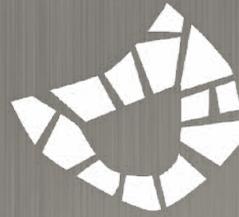
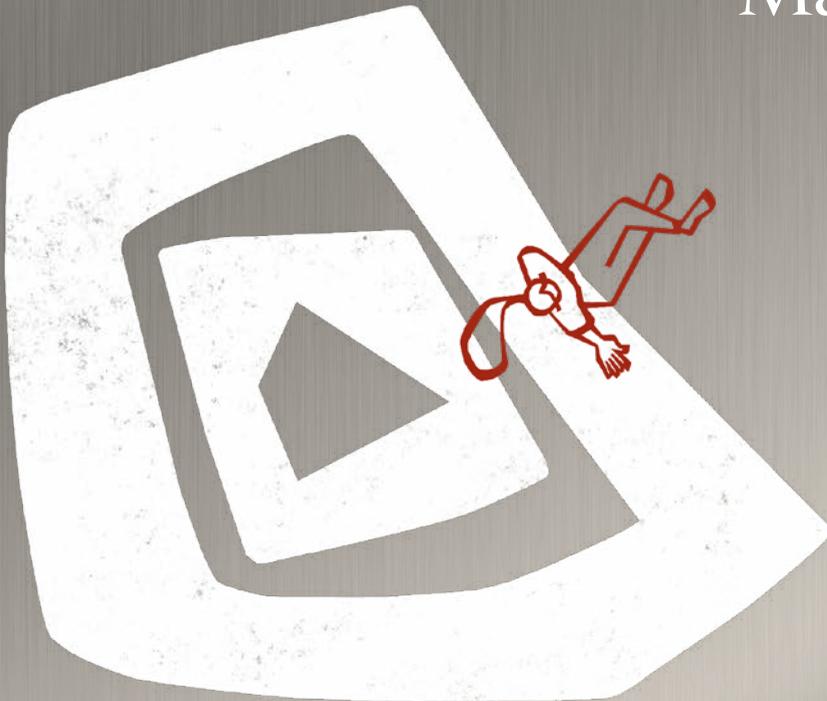


G

VI



Magazine
#04
April
2024

G
VI

#04
April
2024



Publisher's letter

Giovanni del Vecchio

Here we are, once again in Milan. After numerous trips around the world accompanied by the searching, curious gaze that GMagazine has instilled in us, we're back and ready to set off and explore more of Milan, that fascinating city of hubbub and points of convergence, of intellectual, artistic, entrepreneurial and design adventures. The Milan of many faces, each with a story to tell. A city brimming with secret and surprising places, with iconic destinations that have the knack of transforming themselves to accommodate new needs and the new styles, inventions and ideas that the continual stream of visitors bring. Milan, capital of a whorl of small regional capitals nurturing different areas of expertise that include design, of course, but also agribusiness, tertiary industry, science and cutting-edge research—areas that are in constant evolution and in these new times are adapting to the call to be sustainable, to be organic. In among these little capitals is our own incredible local territory of Meda and Brianza, the recipient of our passion, attention and care for over a century, because we believe that this rapport is fundamental for our growth and our future. These two special communities continue to bring vision and skill to a manufacturing approach that reinvigorates tradition without succumbing to nostalgia. Evolution, not revolution. This is the philosophy that guides Giorgetti every day and GMagazine is a crucial part of this process. Expanding knowledge and stimulating spheres of interest, it goes beyond the page and takes us into windows and shared spaces of places that concern us, it opens up to worlds that question us. It also reminds us that, as we engage in the processes of modernisation, capital cities have the power to attract and drive change, as long as there are human beings able and willing to create, recreate and challenge knowledge and approaches. People with the variety and ability to interweave complex interactions—with each other, with the physical world, with the worlds of ideas. Ethics tell us this, as do neuroscience and art. And it is that capacity to keep one's distance that we recognised in the works of Andrea Cascella that accompany us throughout this edition.



Editorial

Cristiana Colli

GMagazine#04 renews the dialogue between different sensibilities. Among its pages are numerous viewpoints and questions about meaning, with ideas and thoughts that interchange, weave together, illuminate in the way votive candles flicker and burst into flame with every step. The knowledge of colour and the connections that every hue establishes take us on a journey into the emotional and dazzling blue of Mexico, the Fra Angelico and the Adriatic Sea. This interconnection between body and mind is a journey that has excited humankind through history. The brain's anatomical texture that neuroscientists study in the name of research but describe as a humanistic challenge in the light of the wonder and mystery of life. Regardless, the landing remains a public space, the subdued centre of every possible facet of a relationship. Whether that is the last call for a life-saving connection, or the impenetrability of stone that gives way to embracing forms. Perhaps it's the gardens of Tangier, a metaphor for once literary then botanic or scenic places; or Milan, a magnificent, surprising setting of exteriors and spaces, art and architecture, a capital city of unfailingly contemporary multi-layered visions and designs. Maybe it's found in traditional patisseries, a cultural and aesthetically pleasing, sensorial experience where desires collide with tastes, memories of a place and new economies; or in the museums we stroll—lay churches; communities looking for new members. Turning to another background, manufactured landscapes; marks created by other minds—these are urgent questions that deal with the access and new form of responsible citizenship. Every story told, through words, sounds and images, circles back to humankind, to the body, to the essential space between things in the worlds. Is there anything else?



CONTENTS

CONTRIBUTORS [006] / SMALL TALK [007] *Head-to-head with Draga Obradovic and Aurel K. Basedow* / CONTEMPORARY [008] *Artful façades*, Fulvio Irace / OUTSIDE THE BOX [014] *The unbearable lightness of fashion*, Renata Molho / PHOTO JOURNAL [020] *Milan, a grand tour*, Giancarlo Bosio, photos Federico Cedrone / INTERVIEW WITH [041] *900+100. In Milan, new life for the Museo del Novecento*, Francesca Molteni / ON THE SHELF [049] *Eden revisited*, Giuseppe Fantasia / HOTSPOT [054] *Around the Persian Gulf. The El Dorado of today*, Roberta Busnelli / TRADITIONS IN TRANSITION [059] *New forms for sweet traditions*, Anna Prandoni / ITALIAN STORIES [064] *Interlocking poetry*, Cristiana Colli / MYTHS & RITUALS [068] *Azure, mid-October*, Giulio Ridolfo / ANNIVERSARY [070] *Move. 10 years up and down. Bon anniversaire!*, Cristiana Colli / PROJECTS [072] *HBA experience* / ENVIRONMENT [077] *Magical AI*, Francesca Molteni / WHAT'S NEXT [080] *Beyond mind-body dualism*, Martina Ardizzi / BACK TO THE FUTURE [084] *#Journeys in the Giorgetti Archive. Gazebo*, Cristiana Colli / LAST CALL [086] *And yet*, Giuseppe Fantasia / EYE ON [088] *The creative empathy of Fernando*, Roberta Busnelli / PRODUCTS [090] *Interpretations* ∞ TRANSLATIONS [108]



SILVIA ANDALÒ WORKS AT THE SAN MARCO MUSEUM IN FLORENCE. SHE PERIODICALLY PUBLISHES ON THE MUSEUM'S BLOG, TRYING TO LOOK BEYOND ART HISTORY. WITH A UNIVERSITY DEGREE IN COMPARATIVE LITERATURE, FOR YEARS SHE WORKED IN HUMAN RIGHTS EDUCATION AT AMNESTY INTERNATIONAL. SHE'S VISUALLY IMPAIRED, HAS A WONDERFUL DAUGHTER, AND HAS YEARS OF EXPERIENCE CREATING ROUTES ABOUT MULTI-SENSORY PERCEPTION.

MARTINA ARDIZZI, RESEARCHER AT THE MEDICAL SCHOOL OF THE UNIVERSITY OF PARMA. SHE CONDUCTS INTERNATIONAL STUDIES ON THE NEUROBIOLOGICAL BASES OF THE REPRESENTATION OF THE BODY IN SPACE, AND IS THE RESEARCH DIRECTOR AT THE NON-PROFIT FHM-ITALIA, A MEMBER OF THE BIOETHICS CENTRE AT THE UNIVERSITY OF PARMA AND PART OF THE ACADEMIC COMMITTEE OF THE BIENNALE TECNOLOGIA OF TURIN.

GIANCARLO BOSIO, ARCHITECT, DESIGNER AND ART DIRECTOR. HAVING GRADUATED UNDER THE MENTORSHIP OF ARCHITECT GIANCARLO DE CARLO, HE HAS WORKED IN PRODUCT DESIGN SINCE THE START OF HIS CAREER. IN 2013, HE BECAME CREATIVE DIRECTOR AT THE GIORGETTI GROUP. HE IS PASSIONATE ABOUT TRENDS AND NEW PANORAMAS IN THE WORLD OF ART AND DESIGN.

ROBERTA BUSNELLI, CULTURAL CONSULTANT AND CONTENT EDITOR. SHE OVERSEES EDITORIAL, MULTIMEDIA AND EXHIBITION PROJECTS. SHE HAS WORKED WITH THE UNIVERSITÀ CATTOLICA DI MILANO ON THE DIGITAL PROMOTION AND DISSEMINATION OF HISTORICAL AND ARTISTIC HERITAGE. ATTENTION TO DETAIL, AN OBSESSION WITH QUALITY AND PASSION FOR RESEARCH ARE ALL PART OF HER PLANNING PROCESS.

CRISTIANA COLLI, JOURNALIST, CULTURAL CONSULTANT, CURATOR. SHE WORKS ON DEVELOPMENT PROJECTS RELATED TO LANDSCAPE, CONTEMPORARY ART AND ARCHITECTURE, DESIGN AND 'MADE IN ITALY' FOR INSTITUTIONS, MUSEUMS AND COMPANIES. SHE IS THE EDITOR OF MAPPE MAGAZINE AND THE CREATOR AND CURATOR OF DEMANIO MARITTIMO.KM-278. SHE BRINGS THEORY AND RESEARCH ABOUT THE LAND, TRADITIONS AND THEIR TRANSFORMATION TO ALL OF HER PROJECTS.

GIUSEPPE FANTASIA, JOURNALIST WITH A LAW DEGREE. HE WRITES FOR THE CULTURAL SECTION OF FOGLIO, WHERE HE HAS A COLUMN TITLED 'ODO ROMANI FAR FESTA'. HE WORKS WITH L'ESPRESSO, VOGUE, HEARST AND LE GUIDE DI REPUBBLICA. HE'S THE AUTHOR OF ROMA: TRAVEL TALES FOR BEAUTY LOVERS (RIZZOLI, NY). HE WAS THE ASSISTANT DIRECTOR FOR THE DOCUMENTARY LA LUCIDA FOLLIA, WINNER OF A DAVID DI DONATELLO AND A NASTRO D'ARGENTO AWARD.

FULVIO IRACE, PROFESSOR EMERITUS IN ARCHITECTURAL HISTORY AT THE POLYTECHNIC UNIVERSITY OF MILAN. A HISTORY EXPERT AND A MODERN AND CONTEMPORARY DESIGN CRITIC, HE IS MOSTLY INTERESTED IN THE HISTORIOGRAPHIC ISSUES OF ITALIAN ARCHITECTURE, TO WHICH HE HAS DEDICATED MANY EXHIBITIONS AND BOOKS. HE'S A FOUNDING MEMBER OF THE MUSEOCITY ETS ASSOCIATION.

RENATA MOLHO, JOURNALIST, ESSAYIST AND CURATOR. WHEN SHE ISN'T WORKING ON EDITORIAL PROJECTS OR EXHIBITIONS, FOR OVER 40 YEARS SHE HAS DEDICATED HER TIME TO FASHION, WHICH SHE BELIEVES IS AN INTERESTING LENS THROUGH WHICH TO UNDERSTAND SOCIETY. SHE HAS CONDUCTED CLASSES ON JOURNALISM, AND SHE IS THE AUTHOR OF NUMEROUS BOOKS, INCLUDING BEING ARMANI, THE FIRST GIORGIO ARMANI BIOGRAPHY, TRANSLATED INTO TEN LANGUAGES. HER FIRST NOVEL WILL BE PUBLISHED IN 2024.

FRANCESCA MOLteni, CURATOR AND MOVIE AND DOCUMENTARY FILMMAKER. HER FILM PRODUCTION COMPANY, MUSE FACTORY OF PROJECTS, FOUNDED IN MILAN IN 2009, DEVELOPS AND CREATES EDITORIAL AND MULTIMEDIA PROJECTS TO PROMOTE BUSINESSES AND CULTURAL INSTITUTIONS. MUSE SPECIFICALLY FOCUSES ON DEVELOPING HIGH-VALUE CULTURAL PROJECTS IN DESIGN AND ARCHITECTURE.

ANNA PRANDONI, JOURNALIST AND WRITER, FORMER MANAGING EDITOR OF LA CUCINA ITALIANA, SHE COORDINATES 'GASTRONOMIKA,' A COLUMN ON THE DAILY LINKIESTA. SHE CAME UP WITH THE GASTRONOMIKA FESTIVAL, THE FIRST THINK-TANK IN THE WORLD OF FOOD AND WINE; FORKETTERS, THE SOCIAL DINING PROJECT THAT TAKES FOOD FROM INSTAGRAM TO THE REAL WORLD; AND TAVOLA SPIGOLOSA, A CULINARY COMMUNICATION OBSERVATORY.

GIULIO RIDOLFO WORKS WITH THE QUALITY OF COLOUR. AS A CONSULTANT, HE HAS PROVIDED SERVICES TO NOTED FASHION AND DESIGN BRANDS. HE DIVIDES HIS TIME BETWEEN ITALY AND MEXICO, LOOKING TO CRAFTSMANSHIP FOR RENEWED, PERSONALLY SUSTAINABLE RESOURCES. TODAY HE IS MAKING HIS DREAM COME TRUE: WORKING IN THE ETHNO-BOTANICAL GARDEN OF EL CHARCO DEL INGENIO, IN SAN MIGUEL DE ALLENDE, MEXICO.

SMALL TALK

Head-to-head with

Draga Obradovic and Aurel K. Basedow

Artists and designers, Como

Please introduce yourself.

DO+AKB Draga & Aurel is a studio, or better yet a project, which reflects our vision and aesthetics in terms of art and design.

What is your home like?

DO+AKB It's welcoming, bright, and eclectic. It's a place that represents us and the things we're passionate about.

Is there anything you would change?

DO+AKB We'd like to have more space, and rearrange the rooms and furnishings to better attune them to our sensibilities and inspirations.

Your relationship with the things around you?

DO+AKB We love things with a soul which convey depth, whether it's a memory or something that inspired us.

Your favourite colour?

DO I'm drawn to pastel shades, but only if they have 'character.' I'm crazy about the colour of cantaloupe shaved ice.

AKB I love the colour red, which is strength and courage.

What do you do in your leisure time?

DO We love to travel, whether near or far. I love to walk, get lost, and discover.

AKB Music is my passion. I used to be a percussion teacher. I can't live without my drum.

What could you never give up?

DO The wonderful things in life, even small things, like chocolate and a good glass of wine!

AKB Giving flowers to my wife Draga ☺

Your ideal work space?

DO+AKB Spaces full of objects and materials that inspire us, and enthusiastic, competent people.

Where does your creativity come from?

DO+AKB From intuition, which is generated in practice. We're artists, so we're very physical in the relationship with our objects and the use of materials.

Any vices?

DO+AKB We'll keep our sins to ourselves! ☺

What does beauty mean for you?

DO+AKB Perfection that arises from the unexpected.

A building or work of art you love?

DO The Luma building by Frank O. Gehry, in Arles, a complex and extremely original work.

AKB I really like the work of Kazuo Shiraga. And the rebellious spirit of Sarah Lucas.

A maestro who inspires you?

DO I'm really fascinated by the '70s, rebellious, brave minds. People like Gae Aulenti or Cini Boeri, who are also role models to me.

AKB My personal heroes include Mark Rothko, Hermann Nitsch, Gerhard Richter, Antoni Tàpies... just to name a few!

A dream?

DO+AKB To see our works displayed in a large international museum of contemporary art.

Something that torments you when designing?

DO 'Let's play.' It's a mantra that I often repeat.

AKB 'Don't judge yourself,' aimed at myself.

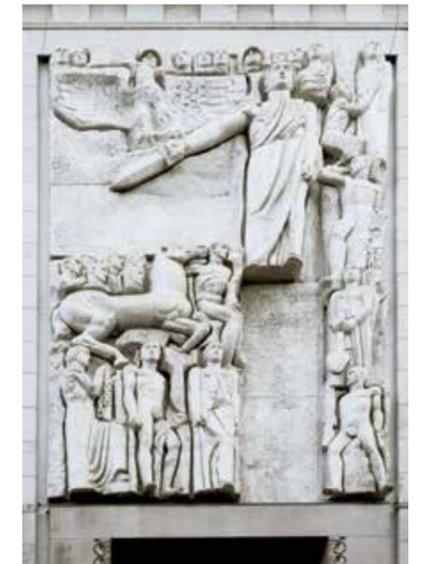
Your motto?

DO+AKB Never stop having fun!



ILLUSTRATION BY FERNANDO COBELO

ARTFUL FAÇADES



Façades which talk, which create dialogue with each other and the city's residents, and which express whims, tastes and feelings. In Milan, they do so wholeheartedly, engaging the work of artists to contribute to a landscape which confirms the local Zeitgeist, the eternally changing and always-modern spirit of the time. It's an open-air museum, a project by the MuseoCity ETS Association, which invites us to discover areas and buildings in the city which are unexpected and secret. A loving gesture for Milan and the beauty of the places where, every day, locals spend hours of their lives.

by Fulvio Irace

THESE PAGES: EXAMPLES OF ARTISTIC WORKS ON THE FAÇADES OF MILAN.
 PAGE 10. TOP: PALAZZO DEI GIORNALI (PRESS BUILDING), 1938-1942. ARCHITECT: GIOVANNI MUZIO. ARTISTS: CARLO SACCHI, MARIO SIRONI. BOTTOM: PALAZZO DELLAERONAUTICA MILITARE (AIR FORCE BUILDING), 1938-1941. ARCHITECT: LUIGI LORENZO SECCHI.
 PAGE 11. TOP: PALAZZO CASTIGLIONI, 1904. ARCHITECT: GIUSEPPE SOMMARUGA. ARTISTS: ERNESTO BAZZARO, ALESSANDRO MAZZUCOTELLI, AMBROGIO PIROVANO. BOTTOM: PALAZZO DI GIUSTIZIA (COURTHOUSE), 1929-1940. ARCHITECT: MARCELLO PIACENTINI. ARTISTS: CARLO CARRÀ, ARTURO DAZZI, LUCIO FONTANA, ACHILLE FUNI, LEONE LODI, ANTONIO MARAINI, PIERO MARUSSIG, ATTILIO SELVA, GINO SEVERINI, MARIO SIRONI.



'Architecture is reflected in time,' wrote Alberto Savinio. 'More than their mere date of birth is written upon the façades of buildings. They're inscribed with pure sentiments, customs, and the most secret thoughts of their time.'

Those of Milan have been expressed singularly through the work of artists—anonymous and famous—who have continuously impressed the marks of their trades on the façades of many buildings: from monumental to private, from the homes of the wealthy to simple blocks of flats.

No other city can boast so many works of art exhibited in public as Milan. In 'the most city-like city in Italy' (as Giovanni Verga described it), the art of civic ornamentation was, for more than a century, a way to affix the changeable winds of modernity in stone, concrete and metal. The fashions and idiosyncrasies of the moment, from luxuriant Art Nouveau expressions to the monumental art of Italian Fascism, up to the abstractions of the democratic dream of art for all, have been impressed upon them.

Between the end of the 1800s and the dizzying start of the 1900s, artists and decorators used the façades of new residential buildings as canvases upon which to project the Art Nouveau dream. Panels covered in majolica tiles, painted plaster and figures produced by the 'decorative concrete' industry would create the illusion of a green Milan, summed up in floral allegories suspended between windows and balconies or in the stylised representation of feminine figures against the backdrop of lush, flowering pergolas; perhaps to sweeten the powerful reality of that which Boccioni described as 'the city which rises'.

After the Great War, spring turned into the winter: 20 years of Fascist rule in Italy. However, the city soon got back into gear, starting to 'rise' again and extend into the new perspectives of large buildings which, to Savinio, seemed engraved in hard steel. The aesthetic populism of the regime supported the dream of 'militant' artists such as Mario Sironi who, in Milan, issued the manifesto of Muralism, an attempt at social painting which claimed to speak directly to the people. The languid style of *fin de siècle* ladies would give way to a stream of she-wolves and fasces which act as the backdrop to the austere figures of monumental women reminiscent of Ancient Rome matrons and severe workers as they parade across the façades of institutional buildings, akin to a population of marble heroes.

Yet, not even the conclusion of the tragic bombardments could extinguish the zeal of those who, in the 1950s, would start collaborating with architects again, under the banner of a 'synthesis of the arts'—arts that, in the meantime, had been freed from the weight of the political 'message' to soar in a national version of art for all. Artistic interventions are no longer the trademark of public buildings; instead, they appear mainly on the façades or in the interiors of private homes and churches.

The results can be seen when exploring the streets of Milan, which we can credibly call an open-air museum: one where the works of art aren't hung on the walls of galleries, but suspended or mounted on the façades of homes and other buildings, taking the form of free, permanent 'exhibitions' which don't so much as require a ticket. ┘

MUSEOCITY IS A NON-PROFIT ASSOCIATION WHICH HAS BEEN ACTIVE IN MILAN SINCE 2016. IT HELPS PROMOTE AND RAISE AWARENESS ABOUT THE VAST MUSEUM HERITAGE OF MILAN AND ITALY IN GENERAL. ITS GOAL IS TO INCREASE THE ENGAGEMENT AND PARTICIPATION OF AN EVER-BROADER AUDIENCE IN THE CITY'S ARTISTIC-CULTURAL LIFE. THE ASSOCIATION HAS AN ACTIVE NETWORK WHICH INFORMS, CONVEYS, AND ENCOURAGES PEOPLE TO LEARN MORE ABOUT THE CULTURAL HERITAGE OF MILAN BY CONTINUOUSLY OFFERING ACTIVITIES WHICH INVOLVE ITS RESIDENTS, YOUNGER GENERATIONS AND FOREIGN VISITORS, PRECIOUS OPPORTUNITIES TO TALK ABOUT THE CITY AND ITS CULTURAL HERITAGE, REVEALING ITS LESSER-KNOWN, SURPRISING ASPECTS.

THE GOALS OF THE ASSOCIATION ARE: TO SHARE THE CULTURAL HERITAGE OF THE CITY THROUGH MULTIFACETED INITIATIVES AND HIGH-VALUE CONNECTIONS; TO WORK WITH DIFFERENT ENTITIES, FOUNDATIONS, MUSEUMS AND ARCHIVES TO PLAN TARGETED AND INTERCONNECTED ACTIONS WHICH WILL ENGAGE AN EVER-BROADER AND MORE DIVERSE AUDIENCE; TO OPEN UP TO OTHER FORMS OF CREATIVITY, LOOKING TO THE FUTURE; AND TO ENCOURAGE THE PUBLIC TO VISIT CULTURAL SITES.

SINCE 2017, MUSEOCITY AND THE MUNICIPALITY OF MILAN HAVE ORGANISED AN EVENT TITLED MILANO MUSEOCITY. HELD THE FIRST WEEK OF MARCH, IT INVOLVES OVER 100 INSTITUTIONS AND IS ATTENDED BY OVER 80,000 PEOPLE EACH YEAR.

THE STARTING POINT IS THE TENSION TOWARDS BEAUTY,
TOWARDS ART, SO THAT SURPRISE, ASTONISHMENT
AND THE UNEXPECTED ARE ALSO PART OF THE ARCHITECTURAL WORK.
—OSCAR NIEMEYER



PHOTOGRAPHS: COURTESY MUSEOCITY

THE
UNBEARABLE
LIGHTNESS
OF

fashion

WORDS HAVE A LIFE OF THEIR OWN, THEIR OWN COLOUR AND BREADTH. AT TIMES, WHEN ABUSED OR DISTORTED, THEY LOSE THEIR VALUE. THIS IS PRECISELY WHAT HAS HAPPENED WITH 'SUSTAINABILITY', A WORD WHOSE MEANING IS, AT ITS ORIGIN, ENTIRELY NOBLE. PITY THAT, AS TIME WENT ON, IT HAS BEEN SO OFTEN WRITTEN AND PRONOUNCED IN THE WORLD OF EXCESS WHICH WE LIVE IN, THAT IT HAS BECOME TATTERED AND FRAYED.

BY RENATA MOLHO

believe that the word 'sustainability' is, by now, the most repeated term in marketing, where it has replaced the likes of 'dynamism' and 'quality'. A wave of greenwashing has drenched just about every manufacturing sector, including the oil industry. The hypocrisy is tacit and tolerated. Some time ago, I was thinking about this very thing with Carlo Petrini, the founder of Slow Food. As he put it: 'The word is quite clear, but we Italians, from an etymological point of view, have been the worst at interpreting it. If you ask 100 Italians what sustainability is, they'll tell you that it's something that permits a different approach to production, etc. Our French friends are right to translate it as *durable*, and we Italians are wrong in thinking that *sostenibile* is something that, all considered, doesn't destroy the environment. Durability, the ability to hold up over time, means that any act I complete must be done in such a way so that even future generations can enjoy its fruits. Conversely, our attitude up until now has been something else. It's selfish to think that resources are infinite, that they can be grabbed hand over fist'. Petrini concluded: 'But we've reached the point that the finitude of things is forcing us into a paradigm shift. If we don't change the paradigm, sustainability is truly empty and devoid of meaning.'

There's no denying that we have a giant problem, which should shift our focus to discussions about the entire capitalist system and the inability to control the collateral effects of globalisation. A problem based on the desire, on the will to imagine communication strategies that only look to persuade and induce purchases. To infuse a sense of inadequacy which forces us to always want more: the t-shirt we don't have (yet), the overcoat in the colour we saw in the advert. The fashion industry, which is a substantial part of the Italian economy, plays an important role in this dynamic.

ILLUSTRATION BY FERNANDO COBELO

THE ADOPTION
OF SUSTAINABLE
PRACTICES
IS A CHALLENGE.
HOWEVER, THIS
DOESN'T MEAN
THAT THE FASHION
INDUSTRY
ISN'T OPEN TO CHANGE.



Over the last twenty years, fashion has twisted in upon itself. There are always more events and they're ever closer together. The obsession with novelty leads to the creation of a skewed, frenetically accelerated timeline. Any brand which aspires to international markets must consider an infinite quantity of variables. Not just taste which, despite becoming flatter and less varied, is still determined by different cultural factors, all while having to respond to distant latitudes and geographies. Geopolitics, which is increasingly unpredictable and fluid, confuses ideas and substance. Everyone is simultaneously talking to everyone: to consumers with infinitely diverse needs. Moreover, an explosion of the 'fast fashion' market, 'disposable' fashion, which is cheap and trendy but extremely polluting, has caused irreversible damage. It was born to offer the less well-to-do segments of the world population the illusion of sharing a certain aesthetic with phony idols, celebrities and influencers. The scented wake of ready-to-wear luxury is offered to them, that which they see on social media or in the very few shiny magazines that still exist. It's a powerful phenomenon. These clothes are produced by giants like H&M, Zara, and Shein with low-quality fabric, in places like China, Bangladesh, India, Pakistan and Vietnam, where labour costs very little and people work unsustainable hours and in rather unsafe conditions. It's hard to monitor the manufacturing supply chain, which is long and nebulous. An infinite production of rags which reaches the United States, Europe and Asia, where they're sold at low prices to be worn just a few times. In Europe alone, two million tonnes of textile products are thrown away every year. According to Oxfam, 70% of garments are shipped to Africa, where they're sold in local markets. Used clothes, which come from as far as the US and Japan, are an opportunity and a convenient solution, though they also give rise to a series of serious environmental

THIS PAGE: CHRISTIAN BOLTANSKI,
PERSONNES, MONUMENTA 2010, GRAND
PALAIS, PARIS. © DIDIER PLOWY
OPPOSITE PAGE: STELLA MCCARTNEY,
SPRING 2024, READY-TO-WEAR.
COURTESY GORUNWAY

and economic problems. The first is the disposal of unsold and un-sellable items. It's impossible to know with any precision what the negative environmental impact is. According to the United Nations Environment Programme (UNEP), the fashion industry is responsible for the production of about 10% of all carbon dioxide globally and of a fifth of the 300 million tonnes of plastic produced each year. Even natural materials, like cotton, have a massive environmental footprint: according to the WWF, it takes 2,700 litres of water to produce the cotton used to make just one t-shirt. And that doesn't consider the widespread application of pesticides and fertilisers at factory farms. Sure, there's organic cotton, made with very little water and without toxic chemicals, but it currently makes up just 1% of global production. In this light, one alternative solution to fashion's pollution problem is the next-gen material industry. These materials are made by fermenting and growing bio-based substitutes for materials of animal origin (such as leather) and for synthetic materials made from fossil fuels (such as polyester). Some of these new bio-based textile products can be designed to have specific performance qualities, along with properties such as biodegradability. Since day one, Stella McCartney has used these innovative materials for her collections: from vegan leather ('animal & cruelty free'), to recycled nylon and polyester, up to Bananatex or fabric made from seaweed. For her SS 2024 collection, McCartney has assured us that 95% of the materials used are 'eco-conscious'.

In general, the adoption of sustainable practices is a challenge. However, this doesn't mean that the industry isn't open to change. Quite the contrary. In the past few years, the fashion industry has become more aware and has started to tackle the problem. According to the sustainability report by Launchmetrics, *Making Sense of Sustainability*, published in partnership with the Camera Nazionale della Moda



BUY LESS, CHOOSE WELL, MAKE IT LAST.
—VIVIENNE WESTWOOD

COMPLETELY SUSTAINABLE FASHION MAY BE A UTOPIA, YET SUSTAINABILITY IS A UTOPIA THAT WE MUST LIVE WITH AND FIGHT FOR. WE OWE IT TO OURSELVES, TO THE PLANET, AND ABOVE ALL TO THE GENERATIONS TO COME. IT'S A COMMITMENT WE HAVE TO CONSTANTLY MEASURE UP TO. TODAY WE ARE AWARE THAT CORPORATE PROFITS CAN NO LONGER BE THE ONLY GOAL.

—GIORGIO ARMANI

Italiana (National Chamber for Italian Fashion) in the first quarter of 2022, fashion generated an MIV (Media Impact Value, an algorithm-calculated metric) of 618 million dollars: the fashion industry made up one third of all conversations about sustainability. Words. In this regard, the Fashion Pact, created in 2019 at the G7 to call for a radical change in fashion's approach to the environment, has been signed onto by over 200 brands (including Chanel, Zegna, Ferragamo, the Armani Group, the Kering Group, and Prada) which represent all price segments and about one third of the fashion industry. But for now, all we've seen are widespread debate and optimistic roadmaps. Nothing but greenwashing, with sporadic concrete results.

A few years ago, in an interview, Carlo Capasa, Chairman of the Camera della Moda Italiana, proudly told me about the Green Carpet, the first of its kind. Founded in 2017, this international event is all about sustainability in fashion: it stars the world's most prestigious and virtuous brands and brings big-name performing artists who are sensitive to the theme to the stage, for a dash of Hollywood in Milan. For the 2023 edition, Gucci received the Ellen MacArthur Foundation Award for Circular Economy for its Denim Project, which aims to combine regeneratively grown cotton and post-consumer recycled fibres which have been recycled, collected and re-spun in Italy, using them to make the collection's garments. Moreover, a digital passport was introduced which will make it possible to verify the path a raw material has taken before being turned into a finished product.

In this regard, the Camera della Moda has been busy creating a 'guaranteed chain,' or rather a blockchain, which certifies the various phases of production, 'to obtain the complete traceability of a garment, just as happens with food,' explained Capasa. But this process, which is already challenging for very costly items, is unimaginable for garments with bargain-barrel prices: 'Fast fashion plays by different rules.'

'Completely sustainable fashion may be a utopia, yet sustainability is a utopia that we must live with and fight for,' Giorgio Armani recently stated. 'We owe it to ourselves, to the planet, and above all to the generations to come. It's a commitment we have to constantly measure up to. Today we are aware that corporate profits can no longer be the only goal.' An affectionate and admiring mention goes to Vivienne Westwood, a forerunner and pioneer that everyone, truly everyone, owes a lot in terms of inspiration. She was a convinced environmental activist well before anyone else. The motto 'Buy less, choose well, make it last' is hers, after all. We're still far off, but between optimistic utopia and cynical realism, the issue is clear. ┘

Milan is truly beautiful, my friend,
and believe me if I say that sometimes it takes a lot of willpower
to resist its seductions and keep working.

—Giovanni Verga, from a letter to Luigi Capuana, 1873



MILAN, A GRAND TOUR

BY GIANCARLO BOSIO
PHOTOGRAPHS BY FEDERICO CEDRONE

The Manzoni Theatre designed by Alziro Bergonzo in 1950, the Swiss Institute by Armin Meili and Giovanni Romano (1952), the PAC | Pavilion of Contemporary Art by Ignazio Gardella (1954) and finally, the more recent Confcommercio offices designed by Eugenio Gerli in the late Sixties.

Once a year, GM's Photo Journal shines the spotlight on unusual and intriguing details, idiosyncrasies and hallmarks of unique and unknown places and spaces. This issue takes our readers on a grand tour of Milan, with an extended visit to the *Quadrilatero* neighbourhood that has long been associated with fashion, but is now finding favour with the design sector, as testified by the fact that we have chosen Via della Spiga 31 as our new "home", Giorgetti Spiga - The Place. However, there is more to the *Quadrilatero* than window shopping. It also features stunning architecture to delight the *flâneurs* who flock to the city from all over the world to saunter along the area's streets. Here, fashion and design, tradition and innovation come together in an effortless dialogue against a backdrop of wonderful examples of Milanese nineteenth-century Modernist constructions whose essential lines and fine materials create a contemporary world that nevertheless retains the quality of a bygone age. Behind the architecture itself, however, are the stories of its origins and the visionaries who conceived and believed in these extraordinary buildings that were destined to house art, theatre or businesses or indeed, simply to incite wonder and appreciation.

MISTRAL TABLE WITH PLUME CHAIRS, AEI GLASS CABINETS WITH ATMOSPHERE ACCESSORIES.
BRUN FINE ART & ANTIQUES GALLERY: SCULPTURAL CONCRETE BASE FOR A COFFEE TABLE, ITALY.



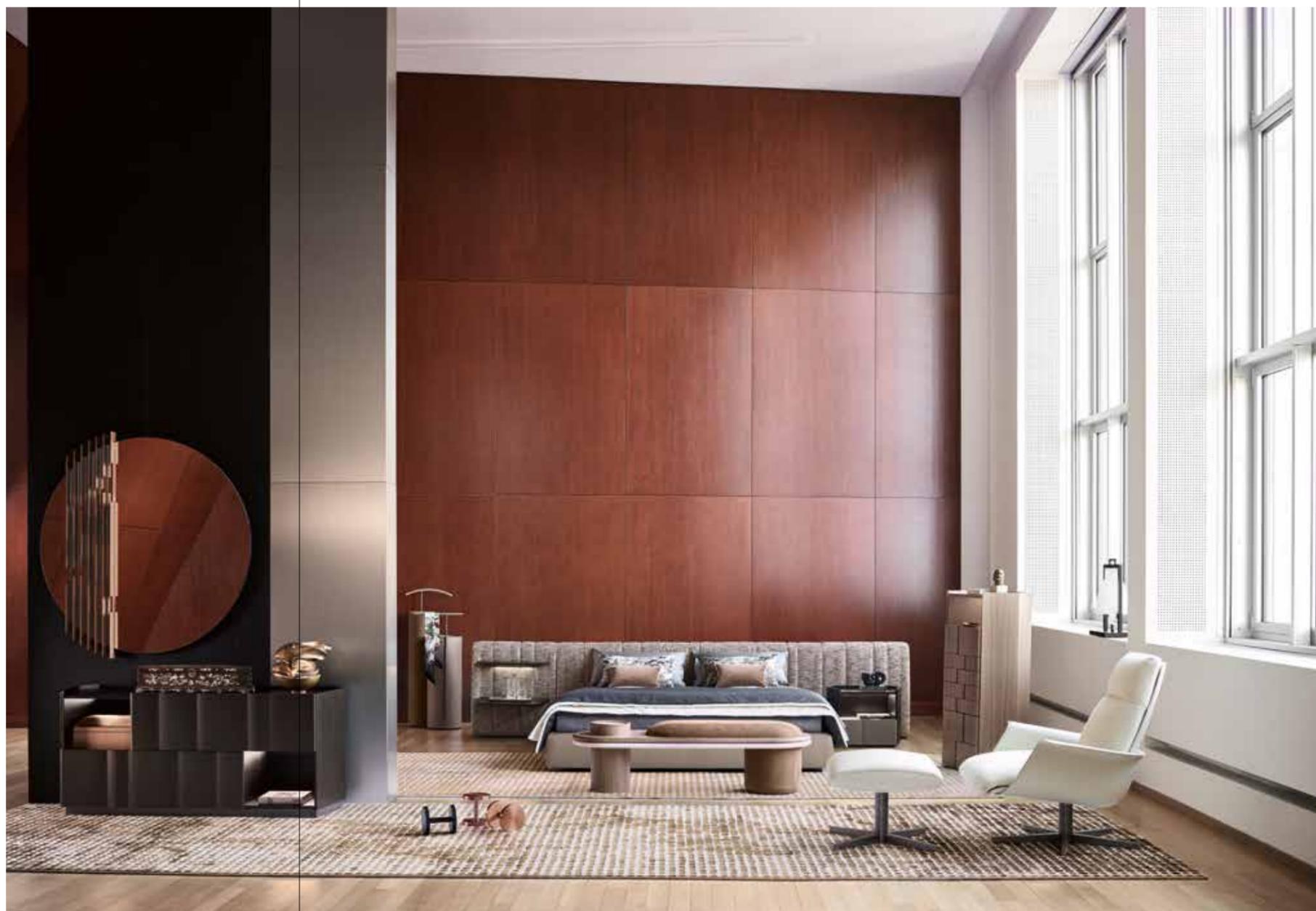
Our tour begins at the **Teatro Manzoni**, to give this theatre its Italian name. The city's pride and joy, its stage has been home to an illustrious cast of luminaries and divas, from Eleonora Duse and Sarah Bernhardt to Luigi Pirandello, Filippo Tommaso Marinetti, Vittorio Gassman, Giorgio Albertazzi, Eduardo De Filippo and many more. Perhaps Sabatino Lopez, author and critic of the 1920s, put it best when he wrote *"Not too big, not too small, elegant, lively, refined... the Manzoni is quite possibly more Milanese than anything else in Milan."* When the theatre first opened its doors in Piazza San Fedele in 1872, it was known as the *Teatro della Commedia*, but following the death of renowned writer Alessandro Manzoni the following year, the name was changed. It has long represented a reference point in the cultural life not only of the Milanese, but of Italians in general and was the first theatre in Europe to install electric lighting, with records reporting that this took place as far back as 30 November 1883. Destroyed by Allied bombs in 1943, it was rebuilt by architect Alziro Bergonzo and inaugurated in 1950, at its official address of Number 42 Via Manzoni. The new theatre was part of a larger complex designed to also house a large theatre, a nightclub and a shopping centre.

