di assaggiare il *khao soi*, una zuppa tipica della regione a base di tagliolini all'uovo fritti immersi in un mare di latte di cocco e brodo di carne di pollo, accompagnata da scalogno, lime, cavolo verde e chili in polvere. Molto, molto, molto *aroy*!



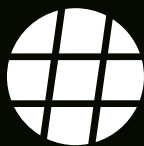
Il cibo si trova dappertutto in Thailandia, a ogni angolo della strada

**15 JANUARY 2019**  
**THE TECH CONFERENCE**  
**FOR THE FASHION INDUSTRY**

**HOW TO TRANSFORM  
YOUR ORGANISATION**

**GET  
YOUR  
TICKET  
NOW!**

**KRAFTWERK BERLIN**  
**WWW.FASHIONTECH.BERLIN**



**FASHIONTECHBERLIN**  
THE C-LEVEL BUSINESS PLATFORM

71

COLLE DER FOMENTO	COSMO FESTIVAL	SALMO
BOOMDABASH	CALCUTTA	GIARDINI DI
MIRÒ	FRAH QUINTALE	E' BAL
CARSTEN HÖLLER	ANDY WARHOL	JEAN DUBUFFET
		ZEROCALCARE

# EVENTS



music

theatre

arts

Mimmo Rotella,  
*Divertiamoci* (1966)  
contenuto nella mostra  
"Camera Pop" fino al 13  
gennaio a Torino

[wumagazine.com](http://wumagazine.com)



# COLLE DER FOMENTO



Il loro *Adversus* è stato uno dei dischi più attesi di tutto il 2018, arrivato a 11 anni di distanza dall'ultimo *Anima e Ghiaccio*. Una decade in cui la musica è cambiata radicalmente, sia nei suoi attori sia nel modo in cui la si ascolta, giusto per fare qualche esempio. Quello che non è cambiato è la sincerità con cui i Colle Der Fomento approcciano l'hip hop, materia artistica che hanno sempre trattato con cura e rispetto. E lo si capisce anche dalla decisione di uscire a distanza di poco tempo con *X tutto questo tempo*, documentario che racconta la genesi di *Adversus*. In ogni proiezione è previsto uno speech del Colle, la visione del documentario e il dj set finale. Un regalo di Natale che si sono fatti Danno, Masito e Dj Baro e che fanno soprattutto ai loro fan, che avranno l'occasione di entrare nel mondo del Colle Der Fomento, nella loro sala prove, nella loro vita insomma. Sei le proiezioni previste in questo dicembre: dopo Bologna, Torino e Napoli, ultime tre tappe a Firenze (il 18 dicembre), Roma (il 19) e Milano (il 20).

a cura della redazione di WU

## FIRENZE

il 18 dicembre al Combo

## ROMA

il 19 dicembre al Nuovo Cinema Palazzo

## MILANO

il 20 dicembre a Santeria Social Club

orario: dalle 20.30

ingresso: da euro 0 a euro 5

[colledefomento.net](http://colledefomento.net)

## CALENDAR

### DUTCH NAZARI

Milano

20/12

Biko

### FRAH QUINTALE

Torino

20/12

Hiroshima Mon Amour

### GALEFFI

Roma

21/12

Atlantico Live

### SALMO

Milano

22/12

Forum

### KAOS ONE

Firenze

21/12

Combo Social Vlub

### WILLIE PEYOTE

Torino

12/01

Teatro della Concordia

### CALCUTTA

Milano

20/01

Forum

### GIARDINI DI MIRÒ

Roma

25/01

Monk Club

### ERNIA

Napoli

26/01

Duel Beat

### FLOGGING MOLLY

Bologna

28/01

Estragon

## COSMO FESTIVAL



Un capodanno techno con alcuni dei protagonisti più importanti della scena internazionale: Cosmo Festival torna a Roma con diverse conferme rispetto alle passate edizioni – Ilario Alicante, Joseph Capriati, Marco Faraone – e alcune nuove entrate in line up che non potranno che far piacere agli amanti del genere. A salutare il 2019 saranno a Roma anche Apparat (con un dj set), i Pan Pot, Sam Paganini e Amelie Lens, dj belga 28enne presente già da qualche anno in tutti gli eventi più rilevanti a livello mondiale. Biglietti disponibili per party e after sui classici circuiti, ma c'è anche la possibilità di pacchetti con pernottamenti su più giorni, per godersi Roma non solo la notte dell'ultimo dell'anno.

