

Ulisse

Alitalia

IL MAGAZINE CHE PORTA L'ITALIA NEL MONDO. E IL MONDO IN ITALIA

YOUR PERSONAL COPY

Green Toronto

La città dei grattacieli verdi

New art spaces

Quando gli uffici diventano musei

Happy Birthday Barbie

Il mito compie 60 anni

Charles Leclerc

La Ferrari punta sui giovani
per la riscossa nel 2019





JOHANN PAUL SCHOR'S
GOLDEN FLOAT

The ephemeral splendour of the Baroque carnival

PALAZZO PITTI
20 FEBRUARY
5 MAY 2019



Also on view

KIKI SMITH

WHAT I SAW ON THE ROAD

Palazzo Pitti, Florence, 14 February – 2 June 2019

IN THE FEMININE

WOMEN SOCIAL COMMITMENT AND TALENT 1861–1926

Palazzo Pitti, 7 March – 26 May 2019



ANTONY GORMLEY

ESSERE

THE UFFIZI
26 FEBRUARY
26 MAY 2019



LE GALLERIE
DEGLI UFFIZI

The Renaissance. Today.

Tuesday-Sunday
8.15 am-6.50 pm
Tickets and Information
www.uffizi.it / +39 055 294883
@UffiziGalleries

Captain speaking

ANDREA GORI
direttore operazioni volo



VOLARE NEL BUIO

Come si fa a volare se fuori dal finestrino non si vede nulla? Quando si è dentro le nubi o immersi nel buio della notte, come ci si orienta per mantenere la rotta? Sono domande che spesso ci rivolgono i passeggeri. Innanzitutto è bene ricordare che il nostro è un volo soprattutto "strumentale" e, solo in parte, "a vista". Ma andiamo con ordine. Dopo avere messo in moto, si inizia a far muovere l'aeromobile verso la pista di decollo in base alle istruzioni della torre di controllo. Il pilota ai comandi segue la segnaletica a terra e le mappe aeroportuali, guardando fuori dal finestrino, esattamente come accade al volante della nostra auto per le strade di città, quando ci avvaliamo del supporto del navigatore. Una volta raggiunta la pista, il pilota applica tutta la spinta necessaria al decollo e continua a guardare fuori fino al momento dello stacco delle ruote da terra. Questo è il momento in cui viene inserito l'autopilota e l'aeromobile inizia a seguire la rotta strumentale già immessa nei computer di bordo. Grazie alla tecnologia il pilota monitora il volo attraverso strumenti che forniscono informazioni relative alla posizione, alla quota, al terreno sorvolato, nonché alle condizioni meteorologiche e alla presenza di altri aeromobili lungo tutta la rotta, senza necessità di riferimenti visivi esterni. Un bel progresso rispetto ai tempi dei pionieri quando la rotta veniva seguita con bussola e orologio alla mano e, prima dell'atterraggio, dall'alto si scrutavano i segnali a terra per riconoscere la pista e la "manica" per capire la direzione e l'intensità del vento. Oggi il pilota conduce l'avvicinamento alla pista con l'ausilio della strumentazione di bordo per poi effettuare l'atterraggio basandosi sui riferimenti visivi. Possono capitare anche casi particolari di bassa visibilità in cui è necessario attivare la funzione dell'autopilota chiamata "autoland" per atterrare in massima sicurezza anche con riferimenti visivi minimi. Dopo la toccata, "sganciati" gli automatismi, si torna alla modalità "a vista", così come abbiamo visto in fase di rullaggio. Insomma, per rispondere alla domanda iniziale, l'aeromobile vola indifferentemente nel buio della notte più profonda o immerso tra le nuvole, sicuro di non perdere la rotta. ●

FLYING IN THE DARK How do you fly an airplane when it is dark outside? When you are flying in the clouds or in the darkness of the night? How do pilots orient themselves in order to keep the right route? These are the questions we have often been asked by our passengers. First off it is worth keeping in mind that ours is mainly an "instrumental" flight and it only partially requires "visual" conditions. Let's take this step by step. After starting the engine, the airplane moves towards the takeoff runway following the instructions provided by the control tower. The pilot flying the airplane follows the signage on the ground and the airport maps, watching from the window, just like we do when driving a car and using a GPS device. When on the runway, the pilot provides the necessary thrust for takeoff and continues watching outside from the window until the wheels lift off the ground. At this moment, the pilot activates the autopilot and the airplane starts following the instrument flight path inserted in the onboard computer. Thanks to technology, the pilot is able to monitor the flight through instruments providing info related to position, altitude, overflown ground, weather conditions and presence of other airplanes across the route with no need of external visual references. It is an important leap forward compared to the pioneer era when pilots followed the route with a compass and an eye on the watch. Before landing, they looked out to catch the airfield markings on the ground to spot the runway and the windsocks to verify the wind direction. Nowadays the pilot approaches for landing with the help of the instruments onboard and handles the touchdown following the visual references. In case of low visibility conditions, however, it might be necessary to activate the autopilot "autoland" function to land safely even with minimal visual references. After touching down and disconnecting the automatisms, we are back to the "visual control" mode, as we were in the taxiing phase. In short, to answer to the initial question, the airplane flies both in the darkness of the night or in the deep of the clouds without going off route. ●

HUBLOT



HUBLOT

BOUTIQUE MILANO

— at —



PISA
1940

Via Verri 7, Milano

hublot.com • f • t • i • @

Classic Fusion Aero Chronograph.
Case and strap made of titanium. Self-winding skeleton chronograph movement.



MECENATISMO MODERNO

L'arte andiamo a vederla in fabbrica. Sembra una contraddizione, ma i nuovi mecenati sono gli imprenditori illuminati che hanno deciso di investire istituendo delle collezioni che spesso sono all'interno delle proprie strutture. Quartier generali da far invidia anche ai musei più blasonati. Se la sponsorizzazione di una mostra era una forma più limitata per supportare una determinata arte, la creazione di collezioni e la realizzazione di premi e strutture di supporto ad artisti e creativi è una visione più completa e più mecenatistica. Perché questi musei in fabbrica non sono privati e inaccessibili, anzi, tutt'altro. Lo scopo è spesso quello di interagire con il proprio mondo, l'esempio è Gucci, che con l'operazione Chime for Change, oltre a essere di supporto a operazioni umanitarie, ha coinvolto una serie di illustratori e creato degli artwall in molte città come Milano, Londra, New York, Shanghai e Hong Kong. In questo numero di *Ulisse*, siamo andati a scoprire le operazioni di mecenatismo più interessanti per portarvi attraverso un immaginario tour dei musei nelle fabbriche, perché così potreste scoprire che l'arte è diventata un volano per la cultura industriale.

MODERN PATRONAGE Art on display in the factories. It seems a contradiction, but the new patrons are enlightened businessmen who decided to invest in collections often guarded in their structures. Headquarters that could make the most famous museums green with envy. If the sponsorship of an exhibition was a more limited form of support for a certain art, the creation of collections and the establishment of awards and structures supporting artists and creatives offer a more complete and patronage-style vision. These factory-based museums, in fact, are far from being private or not open to public. The aim is often to make art interact with their world. Gucci, for instance, thanks to the Chime for Change project supports humanitarian activities and involved a series of illustrators creating artwalls in many cities such as Milan, London, New York, Shanghai and Hong Kong. In this issue of *Ulisse*, we unveil the most interesting patronage projects to take you through an imaginary tour through the factory-based museums to prove that art has become a pole of attraction for the industrial culture.

BERWICH
IL PANTALONE ITALIANO

In vendita da:
THE STORE - Via Solferino, 7 - Milano
JACK PLAZA 13 - Via Andrea Doria, 13 - Torino

berwich.com
infoline +39 080 4858305

MILANO SHOWROOM - Via Tortona, 35
infoline +39 3489950933 | milanashowroom@berwich.com

TAKING CARE OF THE FUTURE IS AN ART.

Lavazza Foundation supports coffee farmer communities in Colombia.