THIS PAGE: SOHO SOFA, SPARK SIDE TABLE WITH BACKGAMMON INLAY, SUMMA POUF, HIKARI SIDEBOARD WITH ATMOSPHERE ACCESSORIES. BRUN FINE ART & ANTIQUES GALLERY: *IL BUON PASTORE*, BRONZE SCULPTURE ON A MARBLE BASE, FRANCO LOMBARDI; *PROPOSTA*, CREOLE MARBLE SCULPTURE, ANDREA CASCELLA.
OPPOSITE PAGE: SWING ARMCHAIRS, GHIBLIM COFFEE TABLE WITH FLORA FLOWERS AND BUBBLES VASES, UPWARD LAMP, MODULAR CARPET. BRUN FINE ART & ANTIQUES GALLERY: BRONZE GAZELLE SCULPTURE, SIRIO TOFANARI.





MANZONI
THEATRE



After a leisurely 300-metre stroll, we find ourselves in front of the **Swiss Institute**, known locally as the *Istituto Svizzero*, on the corner of Via del Vecchio Politecnico and Via Palestro. Its story begins in 1913, when the “Society for the headquarters of the Schweizer Verein” was established with the mission of finding a “home” for Milan’s Swiss community. The building that was subsequently acquired in Via Disciplini in the Vetra area was completely destroyed during a particularly heavy air raid in 1943 and three years later, in the early days of peace time, Milan City Council gifted the Swiss Society a piece of land in Piazza Cavour. The design for what was considered a skyscraper at the time (it was the tallest building in Milan until 1954) was entrusted to architects Armin Meili and Giovanni Romani. Meili flew to New York where he found inspiration in the Lever House skyscraper and the futuristic United Nations building, which was then in the early stages of construction. Upon his return, he and Romani presented a design that fitted the Milanese context, a skyscraper that was in keeping with the high-rise condominiums found in the city, but three times taller. The choice of travertine, marble and granite was typically Italian, as were the arrangements of the windows, commercial spaces and top part of the skyscraper. The first stone was laid in November 1949 and the inauguration took place in 1952.

KARPHI NAP BED, DELPHI NIGHT TABLE, TALLBOY AND DRESSER, LIZ-VALET, LIZ-BENCH, CLORI ARMCHAIR AND OTTOMAN, RIFT WALL MIRROR, NAO LAMP, LIGHT CARPETS AND ATMOSPHERE ACCESSORIES.
BRUN FINE ART & ANTIQUES GALLERY: WOOD BOX WITH MOTHER-OF-PEARL INLAY DETAILS, MADE IN GUANGZHOU, CHINA; GOLD-FINISH BRONZE SCULPTURE, CARLO ZAULI; STUDIO PER IL CAVALIERE NERO, PORTORO MARBLE SCULPTURE, ANDREA CASCELLA; GOLD-FINISH BRONZE SCULPTURE ON A STONE BASE, VERONIKA VON EYCK.





From here, it's a hop, skip and a jump to the PAC | Pavilion of Contemporary Art at Number 14 of Via Palestro. This building's story begins in 1947 when Milan City Council was looking for a new space to house the Municipal Collections of the 20th century and came across the former stables of Villa Reale, a royal residence that was destroyed by bombing in 1943. The villa had been the home of GAM, the Gallery of Modern Art, since 1921, but had become too small to accommodate more recent works and, ultimately, to become a contemporary art museum with potential for growth. In 1948, the design project was awarded to Ignazio Gardella and the pavilion opened in 1954, showcasing the 20th century collections. It wasn't long, however, before it became clear that with the postwar interest in investing in art and culture, there were opportunities beyond Italy. Indeed, the PAC is among the very first examples in Italy of architecture designed to host contemporary art, in step with the European *kunstahalle* concept. Conceived as a versatile exhibition structure with fluid, wall-less spaces, which was considered highly innovative at the time, it also introduced other original features such as the continuity between the natural and the artificial, and between art and nature. This was achieved by installing large windows looking out onto the gardens of Villa Reale and was a nod to the legacy of the Modern Movement.

MISTRAL TABLE, IBLA CHAIRS, AMIRAL BOOKCASE, WATER LAMP AND ATMOSPHERE ACCESSORIES.
BRUN FINE ART & ANTIQUES GALLERY: FISH SCULPTURE IN BRONZE, SIRIO TOFANARI; FLUTED COLUMN
IN WHITE MARBLE WITH A BUST OF A WOMAN IN WHITE MARBLE, GIOVACCHINO FORTINI.



VESPER SOFA, PROGETTI FASHION
ARMCHAIR, GRIFFE LOW TABLE, MISTRAL
TABLE, LIBRA LAMP, LILING CARPET
AND ATMOSPHERE ACCESSORIES.
BRUN FINE ART & ANTIQUES GALLERY:
STUDIO PER UNALTRA ESTATE, LIMESTONE
SCULPTURE, ANDREA CASCELLA;
UNTITLED, ROCK CRYSTAL SCULPTURE,
ANDREA CASCELLA; GLAZED CERAMIC VASE,
PIETRO MELANDRI.



PAC | PAVILION
OF
CONTEMPORARY
ART

With its unique mix of elegant classic and contemporary architecture, the *Quadrilatero* is an area of Milan that particularly appeals to me. When I visited these four seemingly diverse buildings, I sensed a common thread, i.e. a sense of history that is interwoven with the way the city has evolved. Regardless of the differences in period and style, there is a certain continuity that expresses a Milan that remains faithful to its essence, even as the city itself continues to change.

—Federico Cedrone



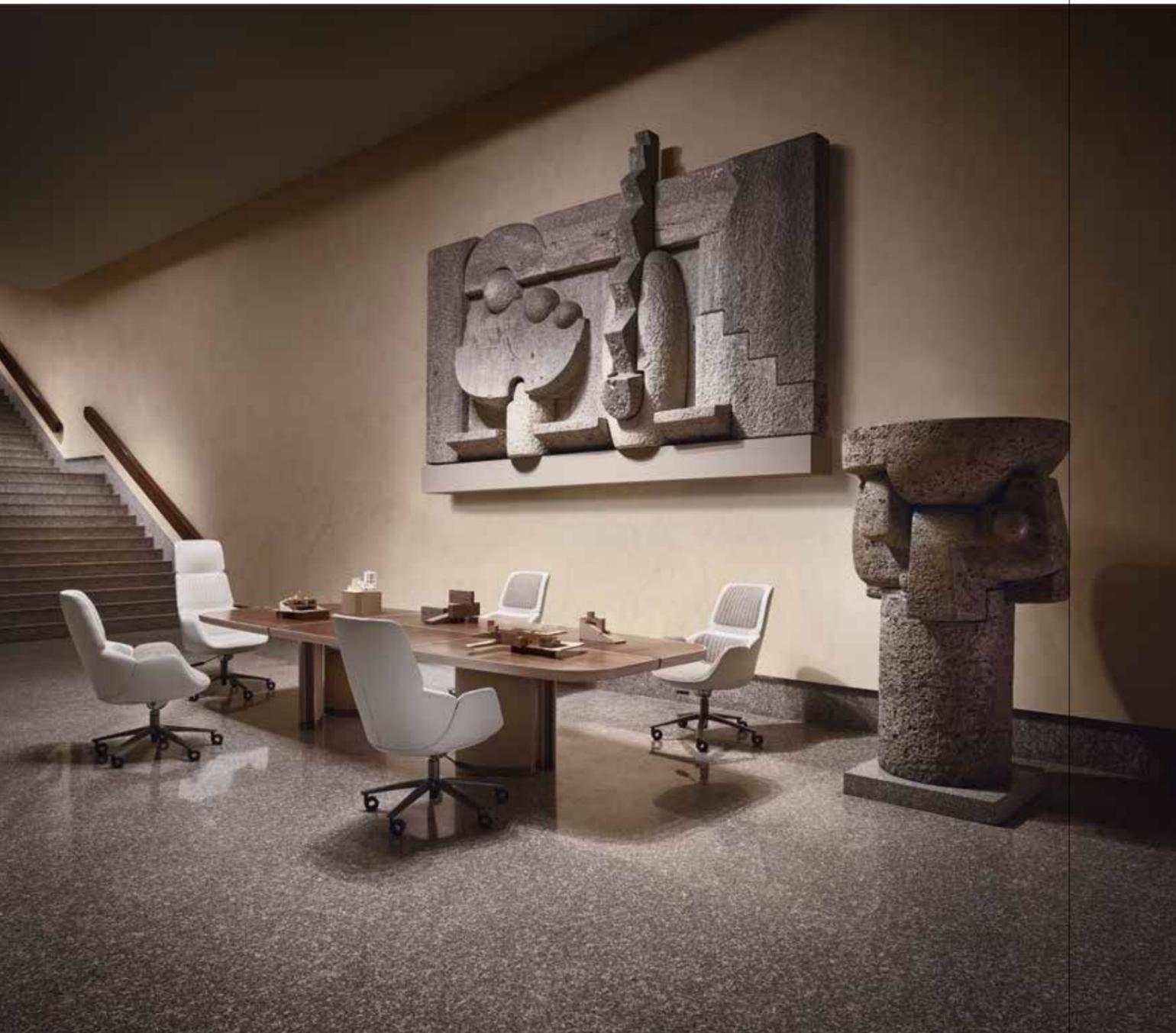
KARPHI SOFA, SCALENO AND CHANTERELLE LOW TABLES, SCIROCCO SIDEBOARD,
BOND SEPARATING ELEMENTS AND WATER LAMP, SATARIA CARPET AND ATMOSPHERE ACCESSORIES.
BRUN FINE ART & ANTIQUES GALLERY: STILLNESS, PORTORO MARBLE SCULPTURE, ANDREA CASCELLA;
TUTTO GRIGIO, BLUE DOVE MARBLE SCULPTURE, ANDREA CASCELLA.



Our grand tour ends at Number 47 Corso Venezia, where we visit the Milan headquarters of **Confcommercio**, Italy's largest business and trade association. Since 1967, the organisation has been based in Palazzo Castiglioni, a stunning example of Milanese Liberty architecture that was commissioned in the early twentieth century by businessman Ermenegildo Castiglioni and entrusted to Giuseppe Sommaruga, considered the most daring and in vogue architect and designer of the time. During my visit to the premises, I discovered a building built in the late Sixties, designed by architect Eugenio Gerli and engineer Giorgio Keffer, who were tasked with designing the reconstruction and renovation of the building, which was now destined to house the offices of a new owner, the *Unione Commercianti di Milano* [Milan Traders' Association]. I was struck by the incredibly modern interiors and spaces that are closed to the public and even to Milan residents. Gerli, who was a student of Piero Portaluppi and Gio Ponti as well as a supporter of the Modern Movement espoused by Frank Lloyd Wright, Alvar Aalto and Charles Eames, boasted a vast and impressive CV, having designed villas, condominiums, office buildings, factories, banks and shops, as well as having renovated historical buildings. He embraced global design and combined pared-back, essential architectural lines with the visual arts, a tie with art that can be seen in his partnerships with the likes of Arnaldo Pomodoro, Lucio Fontana, Blasco Mentor, Pietro Cascella and Guido Somaré. Thinking about critic Marco Romanelli's description of Eugenio Gerli as a 'forgotten maestro', I wanted to use our Photo Journal to tell a little of his story and share one of his hidden designs with GM readers.

CONFCOMMERCIO

SOLEMYDAE SOFAS, RAY AND CHANTERELLE LOW TABLES, LADY ARMCHAIR, CORALLO VALET TABLE, HIKARI BAR CABINET AND SHIELD LAMP, LIZ-CONSOLE WITH SUMMA POUF, MOONSHADOW CARPET AND ATMOSPHERE ACCESSORIES.
BRUN FINE ART & ANTIQUES GALLERY: CAVALLO E CAVALIERE, POLYCHROMATIC TERRACOTTA SCULPTURE, AGENORE FABBRI; GILDED CARVED WOOD SCULPTURES OF APOLLO AND ZEUS ON A VARNISHED BASE.



FEDERICO CEDRONE WAS BORN INTO AN ARTISTIC FAMILY IN SALISBURY, RHODESIA (NOW HARARE, ZIMBABWE). HE MOVED TO ITALY IN 1970, DURING THE REVOLUTION. IN ROME, WHERE HE GREW UP, HE DISCOVERED PHOTOGRAPHY AS A FORM OF CREATIVE EXPRESSION. STARTING IN 1989, HE MOVED TO VARIOUS CITIES, FROM FLORENCE TO NEW YORK AND MILAN, WHERE HE BEGAN WORKING WITH FASHION PUBLICATIONS, INCLUDING ELLE DÉCOR AS OF 1996. A COLLABORATION THAT LED HIM TO DISCOVER A WORLD THAT WAS CLOSER TO HIS OWN WAY OF BEING. CEDRONE HAS WORKED WITH MANY ITALIAN AND INTERNATIONAL MAGAZINES—INCLUDING *VOGUE*, *ELLE*, *GRAZIA*, *D - LA REPUBBLICA DELLE DONNE*, *IO DONNA*, AND *AMICA*, AND WITH MANY DESIGN COMPANIES, SUCH AS KNOLL, B&B ITALIA, ARCLINEA, RIMADESIO, CASSINA, POLIFORM, MINOTTI, BISAZZA, RUBELLI, DESALTO, NEMO, BOFFI AND DE PADOVA, CREATING IMAGES FOR CATALOGUES AND ADVERTISING CAMPAIGNS. HE CURRENTLY TEACHES AT IUAV UNIVERSITY OF VENICE AND AT H-FARM IN TREVISO.



GORDON TABLE AND CALATHEA EXECUTIVE BERGÈRES.
SITE-SPECIFIC WALL-HUNG AND FREESTANDING STONE SCULPTURES, PIETRO CASCELLA.

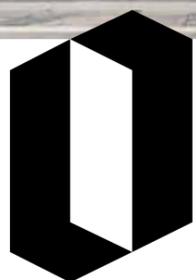


900
+
100

**IN MILAN, NEW LIFE FOR THE
MUSEO DEL NOVECENTO**

OPENED IN 2010 IN PALAZZO DELL'ARENGARIO, LOCATED ON THE SAME SQUARE AS THE DUOMO OF MILAN, THE MUSEO DEL NOVECENTO IS A CITY MUSEUM WHICH WAS FOUNDED UPON THE GENEROUS DONATIONS OF ARTISTS AND COLLECTORS. IT'S A MUSEUM THAT, WITH ITS ENTIRELY MILANESE HISTORY, CUTS THROUGH THE 20TH CENTURY, FROM FUTURISM TO ARTE POVERA, AND WHICH TODAY IS GETTING READY TO DOUBLE ITS EXHIBITION SPACES. TO JOIN THE NEW MILLENNIUM.

BY FRANCESCA MOLTENI



pen, osmotic, transparent. A museum that offers so much, after being given so much. Beautiful because it's connected to the city. That's how it's described by the Director of the Polo Museale Moderno e Contemporaneo di Milano, **Gianfranco Maraniello**, who sits at the head of five different entities: the Museo del Novecento, GAM Galleria d'Arte Moderna, Palazzo Morando, Casa Museo Boschi Di Stefano and the Studio Museo Francesco Messina.

FM New projects, big changes. The Museo del Novecento is going through a moment of transformation. What are the main developments?

GM Working on the space within the Museo del Novecento means considering what will happen when it's extended to the second Arengario. So, imagining what its final form will be. Today's Museum will become a permanent collection space, the start and end points of which will be two poles of the 20th century. It will start with hope, the idea of influencing the world, so the idea of the avant-garde, and Futurism, which is currently the most complete part of the collection, with a deep Milanese connotation, despite being an international phenomenon. It will conclude with a date that's symbolic for 20th-century Italy, and certainly for this city and for the art of this city: 1993, the year in which lots of things happened in Milan—the mafia-terrorist Via Palestro massacre, the phenomenon known as Mani Pulite (lit. 'clean hands'), but also the founding of Berlusconi's political party. Culture, politics, society, the media—so, a very significant past, which in art has been represented in important works in our collection. The second Arengario, on the other hand, will be the place for exhibitions, the contemporary, also in correspondence to spaces which are better adapted to temporary exhibitions, precisely for their flexibility. I see architectural restoration as a crucial topic for Palazzo dell'Arengario too, to find the almost osmotic relationship between the interior and exterior of the Museum.

So, we're preparing this springboard, which is actually a suspended walkway, to jump into the second Arengario, and metaphorically into the new millennium, because that's also the image projected by Milan, an international city catapulted into the challenges of contemporary life. In this sense, we're also envisioning the redistribution of the services offered, which will happen when the large cafeteria is opened on Piazza Duomo, on the ground floor, with dedicated rooms for activities. Above all, it will be an identity-creating place where people come together and engage in the practice of the arts.

FM Who are the key figures along this path? The builders of dreams who make its completion possible?

GM We are entirely part of the Municipality of Milan; we are already in a public context. This also means making ourselves available to listen to a city which is proving to be very generous with us. We're implementing an important project for people with different abilities, so routes for the blind and visually impaired, for people with physical disabilities, and people with cognitive disabilities, in a traditional museum visit. Moreover, we're finding new stakeholders in relation to new projects. In reality, we asked ourselves: what is it that characterises the art of the 20th century? The 20th century is undoubtedly the century in which art is no longer made as a 'work', a 'piece', as a completed form which is condensed into a statue or a painting. Art is no longer contained within the perimeter of a frame or pedestal. The 20th century is the one in which art appears in temporary exhibitions, in spaces, in dialogues between artwork and space, in a peculiar relationship with time and with exhibition spaces, and also in the relationship between works of art. And then the idea is to continue to make more room for the voices of the 20th century, working with archives, with foundations, with those who safeguard memories, but also with historically important art galleries, especially in a city like Milan. And then to reconstruct the events, rediscover the narratives, and even the connection and

PAGE 40: MUSEO DEL NOVECENTO, MILAN. PHOTO: PAOLO RIOLZI.
 PAGE 41: FONTANA ROOM. PHOTO: ANDREA SCURATTI.
 THIS PAGE: ENTRANCE RAMP. PHOTO: GIANNI CONGIU.
 OPPOSITE PAGE: THE OVERARCHING GOAL OF THE EXPANSION PROJECT OF THE MUSEO DEL NOVECENTO IS TO REACH AN ARCHITECTURAL SYNTHESIS BETWEEN THE TWIN BUILDINGS OF MILAN'S PALAZZO DELL'ARENGARIO, SO AS TO FORM A SINGLE ORGANISM WHICH WILL HOST THE MUSEUM WITH ITS FUTURE EXPANSIONS.



the cultural weight of all that. The challenge is to create a platform which is shared and participated in, with lots of partners. Then, it's also about building the history to come, which is the main scope of the second Arengario, and it's no accident that this project has been given the title '900 plus 100', thinking of the century we're living in today.

FM How do you highlight the relationship with the city, in the sense of dialogue but also architecture?

GM The fourth floor of the Museum is a sort of observatory which looks out onto, on the one side, the Duomo and the Galleria, and on the other, a modern building, Torre Velasca. This is in part the meaning behind the now-famous walkway, the idea of being suspended over the city and thus an observatory onto it. The strength of this building lies precisely in its being a place of observation but also visual permeability. It's so beautiful in summer, at sundown, with the Candoglia marble of the Duomo and its pink tones reflected into the Fontana Room. I'm not surprised that it's the best place in the city to take a selfie. I think that this aspect should be highlighted, and that the display of the artwork should have an organic relationship with the interior of the building, but also with the exterior. It's the idea that the Museum can transmit continuous signals about that which is also found in the city. Because the museum always plays an exemplary role, it's an example, it can't exhaust the history of art. It has to provide a way to learn about it, because after all, we all, in our own experiences, have art in our everyday lives, in our practical lives, in the experiences we have elsewhere. The museum is an artificial space that summarises and, in some way, intensifies the perception of art, without exhausting it. Thinking that the Museum refers to things outside of itself is my mission.

I'VE ALWAYS THOUGHT THAT MUSEUMS SHOULD BE EVEN MORE IMPORTANT FOR THOSE WHO AREN'T INTERESTED IN ART. OUR JOB ISN'T TO ADDRESS OUR NATURAL AUDIENCE, IT'S TO UNDERSTAND THAT WHAT WE DO HAS MEANING EVEN FOR THOSE WHO AREN'T INTERESTED.

—GIANFRANCO MARANIELLO

FM And the idea of an exhibition, which, in some way, the new project negates?

GM All the artists which I've worked with have talked to me about the importance of creating exhibitions that have a direct relationship with a given space, and even with the work of other artists. Which is why we'll progressively go beyond the perimeter of the canvas, that which the frame ideally invented in 17th-century Europe, a cultural invention which, all considered, is recent and also limited geographically speaking, and which contemporary art has learned to dismantle, discovering instead art as action, as space, as a relationship, as time. And we must also exhibit this exemplarity in the way the art is displayed, because it will then lead us to the three large exhibition spaces, indoor squares which in reality are also transparent, with large window walls, which will be places for temporary exhibitions. And then we have to know how to construct the possibility of encountering art and perceiving its continuous breaking-through, the continuous going beyond its boundaries, which is then an artistic metaphor.



FM What relationship can be established with design, the other large pillar which carries this city out to the world, and which also brings much of the world to Milan?

GM The line between the two disciplines is always quite ephemeral. It's hard to know if we're in the world of design or art, and maybe being so decisive isn't particularly useful anyway, if we're talking about the work in the collection, artists like Enzo Mari or Fausto Melotti, in some ways, and certain expressions of Futurism also come to mind. At the same time, I think, in this explosion of energy, that it's essential for the city of Milan to position itself as an easily recognisable representative. We need clear positioning, precisely so that we're points of reference and also so that we don't create redundant roles. So, it's clear that, when you design a museum such as the Museo del Novecento, you have to consider that the same city also has important private foundations, like the Triennale and the ADI Museum, which do extraordinary work. But we have to know how to do things that those foundations can't, starting with the creation of collections, with the very mission of the Museum.

FM What about contemporary art at the Museum?

GM Quite honestly, we aren't yet at the point in which we can present ourselves as producers of contemporary art. At the moment, but only at the moment, we're a museum connected to roles pertaining to the conservation of cultural heritage. We aren't the main players in that type of exploration. There are others who do it as their main vocation, foundations such as those of Prada, Trussardi, Hangar Bicocca, and many other private galleries. So, our job is, if anything, to become, as we await

the spaces of the second Arengario, important references due to our institutional character. That means, not just research, which is no trivial matter, but the idea that this entity has value within society. The difference between what a museum does and what an entity like a foundation or a gallery does, is that, in reality, what we do should also interest those who don't go to museums. I've always thought that museums should be even more important for those who aren't interested in art. Our job isn't to address our natural audience, it's to understand that what we do has meaning even for those who aren't interested.

FM Right, so in all that, where do the digital world and public engagement fit in?

GM We can't ignore it, because the digital world, as Francesco Casetti says, has relocated even traditional media; we're already permeated by it. In the English-speaking world, they talk about the phenomenon of mediatisation (incredibly important in museum studies), which is no longer about how museums use all that's digital, but how museums understand their being immersed in a digital environment. We know that the most effective form of communication is that which visitors themselves carry out, reflecting their experience at the museum through the tools in their hands. I think that, more than saying which tools we'll adopt, it's about understanding what our attitude should be. There are two things we must always keep in mind. The first is that we have to think about how to become not subjects but the content of communication. The other is to consider everything digital not as a tool for communication, but as a realm of action. In a certain sense, it's about thinking of the opportunities offered by the digital to create spaces not only for documentation and archiving, but even for cultural production. ┘

EDEN

REVISITED





ITALIAN WRITER AND HORTICULTURIST UMBERTO PASTI'S PASSION FOR THE WILD FLORA OF TANGIER AND ITS SURROUNDING REGION LED HIM TO CREATE HIS WORLD-FAMOUS GARDEN IN ROHUNA, WHERE HE HAS TRANSPLANTED THOUSANDS OF PLANTS RESCUED FROM CONSTRUCTION SITES WITH THE AID OF MEN FROM THE VILLAGE. WITH ITS STUNNING VISTAS AND VERDANT FIELDS, ROHUNA IS A GARDEN OF INCOMPARABLE BEAUTY WITH THE MISSION TO PRESERVE THE BOTANICAL RICHNESS OF THE REGION.

BY GIUSEPPE FANTASIA

Imagine a garden dedicated to the cultivation of plants and flower, but most importantly, a place where men, women, children, and animals live, in search of harmony with each other and with the spirits of the earth. A veritable paradise made of beauty which opens up to visitors as the best of all oases, divided into a Summer House, for guests, and a Winter House, the main home whose beauty captures the eye, from the kitchen with a hearth to the cement tile floors, or even the family of falcons in one of the rooms. Division, in cases such as this one, is always actually union. We're in Rohuna, a village with 500 residents on the Atlantic coast of northern Morocco. When journalist and writer Umberto Pasti discovered it 20 years ago, he fell head over heels and instantly had no doubts whatsoever about what to do. He already had a house in Tangier with his partner Stephan. But, after having discovered those two acres of rocky land with two eucalyptus trees and what was left of one orange tree and two fig trees, while walking randomly with a friend, he quickly decided that he would move there, about 65 kilometres south of the city. He knew nothing about the area: all it took was falling asleep under the large fig tree to dream that this place was his body, and his body a garden. When he awoke, he realised that he had nothing to lose, without knowing, among other things, that the *jennun* (rural spirits) often possess those who sleep under trees. In the blink of an eye, a boy named Rachid popped out from behind a bush to quickly build a hut where Pasti had decided to spend the night. A few weeks later, thanks to an inheritance from his father, he bought the land and got to work, hiring the locals in a place where no *nazrani* (foreigner) had ever set foot. 'It wasn't easy, partly because there was so much work to do,' Pasti recounted. 'But that Eden-turned-inferno, over time, was reborn and became Eden once again, a paradise that now shines and continues to grow.'

A real, true *Eden Revisited*, which is also the English title of the book, published for the first time in Italy with a more generic title, *Un Giardino Atlantico* (An Atlantic Garden) by Bompiani a few years ago.

This exquisite tome recounts the genesis of that place which, more than anything else, is the story of a life: that of the author and his partner Stephan, and that of all the people of Rohuna who have taken part in and allowed for the birth and creation of such a special place. They surely include Jawad, a geologist from Tangier who managed to bring running water to a place that had been without for four years. And Bernard, a Belgian gardener who arrived just a few years ago and who Pasti and Stephan call *l'enfant*, despite the fact that he is only a few years younger than them, a man whose knowledge and passion 'have helped expand the boundaries of Eden.' 'As soon as you enter,' Martina Mondadori writes in the foreword, 'you get the sense

THERE WAS A FIG TREE. I SAT DOWN IN ITS SHADE AND FELL ASLEEP. I DREAMT THAT THIS PLACE WAS MY BODY AND MY BODY WAS A GARDEN. I STILL DID NOT KNOW THAT THE *JENNUN*, THE RURAL SPIRITS, TAKE HOLD OF THOSE WHO SLEEP BENEATH TREES. DEAREST *JENNUN*, WHO SINCE THAT DISTANT DAY HAVE LIVED WITHIN ME, HAVE SHELTERED AND GUIDED ME!

—UMBERTO PASTI

that this garden is a condensation of its landscape, a distillation of the countryside.' She continues: 'Visiting it is like setting sail on a vessel and gliding along an Atlantic of happiness whose mission is to preserve the botanical richness of the area, to save it from the devastation of brutish construction and, at the same time, to create opportunities for growth, education and employment for those who inhabit that ancient land.'

Flipping through the pages of this coffee-table book, enriched by the photographs of Ngoc Minh Ngo, an expert in garden and landscape photography, you'll discover that the Garden of the Portuguese, with its exotic beauty, was created by Bernard, as was the Bone Garden. The Wild Garden is truly special, as is the hillside dedicated to the wild bulbs of northern Morocco, where native species of narcissi, irises, crocuses, scillas, gladioli, and other plants bloom from autumn to summer. In such a unique place which perfectly reflects Pasti's love of beauty in every form, freedom, and life, the Garden of Consolation is at the centre, and it's there that a number of rooms and terraces inhabited by luxuriant vegetation honour paintings by Henri Rousseau, inspired by fictional characters with names and stories that baptise the sections of the garden. There's the Garden of the Englishman, of the Egyptian, of the Italian, of the Aissawa. And, looking at those photographs, it's as if you can smell the scents and hear the sounds of that place—only that there, they are almost always the kind of silence which allows you to keep dreaming. ┘



EDEN REVISITED: A GARDEN IN NORTHERN MOROCCO

BY UMBERTO PASTI AND NGOC MINH NGO

HARDCOVER

240 PAGES

250 COLOUR PHOTOGRAPHS

ENGLISH EDITION

RIZZOLI NEW YORK

UMBERTO PASTI, JOURNALIST, WRITER, AND GARDEN DESIGNER WHO SPLITS HIS TIME BETWEEN MILAN AND MOROCCO. COMMITTED TO PROTECTING THE LAND, HE HAS TURNED THE NATURAL WORLD OF NORTH AFRICA INTO THE STAR OF ALMOST ALL HIS BOOKS. HE HAS CREATED GARDENS IN ITALY, SPAIN AND MOROCCO, ALWAYS TRYING TO USE NATIVE PLANTS. HIS GARDEN IN ROHUNA, IN A SMALL VILLAGE IN NORTHERN MOROCCO, WHERE HE'S SAVED HUNDREDS OF SPECIES THREATENED BY THE UNBRIDLED DEVELOPMENT OF THE REGION, IS ADMIRERED AROUND THE GLOBE.

NGOC MINH NGO, ACCLAIMED PHOTOGRAPHER AND AUTHOR OF *BRINGING NATURE HOME*, *IN BLOOM*, AND *NEW YORK GREEN*. HER PHOTOGRAPHS HAVE BEEN PUBLISHED IN *THE WORLD OF INTERIORS*, *T MAGAZINE*, *VOGUE*, *ARCHITECTURAL DIGEST*, *CABANA*, AND *HOUSE & GARDEN UK*, AND HER WORK HAS BEEN THE SUBJECT OF SOLO SHOWS AT THE YVES SAINT LAURENT MUSEUM IN MARRAKECH AND WAVE HILL PUBLIC GARDEN AND CULTURAL CENTER IN THE BRONX, NEW YORK. NGO RECEIVED THE LAND PLACE SPIRIT AWARD FROM LONGHOUSE RESERVE IN 2022.



© EDEN REVISITED: A GARDEN IN NORTHERN MOROCCO BY UMBERTO PASTI AND NGOC MINH NGO, RIZZOLI NEW YORK, 2019. PHOTOS © NGOC MINH NGO

AROUND THE PERSIAN GULF

THE EL DORADO OF TODAY



EXPERTS IN FOREIGN MARKETS CALL IT 'EL DORADO'. EXTENDING FROM THE COAST OF NORTH AFRICA, THE MENA REGION REACHES AS FAR AS THE COUNTRIES OF THE MIDDLE EAST. ARAB CONSUMERS ARE SOME OF THE MOST FASCINATED BY THE LEGENDARY STYLE OF ITALY, BY THE NATION'S FINE DESIGN AND ARCHITECTURE. YOUNGER DEMOGRAPHICS, GREATER PURCHASING POWER AND NOTABLE INVESTMENTS IN CONSTRUCTION PROMISE A DYNAMIC GROWING MARKET. GIORGETTI HAS BEEN THERE SINCE THE 1980S, WELL AHEAD OF THE CURVE.

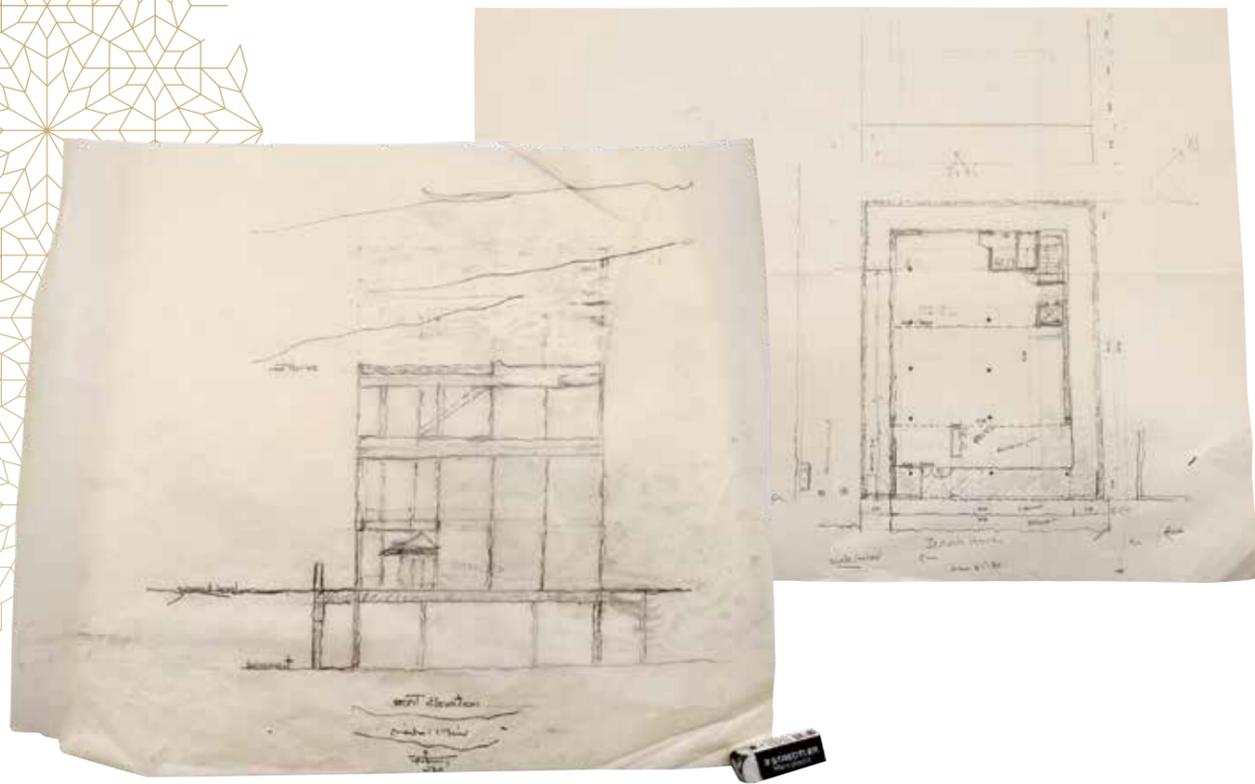
BY ROBERTA BUSNELLI

There are many good reasons to consider the MENA region interesting, going beyond the luxury goods market, which has seen impressive growth since the 1990s, especially in the United Arab Emirates. The countries of the Middle East and North Africa are strategic because they're geographically close yet heterogeneous: some are resource-rich while others are based on labour. And they're hungry for infrastructure and machinery, which are expected to be the main exported products for 2024 as well. Jewellery, cut precious stones and furniture are further down the list, but they help expand the value of exports in this area: selling crude oil and natural gas, MENA nations have been able to ensure the availability of resources and some of the most robust spending power in the world.

Anyone who exports to the area has won the bet. Since 2014, the value of Italian exports has consistently hovered around €30 billion, with the UAE as the top spender, making up 16.5% of the region's purchases of Made-in-Italy goods. Next on the list, coming in over 10%, are Egypt, Saudi Arabia and Israel. After the slowdown caused by the Covid-19 pandemic, in the first seven months of 2021, Italian exports to the MENA region took off once again, growing 20.6% to €16.6 billion. The total exchange skyrocketed to €36 billion, a jump of 36%. In late 2022, the value of exports pre-Covid, about €29 billion in 2019, was reached and surpassed thanks in part to Expo 2020 Dubai and Dubai Design Week. In 2022, the FIFA World Cup in Qatar further boosted trade and business for the companies drawn to this region.

Though Giorgetti officially established a presence in this market in the early 1980s, its ties to the region go back even further. The company archives contain drawings (which are more like hand-painted small-scale works of art) from the 1940s and 1950s with furniture destined for the royal families of the Persian Gulf. In 2018, a direct branch was opened in Dubai. That's precisely where we speak with **Ruggero Ottogalli**, the General Manager of Giorgetti Middle East & Africa, to better understand the promise and potential of this area. 'In terms of global furniture revenue, the MENA region represents circa 3-3.5%. For Giorgetti, the region reaches about 6-7%, so it's a presence that, in terms of percentages, is higher than average.'