## ROMA

il 31 dicembre al Palazzo dei Congressi

Piazza Guglielmo Marconi

orario: dalle 20

ingresso: da euro 50

[cosmofestival.com](http://cosmofestival.com)

## BOOMDABASH & FRIENDS



I Boomdabash festeggiano i 15 anni di carriera con un concerto-evento all'Alcatraz di Milano che li vedrà impegnati insieme a tanti degli artisti con cui in questi anni hanno collaborato e diviso i palchi di tutta Italia. Biggie Bash, Payà, Ketra e Blazon sono appena tornati da un tour europeo di *Barracuda*, il loro ultimo disco, che li ha visti esibirsi in città come Madrid, Zurigo, Londra, Barcellona e Parigi, altro momento importante per un gruppo che è cresciuto passo dopo passo acquisendo credibilità e pubblico. La festa dell'Alcatraz di fine gennaio è più che meritata per loro, per chi li ha sempre seguiti e per chi li ha appena scoperti.

## MILANO

il 24 gennaio all'Alcatraz

via Valtellina 25

orario: ore 21

ingresso: euro 17,25 + ddp

[boomdabash.com](http://boomdabash.com)

**Con Bloop Festival ha trasformato Ibiza in una meta di turismo anche culturale, con Bloop Experience Biokip si sposta nella periferia milanese, a Calvairate, con corsi di formazione e artisti internazionali impegnati a realizzare murali sulle pareti delle case popolari**

# BLOOP EXPERIENCE

di Elisa Zanetti

foto di Sontonkawa



«Dopo otto anni in giro era giusto tornare a casa», ci racconta così Matteo, fondatore di Biokip, il lancio della prima edizione di Bloop Experience, costola milanese di Bloop Festival, la kermesse dedicata alla street art e all'arte proattiva che interpreta i muri di Ibiza. Il cognome preferisce non dirlo, non per nascondere qualcosa, ma perché, spiega, «vogliamo fare un festival, non emergere». Dopo l'esperienza ibizena, che ha portato in un luogo solitamente

noto per spiagge e discoteche artisti internazionali del calibro di Okuda, Interesni Kazki e Agostino Iacurci, ora Biokip muove un primo passo nel quartiere milanese di Calvairate. Qui, oltre ai murali su palazzi concessi da MM, la società del Comune che gestisce le case popolari, Matteo e il suo team hanno organizzato con Associazione Lato Corto corsi gratuiti di stampa 3D e Arduino per offrire nuove opportunità ai ragazzi del quartiere, e non solo.

## Com'è nata l'idea di abbinare interventi di street art a corsi di formazione?

Ciò che unisce questi elementi sono la creatività e la possibilità di esprimersi. Siamo entrati in contatto con il mondo della street art parecchi anni fa, affascinati dall'approccio anarchico di espressione degli artisti, che attraverso i loro gesti sembravano dire: «Disegno e racconto ciò che voglio, dove voglio», rischiando sulla propria pelle anche denunce. Non condividiamo l'approccio vandalico, però ci siamo resi

conto che l'adrenalina che coinvolgeva i nostri coetanei permetteva loro di non fare stupidaggini. Siamo cresciuti in un contesto nel quale c'era bisogno di avere qualcosa che desse entusiasmo e la street art era la risposta. Oggi la street art tende a essere vista solo come strumento di riqualificazione urbana, di abbellimento a buon prezzo e spesso non c'è attenzione per il percorso degli ideatori, si usano le loro opere solo per colorare delle facciate. Gli artisti stessi utilizzano questa forma di espressione per acquisire importanza all'interno del mercato dell'arte. La street art però resta vera quando riesce a comunicare. Abbiamo la speranza di riuscire a richiamare l'attenzione dei ragazzi attraverso delle opere che parlino, ma anche attraverso dei corsi che diano loro una chiave per esprimersi e inventarsi un lavoro.

## Perché proprio il 3D e Arduino?

Perché una stampante 3D costa 150 euro, il filamento costa poco, ci sono molti software liberi, Arduino costa 5 euro. Sono strumenti accessibili a tutti, serve solo la voglia: molti ragazzi fanno corsi e si aggiornano su YouTube. Credo sia fondamentale avere la possibilità di coltivare un interesse. Se c'è interesse uno investe, se uno investe ha qualcosa da perdere e se ha qualcosa da perdere cerca anche di fare andare le cose, se invece lasciamo che i ragazzi stiano tutto il giorno al parchetto a fumare di certo non avranno stimoli per migliorarsi.