ARMANDO TESTA



Huila is one of the 2019 Lavazza Calendar #GOODTOEARTH projects. Six stories that tell about those efforts that have brought good news for our planet and that can be an inspiration for other virtuous behaviour.

Discover more on calendar.lavazza.com
Photo by Ami Vitale - Artwork by Saype

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895



Locanda Sandi
44 — 45



Brie Larson
80 — 83



Toronto
84 — 91



CHARLES LECLERC
Il nuovo pilota monegasco della Scuderia Ferrari si racconta a *Ulisse*.

Face to face with Monegasque Charles Leclerc, the new driver from the Ferrari Team

Contents

March 2019

Takeoff

- 12-13 **Una piramide di vetro e acciaio**
A pyramid in glass and steel

- 14-15 **Con Las Fallas arriva la primavera**
Spring is at the door with Las Fallas

- 16 **La cosa giusta. Salvatore Ferragamo**
The right thing. Salvatore Ferragamo

Wow

- 19 **La classifica delle 100 società più sostenibili**
Ranking of the 100 most sustainable corporations

- 20 **Londra. Head of the River Race**
London. Head of the River Race

- 22 **Ginevra. Salone dell'Auto 2019**
Geneva. The Motor Show 2019

- 24-25 **Roma. Testaccio, l'anima verace della Capitale**
Testaccio, the genuine soul of Rome

- 26-27 **Aspettando i Mondiali di Cortina 2021**
Awaiting the 2021 Cortina Ski World Cup

- 28 **La forza ispiratrice della musica**
The inspiring strenght of music

- 29 **Champagne per sempre**
Forever champagne

- 30-31 **Quei due fuoriclasse in volo**
Rocketing stars

- 32-33 **I cinque eventi da non perdere per niente al mondo**
The five things you must never miss fot the world

- 34 **Due scultori a Parigi**
Two sculptors in Paris

- 36-37 **Fashion Point**

- 38-39 **Il rito dela rasatura italiana**
The ritual of italian shaving

- 40-42 **Vacanza sinonimo di qualità**
Holidays synonymous with quality

- 44-45 **Locanda Sandi**

- 46-47 **La cultura del benessere**
Wellness tradition

- 48 **La forza narrativa degli abiti**
The narrative ability of fashion

- 49 **Eleganza in maniche di camicia**
Elegance in shirtsleeves

- 50-53 **News dal mondo**
News from the world

- 54-55 **Il senso scandinavo del design**
The Scandinavian sense of design

Ulisse

Rivista mensile di bordo
Anno XLI n. 412
Marzo 2019

EDITORE ALITALIA

Società Aerea Italiana S.p.A.
in Amministrazione Straordinaria
Via Alberto Nassetti
00054 Fiumicino (RM)
Reg. Trib. Civitavecchia n. 3/16 del12/4/2016
già Reg. Trib. Roma n. 16917/77 del 3/8/77

REALIZZAZIONE EDITORIALE
SPORT NETWORK SRL
Piazza Indipendenza 11/B - 00185 Roma

DIRETTORE EDITORIALE
Federico Garimberti

DIRETTORE RESPONSABILE
Andrea Brambilla
direzione.ulisse@sportnetwork.it

ART DIRECTOR
Massimo Zingardi

REDAZIONE ROMA
Piazza Indipendenza 11/B, 00185 Roma
Segreteria di Redazione centrale
06/4992285
segreteria.ulisse@sportnetwork.it

REDAZIONE AZ
Filippo Nassetti
ulisse@alitalia.com

EDITING
EDIPRESS SRL - www.edi-press.com

PROGETTO GRAFICO
Akimudi

TRADUZIONI
Raffaella Ficara

HANNO COLLABORATO:

Bianca Ascenti, Andrea Bocelli, Antonio Capitani (Oroscopo), Marta Centra, Marzia Ciccola (Beauty), Stefano Cocci, Francesca Colello, Amina Di Battista, Silvia Doria, Stefania Esuperanzi, Daniela Fagnola (Orologi), Alessandro Fiorentini, Cristina Griner (Turismo), Leonardo Iannacci, Luigi Massari (Motori), Andrea Milanese, Renata Molho (Coordinamento Moda), Filippo Nassetti, Valeria Oneto (Stylist), Paola Papeschi, Micol Passariello, Francesca Pini, Gianni Rusconi (Hi-Tech), Alberto Sabbatini, Ilaria Vescovo (Illustrazioni)

FOTOGRAFIE
Ap/Ansa, Diego Gaspari Bandion, Discover LA, Getty Images, HEMIS/AGF, Ipa Press, Marka, iStock

CONCESSIONARIA ESCLUSIVA
PER LA PUBBLICITÀ
SPORT NETWORK SRL
Via Messina 58, 20154 Milano
Tel. 02/54962420

PREPRESS E STAMPA
POLIGRAFICI IL BORGO S.R.L.
Via del Litografo, 6 40138 Bologna
Tel. +39 051 6034001
Fax +39 051 603401

GreatBeauty

56-61	Industrial art Industry 2.0
62-65	Il supermercato senza cassa e senza cassieri è qui Here comes the cashier-free supermarket
66-69	Charles Leclerc, l'eccezione di Maranello Charles Leclerc, Maranello's exception
71-73	Just one
74-75	Le 10 italiane più influenti in patria e all'estero The 10 most influential italian women
76-79	I colori del futuro The colors of the future
80-83	Anima divisa in due Two halves of a soul
84-91	Green Toronto
92-97	Los Angeles. Appuntamento a Downtown Los Angeles. Destination: Downtown

Happyend

99-103	Sette hotel per un viaggio indietro nel tempo Seven hotels for a leap back in time
104-105	Moda Uomo: Glow Visions
106-107	Moda Donna: Orange Spirit
108	Time Life. Lo stile al polso Time Life. Style your wrist
109	Hi-Tech. La tecnologia fatta su misura Hi-Tech. Technology made to measure
111	Engines. Novità dal mondo dei motori News from the world of engines
112	Bellissima. Primavera nell'aria
113	Uomo in Vogue. Esploratori olfattivi
114	Pack for Him
115	Pack for Her
116-117	Address: New Delhi, Trieste
118-119	Nel mito della Costa Viola In the myth of the Costa Viola
120-121	6-12-18. Olbia
122-123	Oroscopo Horoscope
124-129	Barbie. Tanti auguri Miss Barbara Millicent Roberts Happy Birthday Miss Barbara Millicent Roberts
162	Andrea Bocelli - Con te partirò Time to say goodbye



i thought
i'd found the one
designer fashion to fall in love with
again and again for up to 70% less