Within the Middle East, the Persian Gulf States surely make up the lion's share. The UAE is a very enticing market for Italian companies, considering that the domestic demand for furniture is almost entirely fulfilled by imported products. It's a constantly expanding market. The FederlegnoArredo Research Centre places the UAE as the tenth export market for Italian furniture and interior accessories. The local production of furniture, moreover, is relatively minimal and the market is wide open to the importation of products from abroad, in the mid-high range, in which Italy is the leader, making up more than a third of imports. In addition to being the main destination for our exports in the MENA region, the UAE has become a strategic launch pad for expansion into the vast markets of Asia and Africa. 'If we consider the Middle East as a whole, from the Persian Gulf to the Levant, we're talking

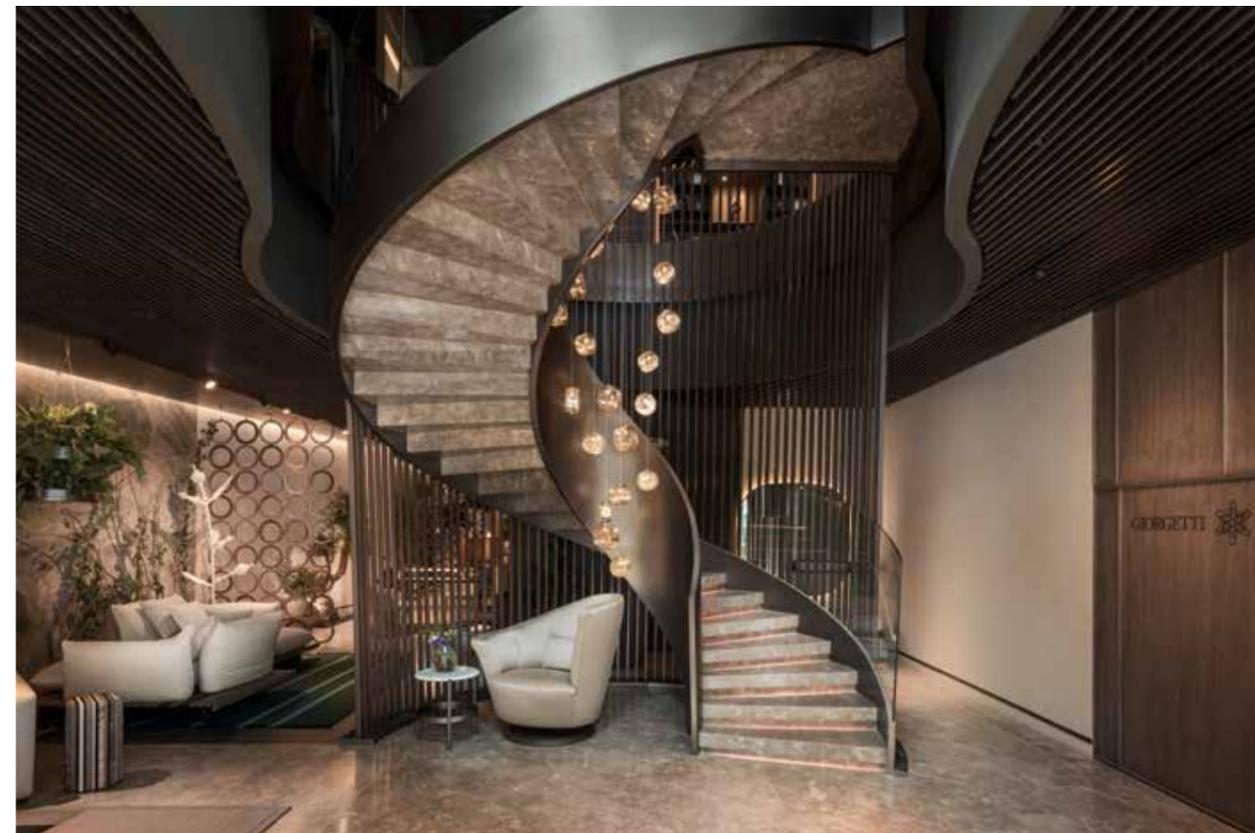


IT'S ESSENTIAL TO HAVE OUR OWN FLAGSHIP SPACE THOROUGHLY REPRESENTING THE PHILOSOPHY AND COMPLEXITY OF THE BRAND IN A COMPLETE MANNER, HELPING TO RAISE AWARENESS ABOUT THE GIORGETTI LIFESTYLE.

—RUGGERO OTTOGALLI

about a consumer pool of about 60 million people', explained Ottogalli. 'That's the equivalent of Italy, but with much greater spending power per capita, reaching its highest peaks in the UAE, Saudi Arabia and Qatar.'

After opening the Dubai branch, by the end of 2024, the Giorgetti Group has planned nine new openings with two flagship shops, in Dubai and Riyadh. 'To create the store in **Dubai**, we called two large firms, Richard Meier and Dante O. Benini', Ottogalli recounted. 'The plan includes the construction of an independent 800 m² building, a villa in a central position within the coastal Jumeirah area, which has high visibility and is easy to reach. It's the most famous district of the city, where all the luxury home furnishing brands are concentrated.' For Giorgetti, the market of the UAE is a point of reference for the entire region, as is demonstrated by this significant, more-than-commercial investment. 'The idea of creating an architecturally important building is also an ode to the city', continued Ottogalli. 'It's artistic-cultural heritage which Giorgetti wants to leave as patrimony for the community.' The expectations of this opening are surely high, as is the growth curve of the UAE and Dubai in particular. Today, after different transformations which were the fruit of well-thought-out, rather genius political strategies, the city has risen to the status of a luxury destination. It's the Monte Carlo of the Middle East, the equivalent of the Italian or French Riviera in the 1960s, with its *dolce vita* attractions, enticing mainly to expats, the cosmopolitan world-travellers who want to enjoy their time and, if possible, their entire life. 'When you talk about the UAE, like when you talk about the entire Middle East in general, the tendency is to confuse and simplify', explained Ottogalli. 'But in reality, there are deep differences between one country and the next. Dubai, the only emirate without oil, wanted to build an entirely different reality than that of its rich cousin Abu Dhabi. To compete and excel, Dubai has gone from a regional trade hub to a residential one for everyone who previously just conducted business here and who now are moving there because Dubai offers security, quick approval of businesses, a high quality of life, and now even a cultural life that's on par with places like New York, Miami or Beijing.' In addition to the Emirate of Dubai, in 2024 Giorgetti will also focus on **Riyadh**, the capital of the Kingdom of Saudi Arabia, opening a 400 m² flagship space in the King Abdullah Financial District, a pre-existing area but new to the furniture industry. 'Giorgetti already has an important space in Saudi Arabia, in Jeddah', Ottogalli clarified. 'Opening in Riyadh will guarantee a more direct presence for the brand, and thus we surely will see greater growth.' Prince Mohammed



bin Salmān is driving the radical change that Saudi Arabia is currently undergoing. He has ushered in a wave of cultural and commercial liberalisation which was unthinkable just a few years ago, by way of soft power diplomacy which now is also focused on international tourism, so much so that the first travel agencies have begun to pop up in Saudi Arabia, promoting itineraries for true explorers. The royal family's vision for the future includes strategic differentiation which will provide new business opportunities, including those for younger generations, and attract outside investment which previously was precluded. For both Dubai and Riyadh, what's certain is that the policies adopted are consistently aimed at modernisation and looking to the future.

Giorgetti is on the move also in North Africa, more precisely in **Cairo**, where the company has recently opened a 300 m² flagship store located on the street level of a newly built outdoor shopping centre, Park St. The complex offers different types of consumer experiences—luxury boutiques, gourmet restaurants, spas—and it's also home to prestigious offices. 'The location is similar to the Financial District of Riyadh, but Cairo is a much more complex city than Dubai or Riyadh', Ottogalli stressed. 'It's sprawling, enormous, chaotic and particularly hard to get around. Egypt, whose population is immense, with over 100 million residents, but whose per-capita spending power is surely less than the UAE and Saudi Arabia, is always an unknown. A lot depends on the policies, regulations and bureaucracy. And yet, even here we expect growth. The city isn't lacking investments in luxury projects within which Giorgetti products are valued and may indeed be a natural fit. This is why it's essential to have our own flagship space thoroughly representing the philosophy and complexity of the brand, helping to raise awareness about the Giorgetti lifestyle.'

The traits shared by such different and evolving places—Dubai, Riyadh and Cairo—are few, but they exist. Here, Giorgetti plays its trump cards: reliability, openness to collaboration and the customisation of its products (which are materially complex and made by the detail-obsessed), timeless fine design, products which are heirlooms to pass down to future generations, the guarantee of being 100% Made in Italy, and the ability to combine artisan traditions with advanced technology. Quality and beauty.

Giorgetti goes where clients live and work, where they invest in themselves, their families and the spaces they work in. They may be bold choices and courageous investments at times. The kinds that are only for visionary leaders who have the virtue of patience. ┘

New forms for sweet traditions

Historical patisseries are changing their format, geographical reach, look, and products. Milan plays its trump cards: an international scope, the union of sweets and fashion, and the cultural experience of places and products. Just about everything is changing, except the taste of tradition.

by Anna Prandoni

Once upon a time, it all came down to the neighbourhood. The historical and traditional patisserie was chosen among those near the home, and they all sold the same products. Patisseries, especially in Milan, were a place to go to purchase sweets and pastries for Sunday and cakes for birthdays; the packaging was paper embellished with the shop's name written in calligraphy, wrapped up with a gold ribbon, a symbol of the special event which required a celebration.

The places which held those sweets were, especially in the city, wood and glass bonbonnières, where display cases made it possible to admire their delicious contents. From then until today, the world of pastries has changed drastically, and the industry has also become part of the 'Milan-style' fashion system. None of its appeal has been lost, though the format has changed radically, from big family projects that become brands, to brands whose holding companies incorporate even Milan's historical and family-run businesses. In 2014, looking to the Expo of the following year, Miuccia Prada partnered with Patrizio Bertelli to acquire 80% of the historical Marchesi pastry shop, with its wooden display case and robust counter, its colourful sweets and constant hustle and bustle, a symbol of a city at a crossroads of people, bubbling over with energy. It was a place where you'd come for a quick espresso, between one errand and the next, or before work, or to get your children a snack, and you'd stay the bare minimum: no lingering at café tables—this is Milan. Even the pastries were to be taken with punctiliousness, and in a hurry. Since then, Prada's decision has set a trend, as often happens, and other fashion houses have followed suit, sidling up to the world of baked goods: still today, this industry is a world to be explored in ever-new ways.

After all, the pairing of sweets and fashion is nothing if not varied, going from the iconic piece of a fashion house which is reinterpreted in a sugary key, to the creation of something completely new, an object or a place to experience. French inspiration arrives via LV Dream, the space opened by Louis Vuitton in Paris which includes a chocolate shop and a café overseen by Maxime Frédéric, the pastry chef at Hotel Cheval Blanc Paris: a cultural and gastronomic destination where even sweets and chocolate play with the classic Vuitton motifs.



THESE PAGES: ROMANENGO
CONFECTIONERY,
VIA CAMINADELLA, MILAN.

This same international breadth also characterises Cova: after becoming part of the LVMH Group (having ‘slipped away’ from Prada, no less), the famous patisserie is looking beyond its historical location in Milan’s fashion district. Having already exported Italian excellence to Asia, it’s now gearing up to continue expanding to other metropolises, in Europe and beyond.

The bond between fashion and sweet food is one enhanced not only through investments and new ideas in relation to the hospitality industry, but one which could possibly also become, for example, part of a capsule collection. That’s exactly what The Attico has done, in partnership with New York hospitality group Sant Ambroeus: a sweatshirt, a t-shirt, a baseball cap, and a take-away coffee mug, designed by Giorgia Tordini and Gilda Ambrosio, who in turn were inspired by the *sciure* (well-heeled older ladies) often found in Milanese cafés, and by the vibes of the two cities. The historical brand has recently reopened in Milan after a renovation which made space for the old, in the same vein as that started by Prada with Marchesi: change everything except the substance.

It’s a sign that, from designer brands to those in a more manageable domain, perhaps tied to a specific geographical area, co-branding is a business opportunity which can also be captured on a cultural level, as an innovative and contemporary way of enhancing what a particular product or place of culture has to offer. Even (or rather, especially) beyond one’s canons and borders.

Connections are made between other historical places throughout the city, intertwining their pasts: from Gattullo to Taveggia, from Bastianello to Cucchi, every name evokes meaningful local moments, and also different clientele and football loyalties. No Inter fan would ever buy a Carlina pastry from Gattullo, and the who’s who of the publishing industry gather around the rice pastry made by Cucchi, in a sort of language of taste which has no room for misunderstandings. Affluent Milan goes to Peck as per tradition, and exclusively buys the marrons glacés from Galli, while tourists are increasingly drawn to Savini in Galleria Vittorio Emanuele II. New stories are being told by families who arrived after the 1960s, yet who have managed to stand out: Martesana, with its orange look, has become a new must-have and its *panettoni dell’Enzo* are increasingly popular; while a historical patisserie from Genoa which has recently opened in Milan seems like it’s always been there, all thanks to its heritage. Romanengo is the sweet turning point of the Porta Genova quarter, and its bon bons, chocolates and candies have brought a new classic to the city known for favourably welcoming new tendencies and making them its own, embracing them and turning them into new Italian trends. If Milan has a natural-born talent, it’s this: its innate ability to turn whatever its diverse and hungry citizens like into fashion. If it’s sweet in Milan, it’s sweet everywhere.



The world of pastries has changed drastically, and the industry has also become part of the 'Milan-style' fashion system.

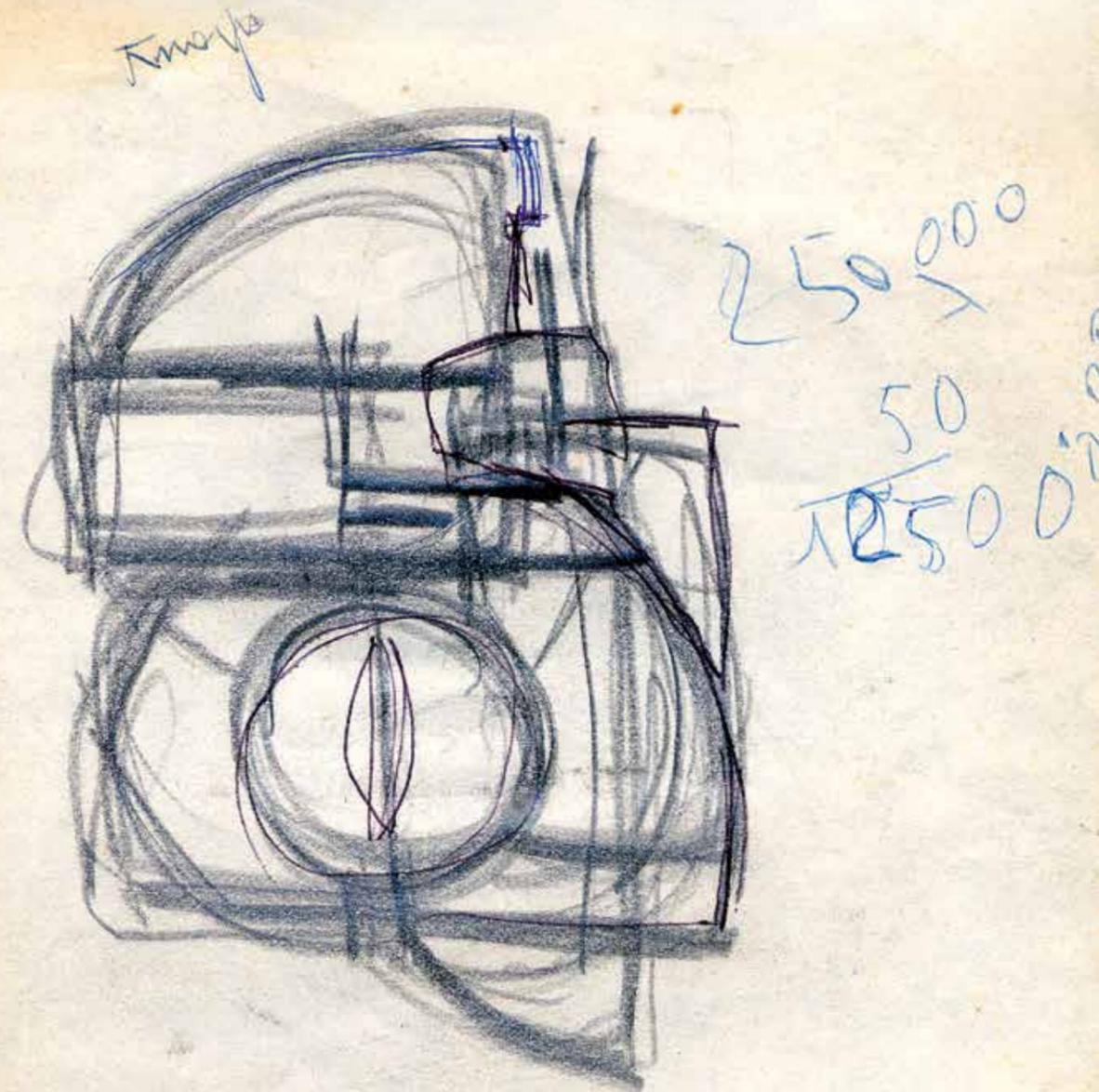


THIS PAGE, TOP: MARTESANA PATISSERIE, CORSO DI PORTA ROMANA, MILAN.
BOTTOM: SANT AMBROEUS PATISSERIE, DISPLAY, CORSO GIACOMO MATTEOTTI, MILAN.
OPPOSITE PAGE: MARCHESI PATISSERIE, VIA SANTA MARIA ALLA PORTA, MILAN.



Interlocking poetry

by Cristiana Colli



He was awarded top honours at the 1964 Venice Biennale in the sculpture category and was the Director of the Accademia di Brera. He's one of Italy's most renowned twentieth-century sculptors, beloved and appreciated by collectors around the world. A diviner of stone, an admirer of the balance and harmony of classical art, and a friend of enlightened architects and businesspeople, from Gregotti to Zanuso, from Aulenti to Gardella. His work has enriched legendary places, such as the Olivetti boutiques in Düsseldorf and Buenos Aires, and places of worship, such as the Church of San Lorenzo in Porto Rotondo, Sardinia.



There's an image of Andrea Cascella in his studio in Milan, taken over the shoulder, charcoal in hand, which captures him in the energetic, decisive act of etching lines which are already volumes. That photograph encapsulates a whole, complete understanding of design which contains the spatiality of stone, and you feel the power of the material as it reveals itself. Cascella was born a figurative artist, but he soon heeded the call of the seductions and interrogations of abstract forms: in part influenced by artists such as Brancusi, he came to a synthesis around the fundamental elements of geometry in his mature years.

In the magnificent sketches which try and try again, which develop and refine a hook-like form (an incessant quest for that which would become a structural morphological concept), one can see the search for harmony and classic beauty, for *well-made sculpture*, which Cascella sought and found over the course of his artistic career. And perhaps, in all his planning and creativity, the familiar mould linked to his maternal grandfather remains. After all, his grandfather was a German mechanical engineer who moved to Italy to design combustion engines for Fiat, also drawn to processes which turned the coexistence of forms into the centre of thought and design.

The hook, a functional experience which soon would become the symbolic conceptualisation of interlocking, was a recurrent theme after his participation in a 1958 competition to design a memorial at Auschwitz (which he won alongside architect Julio Lafuente, though it was never made), a key which became an authoritative cipher. The small yet essential *Legame* (1962) is emblematic, his only sculpture created from two types of stone which maintain that sense of an embrace, of proximity in difference, of a gap which isn't distance but relational identity, a trace which, although differently, is also found in *Tutto Grigio* (1968).

Cascella's sculpture shows the traces of his early days working with pottery, of that doughy, soft craft, both in relation to scale and size, and to the freedom to use different materials (including quartz and lapis lazuli with their inevitable references to jewellery). So, not just marble and other stones, but all materials are the bearers



of language and meaning, and this confers intrinsic movement and expressive liberty onto the work. For these reasons, Cascella can be considered one of the last great Italian sculptors to look to the ideal of classical aesthetics and harmony as an essential reference, more precisely in his proportions and love of all that is 'well-made,' even when incorporated into abstract signs.

Cascella didn't belong to any one movement or trend; instead, he felt the influence of cultural and artistic contexts. He belonged to a dynasty of artists and was part of a family with a long history as an intellectual coterie. In over a century, at least three generations have followed after grandfather Basilio, a painter from Abruzzo who is remembered for *Il suono e il sonno*, a painted triumph of seduction and physical carnality; and father Tommaso, who never abandoned Pescara, painting sunrises over the Adriatic Sea for his entire life; and Pietro, the brother with whom he tried out his hand at pottery. The family tree extends also to Marco, his son, a doctor whose microscopes have taught him about the genesis and the mystery of life and whose paintings have updated the example set by his great-grandfather Basilio and the connections of his father Andrea. Connections whose cultural epicentre can be found in the Andrea Cascella Archives in Milan, in the rooms of the historical studio at 8 Via della Ferrera, a research centre for the reconstruction of critical devices, a storeroom of moulds, plaster casts, and maquettes. And there are more than enough recognitions for a credible registry, arising from public and private collectors who have supported and promoted his work around the world.

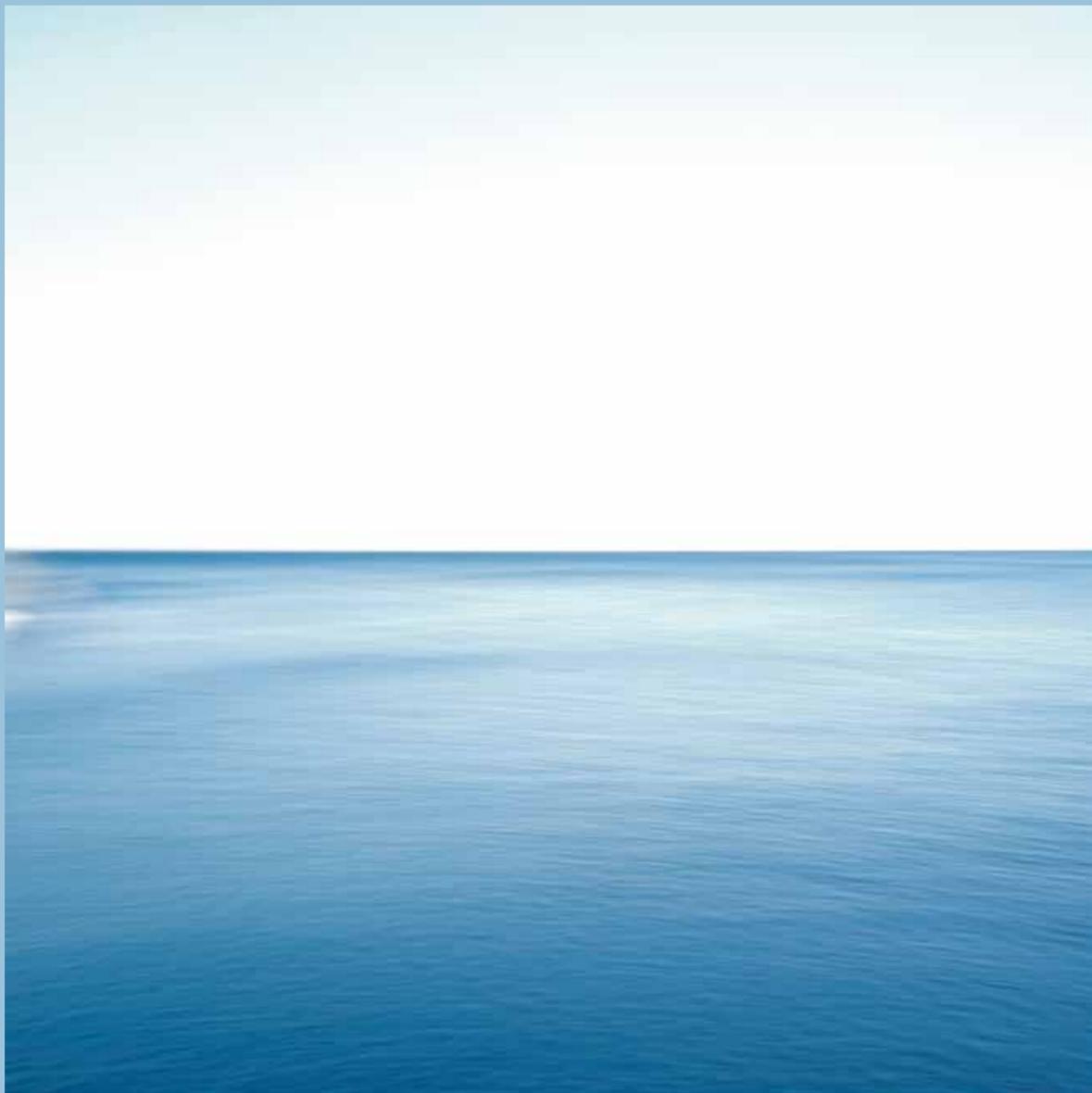
The embrace of stone, shapes, and geometry is his defining sign, the yearning for dialogue and union, the exchange between surfaces and materials, the potential interlocking of differences, the quest for grace in hardness. In austere shapes and graceful proportions, modernity appears, inseparable from the search for connection.

From drawing to partisan memorials, from ceramics to sketches, the oeuvre of Andrea Cascella says much about the man and his painful yet powerful humanity, made of curves, corners, angles, brutality and interlocking forms. Made of human harmony: always laborious, and always to be attained.

PAGE 64: ANDREA CASCELLA AT WORK IN HIS STUDIO, 1960'S.
PAGE 65: ANDREA CASCELLA'S PREPARATORY SKETCH.
PHOTO © GIULIA NICCOLAI. COURTESY ARCHIVIO ANDREA CASCELLA
THIS PAGE: ANDREA CASCELLA, *TUTTO GRIGIO*, TURQUINE BLUE MARBLE, 1968.
OPPOSITE PAGE: ANDREA CASCELLA, *LEGAME*, MARBLE AND STONE, 1962.
PHOTOS © LUCA STOPPINI. COURTESY BRUN FINE ART

AZURE, MID-OCTOBER

edited by Giulio Ridolfo
with Silvia Andalò
and Massimo Gardone



G *Arcoiris, Arc en Ciel, Arcobaleno.* The wings of the angel by Fra Angelico. I nearly fainted, in front of all that beauty.



(the flower of good auspices)

S Fra Angelico was no ninny. He had studied philosophy and theology. But he lived in close contact with nature. Painters made their own pigments, starting mainly from earth and minerals. The *Tabernacle of the Linaioli* had already been commissioned by textile merchants, and it's the only work of art by the monk-painter created for a civic space. A complex piece, designed to be viewed, at least internally, only on feast days and holidays. The shutter panels, decorated on front and back, protect the image of the Virgin Mary, wrapped in her precious mantle. An immense masterpiece, which unites sky and earth, it invites you to stop, it offers an encounter. The shattering power of kindness astounds. Between Aquileia and the Tunisian watercolours of Klee, Fra Angelico fascinates. Exchange is the fertiliser of knowledge and creation. The divine is earthly. The spirit is matter.

G To interweave, to accept the reverberation, to smell scents we can't describe. Earth with egg yolks from Macedonia, Ohrid. The sweetness of the memory!

S A touched voice, open eyes, 'Thank you', 'Thank you'. The beauty; history. Italian landscapes of departure and return, and invitations to go again and discover. With grace, pain is exchanged. With the naturalness of the air of ports and borders, eyes are opened, joy is embraced.

WHEN WE LEFT THE CHEERY WARMTH OF THE LARGE ROOM, WE INHALED THE COLD, CLEAN AIR. The light had changed. It was no longer the blinding sun of early afternoon, when we, with sisters and friends, had gone and closed ourselves in there to paint the walls of that tiny house lost in the fields. The snow still sparkled, clean and glossy, but the sky had become an intense shade of blue. Dark, yet still luminous. It was as if giant lights were illuminating it from behind. The palest light and its deepest shadows were united in the blue of that sky.

In those days, it grew dark early.

At 5:55 pm, in just a few seconds, the ship sank.

The cold burned against our skin. We went back inside, by then it was dark. That night, in what may be the only time in my life, I saw my father cry embracing my mother. He had developed a high fever. She had to go with tokens in her pocket to telephone the ship owner. The friendship between my father and the ship owner, who was from Sorrento like 21 of the 30 crew members, was true, deep. Mum had always been pathologically reluctant to telephone just about anyone, but she had to let them know that dad couldn't suddenly cut his holiday short, as he was expected to do. A good marine surveyor was like a doctor. And he was one of the best in the world. Whenever and wherever he was needed, he had to go, to solve whatever problem or at least do a bit of damage control, understanding causes and responsibilities. And when it comes to ships, there are no days off; they sail day and night from one ocean to another. Careful not to slip on the ice, mum came home that night with the terrible sensation that they didn't believe her. Our return to the city corresponded with the end of the search and rescue operation. Not one single body had been recovered. The youngest of the crew members was 17 years old. My father was designated as an expert witness in the trials that followed. What's certain is that on 29 December 1981, the weather between Cape Ortegal and Point Penmarc'h was terrible, and at least two other ships sank in that same bay around that time. No one today can know with any certainty if the bulkheads which ceded and caused the motor vessel to sink could have or should have held. The investigation lasted a year, and, in the end, the ministerial commission established, unanimously, 'that the sinking of the *Marina di Equa* and the resulting loss of its crew and its cargo which took place on 29 December 1981 were to be attributed to the aforementioned exceptional circumstances and that, therefore, the accident happened exclusively due to an unforeseeable circumstance, without the wilful misconduct or negligence of any party'. No guilty party then, just the nefarious Bay of Biscay. With a sea scale of 8-10, having the crew board the lifeboats must have been reasonably more dangerous than staying on board and awaiting the arrival of the helicopters requested by the Captain at 5:44 pm, also considering the presence, just a mile away and in sight, of the East German motor vessel *Theodor Fontane* and, vertically speaking, of a French Navy airplane, both rushing to the mayday sent at 2:43 pm by the *Marina di Equa* and in constant radio contact with the ship, which had started to take on water. The collapse of the bulkhead between cargo holds 1 and 2 (bow) sank the 178-meter-long, 32,000-tonnage ship in 20-30 seconds. In his deposition, Captain Hohle stated that when he saw the ship for the last time, he noted that the red navigation light on the left and the main one were still on, and maybe even some interior lights, and that the radar antenna was still moving. In less than a minute, before the eyes of those who found themselves there, the ship disappeared, swallowed by the Atlantic Ocean.

Brother Giovanni never saw the sea. He applies Afghan lapis lazuli powder to wet plaster, to wood boards, and the sky behind Christ becomes the eternal and the infinite. Mary's mantle, upon which the star shines, is comfort and protection. When the sun sets, he says goodbye to his fellow monks and walks out through the vegetable garden to reach the convent on the hill of Fiesole before darkness falls.

In blue, everything becomes quiet.

Not Raina. She has yet to find inner peace, nor does she want to. Since her husband Frane Junakovic died, she only seeks to find justice and provide concrete protection, in the form of new laws and regulations which limit the risks taken by those who work and live on the sea. She wants the responsibility of those who should have and could have prevented so many deaths at sea to be acknowledged. On Christmas Eve in 1974, she disembarked from the *Seagull*, quickly saying goodbye to her husband. As a radio operator, he remained on board, for the last voyage that had been surprisingly forced upon that old battered ship. It would sink after just a few days, leaving no survivors. Since that day, Raina Junakovic has fought, emerging victorious against enormous private interests and lazy, distracted, if not corrupt, institutions. With her, the Seagull Committee was born, taking its name from that ill-fated ship, fighting for the rights of seafarers and supporting their families for years now.

Straddling the late 1300s and the early 1400s, in the *Libro dell'arte*, in which he describes how to make and use pigments, Cennino Cennini defines ultramarine azure as a 'noble, beautiful colour, more perfect than any other'. The most precious. And the most expensive.

POST SCRIPTUM: while searching for information about the *Marina di Equa* online, I found, listed as anonymous texts, the technical reports written by my father for the trials. It reminded me of a trip from Naples to Trieste, where he held a conference on the dynamics of that shipwreck. I realised that, even if the truth had never in fact been betrayed, my father had the sense that the tragedy could have been avoided. After the acquittal of the ship owners, a few simple regulations to protect the lives of sailors were enacted. Thanks to the work of Liliana Lanzardo, I discovered the extraordinary woman that Raina is, and the achievements of her battles. Never remarried, a painter has accompanied her along part of her path.

Move

**10 YEARS UP AND DOWN
BON ANNIVERSAIRE!**

BY CRISTIANA COLLI

Movement, shifting while sitting still, a sense of space, and, seen from there, a landscape which changes, taken apart and recomposed, between details and the whole. **MOVE** is an invitation, a frame of mind which challenges gravity and the perception of form; it's a vantagepoint onto the world. Round and welcoming but empty, it's the embrace of a solid thread that extends, curves, is interwoven, draws near and goes far, turns and returns. Designed to rock, rest, and read, it's made for an ice-cold vodka, a hot tea, a podcast to listen to facing a bow window. **MOVE** has a special story. It comes in just *four* colours, but it has also been the focus of experimentation with different configurations and finishes for special events, displays, and openings around the world; the solid ash frame, composed of *thirty-one* pieces which have been hand-lathed and put together, is the result of expert manufacturing capabilities; the seat, in the name of aesthetic versatility and ergonomics, is in fabric or in leather. Envisioned and designed by Rossella Pugliatti, it's a perfect object, a manifesto, testimony to Giorgetti style and quality around the globe. **MOVE** is an icon of Italian design.

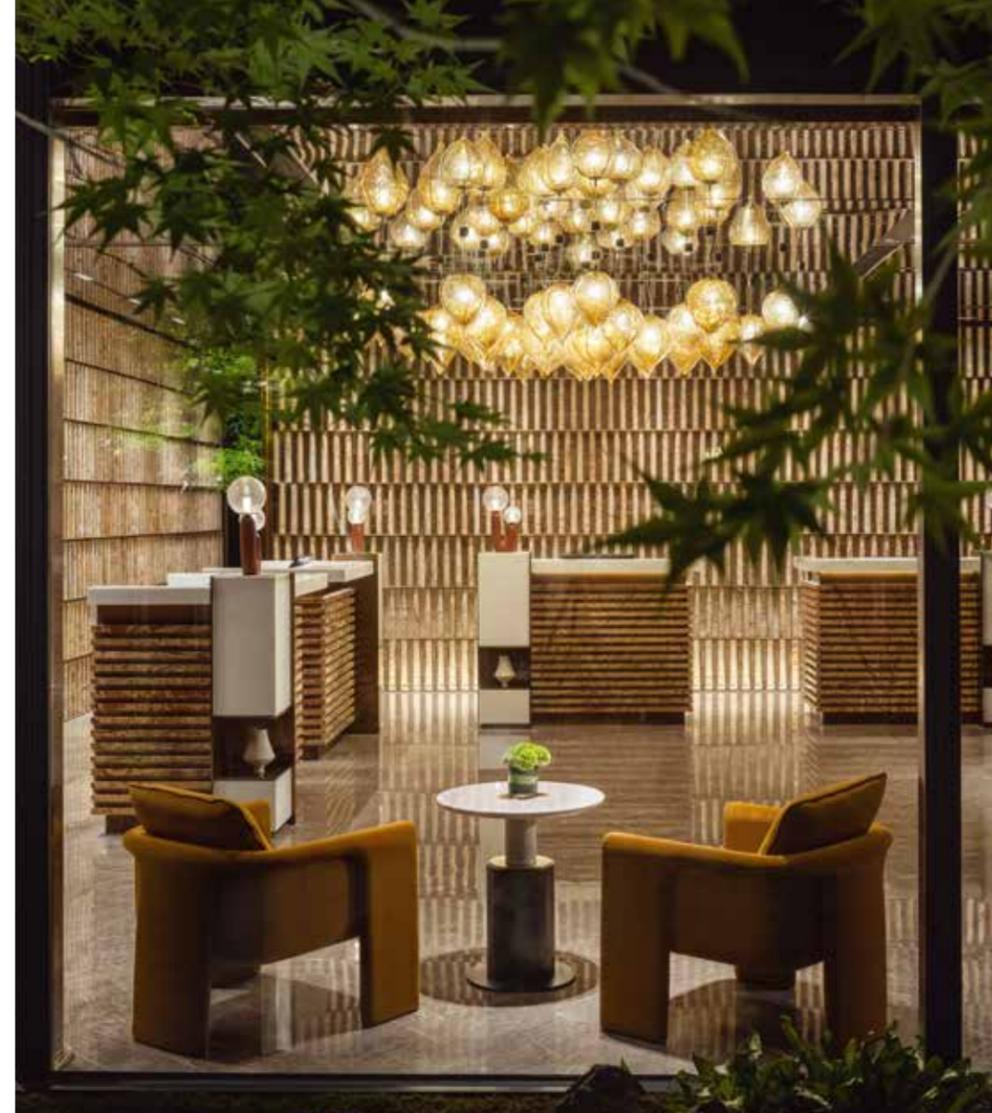


HBA *experience*

"To create a unique sense of place" is their mission, designing hotels, resorts, spas, restaurants, cruise ships, and residences since 1965. And they're the world's largest interior design studio specializing in the hospitality industry: they're the award-winning Hirsch Bedner Associates (HBA), with headquarters in Singapore and London and projects on all continents, in cities ranging from Atlanta to Tokyo. They want to change things, shaping the future and influencing design on a global level.



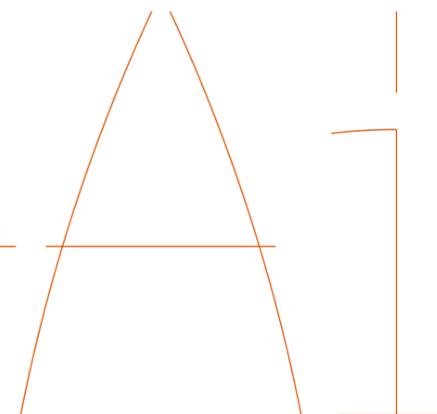
Their goal is to predict the desires of a highly sophisticated clientele and add significant value as they make the experience of the brands they collaborate with even more intense and exclusive. Every place, every project is unique, tailored to the context, architecture and client vision. From the first Harrods Private Members Club to the Beach Village at the Del Coronado in San Diego, California, from the new restaurant by sushi chef Makoto Okuwa in Colorado to the Waldorf Astoria in Doha, from ultra-luxury residences in Dubai to the spa at the Four Seasons in Atlanta, the challenge is to create consistently new and unique hospitality experiences, pampering the most discerning travellers.