## Il vostro progetto è stato selezionato da un bando del Comune di Milano dedicato alla realizzazione di interventi nelle periferie. Perché avete scelto Calvairate?

Perché è una zona difficile e l'idea di intervenire con la nostra esperienza in un'area complessa è stimolante. Ci sono problemi legati allo spaccio e alla convivenza con un grande campo rom. È un progetto ambizioso, non so se ci riusciremo al 100%, però la direzione è questa.

## Qual è il tema di Bloop Experience?

Non c'è un tema, è un'edizione pilota. Abbiamo cercato di descrivere al meglio agli artisti il contesto nel quale interverranno: si tratta di edilizia popolare, di palazzi vecchi, degli anni Trenta e Quaranta, costruzioni che un tempo erano in mezzo alla campagna e ora non lo sono più. Ci sono molti anziani e molti immigrati. Stiamo frequentando la zona per raccogliere anche i pareri dei residenti e allo stesso modo gli artisti valuteranno in che modo entrare in sintonia con gli abitanti e coinvolgerli.

## Quante opere verranno realizzate e quali artisti le dipingeranno?

Non lo sappiamo ancora con certezza. I muri a disposizione sono sette, ma dobbiamo ovviamente fare i conti con le risorse che abbiamo e le spese sono molte tra materiali, mezzi per permettere agli artisti di lavorare, sicurezza, senza contare le complicazioni legate all'occupazione del suolo pubblico. Questo ovviamente influenza anche la scelta dei nomi: stiamo lavorando per portare due artisti a collaborare insieme a una grande opera, ma le risposte le avremo prossimamente e il risultato lo vedrete ad aprile, quando sveleremo il tutto con un evento nel quartiere.



## E' BAL



### CALENDAR

Alessandro Di Pietro  
SHORT STORIES OF FIRES  
AND CARBON

Bologna  
14/12  
Raum

Sotterraneo  
BE NORMAL!

Torino  
18/12 – 19/12  
Cubo Teatro

Chiara Guidi  
MONSIEUR TESTE

Cesena  
21/12  
Teatro Bonci

Teatro delle Albe  
MARYAM

Vicenza  
18/01  
La Piccionaia

Puntozero Teatro  
ANTIGONE

Milano  
22/01 – 27/01  
Piccolo Teatro Studio  
Melato

Compagnia Licia Lanera  
THE BLACK'S TALES TOUR

Napoli  
31/01  
Ex Asilo Filangeri

Anagoor  
SOCRATE IL  
SOPRAVVISSUTO  
Siena  
06/02  
Teatro dei Rozzi

Raccogliere il meglio della danza contemporanea prodotta in Italia e presentarla – a prezzi più che accessibili – nell'arco di cinque mesi in nove diversi teatri di otto comuni del territorio, per un totale di 23 appuntamenti tra spettacoli, masterclass, ma anche momenti di formazione e di incontro con artisti: questo è l'ambizioso obiettivo di E' BAL (Il Ballo), progetto sostenuto dal Circuito Regionale Multidisciplinare dell'Emilia Romagna e condiviso da alcune delle (tante) eccellenze locali, dal Teatro Dimora di Mondaino a Santarcangelo dei Teatri. In un Paese, e in un settore, nel quale spesso si fa fatica a creare network al di là dei proclami altisonanti, ancora una volta la terra di Romagna ci dà il buon esempio, dando vita a un modello che varrebbe la pena imitare in molte regioni. A dicembre la rassegna presenta Fattoria Vittadini con *Vanitas* al Cinema Teatro Moderno di Savignano (mercoledì 12), Barbara Berti con *Bau#2* al Lavatoio di Santarcangelo (venerdì 21), per poi proseguire – dopo un inizio 2019 dedicato ai più piccoli – da marzo con Raffaella Giordano, Masako Matsushita, Luna Cenere, Annamaria Ajmone, Muta Imago, Daniele Ninarello, Cristina Kristal Rizzo e molti altri protagonisti. Il consiglio è di tenere d'occhio il sito per rimanere sempre aggiornati su novità e fuori programma.