save an extra 10%*
mcarthurglen.com

Florence, Milan, Naples, Rome, Venice

*show this page at our guest services to claim your fashion passport

McArthur
Glen
Designer Outlets

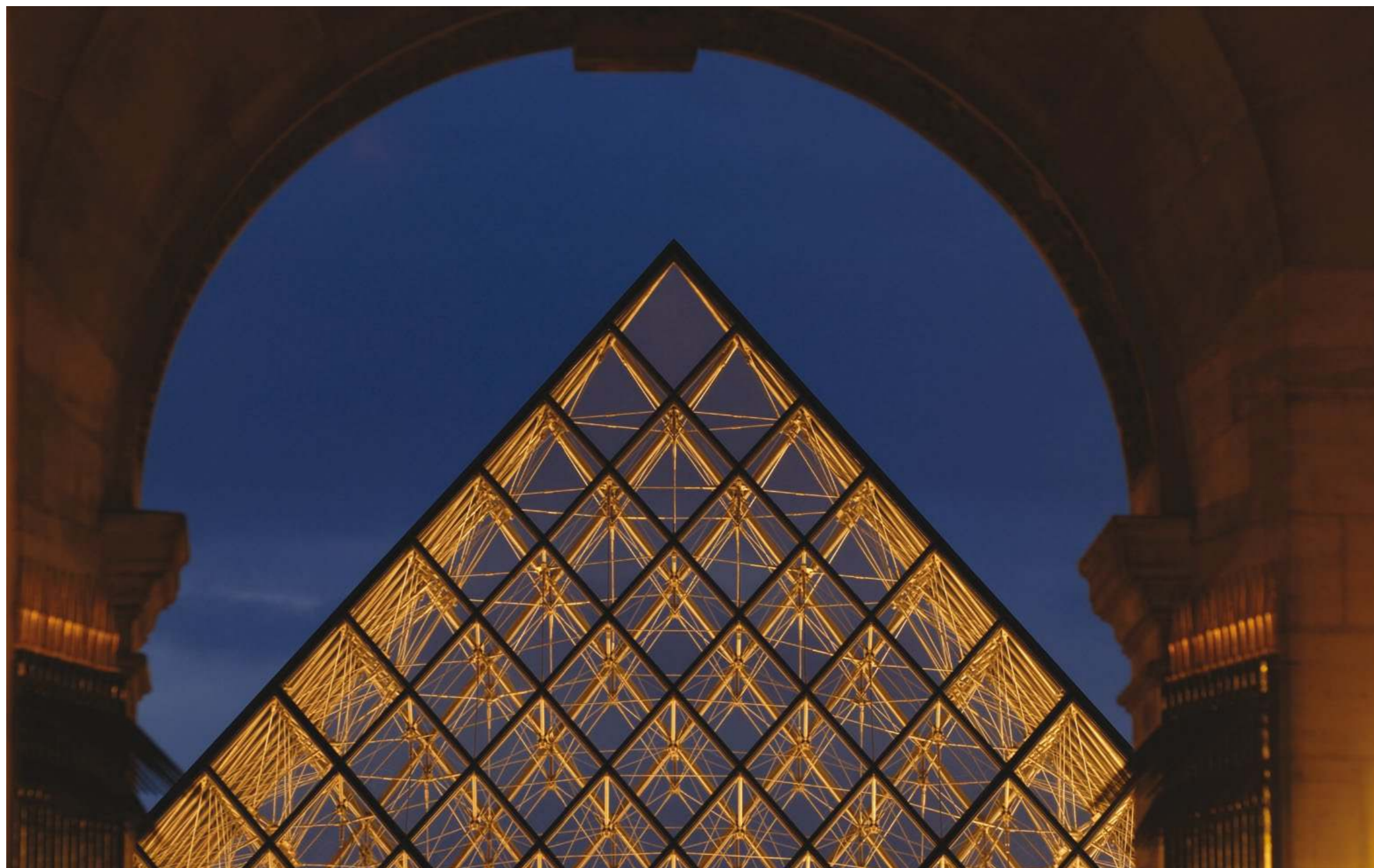
Una piramide di vetro e acciaio

Adesso ci siamo abituati alla mescolanza tra antico e moderno. Ma quando, nel 1981, nell'era della presidenza di François Mitterrand (desideroso di lasciare un segno indelebile nella cultura), il Louvre decise d'ingrandirsi e di conficcare nella Cour Napoléon (la piazza antistante lo storico palazzo dei re di Francia) una piramide in vetro e acciaio progettata dall'architetto Ieoh Ming Pei, ci fu una levata di scudi, e si gridò al sacrilegio. Nel 1989 il controverso progetto di quella "punta di diamante" che emerge dal selciato a simbolo dei tanti tesori custoditi nel museo, fu infine inaugurato. Per l'architetto Pritzker Prize quella fu la sua prima opera in Europa. Il museo francese celebra questo marzo i 30 anni della sua piramide, con un vasto, festoso programma. (F.P.)

louvre.fr

A pyramid in glass and steel

We are now used to the mixture of ancient and modern, but in 1981, in the era of President François Mitterrand (wanting to leave an indelible mark in the cultural scene), the decision to expand the Louvre and to build in the Cour Napoléon (the square in front of the historic residence of the French monarchs) a pyramid in glass and steel designed by architect Ieoh Ming Pei, triggered a general outcry, it was considered a sort of sacrilege. In 1989 the controversial project of that "diamond of glass" that stands out from the cobblestones symbolizing the many treasures guarded in the museum, was finally inaugurated. That was architect Pritzker Prize's first work in Europe. The French museum is celebrating this year the 30th anniversary of its pyramid with a rich, joyful bill.



DAVID SANGAR / GETTY IMAGES

Alitalia collega Parigi con 28 voli settimanali da/per Roma Fiumicino, mentre 29 sono i voli settimanali da/per Milano Linate (21 Parigi Charles De Gaulle e 18 Parigi Orly). Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com



Alitalia connects Paris with 28 weekly flights from/to Rome Fiumicino, and with 29 weekly flights from/to Milan Linate (21 from/to Paris Charles de Gaulle and 18 from/to Paris Orly). To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com

Con Las Fallas arriva la primavera

Ogni anno arte e tradizione si incontrano a Valencia per salutare l'arrivo della primavera. Dal 1° al 19 marzo torna l'appuntamento con Las Fallas, l'evento - dichiarato Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità dall'UNESCO - che trasforma la città in un continuo spettacolo a cielo aperto. Un'energia travolgente abbraccia tutta la città, che a ritmo di musica e fuochi artificiali (come i tradizionali mascletàs e la spettacolare Nit del Foc) si colora e popola di gente da ogni parte del mondo. Il vero cuore de Las Fallas è tra il 15 e il 19 marzo quando oltre 800 ninots, enormi sculture in cartapesta e altri materiali, invadono Valencia. Vere e proprie opere d'arte che i falleros realizzano nella notte tra il 15 e il 16 marzo durante la plantà. I festeggiamenti si concludono nella notte del 19 con la cremà quando, come vuole la tradizione, a mezzanotte tutte le statue vengono bruciate. (Alessandro Fiorentini)

Spring is at the door with Las Fallas

Each year art and tradition meet in Valencia to welcome the arrival of spring. Las Fallas (March 1-19) is the event - included in the UNESCO Intangible Cultural Heritage list - that turns the city in a non-stop open-air show. An overwhelming energy envelops the entire city that is enlivened by music and fireworks (like the traditional mascletàs and the spectacular Nit del foc) and draws visitors from all over the world. The true heart of Las Fallas takes place from March 15 to 19 when over 800 ninots, huge sculptures in papier-mâché and other materials, flock in the streets of Valencia. Bona fide works of art that the falleros created during the night between the 15th and the 16th of March during the plantà. Celebrations will end on the evening of the 19th with the cremà when, as per tradition, all the statues get burnt.



Alitalia collega Valencia con un volo quotidiano da/per Roma Fiumicino. Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com



Alitalia connects Valencia with one daily flight from/to Rome Fiumicino. To find out the offers and to purchase tickets alitalia.com

"La speranza è una buona colazione, ma una cattiva cena" *"Hope is a good breakfast, but it is a bad supper"*

Francis Bacon



Gancini, una collezione iconica e anticonformista

PATTERN UNICO. Gancini monogram, di Salvatore Ferragamo, è l'evoluzione della fibbia a doppio gancio, ispirata ai battenti in ferro che caratterizzano le porte della sede del brand di Palazzo Spini Feroni a Firenze. «Come designer sono affascinato dall'eleganza innata e dalla forma sensuale di questo simbolo. Per non parlare della sua dualità: due fibbie che si uniscono e si sostengono», dice Paul Andrew, direttore creativo womenswear, che ha creato questa nuova collezione monogram, esaltando proprio il fascino di queste linee iconiche.