PAGES 72-73: ADDRESS SKY VIEW, DUBAI, 2020. PHOTO: ALES VYSLOUZIL.
THIS PAGE, TOP: WALDORF ASTORIA, CANCUN, 2022. PHOTO: NOAH WEBB.
BOTTOM: HOTEL OKURA, MANILA, 2022. PHOTO: RICO JOSE.
OPPOSITE PAGE, TOP: HOTEL INDIGO HANGZHOU TIANMUSHAN, HANGZHOU, 2023. PHOTO: QIU XIN.
BOTTOM: CONRAD JIUZHAIYOU, SICHUAN, 2021. PHOTO: SETH POWERS.
ALL PHOTOGRAPHS: COURTESY HBA

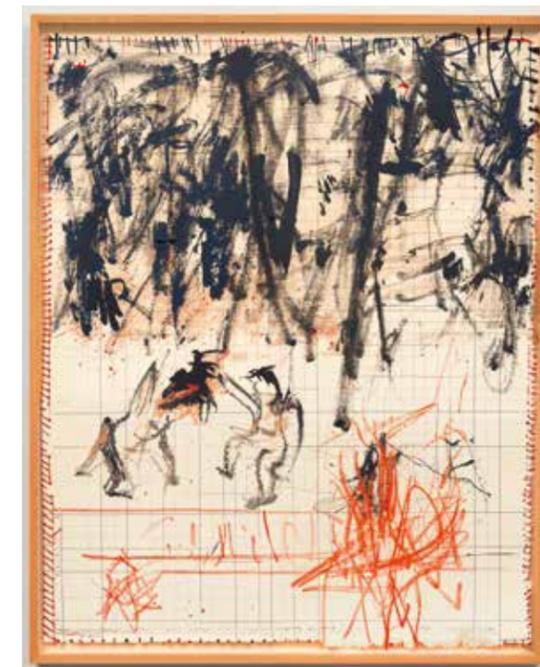


MAGICAL



HE'S 28 YEARS OLD AND HAS A BLOG ON INSTAGRAM; HE'S AN ART DIRECTOR AND CONSULTANT. SINCE 2017, HE'S WORKED IN ARTIFICIAL INTELLIGENCE. RIVISTA STUDIO CALLED HIM A 'PIONEER' OF PROMPT ART, WHICH USES A VARIED SET OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS AND TEXT COMMANDS. WE ASKED **VITTORIO MARIA DAL MASO** TO TELL US WHAT'S HAPPENING IN THE AI MULTIVERSE AND TO ILLUSTRATE IT WITH A FEW IMAGES, PRINTED HERE.

BY FRANCESCA MOLteni



THIS PAGE: VALENTINO (TOP) AND ARMANI (BOTTOM) CAMPAIGNS BY VITTORIO MARIA DAL MASO GENERATED WITH AI.
OPPOSITE PAGE: ARTWORK BY VITTORIO MARIA DAL MASO GENERATED WITH AI.

FM Let's start with a bit about you, Vittorio. What is your profession, exactly? How do you define it?

VMDM The definition of what I do is quite fluid, but in short, I'd say artist and designer, even if my work involves a lot of consulting, creative direction and special projects. But if I manage to do things that are beyond belief, there isn't a true definition. And it's also the symbol of the new technology I work with, which will become a part of all industries. My objective is almost philosophical consultancy, tied to the symbolism of what brands want to convey. My motto is 'the more things change, the more they stay the same.' Insofar as we can create images, what remains is and always will be the symbol, the archetype. Whether I generated a photograph of a bear or whether I took it myself with a camera, the bear symbol remains the same. And so, given total freedom to act, the most interesting thing will be to fine tune and hone the intention behind the creation of each image. I read the other day that we're going from the information age to the age of curation. In one way or another, we'll all become output curators. Today on Instagram, I shared a tweet by Elon Musk, in which he responded to another tweet saying that by 2040, we'll have one million humanoid robots roaming about Earth. You'll have yours and I'll have mine. If many practical things can be done by robotic arms, all that's left for us is intent, the decisions about how to make these machines move.

FM Tell us about how you got here, how does one become a curator or digital artist?

VMDM My story is a bit odd. I studied branding at IED, I come from a very work-oriented family from the Veneto region. I've always had this sort of approach, but I've also always had a more artistic sensibility. My father's job, a lawyer for serial killers for 20 years, was especially important. I grew up hearing all kinds of stories and seeing all kinds of photographs. To the degree that I began questioning the truth behind good and evil. So, I began studying that which in philosophy is called determinism, the idea that everything which happens, whether good or bad, is determined by things that you can't control. I then began to study Indian culture, alchemy, hermeticism, and the Tao. And I realised that I was seeking out maestros—in Italy there are the maestros of a workshop, and then there are the apprentices. And I decided that I wanted to be an apprentice. I managed to find such maestros. For example, Giorgio Di Salvo, a writer and designer who is well respected in the international underground design world. He curated the first brand launched by Kanye West and he has an almost monastic practice in his approach. Then there are others, less tied to the world of images and appearance. They taught me to interact with symbols. I've met alchemists, interesting characters who helped me understand that in the end, everything we see out in the world is symbolic. And, in part inspired by the words of Rudolf Steiner, who says that the era of riding the tiger is over and that the era of permeating the skin of the dragon and dominating it has begun, I thought that I should become part of the system. And I became part of the world of images. I've never sent out my CV, I've never worked for a company but, dot after dot, I plotted a line that led me to combine my research on symbols with that which is the demand of the entertainment industry today, which needs nothing more than to sell images. Images are closely connected to magic, which is a topic I care deeply about, and which is related to the *imagos*. Magic requires three basic elements: a magic signet, a magic formula and a magic ritual, which is an action to fortify the symbol. Like Harry Potter and all the unique magical entities of today: brands. Because a logo is a signet, it offers a magic formula, and an advertising campaign is a ritual; the intention is always that of selling a product. So, I decided to become part of it, to get to know the codes and work for the good. And artificial intelligence is my lightsabre because I can generate worlds. Last week, Samsung began selling its transparent screens, so the technology to have a screen in your glasses is arriving, it's something similar to headsets. It will be like going into different worlds. Any brand or person, instead of having an account, will have worlds that they can enter, and we'll have to be careful. The multiverse era, that of multi-dimensionality, of new spaces for experiences, has begun.

THE MORE THINGS CHANGE, THE MORE THEY STAY THE SAME.
THERE WILL ALWAYS BE A SOUL THAT CONTROLS THINGS.

—VITTORIO MARIA DAL MASO

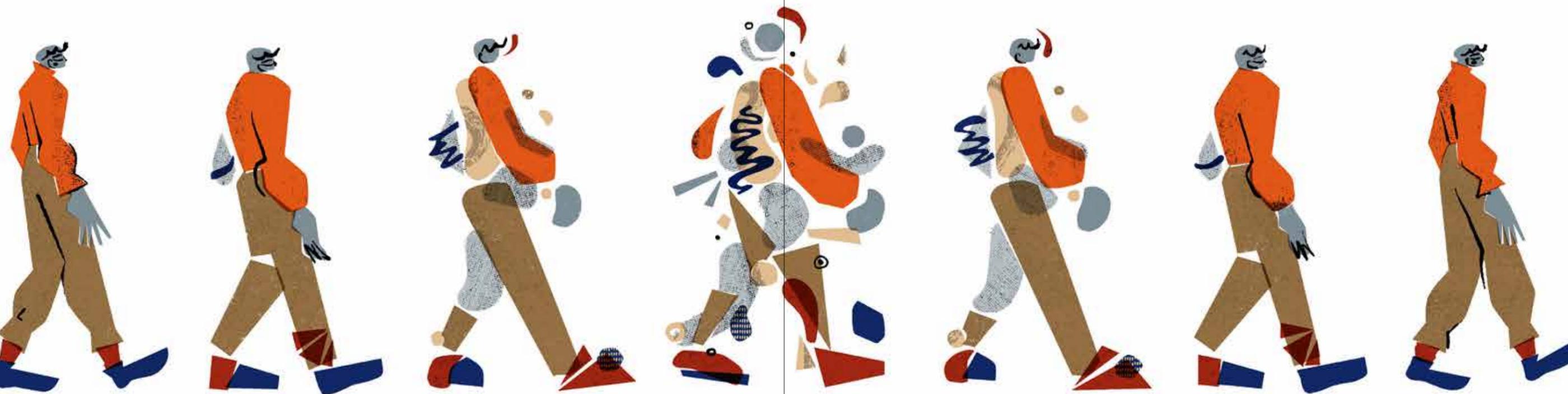


ILLUSTRATION BY FERNANDO COBELO

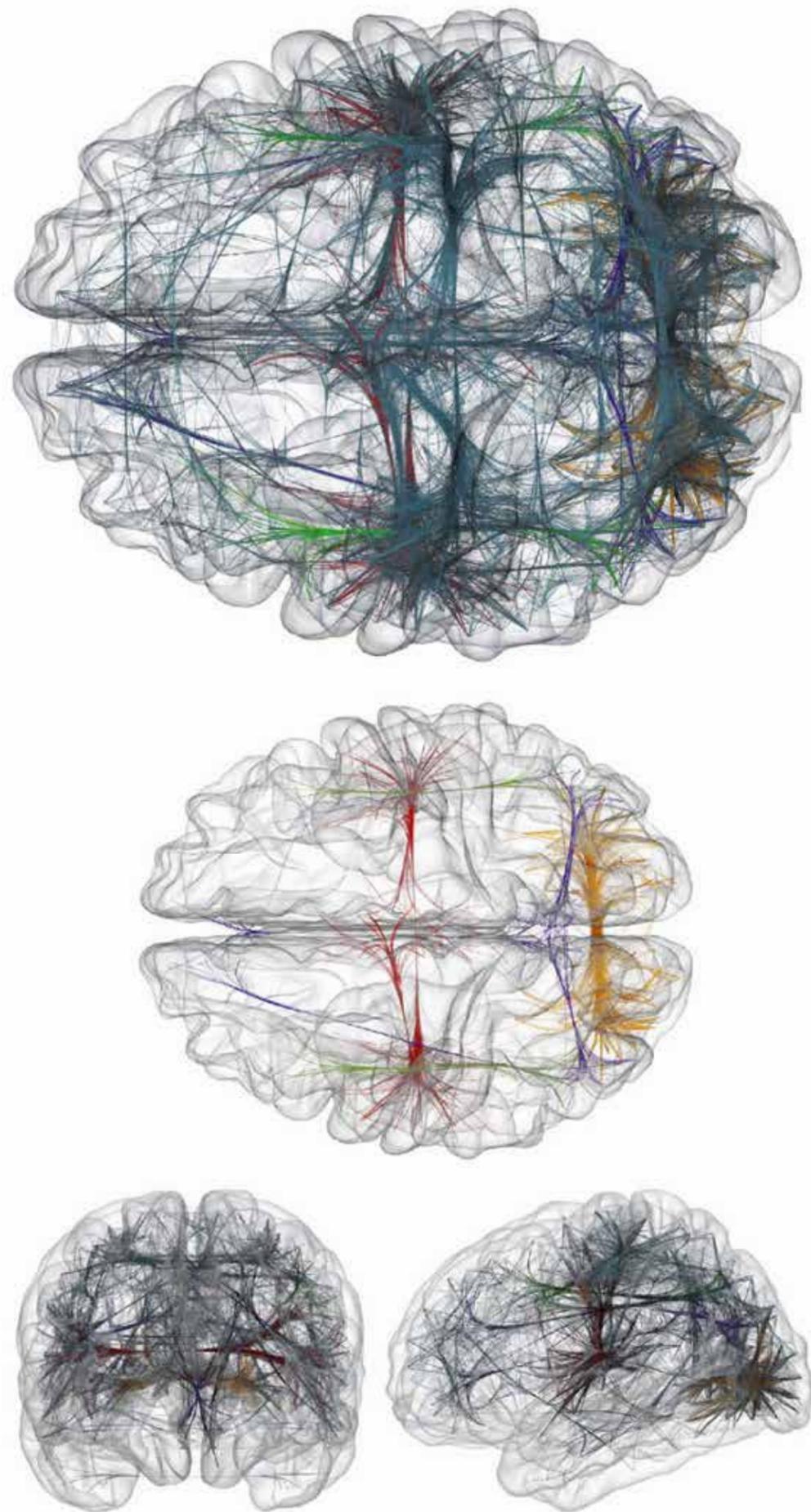
FM Can you explain how artificial intelligence works, when it spits out an image which you've generated through a machine?

VMDM Just yesterday I was watching a TED Talk with Francesco D'Isa, a digital artist which I really respect who is also the director of a magazine called *L'Indiscreto*. The first thing he always says is: 'Will artificial intelligence kill art? It's a question we've been asking for 1,000 years, but art hasn't ever died.' And then he asks: 'Are you the one creating the work of art, or is it the machine? It's you who creates the work of art, with the help of a machine.' In the same way in which our use of a paintbrush, which essentially is a high-tech tool compared to petroglyphs, is *téchne*. The idea of intention is constant, even with AI. What should we do? It's the new world, the way in which we manage images. You keep filing it down and filing it down, as if it were a block of marble being sculpted by Canova. And you keep scraping away at this block, until you create an image. Michelangelo said something like that. The same thing with AI.

FM What are your references? Where do you conduct research? I saw a picture on your IG profile with someone you call 'God,' who is that?

VMDM That's Rick Rubin, a mystical figure in the global music industry. He's a producer, who is literally considered God for having created the first hip hop record label in the world, new rock, and for having worked with some of the biggest rock stars in the world. He made Johnny Cash popular again, after he had left the scene, and he produced almost all the albums by Kanye West, Slipknot, the bad boys of hard metal, and even Adele. He wrote a book, *The Creative Act: A Way of Being*, which was an international bestseller. We talked about artificial intelligence, and I asked him what he thought, and in the end, we agreed that, like I said, the more things change, the more they stay the same. There will always be a soul that controls things. For example, I have friends who are really nostalgic about the past, but all the people from the past which they respect, from Fellini to Battiato, played with the new technology of their time. Fellini could have become a painter, but instead he used a camera which was high-tech at the time. Battiato used modular synthesizers, which had just come out, a tool which musicians wrote about in newspapers, saying that wasn't real music. In general, all music, in the way it's enjoyed today, is only possible because of technology. Art itself is the exact world in which things are not given, but which we try to define from time to time. I have a lot of painter friends and I think that the most revolutionary thing you can do today, in our digital world, is to pick up a paint brush and paint. But at the same time, another way to talk about contemporary life is to reflect on these technologies through art. And that's what I'm preparing to do. I think that, if they had AI, many of the brilliant minds of the past would be having a lot of fun. ┘

SOME DISCOVERIES IN NEUROSCIENCE HAVE PUT ONE OF THE PILLARS OF CONVENTIONAL WESTERN THOUGHT TO THE TEST, EVEN DISMANTLING IT ENTIRELY: THAT WHICH IS KNOWN AS 'CARTESIAN DUALISM'.



— SENSORIMOTOR NETWORK
— FRONTO-PARIETAL NETWORK
— VISUAL NETWORK
— DEFAULT-MODE NETWORK

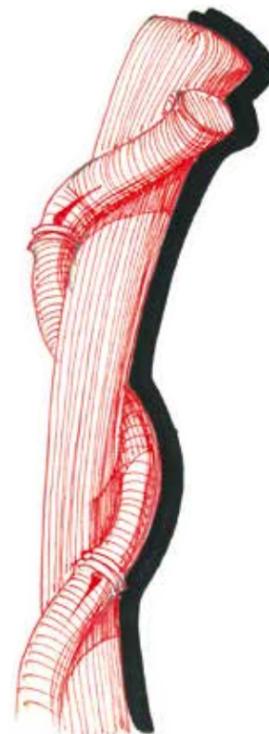
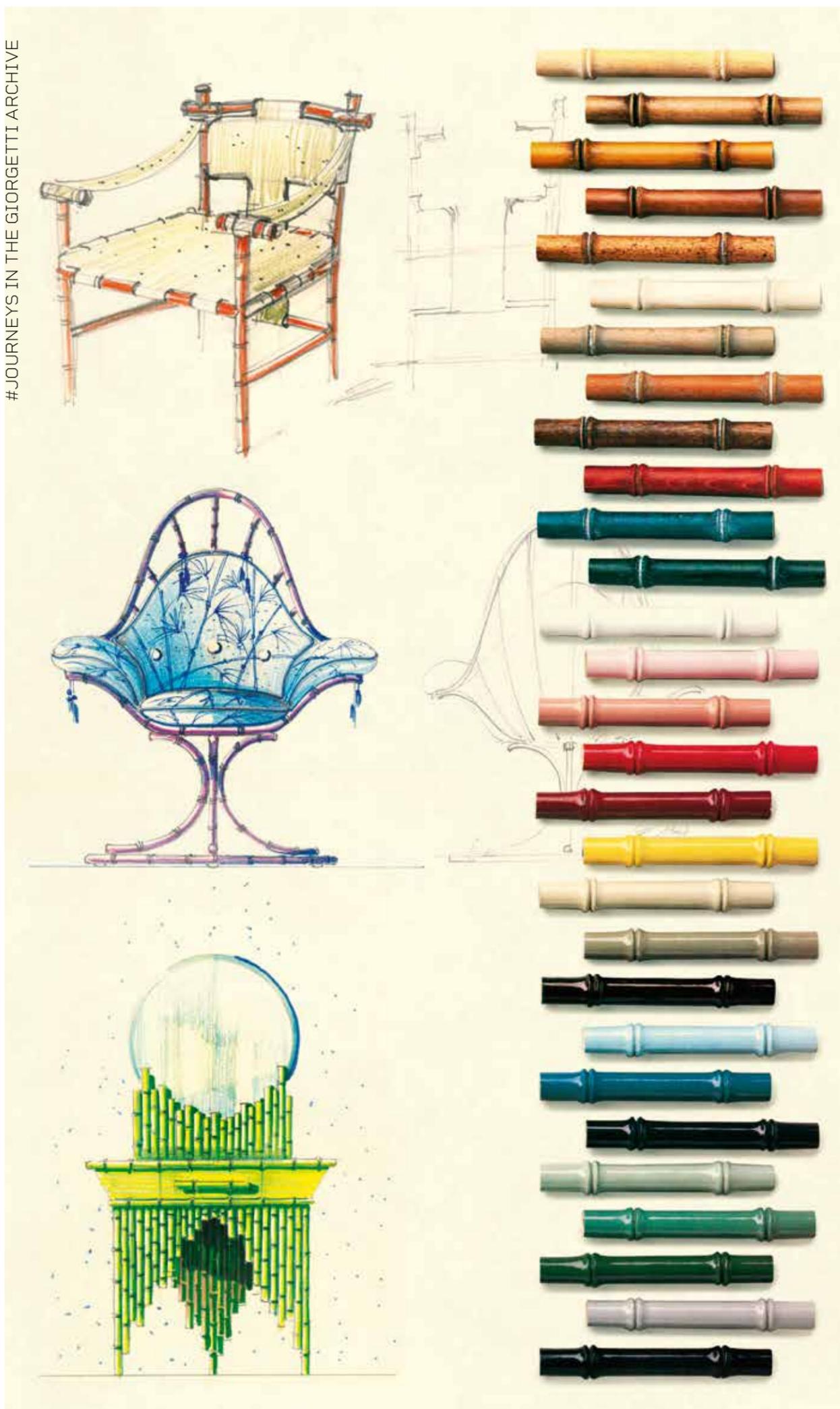
In the field of neuroscience, this legacy of Western thought was absorbed by 'classical cognitivism,' which understood the central nervous system as organised into distinct, consequential modules. There was a brain which 'perceived,' one which 'thought,' and one which 'acted.' The parts of the brain set up for perception and action were respectively entrusted with the processing of incoming and outgoing signals without any cognitive role.

Today we know it's much more complicated and interconnected than that: human cognition is in fact closely linked to the interaction of the body with its surroundings. Cartesian dualism came crashing into an embodied perspective of human cognition when a specific class of neurons, 'mirror neurons,' was identified by the group led by Giacomo Rizzolatti in Parma in the 1990s. These neurons have properties which are entirely inconsistent with the model of the brain proposed by classical cognitivism and supported by Cartesian dualism. They belong to the part of the brain which acts, meaning they are neurons with motor properties. Despite that, mirror neurons also respond to visual or audio stimulation, properties which are more consistent with the part of the brain which perceives. Indeed, they are nerve cells which are activated both when the individual completes a specific action and when the individual observes or hears someone else carrying out that same action. The practical role of that property has been associated with the implicit and direct comprehension of the motor actions and intentions of others. Today, after decades of studies carried out on non-human primates and on humans, we know that mirror neurons support empathic processes and contribute to imitative learning. These cells not only cross the line between the brain that acts and the brain that perceives, but they also do something technically cognitive.

Human cognition can no longer be seen as incorporeal and extraneous to the body. To the contrary, physical surroundings, sensory perception, and motor actions are an integral part of the cognitive process. Bodily experiences, like touching, moving, and interacting with the environment, are fundamental to the formation of concepts, to problem solving and to the processing of information in general. In terms of language, for example, sensory-motor representations are used to access the semantic meaning of words, whether concrete or abstract. In you, as you read 'to kiss,' 'to kick,' and 'to break,' the regions of the brain dedicated to motor control of those very actions are activated, and those activations contribute to the semantic understanding of that which you're reading. Even more so, access to the abstract meaning of metaphors such as 'to break one's heart' is mediated by the motor activation linked to the action. In other words, I understand its abstract meaning because I have, in the first place, access to its concrete dimension through bodily experience.

Today, the embodied cognition approach has completely overtaken the classical cognitivism that came before it, leading to important implications in different industries. Understanding that the body participates in human cognition has influenced the design of educational programmes which consider the central role of bodily experience, and the envisioning of rehabilitation processes for cognitive and motor impairments which make use of the interconnection between mind and body. Much is being done in the design of urban and public spaces, considering them as porous to the cognitive fingerprint of man. The study of virtual environments and their effective prosthetic use of human action and cognition is taking advantage of the neuroscientific approach and the embodied cognition perspective.

In conclusion, the long road from the inflexibility of Cartesian dualism to the rediscovery of the interconnection between mind and body is a meaningful chapter in the history of neuroscience and Western thought overall. In an era in which technical progress and global interconnection have sped up the processes of discovery, the new questions that we can now ask ourselves will be able to detail the holistic and embodied nature of human cognition.



GAZEBO

A symbolic collection that marks the passage from antiques to modern furniture.

by Cristiana Colli

It's the 1970s, Giorgetti is a brand that is celebrated, loved and recognised all over the world, especially on the American market. But the winds of change are blowing, there are new vibes, other styles and cultures are starting to spread, a desire for different shapes becomes palpable. Carlo Giorgetti feels that the passage from antiques to modern furniture is in the air and knows that it's going to mark a definite turning point.

Thus, the *Gazebo* collection is born—from the pencil and talent of the technical office, the R&D Department led by Umberto Asnago—a simple name, an ode to the breezy outdoors, a tribute to colour with the undisputable rigour of Giorgetti's excellent quality. Everything is set, the ideas are clear, the directive is to recall bamboo and its fluid nature encompassing both the indoor and outdoor, but to use solid wood instead. Specifically, ash wood, reliable but flexible, easy to work with, solid yet humble and capable of welcoming a variety of different finishes, skilful combinations of colours, fillings, configurations. But there's a problem: how can we break free from linearity and step into the magic world of curves where fluting is destined to open up to the great variety of designs and advancements in the collection?

This is the turning point, a confirmation of the mechanical tradition that is inherent in Italian manufacture. Giorgetti—which boasts constant long-standing incremental innovation across all the production processes and skills associated with selecting wood and woodworking—resolves this technical issue in its dedicated workshop and creates a technologically upgraded machine. Now *Gazebo* can be developed in its variety of configurations. But it's still not enough.

In terms of design and communication, colour is the element that, through enamel lacquering, gives an identity to the collection. A rich palette with a strong personality featuring bright, warm, cozy and lively colours—yellow, orange, blue, red, burgundy; and a range dedicated to *tone-on-tone* hues and sober pastel nuances—light blue, grey, pink, beige, white, black, dove, green.

To support this unique choice, Adriano Suman's graphics uses typography the virtuoso way, by combining the serif font of the logotype with a sans-serif font for the numerical classification of individual products in a special ring binder that embraces the concept of colour harmony. Solid wood rods evoking bamboo are arranged in a pattern, a sequence of geometries held together by elegant and essential strips forming a "weave and weft" structure poised between the accuracy of form and the seduction of colour.

Gazebo is a comprehensive collection: chairs, seats, armchairs, sofas, coffee tables, consoles, tables, cupboards. For a few years, the collection was made in Brazil, in a manufacturing facility owned by the Giorgetti family and located in Ilhéus-Bahia, to be closer to the American markets.

And yet

by Giuseppe Fantasia

In the end, it came. As always, it appeared at night, seething and malicious. It had made itself felt in the previous days, but those were mere bit parts. One afternoon, out of nowhere, it showed up while I was drinking tea with a splash of milk, but I certainly couldn't have known its intentions. I grew a bit scared, because until that moment, it had never been quite like this. And, as you might say, 'In a place like that, it was bound to happen.' And yet.

That night it returned to frighten me and thousands of L'Aquila residents at an hour, 3:32 am, which later became a symbol, marking a before and an after. In certain circumstances, 22 seconds seem like an eternity; try counting them yourself. I tried as everything moved outside and inside me, but never got all the way in. I managed in the days following the quake, because in that precise moment, time stopped time, darkness came, and light was nowhere to be seen for a long time. And yet.

In reality, I wasn't in L'Aquila on 6 April 2009, but only by chance. I was on a work trip to a town near Teramo, Italy, which was holding an exhibition for Alberto Burri. At a certain point, I noted that white smoke was coming from the front of my car. As someone who's hopeless with engines and the like, what did I know? On the telephone, my parents advised me to stay there for the night, given the hour, and to go to a mechanic the day after. I couldn't have even begun to imagine that their telephone call would save my life. And yet.

That night, the room which had been mine up to high school and which still welcomed me every time I returned to my hometown was the most severely damaged in the entire house. The enormous bookshelf along one wall, ten shelves high, fell with thousands of books onto my bed and the nearby desk, destroying just about everything. Chance or coincidence, who knows? Some say they don't exist. And yet.

In Teramo, the town where I was sleeping, the quake arrived nonetheless, but not with the same vehemence. It was felt as far as Rome. I still remember the tears, the not-knowing which arose from the unexpected and, opposite to it, the unchanging images on the news, the city destroyed and its symbols which, suddenly, were famous around the world, the names of the first to die, reaching 109, the disconnected telephone lines, the terror, more tears, the first telephone calls, the voices of my parents, that of my sister who was in Spain, strangers embracing on the street. Affection, at times, can reach unimaginable places and circumstances. And yet.

I saw my parents days later, and my grandmother Mini also. I still remember that she too is a living memory, her smell, the sound of her necklaces with the charms that every so often got entangled on her jumper. 'Are you doing well Nan? That's what matters.' The voices of who was there and who was no longer, our ruined houses, as ravished and scarred as our souls, the aftershocks, Zorba the cat with a cat's name, lost then found, the tent cities and the horrible rooms of so many hotels on the Adriatic coast, the objects found over time and brought there to save them from thieves (the unframed pictures which we had in the living room, that armchair from the other country house, a mini Eiffel Tower and other nonsensical things), the G8 and Obama, and also Clooney with Murray in pole position plus others seeking visibility, the scandals and the shame, the fear and the slow rebuilding, the deafening silence, the cold, the city that reacted and which still continues to do so, like those who have lived through it and those who want to continue living there. They say we all died a little that night, and it's partially true. And yet... from that tunnel, we sought out an exit which has been slow and cumbersome, until reaching a light which is a small hole. We opened it and, in spite of it all, through it we can finally breathe.

At 3:32 am on 6 April 2009, a violent earthquake shook the Italian town of L'Aquila and the entire region of Abruzzo. The earthquake came in at a magnitude of 5.9 on the Richter scale, a 6.3 on the moment magnitude scale, and at a depth of 8.8 km.

ILLUSTRATION BY FERNANDO COBELO

THE CREATIVE EMPATHY OF

Fernando



SETTLED AND A STICKLER FOR ROUTINE, VENEZUELAN ILLUSTRATOR FERNANDO COBELO HAPPILY TRAVELS FOR FUN AND FOR WORK, BUT HE LOVES COMING BACK TO HIS 'HOME BASE'. TURIN HAS GIVEN HIM STABILITY AND AFFECTION, OPPORTUNITY AND GLORY. HIS SUCCESS IS WELL-EARNED AFTER A LONG, SELF-TAUGHT PROCESS. AND HIS PATIENCE HAS PAID OFF: TODAY HE'S ONE OF THE MOST-AWARDED ILLUSTRATORS IN THE WORLD. THANKS IN PART TO HIS DIVINE OBSESSION WITH HUMANITY.

BY ROBERTA BUSNELLI

Fernando, 'Fer' to family and friends, came from afar to make his dream come true. After graduating from architecture school in Venezuela, at 22 years old he left with a rucksack full of dreams, which he set down in front of the Polytechnic University of Turin, where he got his second degree. He was supposed to stay in Italy for just two years, but those two became 14, and he has no intention of leaving. His impressive career began here, and it's here that he was able to dedicate his life to his one true love: drawing. 'I've loved drawing since I was a boy,' he began. 'In Venezuela there aren't schools or academies. The job of illustrator isn't even taken into consideration, like so many other creative professions. Drawing has always been part of me.' A long time has passed since young Cobelo helped his sister and his friends with their creative homework, since he would draw his favourite cartoons, cut them out and play with them like puppets. But his youthful, spontaneous enthusiasm hasn't changed a bit, the kind which is freed with others and which frees oneself. 'I'm the type of person who gets emotional easily: anger, sadness, melancholy, nostalgia for the nice things of the past, but also of the present and future. This side of me helps me to create warm, empathetic stories, and it's perhaps the thing I like most about my illustra-

tions. It's easy for me to express it.' Cobelo spends his mornings at his desk cranking out emails and handling bureaucratic tasks, then in the afternoon he's in the studio drawing rigorously with music in the background. He mixes the analogue, to which he reserves the creative part of the job, the construction of the illustration, with the digital, which he appreciates for its speed, fundamental if one is to reach peak productivity. 'In my illustrations, there's a very textural component, especially in terms of my characters, the backdrops, the surfaces. And those textures are mostly done by hand, with a pencil or ink on sheets of acetate or paper. Only at that point do I use digital tools. For me, it's important that the texture really comes out well.'

And the colour palette? Cobelo smiles. 'I began using colour late. At first it was all ink, black ink on white paper, at most grey sections, because I felt like colour wasn't important. Or better yet, it was a sort of challenge, to be able to express a lot of concepts, even in depth, without using colour.' Instead, he used shapes and visual metaphors, an approach that he shares with his illustrator and artist muses: there's Elisa Talentino (Italy), Moonassi (Korea), Pablo Amargo (Spain), Lora Lamm (Switzerland) and, in terms of historical figures, Depero and Matisse. Today, colour plays a part in Cobelo's illustrations, as his audience and clients like it, but always used gracefully and with understatement. 'My colour palette continues to be very limited,' he specified. 'I use black and white contrasting with really bright colours. Yellow is my favourite. But there are never more than two or three tones per each illustration. That way, the work is much more graphic thanks to the contrast created by the juxtaposition of compositional elements.' Among them, Cobelo's favourite is the human form, with its arms, hands and legs. Humanity is central in Fer's work and life. His characters, with their excessive, unconventional and bizarre anatomy, really amuse him as they help him create 'scenes' that are much more dynamic and communicative in their gigantic gesturing. To Cobelo, it's clear that form wins over colour. His creative process retraces the journals of Bruce Chatwin.

'MY CREATIVITY IS HEAVILY BASED IN RESEARCH.'

I WRITE NOTEBOOKS ON THE TOPICS THAT I HAVE TO ILLUSTRATE, WHICH I OFTEN KNOW NOTHING ABOUT. I read, I get informed, but I have to write, in first person, the words that strike me if I'm to make them mine. Only by making them mine is it easy to turn them into sketches, into images.' But clear illustrations aren't enough. First and foremost, they have to communicate (another keyword); they have to engage the viewer and the experience that Cobelo is visualising. 'Creating an emotional bridge is a responsibility, but it's essential,' he explained. Here Cobelo's visual metaphors come into play, surreal situations in which the literal elements are replaced by figurative ones. The illustration becomes dream-like, an aspect which entices and draws in the viewer, physically and emotionally. 'In my work, visual metaphors are a must-have tool for the creation of an original and empathic concept. That's the only way that, looking at an image, everyone can imagine their own story.' And that's what Fer is most interested in.

Whether it's due to his emotionally engaging narratives, his quintessentially Turinese organisational skills, or even his obsession with goals, one thing is certain: Cobelo has come a long way, but he still has a long way to go. Victory belongs to those who stay human.

I N T E R P R E T A T *i* O N S



Cosmopolitan interpretations and creations for the 2024 collection. With a nod to its roots, Giorgetti widens its gaze further, sweeping from East to West, and embracing new languages, cultures and viewpoints. / A veritable artistic backdrop for new materials and fabrics, together with striking textures that revisit classic design and fashion elements of burnt tones and Giorgetti's traditional Pau Ferro and reinterpret them with fresh, contemporary blues. / The selection of natural stones is expanded with the introduction of the beguiling natural veins of *Dover White*, *Orobico Grey* and *Levanto Red*. / The 2024 fabrics are all about elegance and shine. *Claron* is a delightfully soft yet hardwearing polyester chenille, *Nelson* is a cotton and viscose chenille with a fine, bright weave contrasted with a thick thread, while *Willis* is a plush velour bouclé knit with a tough, elastic multi-coloured weave. The Tailoring collection features lively, contrasting weaves for *Kalipé* and *Salima* and tone on tone for *Wilbur*.

Plume | Dainelli Studio



A feather-like feel embraces the perfect structure: a combination of cosiness and strength, poised between comfort and elegance, conveying harmony suspended in time.

Chair with a solid ash wood structure available in four finishes: natural, anthracite grey, biscuit and ash grey. Padded plywood seat raised over the structure using four cylinders. Foam backrest, with a rigid back and a soft front, screwed onto the structure with screws covered in Pau Ferro plaques, demountable for removing the upholstery. Piping along the seat and backrest, covering the zipper closure. Removable covers for seat and backrest. Available in monocolour and bicoloured versions.

47 x 56 x h 99 cm
18½ x 22 x h 39 in



Clori | Carlo Colombo

Definite and seductive lines, for a relaxing journey through design heritage and cutting-edge technology.



Swivel chair with return. Five-spoke pewter painted metal base with solid Canaletto walnut inserts, available in natural, grey and dark finishes. Inner structure in printed rigid polyurethane covered in saddle leather or in flexible wood. Adjustable feet.

The coordinated Ottoman has a four-spoke base and the same finishes.

chair
94,5 x 95 x h 94 cm
37½ x 37½ x h 37 in

Ottoman
55 x 52 x h 33 cm
21½ x 20½ x h 13 in



Calathea | Roberto Lazzeroni

Elegant, welcoming and familiar, Calathea stands out for its sensual lines and the careful working, turning it into a small tapestry.



Seat with polyurethane foam structure and fibre padding.

Non-removable cover in fabric, leather, or leather with quilting on the backrest. Now available in three variants:

- executive bergère with high backrest and height-adjustable painted swivel base, with castors
- executive bergère with medium backrest and height-adjustable painted swivel base, with castors
- small armchair with two types of base: swivel base with four painted aluminium spokes or with four-legs in ash wood.

executive bergère
64 x 74 x h 126/134 cm
25¼ x 29¼ x h 49¾ / 52¾ in

executive bergère with medium backrest
64 x 79 x h 99/107 cm
25¼ x 31 x h 39/42¼ in

small armchair
62 x 60 x h 90 cm
24½ x 23½ x h 35½ in

Liz | Silvia Musetti

Harmonious and soft objects that enhance the concept of an insert with a sense of visual continuity and balance.

The cylinder is the common thread running through the collection.



Coordinated set characterised by cylinders as common supporting elements in Canaletto walnut (with natural, grey and dark finishes) and leather.

Liz-valet

Valet stand composed of a low Canaletto walnut cylinder (h with rod 102.5 cm | 40½ in) and a high cylinder (h with rod 123 cm | 48½ in) covered in leather, with an onyx top and a raised edge. Available with backlighting.

Metal hanging rod for trousers and metal hanging rod for suits, covered in non-slip leather.

49 × 48 × h 123 cm
19½ × 19 × h 48½ in

Liz-bench

Bench with a Canaletto walnut wood top-plate and a leather-covered bottom shelf. Padded seat covered in leather or fabric.

It rests on two cylinders: a colour-coordinated base underneath the seat in leather or fabric and a second Canaletto walnut base with an onyx top, available with backlighting.

150 × 48 × h 43.5 cm
59 × 19 × h 17 in

Liz-console

Console with a Canaletto walnut wood top and a leather insert. Structure with two cylindrical bases: a leather base, coordinated with the insert on the top, and a second Canaletto walnut base with an onyx top, available with backlighting.

150 × 48 × h 81 cm
59 × 19 × h 32 in



Set of round and rectangular tables. Top in marble (Calacatta, Purple Calacatta, Grigio Astratto, Zebrino, Portoro, and three new finishes: Dover White, Orobico Grey, Levanto Red) or in veneered ash wood (with natural, anthracite grey, biscuit and ash grey finishes).

In the round version, the marble slab is divided into four segments, with a bronze insert in the centre; the ash wood top is divided into three segments.

The rectangular versions (220 and 260 cm | 86½ and 102½ in) with marble top have a one-piece or two-piece slab; for the 300 cm (118 in) version, it is always two-piece. All the rectangular ash wood versions have a one-piece top.

Lacquered titanium under-top. Veneered ash wood legs (with natural, anthracite grey, biscuit and ash grey finishes): three legs for the round versions, four for the rectangular ones. Lacquered titanium plinth and adjustable feet.

Ø 160; 180; 200 cm
Ø 63; 70¾; 78¾ in

220 × 120; 260 × 120; 300 × 120 cm
86½ × 47¾; 102½ × 47¾; 118 × 47¾ in

h 74 cm (29 in) for marble top | 73 cm (28¾ in) for ash wood top

Mistral | Dainelli Studio

Like the Mistral wind dancing among the sails!

The table captures the essence of breezy and fluid harmony, conveying the poetic motion of the wind, woven into its shape.