a cura di Matteo Torterolo

### LUOGHI VARI

fino al 4 maggio 2019  
orario: vari  
ingresso: da euro 3 a euro 10  
[ebalromagna.com](http://ebalromagna.com)

## CALCINCULO



Il nuovo progetto di Babilonia Teatri, vincitore nel 2016 del Leone d'Argento alla Biennale di Venezia, è una performance dove – come spesso accade nei lavori della compagnia – le parole prendono la forma della musica: in questi tempi ossessivi accade infatti troppo spesso che le parole e le immagini non riescano più a raccontare da sole una storia. Mentre mangiamo *fast*, lavoriamo *fast*, viviamo *fast*, sogniamo un'isola felice che abbia un tempo diverso, e se ci sembra arcaico esprimere un'opinione all'interno di una collettività, commentiamo bulimicamente qualunque notizia dietro lo schermo di un computer. Con la consueta maestria, realtà e finzione si sovrappongono in un lavoro duro, violento, come sempre da non perdere.

### MONTEPULCIANO (SI)

il 25 gennaio al Teatro Poliziano  
via Fiorenzuola Vecchia 5  
orario: da def.  
ingresso: da euro 14 a euro 18  
[fondazionecantieri.it/it/teatro-poliziano](http://fondazionecantieri.it/it/teatro-poliziano)

## DUX IN SCATOLA



Vale la pena avventurarsi (per la seconda volta questo mese) nella provincia romagnola per vedere uno dei gioielli del teatro politico italiano – ma non solo – degli ultimi vent'anni: *Dux in scatola* della Compagnia Frosini Timpano è la parabola allucinata e allucinante della salma del duce, da Piazzale Loreto nel '45 alla sepoltura nel cimitero di San Cassiano di Predappio nel '57. Alle avventure *post mortem* del cadavere eccellente si intrecciano brani di testi letterari del Ventennio (Marinetti, Gadda, Malaparte...) e materiali disparati, nel tentativo di tracciare il percorso – mai concluso – di Mussolini nell'immaginario degli italiani. Da vedere e rivedere.

### POGGIO TORRIANA (RN)

il 27 gennaio alla Sala Teatro Centro Sociale  
via Costa del Macello 10  
orario: da def.  
Ingresso: euro 8  
[facebook.com/poggiotorriana](https://facebook.com/poggiotorriana)

# THE ART OF BANKSY



## CALENDAR

### CARSTEN HÖLLER

Milano  
fino al 12/01  
Massimo De Carlo

### FRANCO FONTANA

Milano  
fino al 15/01  
Still Fotografia

### WORLD PRESS

#### PHOTO 2018

Bard (AO)  
07/12 - 06/01  
Forte di Bard

### CHRISTO&ANDREW

Modena  
fino al 22/12  
Metronom

### ALEXANDER RODCHENKO

Senigallia (AN)  
fino al 20/01  
Palazzetto Baviera

### ANDY WARHOL

Roma  
fino al 03/02  
Complesso del Vittoriano

### ZEROCALCARE

Roma  
fino al 10/03  
MAXXI

### LONDON SHADOW

Napoli  
fino al 20/01  
Gallerie d'Italia

Sono sempre più numerose le istituzioni museali che dedicano mostre a esponenti della street art, incorniciando e relegando entro le mura dei propri spazi espositivi ciò che è invece destinato alla dimensione pubblica della strada. La pratica, che scatena spesso le ire degli artisti – vi ricordate di Blu che in una notte ha cancellato tutti i suoi murali dalla città di Bologna per protestare contro la privatizzazione dell'arte urbana? – ha questa volta per protagonisti l'ignaro Banksy, artista la cui fama è paradossalmente legata alla sua invisibilità, e il MUDEC di Milano, che dichiara la mostra “non ufficiale e non autorizzata”. Il visitatore si troverà quindi di fronte a un'esposizione accademica e disobbediente al tempo stesso che, con quasi 200 opere tra dipinti, stampe, fotografie, video, copertine di dischi e memorabilia di vario tipo, cerca di forzare l'universo di un artista i cui messaggi sono entrati nell'immaginario collettivo globale. Il tentativo del percorso, che vede la curatela di Gianni Mercurio, sembra infatti quello di “addomesticare” un'arte a suo modo sovversiva, inquadrandola nella storia dell'arte contemporanea. Se ci riesca o meno lo lasciamo decidere a voi.