LINGUAGGI DIGITALI. La campagna della nuova collezione Gancini, firmata dal leggendario blogger Bryanboy, è una sorta di portfolio di contenuti digital, innovativi e ironici, ambientati a Firenze, con protagonisti alcuni dei talenti di riferimento nella scena della moda contemporanea - nell'immagine le bellissime Tamu McPherson e Aureta. Gancini monogram racchiude in sé i valori essenziali del marchio: tradizione, qualità, forza e solidarietà, portandoli in una dimensione contemporanea: in una vera e propria community Ferragamo. (Valeria Oneto)

ONE-OFF PATTERN. Gancini monogram is the evolution of the double hook buckle, that takes inspiration from the iron knockers that characterize the doors of the brand's headquarters in Palazzo Spini Feroni in Florence. «As a designer, I am fascinated by the innate elegance and by the sensual shape of this symbol. Not to mention its duality: two buckles that join and support each other», says Paul Andrew, Womenswear Creative Director, who created this new monogram collection highlighting the charm of these iconic lines.

DIGITAL LANGUAGES. The campaign for the new Gancini collection, carried out by legendary blogger Bryanboy, is a sort of portfolio of digital, innovative and ironic contents set in Florence. The protagonists are some of the main talented figures of the contemporary fashion scene (in the picture the beautiful Tamu McPherson and Aureta). Gancini monogram holds the fundamental values of the brand: tradition, quality, strength and solidarity. The new Gancini collection brings these values to a contemporary dimension: a bona fide Ferragamo community.



FINOLHU MALDIVES

DOVE LA BELLEZZA DELLA NATURA INCONTRA UNO STILE INIMITABILE.

È il Resort più innovativo delle Maldive. Un luogo magico dove la bellezza della natura incontaminata incontra uno stile inimitabile per offrire agli ospiti un'esperienza unica all'insegna del relax e del divertimento, circondati dalle bellezze naturali di uno degli atolli più straordinari dell'arcipelago.

Quote a partire da € 2.930 p.p.*

PER SOGGIORNI SOGGIORNI ENTRO IL 12/04/2019.

*Il volo non è compreso nella quota sopraindicata. Al momento della prenotazione sarà proposta la migliore tariffa aerea disponibile.
Per maggiori informazioni www.sportingvacanze.it | #solonellemiglioriagenziediviaggio


SportingVacanze

"SEI GIÀ IN VACANZA QUANDO IL TUO UNICO PENSIERO È CHIUDERE LA VALIGIA"
Sporting Vacanze aderisce al Fondo di garanzia di ASTOI - Confindustria Viaggi a tutela dei Viaggiatori.
Guarda il video promozionale inquadrando il QR Code o visita il sito www.seigiainvacanzaquando.it

FONDO
GARANZIA
ASTOI





SLAMP:
THE LEADING LIGHT

MIDA design by Adriano Rachele - € 360
Plafoniera Ø50 cm. Disponibile in 5 colori.

www.slamp.it

WOW

Quando il mondo
è ancora capace di sorprenderci
World's Surprises

La rivista canadese *Corporate Knights* ha svelato la classifica delle 100 società più sostenibili

1 **Chr. Hansen Holding (Denmark)** 82.99%



Mauricio Graber, CEO
Chr. Hansen Holding

Il futuro delle grandi aziende non può che guardare allo sviluppo sostenibile. L'occasione giusta per scoprire quali società si stanno impegnando concretamente nella sostenibilità è stato il World Economic Forum 2019 tenutosi lo scorso gennaio a Davos. Ed è proprio in Svizzera che è stata annunciata la Global 100, l'annuale classifica – stilata dalla rivista canadese specializzata *Corporate Knights* – delle società più green. Il primo posto va alla Chr. Hansen Holding, azienda danese impegnata nello sviluppo di soluzioni naturali per la conservazione degli alimenti (ad esempio yogurt e latte). Una scelta che frutta alla società quasi l'83% dei ricavi. Subito dopo c'è il gruppo francese Kering SA guidato da François-Henri Pinault, proprietario di brand di alta moda come Gucci, Saint Laurent e Alexander McQueen, che ogni anno acquista più del 40% dei prodotti da fonti sostenibili certificate. Chiude il podio un'altra azienda scandinava: la Neste Corporation, raffineria finlandese dal fatturato di oltre 10 miliardi di dollari. Le aziende italiane sono fuori dalla top 10, ma non dalla Global 100. Nella classifica, infatti, figurano Intesa Sanpaolo (80° posto), ed Erg (16°), il primo produttore in Italia di energia eolica. *(Alessandro Fiorentini)*

CANADIAN MAGAZINE CORPORATE KNIGHTS UNVEILED THE LIST OF THE 100 MOST SUSTAINABLE CORPORATIONS The future of the big corporations cannot but be focused on sustainable development. The perfect opportunity to find out which are the corporations actually committed in sustainability was given by the 2019 World Economic Forum that took place last January in Davos. The Global 100, the annual list – drawn by Canadian magazine, *Corporate Knights* – of the most sustainable cities was in fact announced in Switzerland. First place goes to Chr. Hansen Holding, a Danish company committed in the development of natural solutions for food preservation (yoghurt and milk for instance). 83% of the company's revenues actually comes from this choice. Second place is held by French group Kering SA helmed by François-Henri Pinault, owner of haute couture brands the likes of Gucci, Saint Laurent and Alexander McQueen, which every year purchase over 40 % of the products from certificated sustainable sources. "Bronze medal" goes to another Scandinavian company: the Neste Corporation, a Finnish refinery with an over-10-billion-dollar turnover. No Italian corporation is included in the top 10 yet Italy appears in the Global 100 list with Intesa Sanpaolo (80th place) and Erg (16th), the first producer in Italy of wind energy.

- 2 **Kering SA (France)**
81.55%
- 3 **Neste Corporation (Finland)**
80.92%
- 4 **Ørsted (Denmark)**
80.13%
- 5 **GlaxoSmithKline (UK)**
79.41%
- 6 **Prologis, Inc (USA)**
79.12%
- 7 **Umicore (Belgium)**
79.05%
- 8 **Banco do Brasil S.A. (Brazil)**
78.15%
- 9 **Shinhan Financial Group Co. (South Korea)**
77.75%
- 10 **Taiwan Semiconductor (Taiwan)**
77.71%

Londra

Head of the River Race

Il 30 marzo circa 400 equipaggi provenienti da tutto il mondo si sfidano nelle acque del Tamigi

La Head of the River Race (HoRR) è una delle tradizioni sportive più longeve di Londra. Un gara di canottaggio sul Tamigi che si tiene tutti gli anni in primavera, nel mese di marzo, ed è preceduta da altre gare come la Women's Head of the River Race (16 marzo). A oggi l'evento conta centinaia di imbarcazioni, ciascuna con un equipaggio composto da otto membri, che competono su un percorso lungo 4,25 miglia (6,8 km) da Mortlake a Putney. I partecipanti provengono non solo dal Regno Unito, ma da tutto il mondo. Non sono consentiti, però, equipaggi misti, ovvero provenienti da più club o istituzioni. Per tradizione, i detentori del titolo dell'anno precedente partono per primi, seguiti in ordine di arrivo dalle altre imbarcazioni a intervalli di 10 secondi, ai quali seguono i nuovi arrivati in ordine alfabetico. A fondarla fu Steve Fairbairn, vogatore di Cambridge e Tideway, per dare agli equipaggi un obiettivo su cui puntare alla fine del periodo di allenamento invernale e in preparazione della regata estiva. La prima gara si tenne nel 1926, ma è dal 1946 che si svolge ogni anno. La HoRR è, dunque, un'occasione perfetta per turisti e londinesi per celebrare l'inizio della primavera facendo il tifo per le varie squadre dalle sponde del Tamigi. *(Silvia Doria)*



GETTY (2)

ON MARCH 30 AROUND 400 CREWS FROM ALL OVER THE WORLD WILL CHALLENGE EACH OTHER ON THE WATERS OF THE FAMOUS RIVER THAMES The Head of the River Race (HoRR) is one of the oldest sporting traditions in London. A rowing race on the Thames that takes place each spring, in March, and is preceded by other races such as Women's Head of the River Race (March 16). Today the event boasts hundreds of boats, each with an eight-member crew, that compete across a 4.25-mile course (6.8 km) from Mortlake to Putney. Participants are not only from the UK, they come from all over the world. Mixed crews are not allowed, that is crews from different clubs or institutions. As per tradition, the winners of the previous edition start first, followed by the other finishers in time order (crews start one behind the other at 10-second intervals) and then by the new participants in alphabetical order. The race was founded by Steve Fairbairn, Cambridge and Tideway rower, in order to give crews a goal to focus on at the end of the winter training and in order to get ready for the summer regatta. The first race was held in 1926, but it became an annual event only in 1946. The HoRR is, therefore, a perfect occasion for tourists and Londoners to celebrate the start of spring supporting the various crews competing over the Thames.