Chanterelle | Tollgard & Castellani

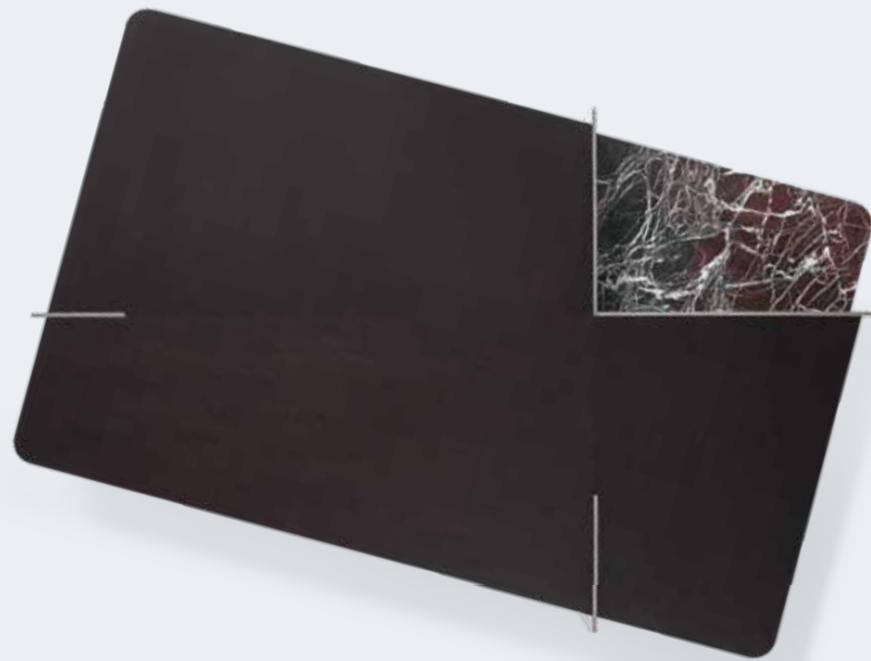
The inspiration for the design began with a walk in the woods. At every level, life strives towards the light. The twin expressions of this organic growth, **Chanterelle** captures both the branches of the trees and their graceful canopies as well as the organic sculptural forms of the forest floor.

—Staffan Tollgård, Founder, Tollgard Studio

Set of low tables in three sizes. Smoked glass top, base covered in leather (leather and Plus leather, collection colours). Structure in pewter-painted metal covered in ash wood (with natural, anthracite grey, biscuit and ash grey finishes). Adjustable feet.

Ø 60 × h 52 cm | Ø 23½ × h 20½ in
Ø 90 × h 40 cm | Ø 35½ × h 15¾ in
Ø 110 × h 30 cm | Ø 43¾ × h 11¾ in





Ghiblim | Forma77

Rectangular coffee table.
Pewter-painted metal cross structure.
Top on two levels

- upper top in Canaletto walnut with natural, grey or dark finishes (inlaid sections rotated 90°, with veining running lengthwise) or in leather/Plus leather
- lower top in marble (Calacatta, Portoro, and three new finishes: Dover White, Orobico Grey, Levanto Red)

90 × 150 × h 25 cm
35½ × 59 × h 10 in



Sensorial attraction to contrasts and the magic of illusion.



Crafted with meticulous attention to detail, **Hikari** stands out yet perfectly integrates into any space, inviting us to admire its impeccable craftsmanship.

—Scott McNeely, Global Creative Director, HBA Residential

Hikari | HBA

Bar cabinet and sideboard with metal structure and profiles.
On the left, an ash wood door (with natural, anthracite grey, biscuit and ash grey finishes). Full-length pewter-painted extruded aluminium handle. Inside, smoked glass shelves (two shelves for the cabinet bar and one shelf for the sideboard) with LED backlighting to enhance its contents. On the right, a drawer and an open compartment, a display case with a leather top in the collection's colours, which can also be used as a support base, framed by glass side panels of different widths with metal profiles. Fumé mirror interior. Back-printed smoked tempered float glass top.
Upon request, the sideboard can be equipped and integrated with a mini bar.
Adjustable feet.

bar cabinet
110 × 53 × h 182 cm
43¼ × 21 × h 71¼ in

sideboard
182 × 53 × h 92 cm
71¾ × 21 × h 36¾ in



Scirocco is a warm springtime wind from the south-east: it first generates ripples in the Saharan sand and then lands on the Italian coast, bringing warmth, creating rough seas and inflaming the lands. **Scirocco** is pure life, it's energy and good vibrations.

Scirocco | Draga & Aurel

Sideboard with an anthracite grey ash wood structure. Four drawers with decorative birch plywood doors featuring a finish that was specifically created by Draga & Aurel using epoxy resin, which makes every door and cupboard a truly unique piece. Fixed smoked glass middle shelf and LED lighting inside each drawer. Pewter-painted metal feet.

246 × 56 × h 72 cm
97 × 22 × h 28½ in



Delphi | Carlo Colombo

Vertical surfaces rich in details, in pure Giorgetti style, juxtaposed side panels and bases that add a surprising touch of elegance to the home.

Set of night tables, tallboy, night and day dressers, featuring a Canaletto walnut structure with natural, grey or dark finishes. Fronts in Canaletto walnut (vertical squared profiles in pewter-painted metal) or in leather/Plus leather (double stitched seams with tone-on-tone thread).

Night table

Smoked glass top with a Canaletto walnut frame. Middle shelf in leather/Plus leather. Bottom drawer. Can be equipped with LED lighting and switch, USB and USB-C ports on the right or left side, upon request.

60 × 41.5 × h 45.5 cm
23½ × 16½ × h 18 in

Tallboy

Comprising

- a large hand-opened drawer with soft closing system
- four small push-to-open drawers
- two large push-to-open drawers

LED lighting, with a switch on the left side.

60 × 41.5 × h 125 cm
23½ × 16½ × h 49¼ in

Tall dresser

With two open compartments with LED lighting and drawers.

Comprising

- a top drawer with an internal drawer (push-to-open)
- a bottom drawer

Can be equipped with a hidden compartment between the drawers with a magnetic card block for storing small yet valuable items.

Upper top and two identical open compartments available in Canaletto walnut wood (with natural, grey or dark finishes) in leather/Plus leather or marble (Calacatta, Purple Calacatta, Grigio Astratto, Zebrino, Portoro). Painted titanium base and adjustable feet.

160 × 53.5 × h 68.5 cm
63 × 21 × h 27 in

Low dresser

With an open compartment as desired for the side and a drawer. Matching top of the dresser and of the open compartment, available in Canaletto walnut (natural, grey or dark leather/Plus leather finishes; or marble: Calacatta, Purple Calacatta, Grigio Astratto, Zebrino, Portoro). Pewter-painted metal feet.

160 × 53.5 × h 48 cm
63 × 21 × h 19 in

Low dresser

Top available in Canaletto walnut (natural, grey or dark leather/Plus leather finishes; or marble: Calacatta, Purple Calacatta, Grigio Astratto, Zebrino, Portoro). Pewter-painted metal feet.

225 × 53.5 × h 48 cm
88½ × 21 × h 19 in



Light, shadow and perspective. The considered refined lines evoke a sense of familiarity, accentuated by the exquisite leather and timber detailing crafted by Giorgetti's skilled artisans.

—Scott McNeely, Global Creative Director, HBA Residential

Kiranami | HBA



Screen composed of three undulating panels with the same radius, with a pewter-painted aluminium structure. Self-locking. Three types of tiles are repeated throughout, measuring 44 cm (17.3 in) in height and with different width: large (20.5 cm | 8 in) and small (13 cm | 5 in) for leather, and small (13 cm | 5 in) for ash wood with natural, anthracite grey, biscuit and ash grey finishes.

closed 137 x h 180 cm | 54 x h 71 in
open 170 x h 180 cm | 67 x h 71 in

Karphi Nap | Carlo Colombo



The domestic landscape of the **Karphi** sofa extends into the bedroom with **Karphi Nap**: elegance, lightness, exceptional comfort, lines that embrace, but with a contemporary twist.

Queen/king bed system. Inner structure in plywood and foam rubber padding. Bed frame and headboard upholstered with a fabric or leather covering, to be mixed and matched as desired. The headboard is available with irregular cordonnet stitching (tone-on-tone or contrast, available in standard leather and Plus leather colours). The headboard is the same for all bed sizes (222 x h 80 cm | 87 1/2 x h 31 1/2 in) and can be extended by 72 cm (28 3/4 in) on the left and/or right side. Canaletto walnut shelves in natural, grey or dark finishes available for each extension:

- a lower shelf, which can be wired, with USB and USB-C outlets
- two shelves, which can be wired: upper shelf for LED lighting with a rear switch, USB and USB-C outlets.

Adjustable feet for the headboard and bed. Removable cover. Coordinated with the Delphi night table. Bed frame for mattresses with widths of 153 cm | 60 1/4 in (queen), 180 cm | 70 7/8 in, 193 | 76 in (king) and 200 cm | 78 3/4 in.



GIORGETTI ATMOSPHERE 2024

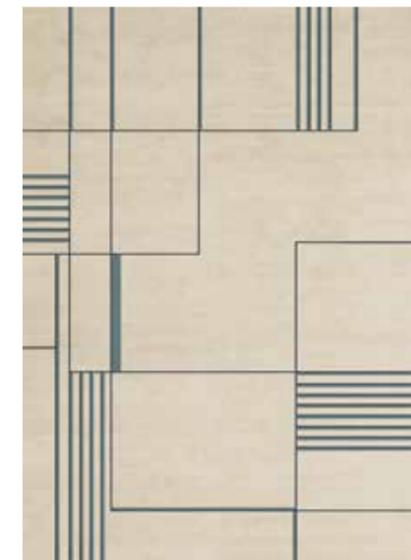
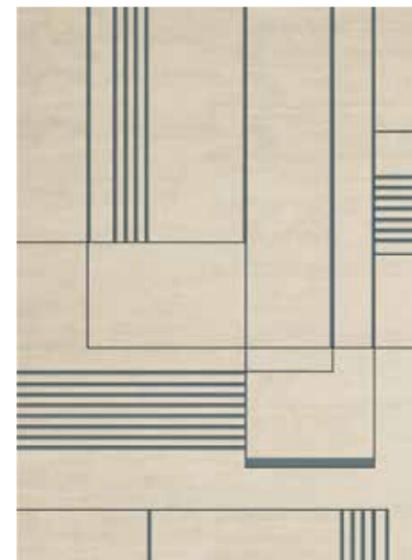
The Atmosphere Collection eschews boredom and shapes the space with lightness and joy.

—Giancarlo Bosio

Attitude

Carpet made through a superior hand-tufted process in bamboo silk. Two versions that can be juxtaposed on the short or long side for a continuum design, with lines of different thicknesses. Your choice of three carpet collection colours.

Available in customised sizes



Beyond

Handloomed carpet, woven row by row by expert artisans. Base in bamboo silk and wool, pattern with an iconic Giorgetti detail: the Pau Ferro Progetti seat handle. Your choice of two carpet collection colours.

Available in customised sizes, with a maximum width of 550 cm | 216 1/2 in



Light

Carpet made according to a superior hand-tufted process in bamboo silk. Loop base motif, created by the rhythmic repetition of large and small circles. Your choice of two carpet collection colours.

Available in customised sizes



Upward | Nava + Arosio

Floor and suspended lamp with sculptural aspect. Composed by nine spheres of different diameters in borosilicate glass, mirror titanium-hue PVD finish. LED lighting. For the floor lamp: touch control on the upper part.

floor Ø max 31 × h 178 cm |
Ø max 12¼ × h 70 in
suspended 178 × h max 31 cm |
70 × h max 12¼ in



Libra | Mauro Todesco, in collaboration with Emera Design

Floor lamp, with articulating arm and essential design allowing to move the light in the surrounding space. 360° rotating base, 240 cm (94½ in) swing arm and 360° rotating light source. LED lighting. Connection through three magnetic joints. Marble base available in Arabescato Orobico, Carrara Gioia and Nero Marquina. The diffuser allows maximum efficiency in illuminating horizontal surfaces. Dimmer compatible. Variable light warmth.

base Ø max 15 × h 48.5 cm,
total h max 240 cm |
Ø max 6 × h 19 in, total h max 94½ in



Water | Aatismo

Suspended lamp with crystal diffuser, with water-surface look. Spray coated aluminium cone. Dimmer compatible.

size of one lighting body
Ø max 13 × h 13 cm | Ø max 5 × h 5 in



Drop | Giancarlo Bosio

Set of low tables in two sizes with wooden structure and resin surface, available in three finishes: Peltrox or gouache effect in green/blue, or grey/orange.

37 × 30 × h 50 cm | 14½ × 12 × 19¼ in
49 × 40 × h 40 cm | 19¼ × 15¼ × 15¼ in



Essence

Set of blown glass vases created via the artisan 'cased glass' technique, which involves the layering of different colours of glass.

Available in three sizes and two colourways, clear/smoke/orange/grey and clear/smoke/emerald/amethyst.

18 × max 9 × h 18 cm | 7 × max 3½ × h 7 in

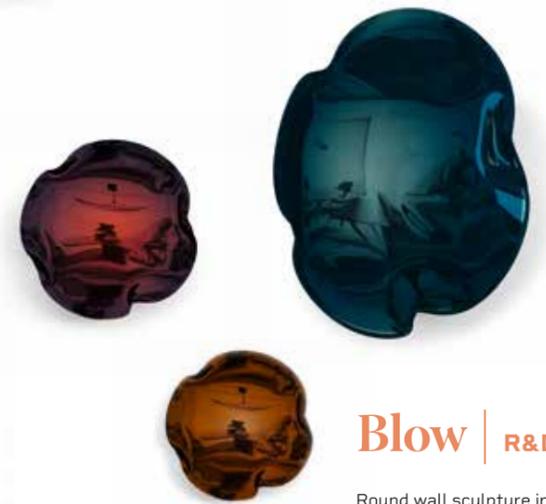
20 × max 9 × h 24 cm | 7¾ × max 3½ × h 9½ in

19 × max 9 × h 34 cm | 7½ × max 3½ × h 13½ in

Incanto

Blown glass vase created via the artisan 'incalmo glass' technique. Available in one size and one colourway (fumé/rust).

Ø max 17 × h 18 cm |
Ø max 6¾ × h 7 in



Blow | R&D

Round wall sculpture in ultra-shiny, mirror-finish steel, obtained by blowing compressed air into welded sheets. Available in three blend versions: amber, diaspore, tourmaline.

Ø 125 × h 25 cm | Ø 49¼ × h 10 in

Spiga31

The second fragrance from Giorgetti, available as a room diffuser and a candle. A springtime stroll down Via della Spiga. An enveloping scent with citrusy freshness, an elegant dance of aromatic flowers and fine wood, the meeting point of bergamot, Damask rose and cedar timber creates seductive harmony, while the deep notes of patchouli, tobacco and oud make for an unforgettable impression.

reed diffuser Ø 10 × h 13 cm |
Ø 4 × h 5 in
scented candle Ø 7.5 × h 9.5 cm |
Ø 3 × h 3¾ in



Bed dressing

100% cotton satin available in five colours. With double embroidered "cordonetto". Can be personalised with initials. With towel set, soft 100% cotton.



#04
Aprile
2024

[PUBLISHER'S LETTER \[110\]](#) Giovanni del Vecchio /
[EDITORIAL \[110\]](#) Cristiana Colli / [CONTRIBUTORS \[110\]](#)
/ [SMALL TALK \[111\]](#) *A tu per tu con Draga Obradovic
e Aurel K. Basedow* / [CONTEMPORARY \[112\]](#) *Facciate
a regola d'arte*, Fulvio Irace / [OUTSIDE THE BOX \[113\]](#)
L'insostenibile leggerezza della moda, Renata Molho /
[PHOTO JOURNAL \[114\]](#) *Milano, grand tour*, Giancarlo
Bosio, foto Federico Cedrone / [INTERVIEW WITH \[115\]](#)
900+100. A Milano nuova vita al Museo del Novecento,
Francesca Molteni / [ON THE SHELF \[117\]](#) *L'Eden
ritrovato*, Giuseppe Fantasia / [HOTSPOT \[118\]](#) *Golfo
Persico e dintorni. El Dorado contemporaneo*, Roberta
Busnelli / [TRADITIONS IN TRANSITION \[120\]](#) *Nuove
forme di un'antica dolcezza*, Anna Prandoni / [ITALIAN
STORIES \[121\]](#) *La poetica dell'incastro*, Cristiana Colli /
[MYTHS & RITUALS \[122\]](#) *Azzurro, metà ottobre*, Giulio
Ridolfo / [ANNIVERSARY \[123\]](#) *Move. 10 anni su e giù.
Bon anniversaire!*, Cristiana Colli / [PROJECTS \[123\]](#)
HBA experience / [ENVIRONMENT \[124\]](#) *Magica IA*,
Francesca Molteni / [WHAT'S NEXT \[125\]](#) *Oltre il
dualismo mente-corpo*, Martina Ardizzi / [BACK TO THE
FUTURE \[126\]](#) *#Viaggi nell'Archivio Giorgetti. Gazebo*,
Cristiana Colli / [LAST CALL \[127\]](#) *Eppure*, Giuseppe
Fantasia / [EYE ON \[127\]](#) *L'empatia creativa di Fernando*,
Roberta Busnelli / [PRODUCTS \[128\]](#) *Interpretazioni* ~



Eccoci nuovamente a Milano. Dopo tanti giri intorno al mondo, accompagnati dallo sguardo attento e curioso che **GMagazine** ci ha aiutato a sviluppare, si ritorna per ripartire. Milano, città di fermenti e convergenze, avventure intellettuali, artistiche, imprenditoriali, progettuali. La Milano delle facciate che parlano, la città dei luoghi segreti e inaspettati e di quelli iconici che si trasformano per incontrare nuovi desideri, nuovi visitatori curiosi e con loro accogliere autori, stili, invenzioni. Milano, capitale di una corolla di piccole capitali territoriali con differenti vocazioni – design, ovviamente, ma anche scienza e ricerca avanzata, agroindustria, terziario – ambienti in evoluzione, oggi alla prova di un tempo nuovo, sostenibile, organico. Tra le piccole capitali, il nostro meraviglioso Territorio al quale da oltre un secolo dedichiamo passione, attenzione, cura, in un rapporto che gli assegna un valore fondamentale per la nostra crescita e il nostro futuro: Meda e la Brianza, che ancora oggi mantengono la centralità di una manifattura che rinnova la tradizione senza nostalgie, con visione e consapevolezza. Evoluzione e non Rivoluzione: la filosofia che guida il quotidiano di Giorgetti. E in questo processo **GMagazine** si conferma ancora una volta uno strumento fondamentale: espande stimoli e conoscenze, esce dalle pagine per appoggiarsi sulle vetrine e gli spazi comuni di luoghi che ci riguardano, apre a mondi che ci interrogano, e ricorda che si è capitali attrattive, nei processi di modernizzazione, quando al centro c'è l'Uomo capace di creare e ricreare processi di conoscenza. La persona con la varietà e l'intreccio di complesse interazioni – con l'altro, col mondo, con i mondi delle idee. Lo dice l'etica, lo dicono le neuroscienze, lo dice l'arte. È quel tenersi nella distanza che abbiamo riconosciuto nelle opere di Andrea Cascella che ci accompagnano trasversalmente in questo numero.

Giovanni del Vecchio

EDITORIAL en 3

GMagazine#04 rinnova il dialogo tra sguardi linguaggi sensibilità differenti. Tra le pagine tanti punti di vista e domande di senso – voci idee e pensieri che si alternano, si intrecciano, si accendono come le candele della devozione trascinano il fuoco e lo rianimano a ogni passaggio. La sapienza del colore e le relazioni che ogni cromia stabilisce con le cose sono un viaggio nel blu commovente e accecante tra il Messico, Beato Angelico e il mare Adriatico. Ed è un viaggio che ha appassionato l'uomo di ogni tempo, quello nelle interconnessioni tra la mente e il corpo, nelle tessiture anatomiche del cervello umano che le neuroscienze studiano come dato di ricerca ma raccontano come sfida umanistica di fronte alla meraviglia e al mistero della vita. Comunque sia, l'approdo resta lo spazio pubblico, il centro addomesticato di ogni conoscenza possibile che accade nella relazione. Che sia l'ultima chiamata, quella delle coincidenze che salvano la vita, o la durezza della pietra che cede il passo all'abbraccio della forma. Che siano i giardini di Tangeri, metafora di luoghi letterari e poi botanica e paesaggio, o Milano, una quinta magnifica e sorprendente fatta di ambienti e facciate, arte e architettura, una capitale di visioni e progetti stratificati sempre contemporanei. Che sia la pasticceria della tradizione, un'esperienza culturale, estetica, sensoriale dove i desideri incontrano sapori, memorie di luogo e nuove economie, o i musei in cammino – chiese laiche, comunità alla prova di nuove appartenenze. Su un altro sfondo i paesaggi sintetici, i segni creati da altre menti, sono interrogazioni urgenti rispetto all'accesso e alle nuove forme della cittadinanza consapevole. Tutto nel racconto, fatto di parole suoni e immagini, riconduce all'Uomo, al corpo, allo spazio vitale tra le cose del mondo. C'è forse altro?

Cristiana Colli

CONTRIBUTORS en 6

Silvia Andalò lavora al Museo di San Marco di Firenze. Pubblica periodicamente sul blog del Museo, cercando di aprire lo sguardo al di là della storia dell'arte. Laureata in Letteratura Comparata, per anni si è occupata di educazione ai diritti umani per Amnesty International. È ipovedente, ha una figlia stupenda, e da molti anni sviluppa percorsi sulla percezione multisensoriale.

Martina Ardizzi, ricercatrice al Dipartimento di Medicina e Chirurgia dell'Università di Parma, conduce progetti di ricerca internazionali riguardanti le basi neurobiologiche della rappresentazione del corpo nello spazio. È direttore scientifico della onlus FHM-Italia, membro del Centro di Bioetica dell'Università di Parma e siede nel comitato scientifico della Biennale Tecnologia di Torino.

Giancarlo Bosio, architetto, designer e art director. Laureatosi con l'architetto Giancarlo De Carlo, opera nel campo del product design sin dagli inizi della sua carriera. Dal 2013 è a capo della direzione creativa del Gruppo Giorgetti. È appassionato di tendenze e nuovi scenari del mondo delle arti e del design.

Roberta Busnelli, consulente culturale e content editor. Si occupa di progetti editoriali, multimediali ed espositivi. Ha collaborato con l'Università Cattolica di Milano per la promozione e divulgazione digitale dei beni storico-artistici. La cura dei dettagli, l'ossessione per la qualità e la passione per la ricerca accompagnano la sua pratica professionale.

Cristiana Colli, giornalista, consulente culturale, curatrice. Per istituzioni, musei, imprese cura progetti di valorizzazione legati a paesaggio, arte e architettura contemporanea, design, made in Italy. È direttore della rivista *Mappe*, ideatore e curatore di Demanio Marittimo.KM-278. Alla dimensione progettuale affianca una componente teorica e di ricerca sul territorio e le sue trasformazioni.

Giuseppe Fantasia ha una laurea in Legge ma fa il giornalista. Scrive per le pagine culturali del *Foglio* dove tiene la rubrica *Odo Romani Far Festa*. Collabora con *L'Espresso*, *Vogue*, *Hearst*, *Le Guide di Repubblica*. È autore di *Roma: Travel Tales for Beauty Lovers* (Rizzoli NY). È stato l'aiuto regista per il documentario *La lucida follia*, vincitore del David di Donatello e del Nastro d'Argento.

Fulvio Irace, Professore Emerito di Storia dell'architettura al Politecnico di Milano. Esperto di storia e critica del progetto moderno e contemporaneo, si è interessato principalmente alle problematiche storiografiche dell'architettura italiana, a cui ha dedicato numerose mostre e libri. È socio fondatore dell'Associazione MuseoCity ETS.

Renata Molho, giornalista, saggista, curatrice. Tra progetti editoriali ed espositivi, da più di quarant'anni si occupa di moda, che ritiene un interessante punto di osservazione per capire la società. Ha tenuto corsi di giornalismo ed è autrice di numerosi volumi, tra cui *Essere Armani*, la prima biografia di Giorgio Armani, tradotta in dieci lingue. Nel 2024 uscirà il suo primo romanzo.

Francesca Molteni, curatrice, regista e autrice di film e documentari. La sua casa di produzione, *Muse Factory of Projects*, fondata a Milano nel 2009, cura e realizza progetti editoriali e multimediali per la promozione di imprese e istituzioni culturali. L'attività di Muse si concentra in particolare sulla valorizzazione della cultura del progetto nel design e nell'architettura.

Anna Prandoni, giornalista e scrittrice, già direttore responsabile di *La Cucina Italiana*, coordina *Gastronomika*, approfondimento del quotidiano *Linkiesta*. Ha ideato il *Festival di Gastronomika*, primo think tank del mondo dell'enogastronomia, *Forketters*, progetto di social dining che porta il cibo fuori da Instagram, e *Tavola spigolosa*, osservatorio sulla comunicazione del cibo.

Giulio Ridolfo si occupa di qualità del colore. Come consulente ha collaborato con note aziende di moda e design. Si divide tra Italia e Messico cercando nell'artigianato rinnovate risorse personalmente sostenibili. Oggi sta realizzando il suo sogno: lavorare nel giardino etno-botanico El Charco del Ingenio, a San Miguel de Allende, Messico.

SMALL TALK en 7

A tu per tu con Draga Obradovic e Aurel K. Basedow

Artisti e designer, Como

Vi presentate?

DO+AKB Draga & Aurel è uno studio, anzi un progetto, che rispecchia la nostra visione ed estetica dell'arte e del design.

Com'è la vostra casa?

DO+AKB È accogliente, luminosa, eclettica. È un luogo che parla di noi e delle nostre passioni.

Cosa vorreste cambiare?

DO+AKB Ci piacerebbe avere più spazio, e stravolgere ambienti e arredi per sintonizzarli al meglio con le nostre sensazioni e ispirazioni.

Il vostro rapporto con gli oggetti?

DO+AKB Amiamo gli oggetti con un'anima che trasmettono profondità, che sia un ricordo o un'ispirazione.

Il vostro colore preferito?

DO Sono attratta dalle nuance pastello, ma sempre con "carattere". Il colore della granita di melone mi fa impazzire.

AKB Amo il rosso, che è forza e coraggio.

Cosa fate nel tempo libero?

DO Amiamo viaggiare, in posti lontani o vicini. Io adoro camminare, perdermi, scoprire.

AKB La musica è la mia grande passione. Sono stato insegnante di percussioni. Non posso fare a meno della mia batteria.

A cosa non rinuncereste mai?

DO Al bello della vita, anche nelle piccole cose, come il cioccolato e un buon bicchiere di vino!

AKB A regalare dei fiori a mia moglie Draga 😊

Il vostro luogo ideale per lavorare?

DO+AKB Spazi pieni di oggetti e materiali che ci ispirano, e di persone appassionate e competenti.

Da dove nasce la vostra creatività?

DO+AKB Dall'intuizione, che si genera nella pratica. Siamo artisti, e quindi molto fisici nel rapporto con i nostri oggetti e nell'uso dei materiali.

Il vostro vizio?

DO+AKB I peccati non si rivelano! 😊

Cos'è il bello per voi?

DO+AKB È la perfezione che nasce dall'imprevisto.

Un edificio o un'opera d'arte che avete nel cuore?

DO Il Luma di Frank O. Gehry ad Arles, un'opera complessa ed estremamente originale.

AKB Mi piacciono molto i lavori di Kazuo Shiraga. E anche lo spirito ribelle di Sarah Lucas.

Un Maestro a cui vi ispirate?

DO Mi affascinano gli anni '70, le menti ribelli e coraggiose. Penso a Gae Aulenti o a Cini Boeri, per me anche modelli di vita.

AKB Tra i miei miti ci sono Mark Rothko, Hermann Nitsch, Gerhard Richter, Antoni Tàpies... e molti altri!

Un vostro sogno?

DO+AKB Vedere i nostri progetti esposti in un grande museo internazionale di arte contemporanea.

Una parola che vi ossessiona quando progettate?

DO "Giochiamo". È un mantra che mi ripeto spesso.

AKB "Non giudicarti", rivolto a me stesso.

Il vostro motto?

DO+AKB Non smettere mai di divertirti!



Facciate a regola d'arte

Facciate che parlano, dialogano – tra loro e con gli abitanti della città – esprimono vezi, gusti e sentimenti. A Milano lo fanno con vigore, chiamando in causa il lavoro degli artisti per un contributo a un paesaggio che afferma lo Zeitgeist, lo spirito del tempo, sempre mutevole e sempre moderno. È un Museo Diffuso, progetto promosso dall'Associazione MuseoCity ETS, che invita alla scoperta di zone ed edifici della città inaspettati e segreti. Un atto di amore verso Milano e le bellezze dei luoghi dove ogni giorno i milanesi trascorrono ore della loro vita.

di Fulvio Irace

“L'architettura – scrisse Alberto Savinio – si specchia nel tempo. Sulla facciata degli edifici non è iscritta soltanto la data della loro nascita, ma sono iscritti gli umori pure, i costumi, i pensieri più segreti del loro tempo.”

Questi a Milano si sono espressi in maniera particolare col lavoro degli artisti – anonimi e famosi – che con continuità impressero i segni del loro mestiere sulle facciate di tanti edifici: quelli monumentali e quelli privati, dalle case dei più facoltosi ai semplici palazzi d'abitazione.

Non c'è altra città d'Italia che possa vantare come Milano la presenza di tante opere d'arte esposte in pubblico. Nella “città più città d'Italia” – come la descrisse Giovanni Verga – la presenza dell'arte ad ornamento civico fu per più di un secolo una maniera di fissare nella pietra, nel cemento e nel metallo i mutevoli venti della modernità che vi hanno impresso mode e idiosincrasie del momento, dalle lussureggianti espressioni del liberty all'arte monumentale del Ventennio, fino alle declinazioni astratte del sogno democratico dell'arte per tutti.

Tra lo sfiorire dell'800 e il vorticoso avvio del secolo moderno, artisti e decoratori usarono le facciate dei nuovi condomini come tele su cui proiettare il sogno liberty di una nuova primavera dell'arte. Pannelli maiolicati, intonaci dipinti e figure prodotte dall'industria dei “cementi decorativi” crearono l'illusione di una Milano verde, sintetizzata in allegorie floreali stese tra finestre e balconi o nella stilizzata rappresentazione di figure femminili sullo sfondo di pergolati di foglie e fiori; forse per addolcire la realtà possente di quella che Boccioni descrisse come “la città che sale”.

Dopo la parentesi della Grande Guerra, la primavera si volse nell'inverno del Ventennio: la città però si rimise in marcia, ricominciò a “salire” e si estese nelle nuove prospettive di grandi palazzi che a Savinio sembrarono intagliati nella durezza del ferro. Il populismo estetico del regime supportò il sogno di artisti “militanti” come Mario Sironi che proprio a Milano lanciò il manifesto del Muralismo, tentativo di pittura sociale con la pretesa di rivolgersi senza intermediari al popolo. Le movenze languide delle signore *fin de siècle* cedettero il passo a un profluvio di lupe e di fasci littori che fanno da sfondo alle austere figure di monumentali matrone e severi lavoratori che sfilano sulle facciate degli edifici delle istituzioni come un popolo di eroi di marmo.

Neanche la tragica conclusione dei bombardamenti spense però gli ardori di quanti, negli anni '50, rilanciarono la collaborazione con gli architetti all'insegna della “sintesi delle arti”: arti che, nel frattempo, si erano liberate del peso del “messaggio” politico per librarsi in una variante domestica dell'arte per tutti. Gli interventi artistici non sono più caratteristica degli edifici pubblici, ma compaiono principalmente sulle facciate o negli interni delle abitazioni private e nelle chiese.

I risultati si possono leggere girando tra le strade di Milano che non è esagerato definire come un museo a cielo aperto: un museo dove le opere d'arte non sono appese alle pareti delle gallerie, ma sospese o incastonate sulle facciate delle case e dei palazzi come in “esposizioni” permanenti che non richiedono neanche il prezzo di un biglietto.

MuseoCity è un'Associazione senza scopo di lucro, attiva dal 2016 a Milano, che opera per la promozione e valorizzazione del grande patrimonio museale milanese e nazionale. L'intento è di incrementare il coinvolgimento di un pubblico sempre più vasto alla partecipazione della vita artistico-culturale della città. L'Associazione mantiene attivo un network che **informa, comunica, stimola a conoscere** il patrimonio culturale di Milano attraverso la continua offerta di attività che coinvolgono i suoi abitanti, le nuove generazioni e i visitatori stranieri, occasioni preziose per raccontare la città e il suo patrimonio culturale svelandone gli **aspetti inediti** e meno noti.

Gli obiettivi dell'Associazione sono: **Condividere** il patrimonio culturale con iniziative poliedriche e connessioni di valore. **Progettare** con enti, fondazioni, musei e archivi azioni mirate e interconnesse per **coinvolgere** un pubblico sempre più ampio ed eterogeneo. **Aprire** ad altre forme di creatività, guardando al futuro. **Incoraggiare** il pubblico a frequentare i luoghi della cultura.

Dal 2017, insieme al Comune di Milano, MuseoCity organizza, la prima settimana di marzo, una manifestazione intitolata Milano MuseoCity, che coinvolge **oltre 100 istituzioni** e vede ogni anno la partecipazione di **oltre 80.000 persone**.



Edificio per abitazioni e uffici di Marco Zanuso, 1952, viale Gorizia 14, Milano.

Il punto di partenza è la tensione verso la bellezza, verso l'arte, in modo che la sorpresa, lo stupore, l'inatteso siano parte anche dell'opera architettonica.

—Oscar Niemeyer

L'insostenibile leggerezza della moda

Le parole hanno una loro vita, un colore e un respiro. A volte, quando se ne fa un abuso o un uso distorto, perdono valore. Questo è successo a *sostenibilità*, il cui significato è all'origine del tutto nobile. Peccato che, strada facendo, in un mondo di eccessi nel quale viviamo, il termine sia stato talmente scritto e pronunciato da sfilacciarsi.

di Renata Molho

Credo che il termine *sostenibilità* sia ormai il più citato dal marketing, dove ha sostituito parole come *dinamismo* e *qualità*. Un'ondata di *greenwashing* ha sommerso qualsiasi settore produttivo, anche quello petrolifero. L'ipocrisia è sottintesa e tollerata. Qualche tempo fa, ragionavo proprio di questo con Carlo Petrini, il fondatore di Slow Food: “Il termine è molto chiaro, ma noi italiani dal punto di vista etimologico siamo quelli che l'abbiamo interpretato peggio di tutti: se chiedi a cento italiani che cos'è la sostenibilità, ti dicono che è qualcosa che può consentire un diverso approccio con la produzione, eccetera. Hanno ragione i nostri amici francesi che lo traducono in *durable* e non noi, che pensiamo che *sostenibile* sia una cosa che tutto sommato non distrugga l'ambiente. La durabilità, il reggere nel tempo significa che qualsiasi azione io faccio, devo farla in maniera tale che ne possano godere dei frutti anche le generazioni future. Viceversa – conclude Petrini – il nostro atteggiamento fino a ora non è stato questo: è egoistico credere che le risorse siano infinite, che quindi si possa prendere a man bassa. Ma siamo arrivati al punto che la finitezza delle cose ci obbliga a cambiare paradigmi. Se non cambiamo paradigmi, la sostenibilità è una parola vuota”.

Certo è che abbiamo un problema gigantesco, che dovrebbe mettere al centro discussioni sull'intero sistema capitalistico, sull'incapacità di controllare gli effetti collaterali della globalizzazione. Un problema che si fonda sul desiderio, sulla volontà di immaginare strategie di comunicazione che prevedono solo di persuadere, di indurre all'acquisto. Di infondere un senso di inadeguatezza che ci costringe a desiderare sempre di più la t-shirt che non abbiamo ancora, il cappotto di quel colore visto nella pubblicità: proprio l'industria della moda, che sappiamo essere sostanziale per la nostra economia, gioca in questa dinamica un ruolo importante.

Negli ultimi vent'anni, la moda si è avvitata su sé stessa. Gli appuntamenti sono sempre più numerosi e ravvicinati. L'ossessione per la novità porta alla creazione di un tempo falsato e freneticamente accelerato. Un brand che aspira ai mercati internazionali deve tenere conto di variabili infinite. Non solo del gusto che, pur se va omologandosi, resta determinato da fattori culturali diversi, ma deve rispondere a latitudini e geografie distanti. La geopolitica, sempre più imprevedibile e liquida, confonde le idee e le consistenze. Tutti parlano simultaneamente a tutti: a un pubblico con esigenze infinitamente lontane. Inoltre, l'esplosione del mercato della cosiddetta fast-fashion, la moda “usa e getta” economica e di tendenza ma estremamente inquinante, produce danni irreversibili. È nata per offrire agli strati meno abbienti della popolazione mondiale l'illusione di condividere con idoli fasulli, celebrity e influencer una certa estetica. Gli si offre la scia profumata del prêt-à-porter di lusso, di quello che si vede sui social o sulle poche riviste patinate che sopravvivono ancora. È un fenomeno imponente. Gli abiti sono prodotti da colossi come H&M, Zara, Shein, con tessuti di bassa qualità, in paesi come Cina, Bangladesh, India, Pakistan e Vietnam, dove la manodopera è a basso costo e lavora con orari insostenibili e in condizioni di scarsa sicurezza. Difficile controllare la catena produttiva, che resta lunga e nebulosa. Un'infinita produzione di stracci che raggiunge Stati Uniti, Europa e Asia, dove vengono venduti a prezzi bassi per essere indossati poche volte. Solo in Europa si dismettono 2 milioni di tonnellate di prodotti tessili ogni anno. Secondo Oxfam, il 70% dei capi viene portato in Africa dove sarà rivenduto nei mercati locali. Gli abiti usati, che provengono anche dagli Usa e dal Giappone, rappresentano un'opportunità e una soluzione conveniente, ma danno luogo anche a una serie di gravi problemi ambientali ed economici. Il primo è lo smaltimento dell'invenduto e dell'invendibile. Impossibile stabilire con precisione quale sia l'impatto ambientale negativo. Secondo il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente, l'industria della moda è responsabile della produzione di circa il 10% dell'anidride carbonica globale e di un quinto dei 300 milioni di tonnellate di plastica prodotte ogni anno. Anche materie naturali, come il cotone, hanno un'impronta ambientale molto alta: Secondo il WWF, occorrono 2.700 litri d'acqua per produrre il cotone necessario per una sola t-shirt, senza calcolare l'uso massiccio di pesticidi e fertilizzanti nelle coltivazioni intensive. Esiste un cotone bio, prodotto con pochissima acqua e senza uso di sostanze tossiche, ma al momento rappresenta meno dell'1% della produzione mondiale. In quest'ottica, l'altra risposta per affrontare la crescente impronta ecologica negativa della moda è l'industria dei materiali di nuova generazione. Sono costruiti fermentando e coltivando sostituti a base biologica per i materiali di origine animale (come la pelle) e per quelli sintetici basati sui combustibili fossili (ad esempio, il poliestere). Alcuni di questi nuovi prodotti tessili bio possono essere progettati per offrire particolari performance, insieme a proprietà come la biodegradabilità. Stella McCartney, fin dai suoi esordi, ha adottato questi materiali innovativi per le sue collezioni: dalla pelle vegana (“animal & cruelty free”), al nylon e poliestere riciclati, fino al Bananatex o ai tessuti ricavati dalle alghe. Anche per la sua ultima linea P/E 2024, ci assicura che il 95% dei materiali usati sono “eco-conscious”.