a cura di Alessia Delisi

## MILANO

fino al 14 aprile  
presso MUDEC - Museo delle Culture  
via Tortona 56  
orari: lunedì dalle 14.30 alle 19.30  
da martedì a domenica dalle 9.30 alle 19.30  
giovedì e sabato fino alle 22.30  
ingresso: da euro 8 a euro 14  
[mudec.it](http://mudec.it)

## CAMERA POP



Per gli artisti della Pop Art la fotografia non è stata solo una fonte di ispirazione, ma un vero e proprio strumento di lavoro. Si pensi a Andy Warhol per cui la fotografia è quasi un atteggiamento mentale, un modo di essere. Ma si pensi anche, al di qua dell'Oceano, a Mario Schifano e Franco Angeli, ma soprattutto a Ugo Mulas che, con le sue serie dedicate agli esponenti della Pop Art, si spinge ben oltre il semplice reportage. Curata da Walter Guadagnini, la mostra si compone di 150 opere che ripercorrono la storia dell'opera d'arte nell'epoca in cui la fotografia ne ha reso possibile la riproducibilità.

## TORINO

fino al 13 gennaio  
presso CAMERA - Centro Italiano per la Fotografia  
via delle Rosine 18  
orari: da mercoledì a lunedì dalle 11 alle 19  
giovedì fino alle 21  
ingresso: da euro 6 a euro 10  
[camera.to](http://camera.to)

## JEAN DUBUFFET



Promotore dell'Informale, Jean Dubuffet ha sostenuto tutto ciò che di genuino e primordiale c'è nelle manifestazioni espressive prodotte senza alcuna intenzionalità. A questo artista visionario, che con le sue opere ha aperto la via ai graffiti e all'arte di strada, Palazzo Magnani dedica una rassegna composta da 140 opere tra dipinti, disegni, sculture, libri e dischi, oltre che da un nucleo di 30 lavori di alcuni storici protagonisti dell'Art Brut. Curata da Martina Mazzotta e Frédéric Jaeger, l'esposizione è un inno a quel segno libero e spontaneo capace, secondo Dubuffet, di raffigurare il pensiero.

## REGGIO EMILIA

fino al 3 marzo  
presso Palazzo Magnani  
corso Garibaldi 29  
orari: da martedì a giovedì dalle 10 alle 13  
e dalle 15 alle 19  
venerdì, sabato, domenica e festivi dalle 10 alle 19  
ingresso: da euro 6 a euro 12  
[palazzomagnani.it](http://palazzomagnani.it)



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

Questo mese anche a PITTÌ IMMAGINE UOMO (Firenze, 8-11 gennaio) PREMIUM SEEK (Berlino, 15-17 gennaio)

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 **God 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** 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 **Serendepity** 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 Thaon 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 Malìà** 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 **Palestra 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 **Intromoenia** 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 70 **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 Alfarano** 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) **Jazz Club** Via Carducci 3b, Parma - C.so della Repubblica 53/55, Forlì **High Time** **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

**fotolito e stampa**

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

**collaboratori**

Francesco Avolio, Cosimo Bellomo, Cristina Buonerba, Matteo Congregalli, Lucia Del Pasqua, Alessia Delisi, Greta Fumagalli, Alessandra Lanza, Maela Leporati, Misaki Kato, Nicolò Piuze, Matilde Quarti, Daniel Sanchez, Allegra Silva, Alessia Stefano, Chiara Temperato, Matteo Torterolo, Gianluca Vitiello, Simone Zeni, Mauro Zucconi

**fotografi**

Vins Baratta, Cristina Buonerba, Emanuele Ferrari, Young Goats, So Jin Park, Madhavan Palanisamy, Mattia Pasin, Sontokawa, Jesse Rieser

**advertising**

adv@mcsmedia.it

**info abbonamenti**

info@mcsmedia.it  
T. +39 02 45491091

wumagazine.com

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

**WORK HARD  
PLAY HARD**

**10 YEARS OF**

**SEEK**

**15-17 JANUARY 2019  
ARENA BERLIN**





**Saucony**   
ORIGINALS

RUN  
YOUR  
WORLD

[www.sauconyoriginals.it](http://www.sauconyoriginals.it)