TRADIZIONE
Ogni anno in primavera si svolge la celebre gara di canottaggio lungo il Tamigi.

The Head of the river race takes place each spring on the Thames.

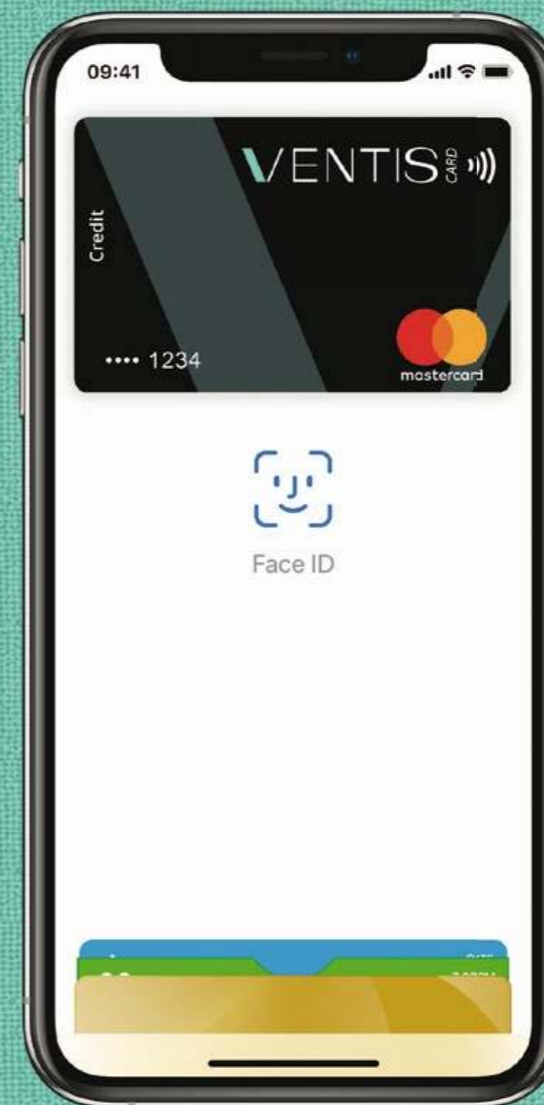


Alitalia collega Londra Heathrow con 28 voli settimanali da/per Roma Fiumicino, mentre da/per Milano Linate i voli sono settimanali sono 50 (36 da/per Heathrow e 14 da/per London City) Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti alitalia.com



Alitalia connects London Heathrow with 28 weekly flights from/to Rome Fiumicino and with 50 weekly flights from/to Milan Linate (36 from/to Heathrow and 14 from/to London City). To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com

Usa Apple Pay per pagare con la tua CartaBCC



Ora puoi sfruttare tutti i vantaggi della tua CartaBCC usando Apple Pay: il mezzo di pagamento facile, sicuro, fico!



Ginevra

Regina dell'auto

Dal 7 al 17 marzo nella città svizzera si tiene il Salone dell'Auto 2019

Il Salone dell'auto di Ginevra anche quest'anno si conferma l'evento più interessante del settore Automotive in Europa. Ma quanto sta cambiando il mondo di queste manifestazioni e cosa attira ancora i visitatori in un mondo dove le novità sono sul web? Lo abbiamo chiesto al Presidente del Salone di Ginevra Maurice Turrettini.

Oggi il mercato è incerto tra l'attacco al diesel e un elettrico che stenta a decollare in molti paesi. Come sarà questo nuovo Ginevra?

«L'attenzione di molti espositori è certamente puntata sempre più sull'integrazione dell'automobile con l'elettronica. Anche l'armonizzazione dei diversi mezzi di trasporto sta al centro dell'attenzione. Il visitatore potrà ammirare ancora una volta al padiglione 3 l'Esposizione Speciale del Costruttore di orologi e cronografi TAG Heuer e anche visitare una particolare mostra, che ricorda i 70 anni di Abarth e il suo legame con il Salone dell'Auto di Ginevra».

Molti eventi hanno ridotto le giornate espositive, voi avete ancora un calendario lungo (7-17 marzo), non può essere un freno in futuro per le Case auto che stanno sempre tagliando i costi? Come sarà questo nuovo Ginevra?

«L'interesse per un Salone, che dura 10 giorni, è sempre vivo. Le cifre lo confermano. I visitatori oscillano tra 650.000 e 700mila».

Cosa attira ancora i visitatori al Salone di Ginevra quando molte delle novità le possono vedere, spesso prima, sul web?

«Sono convinto che i Saloni dell'Auto, nonostante internet, abbiano, comunque, un futuro. Naturalmente l'automobilista può guardare un modello al computer, configurarlo e trovare informazioni sul tipo di motorizzazione. Ma il computer non trasmette la stessa emozione che si prova davanti a un'automobile vista dal vivo».

Alitalia collega Ginevra con 20 voli settimanali da/per Roma Fiumicino e 12 voli settimanali da/per Milano Linate. Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com



Alitalia connects Geneva with 20 weekly flights from/to Rome Fiumicino and with 12 weekly flights from/to Milan Linate. To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com



GENEVA INTERNATIONAL MOTOR SHOW
7-17 MARS 2019



EDIZIONE 89
Il presidente del Salone di Ginevra Maurice Turrettini, in alto.

The Geneva Motor Show President Maurice Turrettini, above.

QUEEN OF THE MOTOR SHOW The Motor Show in Geneva is once again the most interesting event in the Automotive sector in Europe. How is the world of these events changing and why is it still drawing visitors from all over the world, in a sector where all the new entries are now shown on the web? We asked the Geneva Motor Show President Maurice Turrettini.

The market is uncertain today, there is the attack on diesel and the electric engines are struggling to gain ground in many countries. How is this new edition going to be? «Many exhibitors are ever more focusing on the electronic components and their integration in the vehicle. The harmonization of the different means of transportation is another important element drawing their attention. Visitors will have the opportunity to admire, once again, at the Pavilion 3 the Special Exhibition of TAG Heuer the Watch and Chronograph Manufacturer and to visit a particular exhibit recalling the 70s Abarth and its connection with the Geneva Motor Show».

Many events have reduced exhibition days; you still have quite a rich bill (March 7-17). Could this be a deterrent in the future for the Automotive Constructors that are continuously cutting costs? «Visitors are still interested in a show, which lasts 10 days, it is always flourishing. The figures confirm this. Between 650,000 and 700,000 visitors were registered at each edition».

What is still drawing visitors to the Geneva Motor Show when many new entries are shown, often earlier, on the web? «I do believe that the Motor Shows, despite internet, still have a future. Obviously people have the possibility to see the model on their computer, to configure it and to find information on the various engines. But the computer cannot convey the same emotion you feel when you're in front of a car».



4CORPORATE
by easy Parking

Da oggi il parcheggio in aeroporto è a misura di azienda e dei suoi dipendenti.

PER L'AZIENDA

Consuntivazione e fatturazione posticipata

Recupero dell'IVA

Piano tariffario dedicato in base ai volumi

Monitoraggio dei costi

PER I DIPENDENTI

Accumulo punti da convertire in soste personali

Accesso e uscita veloce con lettura della targa

Nessun anticipo di denaro

Programma MilleMiglia Alitalia

Scopri tutti i vantaggi del nuovo portale dedicato alle aziende su

www.adr.it/4corporate



Il parcheggio ufficiale di **Aeroporti di Roma**



Roma

PORTA SAN PAOLO

Tra le più imponenti e meglio conservate porte della cerchia muraria di Roma. It is one of the most important and best preserved doors of the Roman walls.