In generale, l'adozione di pratiche sostenibili rappresenta una sfida. Tuttavia questo non significa che l'industria non sia aperta al cambiamento; al contrario. Negli ultimi anni, l'industria della moda è diventata più consapevole e ha iniziato ad affrontare il problema. Secondo il rapporto sulla sostenibilità di Launchmetrics, “Making Sense of Sustainability”, realizzato in collaborazione con la Camera Nazionale della Moda Italiana, nel primo semestre del 2022 la moda ha generato un MIV (algoritmo



La moda totalmente sostenibile è un'utopia, ma la sostenibilità è un'utopia con cui dobbiamo convivere. Per la quale dobbiamo lottare. Lo dobbiamo prima di tutto a noi stessi, al pianeta, e soprattutto alle generazioni che verranno. Un impegno con cui confrontarsi di continuo. Oggi si è consapevoli che il profitto per un'azienda non può più essere l'unico obiettivo.

—Giorgio Armani

che misura il Media Impact Value) di 618 milioni di dollari: l'industria della moda ha rappresentato un terzo delle *conversazioni* complessive sulla sostenibilità. Parole. A questo proposito, il Fashion Pact, nato nel 2019 in occasione del G7 per chiedere un cambiamento radicale dell'approccio della moda verso l'ambiente, conta oltre 200 marchi (tra i quali Chanel, Zegna, Ferragamo, Gruppo Armani, Gruppo Kering, Prada) che rappresentano tutte le segmentazioni di prezzo e circa un terzo dell'industria della moda: per ora, si segnalano solo grandi discussioni e ottimistiche *roadmap*. Solo *greenwashing*, con sporadici risultati concreti.

Qualche anno fa, in un'intervista, Carlo Capasa, Presidente della Camera della Moda Italiana, mi parlava con orgoglio del Green Carpet, l'evento internazionale sulla sostenibilità nella moda che, primo al mondo, dal 2017 vede protagonisti i brand più prestigiosi e virtuosi portando in scena personaggi dello spettacolo sensibili al tema, regalando un tocco hollywoodiano a Milano. In occasione dell'ultima edizione del 2023, Gucci ha ricevuto l'Ellen MacArthur Foundation Award for Circular Economy per il suo Denim Project, che si propone di integrare nelle collezioni cotone proveniente da agricoltura rigenerativa con fibre post-consumo riciclate, raccolte e rigenerate in Italia; è stato introdotto anche un passaporto digitale che permetterà di tracciare il percorso dalla materia prima alla produzione.

A questo proposito, la Camera della Moda è da anni impegnata proprio nella creazione di questa "catena garantita", o *blockchain*, che certifichi le varie fasi di produzione, "per avere la tracciabilità totale di un capo, come già avviene per il food", spiega Capasa. Ma questo processo, già difficile per quanto riguarda prodotti molto costosi, non è immaginabile con capi dal costo troppo basso: "Il fast-fashion gioca un'altra partita".

"La moda totalmente sostenibile è un'utopia", ha dichiarato recentemente Giorgio Armani, aggiungendo però che "la sostenibilità è un'utopia con cui dobbiamo convivere. Per la quale dobbiamo lottare. Lo dobbiamo prima di tutto a noi stessi, al pianeta, e soprattutto alle generazioni che verranno. Un impegno con cui confrontarsi di continuo. Oggi si è consapevoli che il profitto per un'azienda non può più essere l'unico obiettivo". Un pensiero affettuoso e di grande ammirazione va a Vivienne Westwood, anticipatrice e pioniera alla quale tutti, ma proprio tutti, devono molto in termini di ispirazione. È stata, in tempi non sospetti, una convinta attivista per l'ambiente. Suo il motto: *Buy less, choose well, make it last*. Siamo ancora lontani ma, tra utopico ottimismo e cinico realismo, il tema è chiaro.

PHOTO JOURNAL en 20

Milano, grand tour

Milano è proprio bella, amico mio, e credimi che qualche volta c'è proprio bisogno di una tenace volontà per resistere alle sue seduzioni, a restare al lavoro.

—Giovanni Verga, dalla lettera a Luigi Capuana, 1873

di Giancarlo Bosio
fotografie di Federico Cedrone

Il Teatro Manzoni di Alziro Bergonzo, del 1950, l'Istituto Svizzero di Armin Meili e Giovanni Romano, del 1952, il PAC | Padiglione di Arte Contemporanea di Ignazio Gardella, del 1954, e per chiudere, con un salto nel tempo, gli uffici di Confcommercio di Eugenio Gerli, di fine anni '60.

In questo nuovo numero, il Photo Journal di GM – che ogni anno racconta trame sottili e dettagli inconsueti, identità e specificità di luoghi e spazi anche inediti e sconosciuti – ci accompagna in un grand tour milanese, in particolare nella zona del Quadrilatero della moda, il quartiere "che piace" sempre più anche alle firme del design – come dimostra la nostra nuova "casa" Giorgetti Spiga - The Place al numero trentuno. Non solo vetrine però. A incantare i *flâneurs* di tutto il mondo c'è anche la bellezza delle sue architetture. Qui, dove moda e design, tradizione e innovazione si incontrano e si parlano, sulla trama antica della città si innalzano opere del Novecento modernista milanese di grande valore, che con le loro linee pure e i loro materiali nobili vanno a creare un mondo contemporaneo con la qualità dell'antico. Ma dietro alle architetture ci sono le storie delle origini, di chi ha voluto e creduto in quelle "case gioiello", destinate ad accogliere l'arte, lo spettacolo, il commercio, o semplicemente a suscitare stupore e meraviglia.

La visita comincia dal **Teatro Manzoni**, simbolo e orgoglio milanese, palco dei virtuosi e delle dive del teatro – da Eleonora Duse a Sarah Bernhardt, da Luigi Pirandello a Filippo Tommaso Marinetti, fino a Vittorio Gassman, Giorgio Albertazzi, Eduardo De Filippo. Così scrive Sabatino Lopez, autore e critico degli anni '20: "*Non troppo grande, non troppo piccolo, elegante, vivace, signorile. ...il Manzoni è forse quanto di più milanese è a Milano*". Nato in piazza San Fedele nel 1872 con il nome di Teatro della Commedia e intitolato l'anno successivo ad Alessandro Manzoni a seguito della sua scomparsa, questo teatro rappresenta un punto fermo nella vita culturale milanese e italiana. Fu il primo in Europa a essere illuminato elettricamente – le fonti riportano la data del 30 novembre 1883. Distrutto nei bombardamenti alleati dell'agosto del 1943, fu ricostruito dall'architetto Alziro Bergonzo e inaugurato nel 1950 in via Manzoni quarantadue, come parte di un progetto più ampio destinato ad accogliere nello stesso edificio anche un grande cinema, un night e una galleria commerciale.

Un breve percorso di 300 metri conduce all'**Istituto Svizzero** – angolo tra via del Vecchio Politecnico e via Palestro. Nel 1913 si costituì la "Società per la sede dello Schweizer Verein", con la mission di procurare una "casa" alla comunità svizzera di

Buy less, choose well, make it last.
—Vivienne Westwood



Teatro Manzoni, Milano.
Tavolo Mistral con sedie Plume, vetrine Aei con accessori Atmosphere.
Brun Fine Art & Antiques Gallery: base scultorea in calcestruzzo per tavolino, Italia.

Milano. L'immobile acquistato in via Disciplini (zona Vetra) andò totalmente distrutto nel 1943 in un terribile bombardamento su Milano, e così al termine del conflitto, nel 1946, la Società Svizzera reperì un terreno in piazza Cavour, offerto gratuitamente dal Comune di Milano. L'incarico di costruire il nuovo edificio, un vero e proprio grattacielo all'epoca – fino al 1954 detiene il record del grattacielo più alto di Milano – fu affidato agli architetti Armin Meili e Giovanni Romano. Meili volò addirittura a New York per trarre ispirazione dai cantieri avveniristici del Palazzo dell'ONU e del grattacielo Lever House. Meili e Romano riuscirono a presentare un progetto legato al contesto milanese, trasformando il grattacielo in un alto condominio, come se ne vedevano in città, ma alto tre volte tanto. I materiali scelti furono molto "italiani", travertino, marmo e granito, come anche la disposizione delle finestre, degli spazi commerciali e della parte terminale del grattacielo. La posa della prima pietra avvenne nel novembre 1949, l'inaugurazione nel 1952.

Pochi passi separano dal **PAC | Padiglione di Arte Contemporanea**. Via Palestro quattordici. La sua storia inizia nel 1947 quando il Comune di Milano, in cerca di un nuovo spazio per le collezioni delle Civiche Raccolte del XX secolo, individua le ex-scuderie della Villa Reale, distrutte dai bombardamenti del 1943. La Villa era già sede della Galleria d'Arte Moderna (GAM) dal 1921, ma gli spazi erano insufficienti a ospitare l'arte più recente e, in prospettiva, un museo per l'arte contemporanea in potenziale crescita. Nel 1948 viene selezionato il progetto firmato dall'architetto Ignazio Gardella. Il Padiglione inaugura nel 1954 come sede per le Civiche Raccolte ma quasi subito coglie anche le esigenze di apertura verso l'estero che dopo la guerra investono il mondo della cultura e dell'arte. Il PAC infatti è tra i primi esempi in Italia di architettura progettata per l'arte contemporanea, simile alle *kunsthalle* europee e pensata come un'agile struttura espositiva, con spazi fluidi privi di pareti divisorie, un'innovazione per l'epoca, come originale è la continuità tra il naturale e l'artificiale, tra arte e natura, grazie alla vetrata che si affaccia sui giardini di Villa Reale – tutti elementi ereditati dal Movimento Moderno.

Il grand tour si conclude nella sede degli uffici di **Confcommercio** di Milano – corso Venezia quarantasette – che dal 1967 ha sede nel Palazzo Castiglioni, gioiello del liberty milanese, un progetto di primo Novecento commissionato dall'imprenditore Ermengildo Castiglioni all'architetto allora più audace e in voga, Giuseppe Sommaruga. Durante il sopralluogo, ho scoperto un edificio di fine anni '60 a firma dell'architetto e designer Eugenio Gerli e dell'ingegnere Giorgio Keffer, risultato di un progetto di ristrutturazione e restauro del palazzo destinato a ospitare gli uffici del nuovo proprietario, l'Unione Commercianti di Milano. Qui ho trovato ambienti e interior di stupefacente modernità, chiusi al pubblico e sconosciuti anche ai cittadini milanesi. Durante il suo intenso percorso professionale, Gerli – allievo di Piero Portaluppi e Gio Ponti e sostenitore del Movimento Moderno di Frank Lloyd Wright, Alvar Aalto e Charles Eames – ha costruito ville, condomini, palazzi per uffici, fabbriche, banche, negozi, restaurato edifici storici. Promotore di un design globale, amò integrare l'essenzialità delle linee architettoniche con un coerente e forte legame con le arti visive, collaborando con artisti quali Arnaldo Pomodoro, Lucio Fontana, Blasco Mentor, Pietro Cascella, Guido Somaré. Ricordando le parole del critico Marco Romanelli che ha definito Eugenio Gerli un "maestro dimenticato", ho voluto raccontare qui, nel nostro Photo Journal, qualcosa di lui, svelando ai lettori di GM uno dei suoi progetti nascosti.

Federico Cedrone, figlio d'arte, nasce a Salisbury, Rhodesia (oggi Harare, Zimbabwe). A causa della rivoluzione popolare, nel 1970 rientra in Italia. A Roma, dove cresce, trova nella fotografia la sua espressione creativa. Dal 1989 si sposta, Firenze, New York e poi Milano, dove inizia a lavorare con alcune testate di moda e dal '96 con *Elle Decor*, collaborazione che gli permette di scoprire un ambiente più vicino al suo modo di essere. Collabora con numerose riviste italiane e internazionali – tra cui *Vogue*, *Elle*, *Grazia*, *D - la Repubblica delle donne*, *Io Donna*, *Amica* – e con numerose aziende di design – come Knoll, B&B Italia, Arclinea, Rimadesio, Cassina, Poliform, Minotti, Bisazza, Rubelli, Desalto, Nemo, Boffi, De Padova – per cui realizza le immagini per cataloghi e campagne pubblicitarie. Insegna presso l'Università Iuav di Venezia e l'ateneo H-Farm di Treviso.

INTERVIEW WITH en 41

900+100

A Milano nuova vita al Museo del Novecento

Inaugurato nel 2010 nel palazzo dell'Arengario, in una posizione strategica, davanti al Duomo, il Museo del Novecento è un museo della città, nato dalle generose donazioni di artisti e collezionisti. Un museo, con una storia molto milanese, che attraversa il secolo breve, dal Futurismo all'Arte Povera, e che oggi si prepara a raddoppiare gli spazi espositivi. Per entrare nel nuovo millennio.

di Francesca Molteni

Aperto, osmotico, trasparente, un museo che si offre, perché tanto ha ricevuto. Bello perché in rapporto con la città. Così lo racconta **Gianfranco Maraniello**, direttore del Polo Museale Moderno e Contemporaneo di Milano – cioè di cinque istituzioni: Museo del Novecento, GAM Galleria d'Arte Moderna, Palazzo Morando, Casa Museo Boschi Di Stefano e Studio Museo Francesco Messina.

Il quadrilatero è una zona di Milano che mi affascina particolarmente per il suo mix unico di eleganti architetture classiche e contemporanee. Visitando i quattro edifici, ho percepito un filo conduttore che unisce questi spazi così eterogenei: un senso di permanenza e di storia che si intreccia con l'evoluzione della città. Nonostante le differenze di epoca e stile, c'è una continuità che parla della Milano che cambia ma che rimane fedele alla sua essenza.

—Federico Cedrone



Museo del Novecento, piazza Duomo, Milano.
Foto: Paolo Riolzi.

FM *Nuovi progetti, grandi cambiamenti, il Museo del Novecento è in una fase di trasformazione. Quali sono i principali sviluppi?*

GM Lavorare sullo spazio del Museo del Novecento significa tener conto di quello che accadrà con l'estensione al secondo Arengario. Immaginare, quindi, quale sarà la sua forma compiuta. Il Museo attuale diventerà uno spazio di collezione permanente che avrà come punto d'inizio e come conclusione due polarità del secolo breve: si parte con la speranza, l'idea di incidere sul mondo, quindi l'idea dell'Avanguardia e il Futurismo, che è già la parte più compiuta delle collezioni e ha una forte connotazione milanese, pur essendo un fenomeno internazionale, e si conclude con una data simbolica per il Novecento italiano, e certamente per questa città e per l'arte di questa città: il 1993, l'anno in cui a Milano succedono tante cose – l'attentato di matrice mafiosa terroristica al PAC, il fenomeno conosciuto come Mani Pulite, ma anche la nascita del partito di Berlusconi. Cultura, politica, società, media, quindi una storia molto rilevante, che nell'arte trova rappresentazione in opere importanti nelle nostre collezioni. Il secondo Arengario sarà invece il luogo delle mostre, della contemporaneità, anche in corrispondenza di spazi più adatti per esposizioni temporanee, proprio per la loro flessibilità. Il recupero dell'architettura mi sembra un tema cruciale anche per l'Arengario, per ritrovare la dimensione quasi osmotica tra l'interno del Museo e l'esterno.

Quindi stiamo preparando questo trampolino, letteralmente si tratta di una passerella, per saltare nel secondo Arengario, e metaforicamente nel nuovo millennio, perché questa è anche l'immagine di Milano, una città internazionale proiettata nelle sfide della contemporaneità. In questo senso stiamo immaginando anche la redistribuzione dei servizi, cosa succederà quando si avrà una grande caffetteria su piazza Duomo al pianterreno, con sale dedicate alle attività. Sarà soprattutto un luogo identitario di ritrovo, di pratica di arti.

FM *In questo percorso, chi sono gli interlocutori? I costruttori di sogni che ne rendono possibile la realizzazione?*

GM Noi siamo integralmente una parte del Comune di Milano, siamo già in una dimensione pubblica. E questo significa anche mettersi a disposizione dell'ascolto di una città che si sta dimostrando molto generosa. Stiamo portando avanti un progetto importante per le diverse abilità, quindi percorsi per ipovedenti, per disabilità, o capacità cognitive non standardizzabili nella tradizionale visita di museo. E poi stiamo trovando nuovi interlocutori anche in relazione alle nuove progettualità. In realtà ci siamo posti la domanda: che cos'è che caratterizza l'arte del Novecento? Il Novecento è certamente il secolo in cui l'arte non si realizza più soltanto come opera, come forma compiuta, che si condensa in una scultura o in una pittura. L'arte non sta più soltanto dentro il perimetro di una cornice o nel basamento. Il Novecento è il secolo in cui l'arte si presenta in mostre temporanee, in ambienti, in dialoghi tra opere e spazi, in un rapporto peculiare con il tempo e con gli ambienti dell'esposizione, e anche nella relazione di opere tra di loro. E allora l'idea è di dare sempre più spazio alle voci del Novecento, lavorando con gli archivi, con le fondazioni, con chi custodisce le memorie, ma anche con le gallerie d'arte che hanno storie importanti, soprattutto in una città come Milano. E quindi ricostruire le vicende, ritrovare le trame, e anche la connessione e il portato culturale di tutto ciò. La sfida è creare una piattaforma condivisibile e partecipata, con tanti partner. Poi si tratta anche di costruire la storia a venire, che è la grande proiezione del secondo Arengario, e non a caso si porta avanti questo progetto con il titolo "900 più 100", pensando al secolo che stiamo vivendo.

FM *Come si mette in evidenza il rapporto con la città, nel senso del dialogo ma anche dell'architettura?*

GM Il 4° piano del Museo è una specie di osservatorio, da una parte del Duomo, della Galleria, e dall'altra di un'architettura anche moderna, quella della Torre Velasca – è anche questo il senso della ormai nota passerella, l'idea di essere sospesi sulla città e quindi di farne un osservatorio. La forza di questa architettura è proprio l'essere un punto di osservazione e anche di permeabilità dello sguardo. Penso a quant'è bello d'estate, al tramonto, vedere il marmo di Candoglia del Duomo con il suo riverbero rosa che entra nella Sala Fontana, e non mi stupisco che sia il posto più adatto per i selfie della città. Credo che vada accentuato questo aspetto, e che l'allestimento delle opere sappia avere un rapporto organico con l'interno dell'edificio, ma anche con l'esterno. È l'idea che il Museo possa dare continui segnali di quello che si ritrova anche in città. Perché il museo svolge sempre una funzione esemplare, cioè di esempio, non può esaurire la storia dell'arte, deve dare modo di avvicinarla, perché poi ognuno nella propria esperienza trovi l'arte nella vita quotidiana, nella vita pratica, nelle esperienze che compie altrove. Il museo è uno spazio artificiale che sintetizza e in qualche modo intensifica la percezione dell'arte ma non la esaurisce. Pensare che il Museo rinvii ad altro da sé, è la mia missione.

FM *E il tema dell'allestimento che, da un certo punto di vista, il nuovo progetto nega?*

GM Tutti gli artisti con cui ho lavorato mi hanno raccontato dell'importanza di realizzare mostre che fossero in rapporto diretto con lo spazio dato, e anche con le opere degli altri artisti. Per cui si uscirà progressivamente dal perimetro del quadro – quello che poi idealmente la cornice inventa nel Seicento europeo, un'invenzione culturale tutto sommato recente e anche limitata geograficamente, e che l'arte contemporanea ha imparato a smantellare, facendoci scoprire invece l'arte come gesto, come spazio, come relazione, come tempo. E questa esemplarità dobbiamo esibirla anche nella modalità dell'allestimento, perché ci porterà poi ai tre grandi volumi espositivi, delle piazze al coperto ma in realtà anch'esse trasparenti, con grandi vetrate, che saranno i luoghi delle mostre temporanee. E allora dobbiamo saper costruire questa possibilità di incontrare l'arte e di farne percepire il continuo sfondamento, la continua eccedenza del suo confine, che poi è una metafora dell'arte.

FM *Che rapporto si può attivare con il design, l'altra grande colonna che porta questa città nel mondo, e anche molto mondo a Milano?*

GM Ci sono confini sempre molto labili tra le discipline. È difficile capire se siamo nell'ambito del design o dell'arte, e forse non è utile essere così decisivi, se stiamo parlando di opere in collezione penso a Enzo Mari, a Fausto Melotti, per certi versi, e penso a certe espressioni del Futurismo. Però al tempo stesso ritengo che sia fondamentale in questa esplosione di energia che è la città di Milano porsi anche come interlocutori molto facilmente riconoscibili. Abbiamo bisogno di una chiarezza di posizionamento, proprio per essere dei riferimenti e anche per non raddoppiare le funzioni. Allora è chiaro che quando si progetta un museo come il Museo del Novecento, io non posso non tener conto che, nella stessa città, ci sono anche importanti fondazioni private, come la Triennale e l'ADI Museum, che fanno un lavoro straordinario, ma noi dobbiamo saper fare cose che quelle fondazioni non possono fare, a partire appunto dalla realizzazione delle collezioni, dalla mission stessa del Museo.

FM *E l'arte contemporanea nel Museo?*

GM Noi molto onestamente non siamo ancora nelle condizioni per presentarci come produttori di arte contemporanea. Al momento, ma solo al momento, siamo un museo collegato alle funzioni più votate alla conservazione del patrimonio, non siamo gli attori principali di questo tipo di ricerca. Lo fanno come indirizzo chiaro progettuale fondazioni come la Fondazione Prada, Trussardi, Hangar Bicocca, le tante gallerie private. E allora il nostro tema è quello semmai di diventare, in attesa degli spazi del secondo Arengario, riferimenti importanti per il nostro carattere istituzionale. Cioè non la ricerca e basta, che non è poco, ma l'idea che questa sia una dimensione valoriale all'interno della società. La differenza tra quello che fa un museo e quello che propone un soggetto come una Fondazione o una galleria è che quello che facciamo noi in realtà dovrebbe interessare appunto anche chi al museo non ci va. Ho sempre pensato che i musei devono essere importanti ancor più per quelli che non sono interessati all'arte. Il nostro compito non è rivolgersi agli interlocutori naturali, è capire che quello che facciamo ha un senso anche per chi non è interessato.

FM *Ecco in tutto ciò che spazio ha il tema del digitale, del coinvolgimento del pubblico?*

GM Non possiamo non interessarci, perché il digitale ha già, come dice Francesco Casetti, rilocato anche i media tradizionali, ne siamo già permeati. In ambito anglosassone si parla del fenomeno, importantissimo nei museum studies, della *mediatization*, che non è più come i musei utilizzano il digitale, ma come i musei comprendono di essere immersi in un ambiente digitale. Sappiamo che la comunicazione più efficace è quella che i visitatori stessi fanno, rimbalzando con i loro strumenti la loro esperienza al museo. Credo che più che dire quali strumenti adotteremo, si tratta di capire qual è l'atteggiamento che dobbiamo tenere. Due sono le cose da avere sempre ben presente. La prima è che dobbiamo pensare a come diventare non soggetti ma oggetti della comunicazione. L'altra è considerare il digitale non come uno strumento di comunicazione ma come un territorio di azione. In un certo senso si tratta di pensare alle possibilità offerte dal digitale per creare spazi non solo di documentazione, di archiviazione, ma addirittura di produzione culturale.

ON THE SHELF

en 49

L'Eden ritrovato

La passione per i paesaggi selvaggi di Tangeri di Umberto Pasti, scrittore e orticoltore italiano, lo ha spinto a creare il suo rinomato giardino a Rohuna dove ha raccolto migliaia di piante salvate da siti in costruzione con l'aiuto di uomini del villaggio. Con le sue vedute e i suoi prati verdi, Rohuna è un luogo di incomparabile bellezza, nato con lo scopo di preservare la ricchezza botanica della regione.

di Giuseppe Fantasia

Pensate a un giardino dedicato alla coltivazione di piante e fiori, ma soprattutto a un posto dove uomini, donne, bambini e animali vivono in cerca dell'armonia, tra loro e con gli spiriti della terra. Un vero e proprio paradiso di bellezza che si apre a chi lo visita come la migliore delle oasi, suddiviso da una *Summer House* – la casa degli ospiti – e una *Winter House*, la casa padronale che colpisce lo sguardo per la bellezza della cucina con il camino, il pavimento con le piastrelle di cemento o la famiglia di falchi in una delle stanze. La divisione, in casi come questi, è sempre un'unione. Siamo a Rohuna, in un borgo di cinquecento abitanti sulla costa Atlantica del Nord del Marocco. Quando il giornalista e scrittore Umberto Pasti lo scoprì venti anni fa, se ne innamorò subito e nel giro di poco tempo non ebbe alcun dubbio sul da farsi. Aveva già una casa a Tangeri con il suo compagno Stephan, ma dopo aver scoperto, camminando per caso con un amico, un ettaro di pietraia su cui crescevano due eucalpti e resti di un arancio e due fichi, decise a breve che si sarebbero trasferiti lì, a circa sessantacinque chilometri a sud della città. Non conosceva nulla di quel territorio, ma gli bastò addormentarsi proprio sotto il grande albero di fico per sognare che quel posto fosse il suo corpo e il suo corpo un giardino. Al suo risveglio capì che non aveva nulla da perdere senza sapere, tra l'altro, che i *jennun* – gli spiritelli agresti – si impossessano di chi dorme sotto un albero. Da un momento all'altro, un ragazzino di nome Rachid spuntò da un cespuglio per costruire velocemente una capanna dove Pasti decise di passare la notte. Poche settimane dopo, grazie all'eredità paterna, comprò quel terreno e fece iniziare i lavori servendosi degli abitanti di quel luogo dove nessun *nazran* (straniero) aveva mai messo piede. "Non fu facile, anche perché il lavoro da fare era tanto – ci ha raccontato

Ho sempre pensato che i musei devono essere importanti ancor più per quelli che non sono interessati all'arte. Il nostro compito non è rivolgersi agli interlocutori naturali, è capire che quello che facciamo ha un senso anche per chi non è interessato.

—Gianfranco Maraniello



© Un giardino atlantico di Umberto Pasti e Ngoc Ming Ngo, Bompiani Milano, 2019. Foto © Ngoc Ming Ngo

Pasti – ma quell’Eden divenuto un inferno, nel tempo è rinato e tornato a essere Eden, un paradiso che oggi splende e cresce ancora”.

Un vero e proprio **Eden Revisited**, che è poi anche il titolo in inglese del libro, pubblicato per la prima volta in Italia con un più generico **Un giardino Atlantico** da Bompiani qualche anno fa.

Un libro prezioso che racconta la genesi di quel posto che è poi, soprattutto, il racconto di una vita: quella dell’autore e del suo compagno Stephan, e quella di tutte le persone di Rohuna che hanno partecipato e permesso la nascita e la realizzazione di quel luogo speciale. Tra queste, ci sono sicuramente Jawad – un geologo tangerino che riuscì a portarvi l’acqua corrente dopo quattro anni di assenza – e Bernard, un giardiniere belga – new entry degli ultimi anni che Pasti e Stephan chiamano *l’enfant*, nonostante tra loro non ci sia poi tutta questa differenza di età, un uomo che con il suo sapere e la sua passione “ha contribuito ad allargare i giardini dell’Eden”. “Quando si entra in quel giardino – fa notare Martina Mondadori nella prefazione – si ha la sensazione di muoversi in un concentrato di quello stesso paesaggio, in un suo distillato. Visitarlo – aggiunge – è come salpare su un vascello e veleggiare in un Atlantico di felicità che ha la missione di preservare la ricchezza botanica della regione, di salvarla dalla devastazione propagata da un’edilizia brutale e, insieme, di creare occasioni di crescita, istruzione e lavoro per chi abita quella terra antica”.

Sfogliando le pagine di questo libro di grandi dimensioni, impreziosito dalle fotografie di Ngoc Minh Ngo, fotografa esperta di giardini e paesaggi, scoprirete che il Giardino del Portoghese con le sue bellezze esotiche è una creazione di Bernard come quello delle Ossa (sull’albero). Particolare davvero è il Giardino Selvatico, come lo è il versante di una collina dedicato ai bulbi selvatici del Nord del Marocco, dove specie indigene di narcisi, iris, crochi, scille, gladioli e altre piante sbocciano dall’autunno all’estate. In un posto così speciale che riflette al meglio l’amore di Pasti per la bellezza in ogni sua forma, per la libertà e per la vita, il Giardino della Consolazione è al centro, ed è lì che una serie di stanze e terrazze abitate da una vegetazione lussureggiante va a rendere omaggio ai quadri di Rousseau il Doganiere traendo ispirazione da personaggi di fantasia con nomi e storie che battezzano le zone del giardino – c’è quella dell’Inglese, quella dell’Egiziano, la zona dell’Italiano e quella di Aissawa. È guardando quelle foto che sentirete i profumi e i rumori di quel luogo che in realtà sono quasi sempre dei silenzi che fanno continuare a sognare.

Un giardino atlantico

Di Umberto Pasti e Ngoc Minh Ngo
Cartonato con sovraccoperta
240 pagine
250 fotografie a colori
Edizione italiana
Bompiani, Milano

Umberto Pasti, giornalista, scrittore, disegnatore di giardini, divide il suo tempo tra Milano e il Marocco. Impegnato nella difesa del territorio, ha fatto della natura del Nord Africa la protagonista di quasi tutti i suoi libri. Ha realizzato giardini in Italia, Spagna e Marocco, cercando sempre di utilizzare le piante autoctone. Il suo giardino di Rohuna, in un piccolo villaggio del Nord del Marocco, dove ha messo in salvo centinaia di specie minacciate dallo sviluppo selvaggio della regione, è noto nel mondo intero.

Ngoc Minh Ngo, acclamata fotografa e autrice di *Bringing Nature Home, In Bloom, New York Green*. I suoi lavori sono stati pubblicati su *The World of Interiors, T Magazine, Vogue, Architectural Digest, Cabana, e House & Garden UK*. Le sue opere sono state esposte all’interno di una personale nel Yves Saint Laurent Museum di Marrakech e nel Wave Hill Public Garden and Cultural Center nel Bronx, a New York. Nel 2022, Ngoc ha ricevuto il Land Place Spirit Award di Longhouse Reserve.

HOTSPOT **en 54**

Golfo Persico e dintorni. El Dorado contemporaneo

Gli esperti dei mercati esteri la chiamano “El Dorado”. È l’area MENA, quella che dalle coste del Nord Africa arriva fino ai paesi del Medio Oriente. I consumatori arabi sono tra i più affascinati dal mito dell’Italian Style, dagli oggetti di design e dall’architettura italiani. La popolazione giovane, l’elevato potere di acquisto e cospicui investimenti nell’edilizia promettono un mercato dinamico e in crescita. Giorgetti è qui già dagli anni Ottanta, con grande anticipo.

di Roberta Busnelli

C’è più di un motivo per ritenere l’area MENA interessante, non solo per il mercato dei beni di lusso, dagli anni Novanta in crescita a tassi elevati, soprattutto negli Emirati Arabi. Il Medio Oriente e i paesi del Nord Africa sono strategici perché sono geograficamente vicini, sono eterogenei – alcuni ricchi di risorse e altri di lavoro – e sono affamati di infrastrutture e macchinari, previsti come principali prodotti esportati anche nel 2024. Gioielleria, pietre preziose lavorate e mobili arrivano dopo, ma contribuiscono ad accrescere il valore delle esportazioni in quest’area: vendendo petrolio e gas naturale, i paesi dell’area sono riusciti ad assicurarsi una disponibilità di risorse e una capacità di spesa tra le più alte al mondo.

Chi esporta in questa porzione di mondo ha vinto la sua scommessa. Il valore dell’export italiano, dal 2014, si è sempre aggirato intorno ai 30 miliardi di euro, con

Mi sedetti sotto un albero di fico e mi addormentai. Sognai che quel posto era il mio corpo e il mio corpo era il giardino. Non sapevo ancora che i jennun, gli spiriti rurali, si impossessano di coloro che dormono sotto gli alberi. I miei cari jennun, che da quel giorno sono rimasti con me, mi hanno protetto e guidato.

—Umberto Pasti



Giorgetti Store Cairo. Foto © Nour El Refai.

gli Emirati Arabi Uniti nel ruolo di top spender: arriva da loro il 16,5% degli acquisti di beni Made in Italy. A seguire, con percentuali sopra il 10%, ci sono l’Egitto, l’Arabia Saudita e Israele. Dopo l’arresto a causa della pandemia Covid, nei primi sette mesi del 2021, l’export italiano in Medio Oriente e Nord Africa ha ripreso la volata, crescendo del 20,6% a 16,6 miliardi. L’interscambio totale è schizzato a 36 miliardi di euro, un balzo del 36%. A fine anno 2022 è stato raggiunto e superato il valore dell’export pre-Covid, cioè circa 29 miliardi nel 2019, complici anche l’Expo 2020 Dubai e la Dubai Design Week. Nel 2022, l’organizzazione dei Mondiali di calcio in Qatar ha dato altro slancio agli scambi commerciali delle aziende attratte da questa regione.

La presenza di Giorgetti, entrata in questo mercato agli inizi degli anni Ottanta, in realtà risale a molto prima. Nell’archivio dell’azienda si trovano disegni, veri e propri piccoli dipinti realizzati a mano, datati anni ’40-50 con arredi destinati alle famiglie reali del Golfo Persico. Dal 2018 è attivo un branch diretto con sede a Dubai. È qui che incontriamo **Ruggero Ottogalli** – General Manager Giorgetti Middle East & Africa – per capire promesse e potenzialità di quest’area. “A livello di fatturato mondiale dell’arredo l’area MENA rappresenta circa il 3-3,5%. Per quanto riguarda Giorgetti, il peso arriva a circa 6-7%, quindi una presenza che in termini di percentuale è superiore alla media”.

All’interno del Medio Oriente, i paesi del Golfo Persico giocano sicuramente il ruolo “da leoni”. Gli Emirati Arabi rappresentano un mercato molto interessante per le aziende italiane, tenendo conto che il consumo interno nel settore arredamento è quasi totalmente soddisfatto da prodotti di importazione. Si tratta di un mercato in continua espansione. Il Centro Studi di FederlegnoArredo li attesta come decimo mercato dell’export di mobili e complementi italiani. La produzione locale di mobili, inoltre, è relativamente poco sviluppata e il mercato è fortemente aperto all’importazione di prodotti esteri, nella fascia medio-alta, in cui l’Italia è leader contando per oltre un terzo delle importazioni. Gli Emirati, oltre a essere il principale mercato di sbocco per il nostro export nell’area MENA, sono diventati una piattaforma strategica per permettere di espandersi nei vasti mercati asiatici e africani. “Se consideriamo il Medio Oriente nella sua globalità, dal Golfo Persico al Levante – spiega Ottogalli – parliamo di un bacino di consumatori di circa 60 milioni, l’equivalente del mercato italiano, ma con una disponibilità economica pro capite molto alta, con i picchi degli Emirati Arabi, dell’Arabia Saudita, del Qatar”.

Dopo l’apertura della sede a Dubai, entro la fine del 2024 il Gruppo Giorgetti ha in programma nuove aperture con due monomarca, rispettivamente a Dubai e a Riyadh. “Per realizzare lo store di **Dubai** abbiamo chiamato due grandi firme, Richard Meier e Dante O. Benini”, racconta Ottogalli. “Il progetto prevede la costruzione di una struttura indipendente di 800mq, una villa situata in una posizione centrale della zona costiera di Jumeirah, estremamente visibile e facile da raggiungere. È il quartiere più famoso della città dove sono concentrati i brand di lusso dell’arredo”. Per Giorgetti il mercato degli Emirati Arabi è il punto di riferimento di tutta l’area, e lo dimostra questo importante investimento che non è solo commerciale. “L’idea di realizzare un’importante opera architettonica – prosegue Ottogalli – è anche un omaggio alla città, un’eredità artistico-culturale che Giorgetti vuole lasciare come patrimonio alla collettività”. Le aspettative per questa apertura sono sicuramente elevate, come elevata è la curva di crescita degli Emirati e in particolare di Dubai che, dopo diverse trasformazioni frutto di strategie politiche geniali e vincenti, oggi è assurta al titolo di destinazione di lusso, la Monte Carlo del Medio Oriente, l’equivalente della Riviera italiana e francese degli anni ’60 con le sue attrattive da *dolce vita* che fanno gola soprattutto agli expats, ai cosmopoliti, ai viaggiatori del mondo che desiderano godersi il proprio tempo e, se possibile, l’intera vita. “Quando si parla di Emirati, come in generale quando si parla dell’area Medio Oriente, si tende poi a confondere e semplificare – spiega Ottogalli – ma in realtà ci sono profonde differenze tra paese e paese. Dubai, unico Emirato privo di petrolio, ha dovuto costruirsi un’altra realtà rispetto al cugino ricco Abu Dhabi. Per competere ed eccellere, Dubai è passata da città mercantile ad hub residenziale per tutti coloro che prima facevano soltanto business qui e adesso si trasferiscono perché Dubai offre sicurezza, offre rapidità di attivazione delle società, offre un’elevata qualità di vita, e oggi offre anche un’offerta culturale che non ha nulla da invidiare a New York, Miami o Pechino”. In contemporanea all’Emirato di Dubai, nel 2024 Giorgetti punterà anche su **Riyadh**, la capitale del Kingdom of Saudi Arabia, con l’apertura di un monomarca di 400mq nella zona King Abdallah Financial District, un’area già esistente ma nuova per il settore dell’arredo. “Giorgetti ha già uno spazio importante in Arabia Saudita, a Jeddah”, precisa Ottogalli. “L’apertura a Riyadh garantirà una nostra presenza più diretta, e quindi ci aspettiamo sicuramente una crescita”. Il principe Moḥammad bin Salmān è l’artefice della trasformazione radicale che sta vivendo oggi l’Arabia Saudita. Ha portato una ventata di liberalizzazioni – culturali e commerciali – improponibili fino a pochi anni fa, sulla scia di una diplomazia basata sul *soft power* che ora punta anche sul turismo internazionale tanto che sul territorio sono comparse le prime agenzie di viaggio che promuovono itinerari per autentici esploratori. La vision della famiglia reale per il futuro prevede quindi una differenziazione strategica in grado di offrire nuove opportunità di business, anche per le nuove generazioni, e contemporaneamente attrarre investimenti esteri, prima preclusi. Per entrambe le realtà, Dubai e Riyadh, quello che è certo è che le policy adottate sono sempre all’insegna di una modernizzazione rivolta al futuro.

Novità in casa Giorgetti anche sul versante nordafricano, precisamente al **Cairo** dove l’azienda ha inaugurato di recente uno spazio monomarca di circa 300mq, situato a livello strada di un mall all’aperto di recente costruzione, il Park St., che offre diverse esperienze di consumo – negozi di lusso, ristoranti gourmet, centri benessere – e che è anche sede di uffici prestigiosi. “È una location simile al Financial District di Riyadh, ma il Cairo è una città molto più complessa di Dubai e Riyadh”, sottolinea Ottogalli.

È fondamentale avere un proprio spazio monomarca che riesca a rappresentare la filosofia e la complessità del marchio in maniera completa, contribuendo ad accrescere la conoscenza del lifestyle Giorgetti.

—Ruggero Ottogalli

“È tentacolare, enorme, caotica e particolarmente complicata per gli spostamenti. L’Egitto, che ha una popolazione immensa con oltre 100 milioni di abitanti ma con una disponibilità economica pro capite sicuramente inferiore rispetto agli Emirati Arabi e all’Arabia Saudita, è sempre un’incognita. Molto dipende dalle politiche, dai regolamenti, dalla burocrazia, ma anche qui ci aspettiamo una crescita. Nella capitale non mancano investimenti per progetti di lusso all’interno dei quali il prodotto Giorgetti è apprezzato e può trovare la sua naturale collocazione. Per questo è fondamentale avere un proprio spazio monomarca che riesce a rappresentare la filosofia e la complessità del marchio in maniera completa, contribuendo ad accrescere la conoscenza del lifestyle Giorgetti”.

I tratti condivisi da realtà così diverse e in continua evoluzione – Dubai, Riyadh e Il Cairo – sono pochi ma esistono. Giorgetti qui gioca le sue carte vincenti: affidabilità, disponibilità, un’elevata possibilità di customizzazione di prodotti, matericamente complessi e maniacali nel dettaglio, l’offerta di un design senza tempo, che assicura un’eredità da tramandare alle nuove generazioni, la garanzia di essere al cento per cento Made in Italy e la capacità di combinare la tradizione artigianale con un’elevata tecnologia. Qualità e bellezza.

Giorgetti va dove il cliente abita, vive e opera, dove investe per sé stesso, per la famiglia e per gli ambienti in cui lavora. Scelte audaci e investimenti coraggiosi, a volte. Solo per capitani visionari, che sanno avere pazienza.

TRADITIONS IN TRANSITION en 59

Nuove forme di un’antica dolcezza

Pasticcerie storiche che cambiano format e geografie, look e proposte. Milano gioca le sue carte vincenti: l’internazionalità, il connubio dolce-fashion e l’esperienza culturale dei luoghi e dei prodotti. Per cambiare tutto, ma non il sapore della tradizione.

di Anna Prandoni

Un tempo, era tutto vicinato. La pasticceria storica e tradizionale si sceglieva tra quelle nei pressi di casa, e la proposta era comune a tutte. La pasticceria, soprattutto a Milano, era un luogo dove andare ad acquistare i pasticcini per la domenica, e le torte per i compleanni, il packaging era una carta impregiosita dal marchio scritto in caratteri calligrafici e chiusa da un nastrino dorato, a simboleggiare l’evento eccezionale che richiedeva una celebrazione.

I luoghi che accoglievano i dolci erano, soprattutto in città, bomboniere di legno e vetro, dove scrigni da esposizione permettevano di ammirare il goloso contenuto. Da allora a oggi il mondo delle pasticcerie è cambiato radicalmente, e anche questo settore è diventato parte del fashion system “alla milanese”, non perdendo nulla del suo appeal, ma cambiando radicalmente il format, da grande progetto familiare che si fa brand a brand che ingloba nella sua holding anche gli storici marchi familiari cittadini. Era il 2014 quando Miuccia Prada, guardando all’Expo dell’anno dopo, insieme a Patrizio Bertelli decise di acquisire l’80% delle quote della storica pasticceria Marchesi, con la sua vetrina di legno e il bancone solido, le sue caramelle colorate e il suo andirivieni costante, simbolo stesso di una città crocevia di persone e brulicante di energia. Qui si veniva per un caffè al volo, tra una commissione e l’altra, o prima del lavoro, o per la merenda dei bimbi, si stava il minimo sindacale indispensabile: niente tavolini, siamo a Milano, anche il dolce va preso con rigore, e in fretta. Da allora la scelta di Prada ha fatto la moda, come spesso succede, e la strada è stata seguita poi da altre *maison* che hanno deciso di accostarsi al mondo della pasticceria: questo settore, ancora oggi, rappresenta una direzione tutta da esplorare, attraverso modalità sempre nuove.

Perché il connubio dolce-fashion è di varia natura: può trattarsi del pezzo iconico di una *maison* che viene reinterpretato in chiave dolce, oppure la creazione di qualcosa di completamente nuovo, un oggetto o un luogo tutto da vivere. L’ispirazione francese arriva con LV Dream, lo spazio espositivo aperto da Louis Vuitton a Parigi, con al suo interno anche una cioccolateria e un café supervisionati da Maxime Frédéric, chef-pâtissier dell’Hotel Cheval Blanc Paris: una destinazione culturale e gastronomica dove persino dolci e cioccolatini giocano con i motivi classici di Vuitton.

Un’internazionalità che caratterizza anche la celebre pasticceria Cova che, dalla sede storica nel quadrilatero milanese della moda, dopo l’ingresso nel gruppo LVMH (peraltro “sfuggendo” proprio a Prada) ha esportato l’eccellenza italiana in Asia ed è pronta a farlo in altre metropoli d’Europa e del mondo.

È un legame, quello tra moda e cibo dolce, che viene valorizzato non solo attraverso investimenti e nuove idee nell’ambito della ristorazione, ma che trova una possibilità d’essere anche, ad esempio, in una capsule collection come quella realizzata da The Attico in collaborazione con il locale newyorkese Sant Ambroeus: una felpa, una t-shirt, un cappello da baseball e una tazza per il take-away per la quale le due designer Giorgia Tordini e Gilda Ambrosio si sono ispirate alle “sciure” che frequentano i caffè milanesi e alle vibrazioni delle due metropoli. Questo storico marchio è da poco tornato anche a Milano con una ristrutturazione che ha lasciato spazio all’antico seguendo il filone aperto proprio da Prada con Marchesi: cambiare tutto, senza modificare la sostanza.

Segno che, dai marchi di fascia alta a quelli di ambito più ristretto, magari legati a un preciso territorio, il co-branding è un’opportunità di business che si può cogliere anche a livello culturale, come modo innovativo e contemporaneo per valorizzare quanto un determinato prodotto o un luogo di cultura hanno da offrire. Anche, e soprattutto, al di fuori dei propri canoni e dei propri confini.

Dagli altri luoghi storici della città nascono connessioni e si intrecciano storie:



Pasticceria Sant Ambroeus, corso Matteotti, Milano.

Il mondo delle pasticcerie è cambiato radicalmente, e anche questo settore è diventato parte del fashion system “alla milanese”.

da Gattullo a Taveggia, da Bastianello a Cucchi, ogni nome evoca momenti cittadini significativi ma anche differenti espressioni di clientela, e diverse fedi calcistiche. Nessun interista compra la Carlina di Gattullo, e tutti i personaggi del mondo dell’editoria si incontrano davanti al tortino di riso di Cucchi, in una sorta di grammatica del gusto che non lascia spazio a fraintendimenti. La Milano-bene va da Peck come da tradizione, e compra i marron glacé rigorosamente da Galli, i turisti sono sempre più attirati da Savini in Galleria. Le nuove storie sono raccontate da famiglie che sono arrivate dopo gli anni ’60, ma si sono comunque imposte: Martesana, con il suo look arancione diventato un nuovo must, e i panettoni dell’Enzo che sono sempre più ricercati, ma anche una storica pasticceria genovese che è arrivata in città di recente e grazie al suo heritage sembra sia sempre stata lì. Romanengo è la svolta dolce di Porta Genova, e i suoi bon bon, i cioccolatini e la confetteria hanno portato un nuovo classico alla città che per antonomasia accoglie con favore tutte le novità e le fa proprie, inglobandole e facendole diventare i nuovi trend italiani. Se a Milano dobbiamo riconoscere un ruolo, è proprio questo: la sua innata capacità di rendere moda qualsiasi cosa piaccia ai suoi variegati e golosi cittadini. Se è dolce a Milano, è dolce ovunque.

ITALIAN STORIES en 64

La poetica dell’incastro

Ha vinto la Biennale Scultura del 1964 e diretto l’Accademia di Brera. È tra gli scultori storicizzati del 900 italiano, amato e apprezzato da collezionisti di tutto il mondo. Un raddomante delle pietre, un amante dell’arte classica fatta di equilibrio e armonia, un compagno di architetti e imprenditori illuminati – da Gregotti a Zanuso, da Gae Aulenti a Gardella. Sue le opere che hanno celebrato luoghi mitici come i negozi Olivetti di Düsseldorf e Buenos Aires, e luoghi di culto come la Chiesa di San Lorenzo a Porto Rotondo.

di Cristiana Colli

C’è un’immagine di Andrea Cascella nel suo studio di Milano, di spalle, colto nel gesto energico, deciso, di incidere con un carboncino linee che sono già volumi. In quella fotografia c’è tutta la sapienza del disegno che contiene la spazialità della pietra, e si sente la potenza del materiale che si rivela. Andrea Cascella nasce figurativo ma presto coglie seduzioni e interrogazioni delle forme astratte: influenzato anche da autori come Brancusi giunge nella piena maturità a una sintesi intorno agli elementi fondanti della geometria.

Negli sketch – magnifici – che provano e riprovano, elaborano e affinano la forma del gancio – una ricerca incessante su quello che diventerà un concetto strutturale morfologico – si riconosce la ricerca dell’armonia e della bellezza classica, della *bella scultura*, che Cascella ha cercato e trovato nel corso della sua esperienza artistica. E forse in questo percorso progettuale e creativo permane quella matrice familiare legata al nonno materno, un ingegnere meccanico tedesco arrivato in Italia per concepire i motori a scoppio della Fiat, chiamato anch’egli a elaborazioni che facevano della coabitazione tra le forme il centro del pensiero e della pratica progettuale.

Il gancio, un’esperienza funzionale che presto diventerà la concettualizzazione simbolica dell’incastro, sarà un tema ricorrente dopo la partecipazione al Concorso del 1958 per un monumento ad Auschwitz – vinto con l’architetto Julio Lafuente ma mai realizzato – una chiave divenuta cifra autoriale. Emblematica è la piccola ma essenziale opera *Legame* del 1962, l’unica realizzata con due diverse pietre che mantengono quel senso dell’abbraccio, della prossimità nella differenza, dello scarto che non è distanza ma identità nella relazione – una traccia che seppur diversamente si ritrova anche nell’opera *Tutto grigio* del 1968.

La scultura di Andrea Cascella risente dell’origine legata alla ceramica, a quel fare pastoso e morbido, sia rispetto alla scala e alla dimensione sia rispetto alla libertà di utilizzare differenti materiali – compresi quarzi e lapislazzuli con gli inevitabili rimandi alla gioielleria. Non solo marmi e pietre dunque ma tutti i materiali sono soggetti portatori di linguaggio e significati – e questo conferisce all’opera movimento intrinseco e libertà espressiva. Per queste ragioni lo si può considerare tra gli ultimi scultori italiani che hanno avuto come riferimento essenziale un ideale di classicità e armonia, gusto per le proporzioni e amore per il “ben fatto”, anche quando incorporato in segni astratti.

Cascella non appartenne a nessuna scuola o corrente, ma sentiva le influenze dei contesti culturali e artistici, lui esponente di una dinastia di artisti e parte di una famiglia che fu a lungo un cenacolo intellettuale. In oltre un secolo almeno tre generazioni si sono succedute a partire da Basilio, il nonno, un pittore abruzzese di cui si ricorda un’opera speciale *Il suono e il sonno*, un trionfo di seduzione e fisica carnalità; e Tommaso, il padre che non lasciò mai Pescara, di cui dipinse per tutta la vita le albe sul mare Adriatico; e il fratello Pietro con cui sperimentò le prime forme in ceramica. Fino a Marco, il figlio, un medico che ha imparato dai microscopi la genesi e il mistero della vita e rinnova nella pittura le matrici del bisnonno Basilio e le connessioni del padre Andrea. Connessioni che hanno nell’Archivio Andrea Cascella di Milano, negli ambienti dello storico studio di via della Ferrera 8, un epicentro culturale, un centro studi di ricostruzione di apparati critici, un deposito di calchi, gessi, maquette. E non mancano per un regesto credibile le ricognizioni delle tante filiere collezionistiche pubbliche e private che hanno sostenuto e valorizzato il suo lavoro in tutto il mondo.



Andrea Cascella nel suo studio in via Lincoln, Milano, 1968. Foto © Lorenzo Capellini. Courtesy Archivio Andrea Cascella.

Intorno alla figura di Andrea Cascella è nato un inedito e importante progetto di valorizzazione che vede coinvolto l’Archivio con l’Università Vita-Salute San Raffaele di Milano.

L'abbraccio della pietra, delle forme, della geometria è il segno che lo distingue, l'anelito al dialogo e all'unione, lo scambio tra superfici e materiali, l'incastro possibile tra le differenze, la ricerca della grazia nella durezza. Nell'austerità delle forme e nella gentilezza delle proporzioni appare una modernità irriducibile alla ricerca della relazione.

Dal disegno ai monumenti ai partigiani, dalle ceramiche agli sketch, tutto nel lavoro di Andrea Cascella parla all'Uomo e alla sua umanità dolente ma potente. Fatta di curve, spigoli, angoli, asprezze, incastri. Fatta delle armonie dell'umano – sempre faticose, sempre da conquistare.

MYTH & RITUALS en 68

Azzurro, metà ottobre

a cura di Giulio Ridolfo
con Silvia Andalò e Massimo Gardone

G *Arcoíris, Arc en Ciel, Arcobaleno*. Le ali dell'angelo del Beato Angelico. Ho avuto un mancamento, di fronte a tanta bellezza.



(il fiore di buon auspicio)

S L'Angelico non era un sempliciotto. Aveva studiato filosofia e teologia. Ma viveva a stretto contatto con la natura. I pittori si facevano da sé i pigmenti partendo per lo più da terre e minerali. Il Tabernacolo dei linaioi gli fu commissionato da commercianti di stoffe, ed è l'unica opera creata dal frate pittore per uno spazio civile. Un'opera complessa pensata per essere visibile, nella sua parte interna, solo in occasione di feste e ricorrenze. Le ante, decorate interamente, proteggono l'immagine della Madonna avvolta nel prezioso mantello. Capolavoro immenso, che unisce cielo e terra, invita a fermarsi, offre l'incontro. Sbalordisce la forza dirompente della gentilezza. Tra Aquileia e gli acquarelli tunisini di Klee, ci incanta il Beato Angelico. Lo scambio è concime di conoscenza e creazione. Il divino è terreno. Lo spirito è materia.

G Intessere, accettare il riverberare, sentire odori che non sappiamo descrivere. Le terre mischiate al tuorlo d'uovo della Macedonia, Ohrid. La dolcezza del ricordo!

S Una voce emozionata, sguardi aperti, "Grazie", "Grazie". La bellezza, la storia. Paesaggi italiani di partenze e ritorni, e inviti ad andare ancora a scoprire. Con garbo si scambia il dolore. Con naturalezza di aria di porto e confine, si apre lo sguardo, si accoglie la gioia.

* * *

Quando uscimmo dal tepore allegro dello stanzone, respirammo l'aria fredda e pulita. La luce era cambiata. Non era più quella accecante del primo pomeriggio, quando con sorelle e amici eravamo andate a chiuderci là dentro a colorare i muri di quella minuscola casa spersa tra i pascoli. La neve ancora brillava pulita e lucente, ma il cielo era diventato di un blu intenso. Scuro ormai, ma molto luminoso. Sembrava che dei grossi fanali lo illuminassero da dietro. La luce più chiara e l'oscurità più profonda erano insieme nel blu di quel cielo.

In quei giorni fa buio presto.

Alle 17.55 la nave in pochi secondi affonda.

Il freddo faceva bruciare la pelle. Rientrammo che ormai era scuro. Quella sera, forse unica volta in vita mia, ho visto mio padre piangere abbracciato a mia madre. Gli era venuta la febbre alta. Dovette andare lei con i gettoni in tasca a telefonare all'armatore. Tra papà e lui, sorrentino come 21 dei 30 uomini dell'equipaggio, c'era una vera, profonda amicizia. Mamma è sempre stata patologicamente restia a telefonare a chicchessia, ma bisognava avvertire che papà non poteva immediatamente rientrare dalle vacanze come ci si aspettava che facesse. Un bravo perito navale è come un medico. E lui era uno dei migliori al mondo. Quando e ovunque c'era bisogno, doveva andare, risolvere i problemi o almeno limitarne i danni, capirne cause e responsabilità. E per le navi non esistono festività; navigano giorni e notti da un oceano all'altro. Stando attenta a non scivolare sul ghiaccio, mamma rientrò quella sera a casa con la brutta sensazione che non le avessero creduto. Al nostro rientro in città corrispose l'interruzione delle ricerche. Non fu recuperata neanche una salma. Il più giovane degli uomini dell'equipaggio aveva 17 anni. Mio padre fu nominato perito di parte nei processi che seguirono. È certo che il 29 dicembre 1981 le condizioni meteorologiche tra Cabo Ortegal e Pointe de Penmarc'h erano tremende, e in quello stesso golfo sono affondate in quegli anni almeno altre due navi. Nessuno oggi può sapere con certezza se le paratie che hanno ceduto, causando l'affondamento della motonave, avrebbero potuto o dovuto tenere. L'inchiesta durò un anno e alla fine la commissione ministeriale stabilì all'unanimità "che il naufragio della Marina di Equa e la conseguente perdita dell'equipaggio e del carico verificatosi il 29 Dicembre 1981 siano da attribuirsi alle circostanze eccezionali sopradescritte e che, pertanto, il sinistro sia avvenuto esclusivamente per caso fortuito, senza dolo o colpa da parte di chicchessia". Nessun colpevole quindi, solo il perfido Golfo di Biscaglia. Col mare forza 8-10 far salire l'equipaggio sulle scialuppe d'emergenza dovette risultare ragionevolmente più pericoloso che restare a bordo ad aspettare l'arrivo degli elicotteri richiesti dal Comandante alle 17.44, considerata anche la presenza, a un miglio di distanza e a contatto visivo, della motonave della Germania dell'Est *Theodore Fontane* e, sulla verticale, di un aereo della marina francese,



Massimo Gardone, *La luce del vento*, #piccolimaritascabili.

entrambi accorsi al My Day inviato alle 14.43 dalla *Marina di Equa* e in continuo contatto radio con la nave che aveva cominciato a imbarcare acqua. Il collasso della paratia tra le stive 1 e 2 (di prua) ha fatto affondare la nave di 32.000 tonnellate di stazza e 178 metri di lunghezza in venti, trenta secondi. Nella sua deposizione, il Comandante Hohle racconta che quando la vide per l'ultima volta notò il suo fanale rosso di sinistra e quello di maestra ancora accesi, come forse anche qualche luce interna, e l'antenna radar in moto. In meno di un minuto, davanti agli occhi delle persone che si trovavano sul posto, la nave sparisce inghiottita dall'Oceano Atlantico.

Fra Giovanni non ha mai visto il mare. Stende la polvere di lapislazzulo afgano sull'intonaco bagnato, sulle tavole di legno, e il cielo dietro il Cristo diventa eternità e infinito. Il manto di Maria su cui brilla la stella è conforto e protezione. Quando il sole cala, saluta i confratelli e si incammina tra gli orti per raggiungere prima del buio il convento sulla collina di Fiesole.

Nel blu tutto si acquieta.

Raina, no. Lei la pace non la può e non la vuole ancora trovare. Da quando suo marito Frane Junakovic è scomparso, vuole trovare giustizia e dare protezione concreta, in forma di nuove leggi e normative che limitino i rischi di chi lavora e vive sul mare. Vuole si riconoscano le responsabilità di chi tante morti in mare avrebbe dovuto e potuto evitare. Era la vigilia di Natale del 1974 quando lei era sbarcata dal *Seagull*, salutandolo in fretta suo marito. Lui, ufficiale marconista, restava a bordo, per l'ultimo viaggio a cui era stata a sorpresa obbligata quella vecchia malconcia nave. Sarebbe affondata dopo pochi giorni, senza lasciare superstiti. Da allora, Raina Junakovic ha lottato, vincendo contro enormi interessi privati e istituzioni pigre e distratte, se non corrotte. Con lei è nato il comitato Seagull, che di quella nave prende il nome e che da tanti anni lotta per i diritti dei marittimi e a fianco delle loro famiglie.

A cavallo tra Trecento e Quattrocento, Cennino Cennini, nel suo *Libro dell'arte* in cui descrive come fabbricare e usare i colori, definisce l'azzurro oltremare, "colore nobile, bello, perfetissimo oltre a tutti i colori". Il più prezioso. Ma anche il più costoso.

Post scriptum: cercando in rete informazioni sulla *Marina di Equa*, ho ritrovato – riportati come testi anonimi – le relazioni tecniche scritte da mio padre per i processi. Ho ricordato un viaggio da Napoli a Trieste dove doveva tenere una conferenza sulla dinamica di quel naufragio. Ho capito che anche se la verità non era di fatto mai stata tradita, mio padre aveva la percezione che quella tragedia si sarebbe potuta evitare. Dopo l'assoluzione degli armatori, è stata istituita una serie di semplici norme a tutela della vita dei marittimi. Grazie al lavoro di Liliana Lanzardo ho scoperto la figura straordinaria di Raina e i risultati delle sue battaglie. Rimasta vedova, un pittore l'ha accompagnata per un po' nel suo cammino.

ANNIVERSARY en 70

Move. 10 anni su e giù. Bon anniversaire!

di Cristiana Colli

Si muove, si sposta mentre sta ferma, si sente nello spazio, e visto da lì il paesaggio cambia, si scompone e ricompono – tra il dettaglio e il tutto. **Move** è un invito, uno spazio mentale che sfida la gravità e la percezione della forma, è uno sguardo sul mondo. Tonda e avvolgente ma vuota, è l'abbraccio di un filo solido che scorre, si incurva, si intreccia, si avvicina e si allontana, torna e ritorna. Concepita per dondolare, riposare, leggere, è fatta per una vodka ghiacciata, una tisana calda, un podcast da ascoltare davanti al bow-window. **Move** ha una storia speciale. È prodotta in sole quattro tinte, ma è stata al centro di sperimentazioni con differenti configurazioni e finiture per eventi speciali, manifestazioni, opening in giro per il mondo; la struttura in massello di frassino, composta da trentuno pezzi torniti e assemblati a mano, è l'esito di una sapiente capacità manifatturiera; la seduta, all'insegna della versatilità estetica ed ergonomica, è in tessuto o in pelle. Pensata e disegnata da Rossella Pugliatti, è un oggetto perfetto, un manifesto, una testimonianza dello stile e della qualità Giorgetti nel mondo. **Move** è un'icona del design italiano.



Move, Rossella Pugliatti, per il Gruppo Giorgetti.

PROJECTS en 72

HBA experience

To create a unique sense of place è la loro missione, progettano dal 1965 hotel, resort, spa, ristoranti, navi da crociera, residenze, e sono il più grande studio di interior design al mondo nel campo dell'hospitality. Sono i super premiati Hirsch Bedner Associates (HBA), hanno sede a Singapore e Londra, e progetti in tutti i continenti, da Atlanta a Tokyo. Vogliono cambiare gli scenari, dare forma al futuro e influenzare la progettazione a livello globale. L'obiettivo è anticipare i desideri di una committenza tra le più sofisticate e aggiungere valore, rendendo più intensa ed esclusiva l'esperienza dei brand con cui collaborano. Ogni luogo, ogni progetto è unico, pensato per il contesto, l'architettura, la visione dei loro partner. Dal primo members club privato di Harrods al Beach Village del Del Coronado a San Diego, dal nuovo ristorante del Sushi Chef Makoto Okuwa in Colorado al Waldorf Astoria di Doha, dalle residenze di ultra-lusso a Dubai alla Spa del Four Seasons di Atlanta, la sfida è creare sempre nuove e distintive esperienze di ospitalità, coccolando i viaggiatori più esigenti.



Hotel Address Sky View, Dubai, progetto di HBA Singapore, 2021.

Magica IA

Ha 28 anni e un blog su Instagram, è art director e consulente. Dal 2017 si occupa di intelligenza artificiale. La *Rivista Studio* lo ha definito un “pioniere” della *prompt art*, che usa un variegato insieme di intelligenze artificiali e comandi testuali. Abbiamo chiesto a **Vittorio Maria Dal Maso** di raccontarci cosa sta succedendo nel multiverso dell'IA e di illustrarlo con alcune immagini riprodotte qui.

di Francesca Molteni

FM *Cominciamo da te, Vittorio. Qual è esattamente la tua professione? Come ti definisci?*

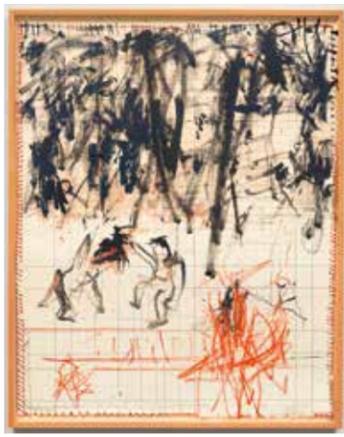
VMDM La definizione è abbastanza liquida, ma in modo sintetico direi artista e designer, anche se nel mio lavoro c'è molta consulenza, direzione creativa e progetti speciali. Ma se riesco a fare cose che non stanno né in cielo né in terra, non c'è una vera definizione. Ed è anche il simbolo della nuova tecnologia con cui lavoro, che entrerà in ogni industry. Il mio obiettivo è una consulenza quasi filosofica, legata alla semiotica di quello che i brand vogliono comunicare. Il mio motto è che cambierà tutto, ma alla fine non cambierà niente. Per quanto potremo creare immagini, quello che rimarrà sarà sempre il simbolo, l'archetipo. Che io abbia generato la foto di un orso o che io l'abbia ripreso, il simbolo orso rimarrà sempre lo stesso. E quindi, data una libertà totale di azione, la cosa più interessante sarà limare molto bene l'intenzione dietro alla creazione di un'immagine. Leggevo che si sta passando dall'era dell'informazione all'era della curatela. In un modo o nell'altro, diventeremo tutti curatori di output. Oggi su Instagram ho condiviso un tweet di Elon Musk che rispondeva a un altro tweet e diceva che entro il 2040 avremo 1 milione di robot umanoidi che girano per il pianeta Terra. Tu avrai il tuo, io avrò il mio. E il 2024 è iniziato proprio con il leitmotiv della robotica. Samsung ha droppato il robot, LH ha droppato il robot, Elon Musk ha droppato il robot degli aggiornamenti del robot che aveva già rilasciato. Ne è uscito un altro di Google, che si chiama Aloha e riesce a cucinare, fa le omelette. Se molte cose pratiche potranno essere fatte da braccia robotiche, a noi non resterà che l'intenzione, la decisione di come far muovere queste macchine.

FM *Raccontaci il tuo percorso, come si diventa curator o artisti digitali?*

VMDM La mia storia è un po' strana. Ho studiato branding allo IED, vengo da una famiglia veneta molto orientata al lavoro, e ho sempre avuto questo approccio ma anche una mia sensibilità più artistica. È stato molto importante il lavoro di mio padre, avvocato di serial killer per vent'anni. Sono cresciuto sentendone di tutti i colori e vedendo foto di tutti i tipi. Al punto che ho cominciato a domandarmi quale fosse la verità dietro al bene o al male. Quindi ho cominciato a studiare quello che in filosofia si chiama determinismo e che ritiene che tutto quello che succede, che tu sia buono o cattivo, è determinato da cose che non potevi controllare. Ho iniziato poi a studiare la cultura indiana, l'alchimia, l'ermetismo, il Tao. E mi sono reso conto che cercavo dei maestri – in Italia ci sono i maestri di bottega, e poi ci sono i garzoni, mi sono detto che volevo fare il garzone. E ne ho trovati, di maestri. Per esempio, Giorgio Di Salvo, scrittore e designer molto rispettato nel design underground internazionale, che ha curato il primo brand di Kanye West e ha una pratica quasi monastica nel suo approccio. Altri invece, meno legati al mondo dell'immagine, mi hanno insegnato a interfacciarmi con i simboli. Ho conosciuto alchimisti, personalità curiose che mi hanno fatto capire che alla fine tutto quello che noi vediamo nel mondo è simbolico. E, anche ispirato da una frase di Rudolf Steiner che dice che è finita l'era del cavalcare la tigre ed è iniziata l'era di entrare nella pelle del drago e dominarlo, ho pensato che dovessi entrare nel sistema. E sono entrato nel mondo dell'immagine. Non ho mai mandato un curriculum, non ho mai lavorato per un'azienda ma, puntino dopo puntino, ho tracciato un disegno che mi ha portato a unire la mia ricerca simbolica a quello che è la richiesta dell'industria dell'entertainment oggi, che non ha bisogno d'altro che di vendere immagini. L'immagine è molto legata alla magia, che è un tema a me caro, e che ha a che fare con l'*imagos*. Per fare una magia, ci vogliono tre elementi base: il sigillo magico, la formula magica e il rituale magico, che è un'azione per fortificare il simbolo. Pensiamo a Harry Potter e alle uniche entità che fanno magia oggi, i brand. Perché un logo è un sigillo, offre una formula magica, una campagna pubblicitaria è un rituale, e l'intenzione è sempre quella di vendere un prodotto. Così ho deciso di entrarci dentro, conoscere i codici e lavorare per il bene. E l'intelligenza artificiale è la mia spada laser, perché posso generare mondi. Samsung la settimana scorsa ha rilasciato i suoi schermi trasparenti, quindi la tecnologia per avere uno schermo negli occhiali comincia a esserci, è qualcosa di simile ai visori. Sarà come entrare all'interno di mondi. Qualunque brand o persona, anziché avere un account, avrà dei mondi in cui entrare e bisognerà stare attenti. Comincia l'era del multiverso, della multidimensionalità, di nuovi spazi d'esperienza.

FM *Ci spieghi come lavora l'intelligenza artificiale per restituire un'immagine che è generata da te insieme a una macchina?*

VMDM Proprio ieri ho visto un TED talk con Francesco D'Isa, artista digitale che stimo molto e direttore della rivista *L'Indiscreto*. La prima cosa che dice è sempre: “L'intelligenza artificiale ucciderà l'arte? È una domanda che ci poniamo da 1000 anni, e l'arte non è mai morta”. E poi si chiede: “Sei tu che crei l'opera d'arte o la macchina? Sei tu che crei l'opera d'arte con l'ausilio della macchina.” Nello stesso modo in cui usi il pennello, che in effetti è uno strumento hi-tech rispetto al petroglifo, è *technè*. Rimane sempre il tema dell'intenzione, anche con l'IA. Cosa fare? È proprio il nuovo mondo,



Opera di Vittorio Maria Dal Maso prodotta con l'IA.

Cambierà tutto per non cambiare niente. Ci sarà sempre un'anima che controlla le cose.

—Vittorio Maria Dal Maso

il modo in cui gestiamo le immagini. Continui a limare e a limare, come se fosse un blocco di marmo da cui partiva Canova. E da questo blocco continui a togliere, finché non crei l'immagine. Michelangelo diceva una cosa del genere. La stessa cosa con l'IA.

FM *Quali sono i tuoi riferimenti? Dove fai ricerca? Ho visto una foto nel tuo profilo IG con qualcuno che definisci “God”, chi è?*

VMDM È Rick Rubin, un personaggio mistico dell'industria discografica mondiale, è un producer. È considerato letteralmente Dio per aver creato la prima etichetta al mondo di musica hip hop, il nuovo rock, e per aver collaborato con alcune delle più grandi rockstar del mondo. Ha riportato in auge Johnny Cash, dopo che era uscito di scena, e ha prodotto quasi tutti gli album di Kanye West, degli Slipknot, i cattivoni dell'hard metal, e di Adele. Ha scritto un libro, *The Creative Act: A Way of Being*, che è diventato un bestseller nel mondo. Parlavamo di intelligenze artificiali e gli ho chiesto cosa ne pensasse, e alla fine abbiamo convenuto che, come dicevo, cambierà tutto per non cambiare niente. Ci sarà sempre un'anima che controlla le cose. Per esempio, ho amici molto nostalgici dei tempi passati. Ma tutte le persone del passato che stimano, da Fellini a Battiato, hanno giocato con le nuove tecnologie disponibili. Fellini poteva diventare un pittore, e invece ha usato la macchina da presa che era hi-tech all'epoca. Battiato usava i sintetizzatori modulari, appena usciti, uno strumento di cui i musicisti scrivevano sui giornali dicendo che quella non era vera musica. In generale tutta la musica, per come è fruita oggi, è data solo dalla tecnologia. L'arte di per sé è proprio il mondo in cui le cose non sono date, ma si cercano di definire di volta in volta. Ho tanti amici pittori e credo che la cosa più rivoluzionaria che puoi fare oggi, in questo mondo digitale, sia prendere un pennello e dipingere. Allo stesso tempo, un altro modo per parlare della nostra contemporaneità è proprio riflettere queste tecnologie in una pratica artistica. Ed è quello che io mi sto accingendo a fare. Penso che molte delle grandi menti illuminate del passato, se avessero l'IA, si divertirebbero molto.

WHAT'S NEXT

en 80

Oltre il dualismo mente-corpo

Ogni idea non può essere distinta dal suo pensatore e ogni pensatore non può essere reciso dal proprio contesto. La prospettiva da cui guardiamo e conosciamo il mondo è intrinsecamente contingente e incarnata.

di Martina Ardizzi

La scienza non è un catalogo di fatti; piuttosto è il risultato di un esercizio deduttivo, e il soggetto che lo esercita, insieme a coloro che ne fruiscono le conclusioni, ne sono parte integrante. La scienza prevede un metodo convenzionalmente definito e condiviso che indica la via su cui procedere, ma le domande poste e le conclusioni offerte sono fortemente determinate dal contesto socioculturale e dalla soggettività degli individui coinvolti. Lo stesso progresso scientifico, così ingenuamente tacciato di oggettività, non è asservito all'identificazione di verità assolute. Piuttosto, è volto alla ricerca di nuove domande che siano in grado di mantenerlo vitale e dinamico.

Progredire significa essere in grado di porsi domande prima impensabili. La vera rivoluzione sta nelle domande, non certo nelle risposte.

Negli ultimi anni, alcune scoperte ottenute in ambito neuroscientifico hanno messo a dura prova, fino a smantellarlo, uno dei cardini del convenzionale pensiero occidentale, il cosiddetto “dualismo cartesiano”. Secondo questa prospettiva è possibile tracciare una distinzione tra mente e corpo. In una traduzione leggermente più articolata potremmo dire che la mente era ritenuta la funzione disincarnata e astratta di un corpo, o meglio di un cervello, che invece era totalmente materico e tangibile. Una specie di cabina di comando e di calcolo sofisticatissima la cui funzione è la mente.

In ambito neuroscientifico questa eredità del pensiero occidentale è stata assorbita dal “cognitivismo classico” che intendeva il sistema nervoso centrale come organizzato per moduli distinti e consequenziali. Esisteva un cervello che “percepiva”, uno che “pensava” e uno che “agiva”. Le aree cerebrali adibite alla percezione e all'azione erano rispettivamente deputate all'elaborazione di segnali in entrata e in uscita senza alcun ruolo cognitivo.

Oggi sappiamo che le cose sono molto più complesse e interconnesse di così. La cognizione umana è infatti strettamente legata all'interazione del corpo con l'ambiente circostante. Lo schianto definitivo del dualismo cartesiano verso una prospettiva incarnata della cognizione umana è da attribuire all'individuazione di una specifica classe di neuroni, i *neuroni specchio*, indentificati dal gruppo di Giacomo Rizzolatti a Parma negli anni '90 del secolo scorso. Questi neuroni mostrano proprietà del tutto incoerenti con il modello di cervello proposto dal cognitivismo classico e supportato dal dualismo cartesiano. Essi appartengono a quella parte del cervello che agisce, sono cioè neuroni con proprietà motorie. Nonostante questo, i neuroni specchio sono sensibili anche a stimolazioni di tipo visivo o acustico, proprietà più coerenti con quella parte del cervello che percepisce. Sono infatti cellule nervose che si attivano sia quando un individuo esegue un'azione specifica sia quando l'individuo osserva o sente qualcun altro eseguire la stessa azione. Il ruolo funzionale di tale proprietà è stato associato alla comprensione implicita e diretta delle altrui azioni e intenzioni motorie. Oggi, dopo decenni di indagini condotte sia su primati non umani che sull'uomo, sappiamo che i neuroni specchio supportano i processi empatici e concorrono all'apprendimento imitativo. Queste cellule non solo superano i confini tra cervello che agisce e cervello che percepisce, ma fanno anche qualcosa di tecnicamente cognitivo.