Testaccio, l'anima verace della Capitale

Il quartiere dei Monti dei Cocci, tra cultura, movida e street food

Racchiuso tra via Marmorata, le Mura Aureliane e il Tevere, il rione Testaccio ha la forma di un quadrilatero. Il nome deriva dal Monte Testaccio, detto anche Monte dei Cocci (testae, in latino), per via dei detriti delle anfore di coccio che nei secoli si accumularono formando così una piccola collina. Quest'area, in epoca romana, era il punto di approdo delle merci e delle materie prime che, arrivate via mare dal porto di Ostia, risalivano il Tevere. L'olio, ad esempio, veniva trasportato con delle anfore, da qui anche la scelta del simbolo del rione. Il quartiere ha vissuto nel tempo una inevitabile trasformazione, mantenendo comunque visibile il suo passato. Ad esempio, l'ex Mattatoio, edificio originariamente adibito alla macellazione e alla distribuzione delle carni nella Capitale, ad oggi è diventato un'importante sede di mostre d'arte contemporanea. E, sempre all'interno degli ampi spazi dell'ex Mattatoio, si trova la Città dell'Altra Economia, un'area dedicata all'esposizione e alla vendita di prodotti biologici, che ospita una libreria-ludoteca ed eventi di ogni tipo che coinvolgono i bambini. Spostandosi verso la Piramide Cestia, ci si imbatte in uno dei luoghi più poetici e mistici della città, il cimitero acattolico. Un'oasi di pace e serenità, fuori dal tempo, tra cipressi, pini, mirti, rose selvatiche e camelie, dove si trovano le tombe di Carlo Emilio Gadda, Antonio Gramsci, John Keats e molti altri. E camminando qua e là per le strade del quartiere è impossibile fare più di pochi passi senza incontrare qualche tipica trattoria che offre piatti della cucina romana, difficili da trovare altrove. Negli ultimi tempi Testaccio è diventata meta molto ricercata tra gli artisti, riuscendo a mantenere il suo originario spirito popolare, godereccio e verace, fatto di street food e movida. Per i nostalgici del calcio di un tempo, Campo Testaccio, fu il primo "stadio" della As Roma, che vi giocò dal 1929 al 1940. (Emanuele Del Greco)

TESTACCIO, THE GENUINE SOUL

OF ROME Enclosed among via Marmorata, the Aurelian Walls and the Tiber, the Testaccio district has a quadrangular shape. Its name comes from the Monte Testaccio, also known as Monte dei Cocci (testae in latin), due to the debris of the terracotta amphorae that over the centuries piled up giving life to a small hill. In the Roman era, this area was the landing site for the goods and raw materials that, from the seaport of Ostia moved forward down the Tiber. Oil, for instance, was transported in the amphorae, hence also the choice of the symbol of the district. Testaccio has experienced over the centuries an inevitable transformation without, however, losing track of its past. The former Mattatoio (slaughterhouse), the building originally used for the processing and the distribution of meat in the capital, is now an important space for exhibitions of contemporary art. Inside the former Mattatoio is the Città dell'Altra Economia,



PARROCCHIA DI QUARTIERE
La chiesa di Santa Maria Liberatrice è stata costruita nei primi anni del '900. The Church of Santa Maria Liberatrice dated back to the early 20th century.



CIBO E STORIA

Il Mercato Rionale di Testaccio nei cui sotterranei sono venuti alla luce i resti di un antichissimo horreum, un magazzino di stoccaggio di epoca romana.

Under the district market of Testaccio, the remains of an ancient horreum, a warehouse from the Roman era, was found.

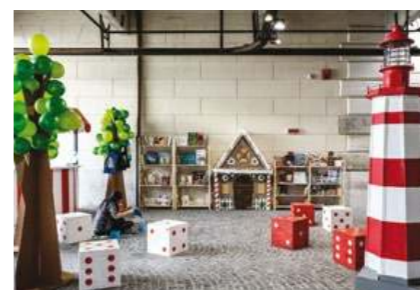
an area dedicated to displaying and selling organic products, that hosts a bookshop-playroom and various kinds of events dedicated to children. Moving towards the Piramide Cestia, you come across one of the most poetic and mystic sites of the city, the non-Catholic cemetery. A timeless oasis of peace and serenity, filled with cypresses, pines, myrtles, wild roses and camellias. Here lie the tombs of Carlo Emilio Gadda, Antonio Gramsci, John Keats and many

others. Strolling along the streets of the district you will see the typical trattorias offering dishes from the Roman cuisine, difficult to find elsewhere. Over the last few years, Testaccio has become an artists' favorite destination, being able to keep its original working-class, pleasure-loving and genuine spirit, made of street food and nightlife. For the nostalgic of the old-style football, Campo Testaccio was the first "stadium" of AS Roma (from 1929 to 1940).

EX MATTATOIO

Qui è stata aperta una sezione del MACRO, Museo d'arte contemporanea di Roma.

It houses a section of the MACRO, the Museum of contemporary art in Rome.



InfoPoint

DORMIRE

Seven Suites

Elegante struttura situata in uno storico palazzo a pochi passi da Piazza Santa Maria Liberatrice. Tutte le camere sono dotate di ogni comfort e alcune hanno un delizioso balconcino attrezzato.

Indirizzo: Via Nicola Zabaglia 11, tel. +39 06 5748106
romesevensuites.com



Sophisticated hotel located in a historic building a stone's throw from Piazza Santa Maria Liberatrice. All rooms are equipped with every comfort and some feature a lovely furnished balcony.

149 Guesthouse

Accogliente Guesthouse dall'atmosfera intima e familiare, situato in un palazzo del 1929 con un giardino interno dove si trovano rovine romane.

Indirizzo: Via Marmorata 149, tel. +39 334 7731404
149guesthouse.it

Cozy Guesthouse with a welcoming and homey atmosphere. Located in a 1929 building it has an internal garden where Roman ruins can be found.



Roman tradition reinterpreted with a modern flair. The Trapizzino includes offers also for the little ones, serving children's menus.

MANGIARE

Trapizzino

Locale informale dove poter gustare i sapori della tradizione romana rivisitata in chiave moderna. Il Trapizzino pensa anche alle esigenze dei più piccoli, con un menu per i bambini.

Indirizzo: Via Giovanni Branca 88, tel. +39 06 43419624
trapizzino.it

Informal hangout where you can taste the flavors of the

Felice a Testaccio

Trattoria storica con una specialità per ogni giorno della settimana. Dal 1936, Felice a Testaccio è una vera istituzione della cucina romana.

Indirizzo: Via Mastro Giorgio 29, tel. +39 06 5746800
feliceatestaccio.it

Historic trattoria serving each day of the week a different specialty. Since 1936, Felice a Testaccio has been a reference for the traditional Roman cuisine.



Alitalia offre sul proprio hub di Roma Fiumicino 1.231 voli settimanali così ripartiti: 716 verso destinazioni nazionali, 419 verso destinazioni internazionali e 96 verso destinazioni intercontinentali. Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com

Alitalia offers from its hub in Rome Fiumicino 1,231 weekly flights: 716 to domestic destinations, 419 to international destinations and 96 to intercontinental destinations. To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com

ASPETTANDO I MONDIALI DI CORTINA

Intervista ad Alessandro Benetton, presidente della fondazione che sta organizzando l'atteso evento di sci

TESTO

Leonardo Iannacci

Imprenditore, sportivo, appassionato di montagna e Presidente della Fondazione Cortina 2021, con uno sguardo avanti verso la candidatura alle Olimpiadi Invernali del 2026. Alessandro Benetton il mondo dello sci lo conosce bene visto che è sposato con Deborah Compagnoni, ex campionessa olimpionica e mondiale di sci alpino. È quindi la persona giusta per raccontare i progetti di quello che sarà un evento importantissimo per il nostro sport.

L'appuntamento della Coppa del Mondo di metà gennaio è stato un valido "banco di prova" in vista dei Mondiali, ma come ci si prepara a un evento così lontano, tre anni, e nello stesso tempo così vicino?

«Le giornate di Coppa del Mondo sono andate molto bene e non nascondo l'entusiasmo per questo ennesimo test, che è stato superato con successo. È la dimostrazione che abbiamo intrapreso la strada giusta e stiamo facendo squadra per organizzare un Mondiale memorabile. Ma procediamo per gradi, la prima fase ha riguardato il rinnovamento e il potenziamento degli impianti sportivi che ospiteranno le gare. Senza mai dimenticare le quattro parole chiave che sono la nostra bussola sulla strada dei Mondiali: giovani, futuro, sostenibilità, territorio».

Qual è stata la risposta del territorio sul vostro progetto Mondiali 2021?

«Ho potuto constatare con piacere un vero entusiasmo da parte del territorio, ben prima e ben più di quanto mi aspettassi. Penso in primis agli operatori degli impianti sciistici, che hanno già fatto importanti investimenti in proprio per ammodernare infrastrutture esistenti o per costruirne altre; penso poi al comparto alberghiero che – grazie anche a fondi regionali ed europei – sta lavorando per rinnovare le strutture ricettive. E poi ai ristoratori e numerosi operatori del commercio che con creatività stanno innovando nella loro offerta... Insomma, con l'obiettivo dei Mondiali si è messa in moto un'energia positiva che ha contagiato tutti: i residenti, i turisti e anche i cittadini dell'intero bellunese».

Qual è il prossimo appuntamento di Cortina in vista dei Mondiali?

«I Campionati Italiani Assoluti maschili e femminili di Sci, che si terranno nella splendida cornice della Regina delle Dolomiti dal 18 al 23 marzo. Un appuntamento che ci servirà da ennesimo banco di prova, e durante il quale saranno inaugurate la nuova Vertigine, il tracciato da brivido in Tofana che ospiterà la libera maschile nel 2021 e la Druscìè A, dove si svolgerà lo Slalom Speciale sia maschile che femminile».

Obiettivo candidatura Olimpiadi 2026, un impegno importante ma con un piano molto serio e articolato che coinvolge due comuni e regioni molto attivi?



AWAITING THE 2021 CORTINA SKI WORLD CUP

Interview with Alessandro Benetton, President of the foundation organizing the sought-after event

Entrepreneur, sportsman, mountain enthusiast and President of the Fondazione Cortina 2021, with an eye on the bid for the 2026 Winter Olympics, Alessandro Benetton knows the ski world since he is married to Deborah Compagnoni, former Alpine skiing Olympic and world champion. He is therefore the right person to tell us about what will be a very important event for our sport.

Getting the mid-January World Cup was a good "testing ground" ahead of the World Championships, but how do

you prepare for an event which is so far way (three years), yet at the same time is so close?

«The World Cup days went very well and I must admit my enthusiasm for this new and successful test. It demonstrates that we are on the right path and we have the right team to organize a memorable World Championship. But we take it one step at a time, the first phase concerned the renewal and strengthening of the sports facilities that will host the competitions. And we never forget the four key words which are our watchwords en route to the World Cup: youth, future, sustainability, territory».

What was the local response to your World Championships 2021 project?

«It gave me enormous pleasure to see real enthusiasm at a local level, not only because it arose sooner than I expected but also because it was much more than I had hoped for. First off the ski resort operators, who have already made their own major investments to modernize existing infrastructures or to build more; and then the hotel sector which, thanks to regional and European funds, is working to refurbish the accommodation facilities. Last but not least, the restaurateurs and the many different traders who with creativity are reinventing their offers... in short, the World Championships goal energised everyone in a positive way: residents, tourists and those from the wider Belluno area».

What is next for Cortina pending the World Cup?

«The Italian Men's and Women's Ski Championships will be held in the

ENERGIA POSITIVA

Nella pagina accanto, Alessandro Benetton, sotto con la sciatrice francese Romane Miradoli. Le piste e la località di Cortina, accanto e sotto.

Next page, Alessandro Benetton, below Alessandro alongside French skier Romane Miradoli. Cortina and its slopes, next and below.



BANDON

splendid setting of the Queen of the Dolomites from 18 to 23 March. This is an event that will serve as yet another test bed – during which the new Vertigine will be inaugurated (the thrilling track which is located in Tofana) – which will host the men's speed and giant slalom team in 2021 and the Druscìè A, where the Men's and Women's Special Slalom will take place».

Looking to the nomination for the 2026 Olympic Games – this involves a heavyweight and complex plan involving two very active municipalities and regions.

«Milan is a great international metropolis, Cortina is a place with timeless glamour: this all-Italian combination is a great confidence booster. This combination has all the right credentials, and the World Championships will leave a quality legacy, crucial if in June the 2026 Winter Olympics are awarded to Italy. We'll obviously be cheering for Cortina».



Alitalia collega Venezia con 38 voli settimanali da/per Roma Fiumicino e 14 voli settimanali da/per Catania. Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com

Alitalia connects Venice with 38 weekly flights from/to Rome Fiumicino and with 14 weekly flights from/to Catania. To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com

MODA IN MUSICA

Nel 2019 Edo sarà impegnato in diverse esibizioni live per promuovere il suo nuovo lavoro.

In 2019 Edo is to be performing in various live shows to promote his new work.



La forza ispiratrice della musica

Common People il primo singolo dell'album di Edo Ferragamo, tra discendenza e passioni

La naturale eleganza di famiglia Edo l'ha tradotta in note. Ventisei anni, discendente di una delle più affermate famiglie della moda e della calzatura (figlio di Leonardo e nipote del capostipite Salvatore), Edo Ferragamo si sta facendo strada nel mondo della musica, il suo nuovo lavoro *Common People* sta riscuotendo ampi consensi, non solo tra gli addetti ai lavori. «Il mio genere di riferimento è il pop, anche se mi piace spaziare e contaminare la mia musica con altri sound», così Edo spiega la collaborazione con il rapper newyorchese Cayenne Noluck con cui ha firmato la maggior parte dei brani del nuovo EP.

Da alcuni anni il giovane cantante, vive in America, subito dopo il liceo, fu infatti ammesso a frequentare il Berklee College of Music di Boston, il più importante istituto universitario privato al mondo dedicato allo studio della musica contemporanea e del jazz. Terminata la scuola, dove ha approfondito le sue conoscenze non solo di musicista ma anche di compositore, Edo ha fondato varie band rock per poi optare per la carriera solista. Da quattro anni vive a New York con l'aspirazione di sfondare nel panorama musicale americano, proponendo brani con testi dai messaggi positivi. «Credo molto alla forza ispiratrice della musica – spiega a *Ulisse*, Edo – e vorrei dare a chi ascolta un motivo in più per sorridere e innamorarsi, nonostante il pazzo e frenetico mondo nel quale viviamo che a volte ci fa perdere i punti di riferimento».