Bryan Charnley, *Self Portrait Series*, 1991. Charnley (1949 – 1991) è stato un artista affetto da schizofrenia. Il suo lavoro ritrae con forza gli effetti del suo disordine mentale. Durante le crisi, ha documentato visivamente e per iscritto le sue esperienze.

La cognizione umana non può più essere considerata come disincarnata ed estranea al corpo. Al contrario, l'ambiente fisico, le percezioni sensoriali e le azioni motorie sono parte integrante del processo cognitivo. Le esperienze corporee, come toccare, muoversi e interagire con l'ambiente, sono fondamentali per la formazione dei concetti, per la risoluzione dei problemi e per l'elaborazione delle informazioni in generale. In ambito linguistico, ad esempio, rappresentazioni sensomotorie sono utilizzate per accedere al significato semantico di parole sia concrete che astratte. In voi che ora leggete "baciare", "calciare", "spezzare" si attivano quelle regioni adibite al controllo motorio delle azioni citate e tale attivazione concorre alla comprensione semantica di ciò che state leggendo. Ancora di più, l'accesso al significato astratto di costruzioni metaforiche come "spezzare il cuore" è mediato dall'attivazione motoria legata all'azione. In altre parole, ne comprendo il significato astratto perché ho in primo luogo un accesso alla sua dimensione concreta tramite l'esperienza corporea.

Oggi, l'approccio della cognizione incarnata ha completamente superato il precedente cognitivismo classico comportando importanti implicazioni in diversi settori. Comprendere che il corpo partecipa alla cognizione umana ha influenzato sia la progettazione di programmi educativi che considerano il ruolo centrale dell'esperienza corporea sia l'ideazione di percorsi riabilitativi di deficit cognitivi e motori che sfruttano l'interconnessione tra mente e corpo. Molto si sta facendo nella progettazione di ambienti urbani e spazi pubblici considerandoli come porosi all'impronta cognitiva dell'uomo. Lo studio degli ambienti virtuali e del loro effettivo uso protesico dell'azione e cognizione umana sta avvantaggiandosi dell'approccio neuroscientifico e della prospettiva della cognizione incarnata.

In conclusione, il lungo percorso dalla rigidità del dualismo cartesiano alla riscoperta dell'interconnessione tra mente e corpo è un capitolo significativo nella storia delle neuroscienze e del pensiero occidentale nel suo complesso. In un'epoca in cui i progressi tecnici e la interconnessione globale permettono un'accelerazione dei processi di scoperta, le nuove domande che oggi possiamo porci sapranno dettagliare la natura olistica e incarnata della cognizione umana.

BACK TO THE FUTURE en 84

#Viaggi nell'Archivio Giorgetti. Gazebo

Una collezione simbolo che segna il passaggio dal mobile in stile al moderno.

di Cristiana Colli

Sono gli anni '70, Giorgetti è un marchio celebrato, amato e riconosciuto in tutto il mondo, specialmente dal mercato americano. Ma soffiano i venti del cambiamento, ci sono vibrazioni nuove, si affermano altri stili e culture, è palpabile il desiderio di forme diverse. Carlo Giorgetti sente che il passaggio dal mobile in stile al moderno è nelle cose, e sa che sarà definitivo.

Nasce così la collezione **Gazebo** – dalla matita e dall'ingegno dell'ufficio tecnico, il Dipartimento R&D guidato da Umberto Asnago – nome easy, un inno alla leggerezza, all'aria aperta, l'elogio del colore con l'ortodossia intoccabile dell'alta qualità Giorgetti. Le idee sono chiare, l'ordine è citare il bambù e la sua percezione fluida tra indoor e outdoor ma utilizzare il legno massello. Frassino, un legno affidabile ma flessibile, facile da lavorare, solido e umile per accogliere finiture diverse, virtuosismi di colore, imbottitura, configurazione. Ma c'è un problema: come uscire dal vincolo della linearità per entrare nel magico mondo delle curve con le scanalature che promettono di aprire alla varietà di modelli e sviluppi della collezione?

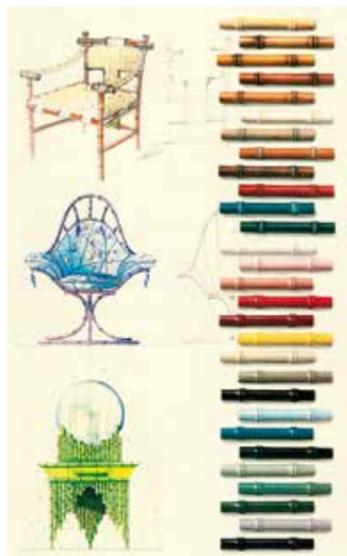
Il salto di specie accade qui, a conferma della tradizione meccanica intrinseca a tanta manifattura italiana. Giorgetti – che ha una lunga e costante pratica di innovazione incrementale su tutti i processi di produzione e sulle competenze trasversali legate alla selezione e lavorazione del legno – risolve la questione tecnica nell'officina dedicata e crea una macchina che incorpora il necessario upgrade tecnologico. Da quel momento **Gazebo** può svilupparsi nella molteplicità delle configurazioni. Ma non basta.

Sul piano del design e della comunicazione sarà il colore con laccatura a smalto a dettare l'identità. Una palette ricca per gusti decisi con il colore acceso, morbido, accogliente, allegro – il giallo, l'arancione, il blu, il rosso, il bordeaux; e una gamma all'insegna del *ton sur ton* e della sobrietà con colori pastello – azzurro, grigio, rosa, beige, bianco, nero, tortora, verde.

Per sostenere questa scelta originale la grafica di Adriano Suman fa un uso virtuosistico della tipografia, unisce il carattere aggraziato del logotipo col bastone per la classificazione in numeri dei singoli prodotti in un packaging a rastrelliere curatissime, all'insegna dell'armocromia. Le bacchette di legno massello che citano il bambù erano ordinate come un pattern, una sequenza di geometrie trattenute da fettucce eleganti ed essenziali, a creare una trama e un ordito tra la precisione della forma e la seduzione del colore.

Gazebo è stata una collezione ampia: sedie, poltroncine, poltrone, divanetti, tavolini, console, tavoli, madie. Per qualche tempo la produzione si fece in Brasile, in una proprietà produttiva della famiglia Giorgetti, a Ilhéus-Bahia, per garantire la vicinanza ai mercati americani.

Alcune scoperte ottenute in ambito neuroscientifico hanno messo a dura prova, fino a smantellarlo, uno dei cardini del convenzionale pensiero occidentale, il "dualismo cartesiano".



Schizzi preparatori di Franco Pozzi e materiale di produzione con grafica di Adriano Suman per la collezione **Gazebo**, anni '70.

LAST CALL en 86

Eppure

di Giuseppe Fantasia

Alla fine è arrivato. Come sempre accade, lo ha fatto di notte, nel suo massimo livore. Si era fatto già sentire nei giorni precedenti, ma le sue erano state solo delle comparate. Soltanto un pomeriggio, all'improvviso, si era palesato mentre bevevo il tè con il latte, ma non potevo certo sapere le sue intenzioni. Iniziai ad avere una certa paura, perché fino a quel momento, non aveva mai fatto così. Che poi, uno dice: "in un posto del genere, c'era da aspettarselo". Eppure.

Quella notte è tornato a spaventarmi e a spaventare migliaia di aquilani in un orario – le 3 e 32 del mattino – che è divenuto poi un simbolo, segnando un prima e un dopo. In certe circostanze ventidue secondi sembrano un'eternità, provate anche voi a contarli. Ci provai mentre tutto si muoveva fuori e dentro di me, senza però mai arrivare fino in fondo. Ci riuscii nei giorni successivi a quella scossa, perché in quel preciso momento il tempo fermò il tempo, arrivò il buio e la luce non si vide per un po'. Eppure.

In realtà, il 6 aprile del 2009 a L'Aquila non c'ero, ma solo per caso. Ero per lavoro in un paese del teramano che ospitava una mostra di Alberto Burri. A un certo punto notai che dalla parte anteriore della macchina c'era del fumo bianco. Un negato con i motori e affini cosa poteva saperne? Al telefono, i miei genitori mi consigliarono di restare lì a dormire vista l'ora e di andare da un meccanico il giorno dopo. Non potevo neanche immaginare che quella loro telefonata mi avrebbe salvato la vita. Eppure.

Quella notte, la stanza che era stata mia fino al liceo e che mi ospitava sempre ogni volta che tornavo nella città dove sono nato risultò essere la più distrutta della casa. L'enorme libreria lunga tutta una parete e alta dieci scaffali precipitò con migliaia di libri sul mio letto e sulla vicina scrivania, distruggendo ogni cosa. Caso o coincidenza, chi lo sa, alcuni dicono che non esistono. Eppure.

A Teramo, la cittadina dove dormii, lui arrivò ugualmente, ma non con quella veemenza. Si sentì persino a Roma. Oggi ricordo le lacrime, il non sapere nato dall'inaspettato e il suo contrario, le immagini sempre uguali ai tg, la città distrutta con i suoi simboli che all'improvviso divennero noti in tutto il mondo, i nomi dei primi morti che arrivarono a 109, i telefoni staccati, il terrore, ancora le lacrime, le prime telefonate, le voci dei miei, quella di mia sorella che era in Spagna, gli abbracci con persone sconosciute per strada. L'affetto, a volte, può arrivare in luoghi e in circostanze impensabili. Eppure.

Rividi i miei giorni dopo, e così mia nonna Mini. Ricordo ancora adesso che è anche lei un ricordo vivo, il suo odore, il rumore delle sue collane con i ciandoli che ogni tanto si impigliavano alla maglia – "Stai bene nonni? L'importante è quello" – le voci di chi c'era e di chi non c'è più, le nostre case distrutte, violentate e sfregiate come le nostre anime, le altre scosse, la gatta Zorba col nome da gatto, persa e poi ritrovata, le tendopoli e le orrende stanze dei tanti hotel sulla costa adriatica, gli oggetti ripresi nel tempo e portati lì per salvarli dai ladri (le foto senza le cornici che avevamo in salotto, quella poltroncina dell'altra casa in campagna, una mini Tour Eiffel e altre cose senza senso), il G8 e Obama, ma anche Clooney con Murray in pole position con altri in cerca di visibilità, gli scandali e le vergogne, le paure e la ricostruzione lenta, i silenzi assordanti, il freddo, la città che reagì e che continua ancora a farlo, come chi l'ha vissuta e chi vuole continuare a viverla. Dicono che quella notte siamo morti un po' tutti e in parte è vero. Eppure... da quel tunnel abbiamo cercato una via d'uscita che è stata lenta, faticosissima, fino ad arrivare a una luce che è un buco piccolo. L'abbiamo aperto e nonostante tutto, ci fa respirare ancora.

Alle 3.32 del 6 aprile 2009, una violenta scossa di terremoto sconvolse L'Aquila e il territorio abruzzese. Il sisma registrò una magnitudo 5.9 della scala Richter, una magnitudo momento 6.3 e una profondità pari a 8.8 chilometri.

EYE ON en 88

L'empatia creativa di Fernando

Stanziale e un po' routinario, il venezuelano Fernando Cobelo si sposta volentieri per piacere e per lavoro, ma ama rientrare "alla base". Torino gli ha donato certezze e affetti, opportunità e glorie. Un successo conquistato dopo un lungo percorso da autodidatta. La sua pazienza lo ha premiato: oggi è tra gli illustratori più riconosciuti al mondo. Grazie anche alla sua divina ossessione per l'umanità.

di Roberta Busnelli

Fernando, *Fer* per amici e parenti, è arrivato da lontano per realizzare i suoi sogni. Dopo la laurea in Architettura in Venezuela, a 22 anni è partito con uno zaino pieno di sogni che ha depositato davanti al Politecnico di Torino, dove ha raddoppiato la corona d'alloro. In Italia avrebbe dovuto soggiornare due anni – ne sono passati quattordici, e non intende trasferirsi altrove. La sua carriera fulminante è iniziata qui, ed è qui che ha potuto dedicarsi al suo unico grande amore: il disegno. "L'illustrazione è una passione che avevo fin da piccolo", inizia a raccontare. "In Venezuela non esistono scuole o accademie. La professione di illustratore non viene neanche presa in considerazione, come molte altre professioni creative. Il disegno è sempre stato parte di me". Tanta strada è stata percorsa da quando il piccolo Cobelo aiutava la sorellina e gli amici con i compiti creativi, disegnava i suoi cartoni animati preferiti, li ritagliava e giocava



Una pagina del taccuino di Fernando Cobelo.

con loro come fossero dei pupazzi. Ma l'emotività è rimasta quella dei bambini, un'emotività spontanea, che si libera con gli altri e libera sé stessi. "Sono una persona che si emoziona facilmente – rabbia, tristezza, malinconia, nostalgia per le cose belle del passato ma anche del presente e del futuro. Questo lato di me mi aiuta a creare narrazioni calde, empatiche ed è forse l'aspetto che mi piace di più delle mie illustrazioni, mi viene facile esprimerlo". Fernando, al mattino alla scrivania di casa a sbrigare mail e burocrazia, al pomeriggio in studio a disegnare rigorosamente con sottofondo musicale, mescola l'analogico – a cui riserva la parte creativa del lavoro, la costruzione dell'illustrazione – con il digitale, che apprezza per la velocità di progettazione, fondamentale per raggiungere alti livelli di produttività. "Nelle mie illustrazioni – spiega – c'è una componente molto materica, soprattutto nelle texture che metto sui miei personaggi, sugli sfondi, sulle superfici e queste texture sono perlopiù fatte a mano: con la matita o con l'inchiostro su acetati o fogli. Solo a questo punto utilizzo il digitale. Per me è importante che il valore materico venga fuori bene". E la palette? Fernando sorride. "Ho iniziato a utilizzare i colori tardi. All'inizio era tutto inchiostro, nero su bianco, al massimo campiture di grigio, perché sentivo che per me non era importante il colore, anzi era una sorta di sfida poter esprimere molti concetti, anche in profondità, senza l'utilizzo del colore". Subentrano, quindi, le geometrie, le forme, le metafore visive, un approccio che condivide con le sue *muse*: tra gli illustratori e gli artisti l'italiana Elisa Talentino, il coreano Moonassi, lo spagnolo Pablo Amargo, la svizzera Lora Lamm, tra i grandi del passato Depero e Matisse. Oggi, nelle illustrazioni di Cobelo il colore c'è – piace al pubblico e ai committenti – ma sempre utilizzato con garbo e sobrietà. "La mia palette continua a essere molto limitata", puntualizza. "Utilizzo il bianco e nero contrastato con colori molto brillanti – il giallo è il mio preferito – ma le tonalità di colore non sono mai più di due/tre a illustrazione. Così il lavoro risulta molto più grafico grazie al contrasto creato dal gioco degli elementi compositivi". E tra questi il più amato da Fernando è la figura umana – con le sue braccia, le sue mani, le sue gambe. L'umanità è centrale nel lavoro e nella vita di Fer. I suoi personaggi, dall'anatomia spropositata, anticonvenzionale e bizzarra lo divertono moltissimo e lo aiutano a creare "scene" molto più dinamiche e comunicative nella loro gigantesca gestualità. Per Cobelo è chiaro che la forma vince sul colore. Il suo processo creativo ricalca i diari di Bruce Chatwin. "La mia creatività si basa molto sulla ricerca. Scrivo taccuini su taccuini sugli argomenti che devo illustrare, di cui spesso non conosco nulla. Leggo, mi informo, ma devo scrivere in prima persona le parole che mi colpiscono per farle mie. Solo facendole mie, mi risulta facile trasformarle in sketch, in immagini". Ma non basta che le illustrazioni siano chiare, devono soprattutto comunicare – altra parola d'ordine – devono mettersi in contatto con chi le guarda e con il vissuto che Fernando sta visualizzando. "Creare un ponte emozionale è una responsabilità, ma è fondamentale", sostiene. Qui entrano in gioco le metafore visive di Cobelo, situazioni surreali in cui gli elementi letterali vengono sostituiti con elementi figurativi. L'illustrazione si carica di una componente onirica che attira e avvicina lo spettatore, fisicamente ed emotivamente. "Nel mio lavoro le metafore visive sono uno strumento imprescindibile per la creazione di un concetto originale ed empatico. Solo così davanti a un'immagine ognuno potrà crearsi la propria storia" – ed è questo che più interessa a Fer.

Saranno le sue narrazioni emotive oppure le sue doti organizzative, di stampo sabauda, sarà la sua ossessione per gli obiettivi, sappiamo solo che Fernando ha calpestato tanta strada e tanta strada ha ancora davanti a sé. La vittoria è degli umani.

Fernando Cobelo è un illustratore che lavora con metafore visive e immagini essenziali. Tra i suoi clienti: *The New York Times*, *The New Yorker*, *l'Organizzazione delle Nazioni Unite*, *Google*, *La Repubblica*, *Disney*, *Penguin / Random House*, *The Washington Post*, *Vanity Fair*, *TED*, *Samsung*, *Zanichelli*, *Montblanc*, *Lavazza*, *WIRED*, *Netflix*, *Kiehl's*, *Barilla*. I suoi lavori sono stati riconosciuti da importanti istituzioni legate al mondo dell'illustrazione, tra cui l'American Illustration, la Society of Illustrators di New York, l'Associazione italiana Autori di Immagini, l'Association of Illustrators del Regno Unito.

PRODUCTS en 90

Interpretazioni

Inspirazioni e creatività cosmopolite per la **collezione 2024**. Nel rispetto delle proprie radici, Giorgetti amplia sempre più il suo sguardo in una traiettoria trasversale che spazia da Est a Ovest e abbraccia nuovi linguaggi, culture, punti di vista.

Un vero e proprio palcoscenico artistico per i nuovi materiali e tessuti, e per le texture dalla forte personalità che **recuperano gli elementi del vocabolario classico** del design e della moda con i toni dei bruciati e con il legno Pau Ferro della tradizione Giorgetti, **reinterpreteandoli** con freschi e contemporanei blu.

Le seducenti venature naturali del *Dover White*, *Grigio Orobico* e *Rosso Levante* ampliano la proposta dei **marmi**.

Lucentezza ed eleganza per i **tessuti** del 2024: *Claron*, ciniglia di poliestere, morbida, avvolgente, e al contempo molto resistente; *Nelson*, ciniglia di cotone e viscosa, con ordito fine e scintillante in contrasto con un filato voluminoso; *Willis*, ciniglia grossa in bouclé con filati lavorati a maglia per una trama policromatica, elastica e vigorosa. Per la collezione **Tailoring**: trame energiche e a contrasto per *Kalipé* e *Salima*, e ton-sur-ton per *Wilbur*.



Giorgetti Collection 2024

Plume Dainelli Studio

La leggerezza di una piuma abbraccia una struttura perfetta: una combinazione di comodità e resistenza, sospesa tra comfort ed eleganza, per un'armonia sospesa nel tempo.

Sedia con struttura in massiccio di frassino, in quattro finiture, naturale, grigio antracite, biscotto e cenere.

Seduta in multistrato di legno rivestita con imbottitura, sollevata dalla struttura mediante quattro cilindri.

Schienale schiumato, rigido sul retro e morbido sul fronte, fissato alla struttura con viti coperte da placchette in Pau Ferro, rimuovibili per sfoderabilità.

Piping lungo la seduta e lo schienale, a copertura della zip. Seduta e schienale sfoderabili.

Disponibile in versione monocolore e bicolore.

cm 47 × 56 × h 99



Clori Carlo Colombo

Tratti decisi e seducenti, per un viaggio di relax tra heritage progettuale e avanguardia tecnologica.

Poltrona girevole con ritorno. Base a cinque razze, in metallo verniciato pewter, con inserti in massello di noce Canaletto, finiture naturale, grigio e scuro.

Struttura interna in poliuretano rigido stampato, rivestita in cuoio o in legno flessibile. Piedini regolabili.

Il pouf in abbinamento ha la base a quattro razze e le stesse finiture.

poltrona cm 94,5 × 95 × h 94

pouf cm 55 × 52 × h 33



Calathea Roberto Lazzeroni

Elegante, accogliente e familiare, Calathea si distingue per il segno sensuale e per le accurate lavorazioni che ne fanno una piccola opera di tappezzeria.

Seduta con struttura in poliuretano schiumato con imbottitura in fibra.

Rivestimento non sfoderabile, in tessuto, pelle o pelle con trapunte sullo schienale.

Ora disponibile in tre varianti:

- bergère direzionale con schienale alto e base girevole verniciata regolabile in altezza, con ruote
- nuova bergère direzionale con schienale a mezza altezza e base girevole verniciata regolabile in altezza, con ruote
- poltroncina con due tipologie di base: girevole a quattro razze in alluminio verniciato, a quattro gambe in frassino.

bergère direzionale
cm 64 × 74 × h 126/134

bergère direzionale schienale
mezza altezza
cm 64 × 79 × h 99/107

poltroncina
cm 62 × 60 × h 90



Liz Silvia Musetti

Armoniosi e morbidi oggetti che valorizzano il concetto di inserto con un senso di continuità ed equilibrio visivo. Cilindro come trait union della collezione.

Famiglia di complementi caratterizzati da elementi comuni di cilindri portanti in noce Canaletto (finiture naturale, grigio e scuro) e pelle.

Liz-valet

Servo-muto composto da un cilindro basso h (con asta) 102,5 cm in noce Canaletto con piano in pelle e un cilindro alto di h (con asta) 123 cm rivestito in pelle con top in onice, bordo rialzato, disponibile con retro-illuminazione.

Asta porta pantaloni e asta appendiabiti in metallo, rivestite in pelle antiscivolo.

cm 49 × 48 × h 123 cm

Liz-bench

Panca con piano in noce Canaletto e sotto-piano con bordo rivestito in pelle. Seduta imbottita rivestita in pelle o tessuto.

Due basi cilindriche di appoggio: base situata sotto la seduta in pelle o tessuto (in abbinamento alla seduta), seconda base in noce Canaletto con top in onice, disponibile con retro-illuminazione.

cm 150 × 48 × h 43,5 cm

Liz-console

Console con top in noce Canaletto e inserto in pelle. Struttura con due basi cilindriche: una base in pelle, in abbinamento all'inserto del top, seconda base in noce Canaletto con top in onice, disponibile con retro-illuminazione.

cm 150 × 48 × h 81 cm



Mistral Dainelli Studio

Come il vento Mistral danza tra le vele! Il tavolo cattura l'essenza di un'armonia leggera e fluida, portando con sé la poesia del vento intrecciata nella sua forma.

Famiglia di tavoli rotondi e rettangolari.

Top in marmo (Calacatta, Calacatta Viola, Grigio Astratto, Zebrino, Portoro e tre nuove finiture Dover White, Grigio Orobico, Rosso Levante) o impiallacciato in frassino (finiture naturale, grigio antracite, biscotto e cenere).

Per la versione rotonda la lastra in marmo è divisa in quattro spicchi, con inserto bronzo al centro; il top in frassino è diviso in tre spicchi.

Per le versioni rettangolari da 220 e 260 cm con top in marmo, la lastra è unica o divisa in due; da 300 cm è sempre divisa in due. Per tutte le versioni rettangolari, il top in frassino è unico.

Sotto-top laccato in titanio.

Gambe di appoggio impiallacciate in frassino (finiture naturale, grigio antracite, biscotto e cenere): tre gambe per le versioni rotonde, quattro per quelle rettangolari.

Zoccolo laccato in titanio e piedini regolabili.

cm Ø 160; 180; 200

cm 220 × 120; 260 × 120; 300 × 120

h cm 74 per top marmo/cm 73 per top frassino

Chanterelle Tollgard & Castellani

L'ispirazione per il progetto è nata da una passeggiata nel bosco. La vita si sforza di raggiungere la luce ad ogni livello. Espressione gemella di questa crescita organica, Chanterelle cattura sia i rami degli alberi con le loro graziose chiome che le forme scultoree organiche del suolo della foresta.

Staffan Tollgård, Founder, Tollgard Studio

Famiglia di tavolini di tre dimensioni.

Top in vetro fumé, base rivestita in pelle (pelle e pelle Plus, colori di collezione).

Struttura in metallo verniciato pewter con cover in massello di frassino (finiture naturale, grigio antracite, biscotto e cenere).

Piedini regolabili.

cm Ø 60 × h 52 cm

cm Ø 90 × h 40 cm

cm Ø 110 × h 30 cm

Ghiblim Forma77

Latrazione sensoriale verso i contrasti ed il gioco dell'illusione.

Forma77

Tavolino basso rettangolare.

Struttura a croce in metallo verniciato pewter.

Top a due livelli

- top superiore in noce Canaletto finiture naturale, grigio o scuro (intarsiato a spicchi ruotati di 90°, con venatura a correre) o in pelle/pelle Plus. L'intarsio e le cuciture seguono le diagonali della struttura.

- top inferiore in marmo (Calacatta, Portoro e tre nuove finiture Dover White, Grigio Orobico, Rosso Levante)

cm 90 × 150 × h 25 cm

Hikari HBA

Realizzato con una meticolosa attenzione ai dettagli, Hikari si contraddistingue in ogni spazio pur integrandosi perfettamente nell'ambiente, invitando ad ammirarne l'impeccabile fattura.

Scott McNeely, Global Creative Director, HBA Residential

Bar cabinet e credenza, con struttura e profili in metallo.

A sinistra un'anta in frassino (finiture naturale, grigio antracite, biscotto e cenere). Maniglia a tutta altezza in estruso di alluminio verniciato petwer. All'interno ripiani in vetro fumé (due ripiani per il cabinet bar e un ripiano per la credenza), retro-illuminati da luce LED per valorizzarne il contenuto.

A destra un cassetto e un volume aperto, palcoscenico con piano in pelle nei colori di collezione, utilizzabile anche come piano d'appoggio, incorniciato da quinte in vetro di larghezze differenti con profili metallici. Lato interno con specchio fumé.

Top in vetro ricotto, retro-stampato, sfumato e temprato.

La credenza è attrezzabile, a scelta, per integrazione con frigo-bar.

Piedini regolabili.

cabinet bar cm 110 × 53 × h 182

credenza cm 182 × 53 × h 92

Scirocco Draga & Aurel

Scirocco è un vento caldo di primavera proveniente da Sud-Est: un soffio che increspa le sabbie del Sahara e che giunge sulle coste italiane portando calore, agitando i mari e infiammando le terre. Scirocco è vita allo stato puro, è energia e buon umore.

Draga & Aurel

Credenza con struttura in frassino grigio antracite. Quattro cassetti con ante decorative in multistrato di betulla, dalla finitura creata ad hoc da Draga & Aurel, con applicazione di resine epossidiche e pigmenti, per ante uniche e madie mai uguali.



All'interno di ogni cassetto: piano fisso in vetro fumé e illuminazione a LED.

Piedini in metallo verniciato pewter.

cm 246 × 56 × h 72

Delphi Carlo Colombo

Superfici verticali ricche di dettagli in stile Giorgetti, giochi di quinte e di teatro per eleganza domestica e sorprese.

Famiglia di comodini, settimanale, cassettiere da notte e da giorno, con struttura in noce Canaletto finiture naturale, grigio o scuro. Frontali in noce Canaletto (profili verticali a sezione quadrata in metallo verniciato pewter) o in pelle/pelle Plus (cucitura doppia, con filo in tinta).

Comodino

Top in vetro fumé con cornice in noce Canaletto. Piano intermedio in pelle/pelle Plus.

Cassetto inferiore.

Possibilità di elettrificazione con LED e interruttore, presa USB e USB-C, con scelta lato sinistro o destro.

cm 60 × 41,5 × h 45,5

Settimanale

Composto da

- un cassetto grande con apertura manuale, soft closing system
- quattro cassetti piccoli, apertura push-pull
- due cassetti grandi, apertura push-pull

Elettrificazione con LED, con interruttore sulla spalla sinistra.

cm 60 × 41,5 × h 125

Cassettiera alta

Con 2 vani a giorno illuminati a LED e cassetti.

Composta da

- un cassetto superiore, con cassetto interno (apertura push-pull)
- un cassetto inferiore

Possibilità di avere tra i due cassetti un vano segreto per piccoli oggetti preziosi, con blocco a tessera magnetica.

Top superiore e dei due vani a giorno uguali tra loro e disponibili in noce Canaletto (finiture naturale, grigio o scuro pelle/pelle Plus o marmo (Calacatta, Calacatta Viola, Grigio Astratto, Zebrino, Portoro).

Zoccolo verniciato titanio e piedini regolabili.

cm 160 × 53,5 × h 68,5

Cassettiera bassa

Con vano a giorno a scelta per il lato e un cassetto.

Top superiore e del vano a giorno uguali tra loro e disponibili in noce Canaletto (finiture naturale, grigio o scuro) pelle/pelle Plus o marmo (Calacatta, Calacatta Viola, Grigio Astratto, Zebrino, Portoro).

Piedini in metallo verniciato pewter.

cm 160 × 53,5 × h 48

Cassettiera bassa

Top superiore disponibile in noce Canaletto (finiture naturale, grigio o scuro pelle/pelle Plus o marmo (Calacatta, Calacatta Viola, Grigio Astratto, Zebrino, Portoro).

Piedini in metallo verniciato pewter.

cm 225 × 53,5 × h 48

Kiranami HBA

Luci, ombre, prospettiva. Profili curati e ricercati che evocano un senso di familiarità, accentuato dai pregiati dettagli in pelle e legno a opera dei sapienti artigiani Giorgetti.

Scott McNeely, Global Creative Director, HBA Residential

Paravento tre pannelli a onda con il medesimo raggio, con struttura in alluminio verniciato petwer, con auto-blocco.

Composto dalla ripetizione di tre tipologie di tessere h cm 44 e di due larghezze: una tessera grande cm 20,5 e una piccola cm 13 in tutte le tipologie di pelle, una piccola cm 13 in frassino finiture, naturale, grigio antracite, biscotto e cenere.

chiuso cm 137 × h 180

aperto cm 170 × h 180

Karphi Nap Carlo Colombo

Il paesaggio domestico del divano Karphi arriva nella zona notte con Karphi Nap: eleganza, leggerezza, grande comfort, linee avvolgenti reinterpretate in chiave contemporanea.

Sistema letto matrimoniale. Struttura interna in multistrato e imbottitura in gomma-piuma.

Giroletto e testiera rivestiti con una fodera in tessuto o pelle, anche diversi tra loro; nel caso della testiera con possibilità di cuciture a "cordonetto" irregolari (tono su tono oppure a contrasto, disponibili nei colori della pelle e pelle Plus).



Dimensione unica di testiera per tutte le dimensioni di letto (cm 222 x h 80), e possibilità di allunghe di 72 cm sul lato sinistro e/o destro.

Mensole in noce Canaletto finitura naturale, grigio o scuro disponibili per ciascuna allunga:

- una mensola inferiore, con opzione di elettrificazione e prese elettriche USB e USB-C
- due mensole con opzione elettrificazione: mensola superiore per luce LED con interruttore posteriore e prese elettriche USB e USB-C.

Piedini regolabili per la testiera e per il letto.

Rivestimento sfoderabile.

Abbinamento con comodino Delphi.

Letto per materassi da 153 (queen), 180, 193 (king) e 200 cm di larghezza.

Giorgetti Atmosphere Collection 2024

La Collezione Atmosphere rifugge la noia e plasma lo spazio con leggerezza e gioia.

Giancarlo Bosio

Attitude

Tappeto realizzato con tecnica artigianale superior hand tufted in seta di bambù.

Due varianti accostabili su lato corto o lungo per un disegno in continuum, con tratti di diverso spessore.

Abbinamento di tre colori a scelta tra i colori della collezione tappeti.

Disponibile in formati personalizzati

Beyond

Tappeto realizzato con tecnica artigianale handloom, tessuto a mano linea per linea.

Fondo in seta di bamboo e lana, pattern con elemento iconico Giorgetti: il bracciolo in Pau Ferro della seduta Progetti.

Abbinamento di due colori a scelta tra i colori della collezione tappeti.

Disponibile in formati personalizzati, con larghezza massima di 550 cm

Light

Tappeto realizzato con tecnica artigianale superior hand tufted in seta di bamboo.

Decoro con tecnica del fondo in loop, creato dalla ripetizione ritmica di tondi grandi e piccoli.

Abbinamento di due colori a scelta tra i colori della collezione tappeti.

Disponibile in formati personalizzati

Upward Nava + Arosio

Lampada da terra e da sospensione, dal carattere scultoreo. Composta da nove sfere di diversi diametri in vetro di borosilicato, finitura in PVD, colore titanio a specchio. Luce a LED.

Per la versione da terra: accensione a touch nella parte superiore.

da terra cm Ø max 31 x h 178

a sospensione cm 178 x h max 31

Libra Mauro Todesco, in collaborazione con Emera Design

Lampada da terra, a braccio, il cui design essenziale consente di muovere la luce nello spazio.

Base ruotante a 360°, braccio basculante di 240 cm e fonte luminosa ruotante a 360°.

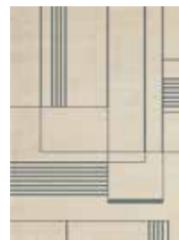
Luce a LED. Connessione delle diverse parti realizzata attraverso tre snodi magnetici.

Base in marmo, disponibile in Arabescato Orobico, Carrara Gioia e Nero Marquina.

Il diffusore permette massima efficienza nell'illuminazione dei piani orizzontali.

Dimmerabile. Temperatura colore variabile.

base cm Ø max 15 x h 48,5, h max totale 240



Water Aatismo

Lampada da sospensione con diffusore in cristallo, la cui superficie riproduce quella increspata dell'acqua. Cono in alluminio verniciato a liquido.

Disponibile in formato singolo o multiplo

Dimmerabile.

dimensione di un corpo illuminante
cm Ø max 13 x h 13



Drop Giancarlo Bosio

Famiglia di tavolini di due dimensioni, con struttura in legno e superficie in resina, disponibili in tre finiture: peltrox, o a effetto gouache, verde/blu o grigio/arancio.

cm 37 x 30 x h 50

cm 49 x 40 x h 40



Essence

Famiglia di vasi in vetro soffiato ottenuti con tecnica artigianale di lavorazione del vetro incamiciato, con sovrapposizione di strati di vetri colorati.

Disponibili in tre dimensioni e con due abbinamenti cromatici, trasparente/fumé/arancione/grigio e trasparente/fumé/smeraldo/ametista.

cm 18 x max 9 x h 18

cm 20 x max 9 x h 24

cm 19 x max 9 x h 34



Incanto

Vaso in vetro soffiato con decorazione a mano, ottenuto con tecnica di lavorazione ad incalmo. Disponibile in un'unica dimensione e versione cromatica (fumé/ruggine).

cm Ø max 17 x h 18



Blow R&D

Scultura da parete circolare in acciaio super mirror, ottenuto con soffiaggio di aria compressa in lamine saldate.

Disponibile in tre varianti sfumate: ambra, diaspro, tormalina.

cm Ø 125 x h 25



Spiga31

Seconda profumazione Giorgetti, disponibile per ambiente e in versione candela.

Una passeggiata primaverile in Via della Spiga. Fragranza avvolgente dalla freschezza agrumata, elegante danza tra fiori aromatici e legni preziosi. L'incontro tra il bergamotto, la rosa turca e il legno di cedro creano una seducente armonia, mentre le note profonde di patchouly, tabacco e oud lasciano un'impronta indimenticabile.

diffusore per ambiente con bastoncini cm Ø 10 x h 13

candela profumata cm Ø 7,5 x h 9,5



Bed dressing

100% satin di cotone disponibile in cinque colorazioni. Doppio cordonetto ricamato, con iniziali personalizzabili.

Completo di set spugna, 100% morbido cotone.



Director /
Direttore
Cristiana Colli

Editorial manager /
Responsabile di redazione
Roberta Busnelli

Editorial coordination /
Coordinamento editoriale
Francesca Molteni,
Muse Factory of Projects

Contributors /
Contributi di
Silvia Andalò
Martina Ardizzi
Giancarlo Bosio
Roberta Busnelli
Cristiana Colli
Giuseppe Fantasia
Fulvio Irace
Renata Molho
Francesca Molteni
Anna Prandoni
Giulio Ridolfo

Translations /
Traduzioni
Maka Language Consulting

Creative director /
Direttore creativo
Giancarlo Bosio

Graphic concept /
Progetto grafico
Dario Zannier

Photo Journal's photo shoot /
Servizio fotografico del Photo Journal
Federico Cedrone

Cover and illustrations /
Copertina e illustrazioni
Fernando Cobelo

Thanks for the conversations had with /
Grazie per le conversazioni a
Aurel K. Basedow
Marco Cascella
Fernando Cobelo
Vittorio Maria Dal Maso
Gianfranco Maraniello
Draga Obradovic
Ruggero Ottogalli

Printing /
Stampa
Grafiche Mariano
Via per Cascina Amata 37
22066 Mariano Comense (CO)

© 2024 Giorgetti S.p.A.
All rights reserved /
Tutti i diritti riservati

Registrazione del Tribunale
di Monza n. 17 del 3/9/2021

GIORGETTI 

Giorgetti S.p.A.
I 20821 Meda (MB)
Via Manzoni 20
T +39 0362 75275
info@giorgetti.eu
giorgetti.eu

#giorgetti



OPPOSITE PAGE: SWISS INSTITUTE,
MILAN, DETAIL.
PHOTO: BIANCA CEDRONE.
© GIORGETTI GROUP



CONTEMPORARY *Artful façades*, Fulvio Irace /
OUTSIDE THE BOX *The unbearable lightness
of fashion*, Renata Molho / PHOTO JOURNAL
Milan, a grand tour, Giancarlo Bosio /
INTERVIEW WITH *900+100. In Milan, new life for
the Museo del Novecento*, Francesca Molteni /
ON THE SHELF *Eden revisited*, Giuseppe Fantasia /
TRADITIONS IN TRANSITION *New forms for
sweet traditions*, Anna Prandoni / ITALIAN
STORIES *Interlocking poetry*, Cristiana Colli /
MYTHS & RITUALS *Azure, mid-October*,
Giulio Ridolfo / WHAT'S NEXT *Beyond mind-body
dualism*, Martina Ardizzi /