Nel 2019 Edo sarà impegnato in diverse esibizioni live per promuovere il suo nuovo lavoro, comprese probabilmente anche delle date italiane. «Sono molto legato alle mie radici, ho imparato tanto dal nostro Paese, le nostre tradizioni, uniche al mondo, così come l'eleganza e lo stile. Mi piace pensare che i principi che mi sono stati trasmessi mi possano contraddistinguere nel mio percorso artistico e a mia volta possa contribuire, nel mio piccolo, a esportarli anche negli Stati Uniti...». (*Filippo Nassetti*)



THE INSPIRING STRENGTH OF MUSIC Edo interpreted the natural elegance of his family in notes. Age 26, he belongs to one of the most renowned families in the world of fashion and footwear (son to Leonardo and nephew to forefather Salvatore). Edo Ferragamo is making a name for himself in the world of music. His new work, *Common People* is achieving great success and not just among the insiders. «My reference genre is pop music, even though I like to broaden my horizons mixing my music with other sounds», so Edo explains his partnership with New York rapper Cayenne Noluck featuring in most of the scores of his new album. Over the last few years, the young singer has been living in the States. Right after high school he was in fact admitted to the Berklee College of Music in Boston, the world's most important private college dedicated to contemporary music and jazz. After his degree at Berklee – where he perfected his skills not only as a musician but as a composer, too – Edo founded various rock bands to then choose to start his career as a solo-singer. Over the last four years he has been living in New York. His goal is making a name for himself in the American music scene, proposing songs whose texts are positive. «I do believe in music as a source of inspiration – explains Edo – and I'd like to give the listener a further reason to smile and fall in love, despite this crazy and frantic world which sometimes makes us lose our guiding values». In 2019 Edo is to be performing in various live shows to promote his new work, probably including some dates in Italy, too. «I am deeply attached to my roots. Italy, with its unparalleled traditions, such as elegance and style for instance, taught me a lot. I like to think that the values they conveyed could represent a hallmark in my artistic path and that I, in return, could be able to, in my own small way, help bring these values to the States, too...».

Champagne per sempre

Mumm, un marchio storico e di eccellenza

Dal 1827, 190 anni di ricerca costante dell'eccellenza e rigoroso rispetto della tradizione. Può essere riassunta così la straordinaria storia della Maison G.H. Mumm, ispirata fin dalle sue origini dall'imperativo: "Solo il meglio". Parole che Georges Hermann Mumm, suo padre fondatore, amava ripetere. G.H. Mumm è una Maison d'eccellenza nel mondo dello champagne, che oggi occupa la terza posizione nella classifica dei migliori champagne venduti al mondo. Ma per capire com'è cambiato lo champagne Mumm in questi 190 anni lo abbiamo chiesto a Francesca Righi, senior brand manager di Pernod Ricard Italia.



Come è cambiato oggi il consumo di champagne?

«Natale e Capodanno rappresentano il 60% dei volumi venduti, seguiti dalla Pasqua, perché lo Champagne è consumato a casa soprattutto per celebrazioni e occasioni speciali. Tutt'altro discorso vale per i bar, ristoranti e night club dove il consumo è distribuito lungo tutto l'anno».

Il "Cordon Rouge" è sempre tra i più apprezzati?

«È la profonda incarnazione dello spirito G.H. Mumm: ricerca della perfezione e spirito d'avventura. Fu proprio Georges Hermann Mumm nel 1875 a rivestire ogni bottiglia con il prezioso Cordon Rouge, il nastro rosso della Legion d'Onore, il più alto riconoscimento francese creato da Napoleone. La bottiglia, recentemente rinnovata, è stata pensata e realizzata da Yorgo&Co, agenzia di design trendy e iconica di Parigi. Il nuovo design è anche un tributo al potere distintivo del Pinot Noir, firma emblema della Maison, che caratterizza il blend di energia e intensità, con un seducente accenno di freschezza».

Per Mumm uno storico legame al mondo dello sport. Oggi a quale mondo guardate?

«Mumm sarà lo Champagne ufficiale della 36ª edizione dell'America's Cup, perché il mondo dello sport è sempre stato emblematico per Mumm, perché ben rappresenta lo spirito di conquista e di raggiungimento di obiettivi e di traguardi».



ORIGINE G. H. Mumm è il prezioso frutto dei vigneti della Maison che si estendono su quasi 218 ettari di selezionati terreni. Accanto Francesca Righi, senior brand manager di Pernod Ricard Italia.

G.H. Mumm is the precious fruit of the Maison's vineyards that stretch across almost 281 hectares of selected terrains. Next, Francesca Righi, Senior Brand Manager of Pernod Ricard Italia.

FOREVER CHAMPAGNE In its 190-year-old history – since 1827 - the brand has always pursued excellence strictly in line with tradition. This is how we can sum up the extraordinary history of G.H. Mumm, that since its origins has always been inspired by the motto: "Only the best", the words that Georges Hermann Mumm, the company's founder, loved to repeat. G.H. Mumm is a Maison of excellence in the champagne world, that currently holds the third place in the world's best-selling champagne brands ranking. We asked Francesca Righi, Senior Brand Manager of Pernod Ricard Italia, how the Mumm champagne has changed throughout these 190 years.

How has champagne consumption changed over the years?

«Christmas and New Year's Eve represent 60% of the sales, followed by Easter, because the Champagne consumed at home is mainly due to celebrations and special occasions. Things are different as far as bars, restaurants and night clubs are concerned because the consumption is homogeneously distributed throughout the year.»

Is "Cordon Rouge" still among the favorites?

«It perfectly embodies the spirit of G.H. Mumm: the pursuit of perfection and spirit of adventure. It was Georges Hermann Mumm in 1875 who decided to dress each bottle up with the precious Cordon Rouge, the red ribbon of the Legion of Honor, the highest French recognition established by Napoleon I. The bottle, recently remodeled, was designed and created by Yorgo&Co, a trendy and iconic design company in Paris. The new design pays homage also to the distinctive power of Pinot Noir, the emblematic product of the Maison, that characterizes the blend with energy and intensity, with a charming hint of freshness.»

Mumm has been historically connected to the sports world. What world are you looking towards now?

«Mumm will be the official champagne of the America's Cup 36th edition, because the world of sports has always been emblematic for Mumm and because it perfectly represents the spirit of conquest and the achievements of goals.»



QUEI DUE FUORICLASSE IN VOLO

Mastandrea e Giallini in *Domani è un altro giorno*, delicato racconto di un'amicizia con un partner speciale, Alitalia

TESTO
Stefano Cocci

Due amici che si ritrovano, Giuliano e Tommaso, quattro giorni insieme a inseguire ricordi ed emozioni, ma soprattutto trovare un nuovo padrone per il cane di Giuliano, malato di cancro ai polmoni che ha deciso di interrompere le cure. Marco Giallini e Valerio Mastandrea sono i protagonisti di *Domani è un altro giorno* di Simone Spada, remake italiano dello spagnolo *Truman - Un vero amico è per sempre*.

Tommaso (Mastandrea) torna dal Canada dove si è trasferito da tempo per lavoro per convincere l'amico a continuare a lottare contro la malattia, ma i quattro giorni insieme si trasformano nell'occasione per vivere antiche emozioni, un viaggio nei ricordi e nei legami di una vita. Il film di Spada è un inno all'amicizia. Lo spiega a *Ulisse*: «Affrontiamo il valore dell'amicizia e il panico che ci invade quando ci avviciniamo alla morte, senza che questa parola ci faccia paura. Ognuno lo vive come può e *Domani è un altro giorno* racconta il percorso di avvicinamento a un momento ineluttabile. Dovevamo creare i giusti pesi, non volevamo un film smielato o ricattatorio, ma nemmeno grottesco e stupido, l'equilibrio nel cinema è la cosa più delicata». Equilibrio, garbo e in fondo messaggio di speranza sintetizzato dal richiamo nel titolo alla canzone di Ornella Vanoni, per l'occasione reinterpretata da Noemi.

Per farlo, niente di meglio che affidarsi a due dei più amati e, soprattutto, bravi attori italiani, Giallini e Mastandrea. Continua Spada: «Sono due fuoriclasse e hanno una caratteristica unica: non essere mai meccanici, sono pronti a stupirti sempre. Avevo un'idea di percorso visivo-emozionale, di ambienti e di incontri e, una volta creata la cornice, ho lasciato che ci rovesciassero dentro i loro colori. Hanno seguito la sceneggiatura che era molto bella e scritta bene, ma abbiamo aggiunto



SUL SET
Simone Spada
insieme agli
attori Marco
Giallini
e Valerio
Mastandrea
durante
le riprese
romane.

Simone Spada
alongside
actors Marco
Giallini and
Valerio
Mastandrea
during the
shooting in
Rome.

del nostro, siamo andati di pancia, loro sono molto istintivi, ma sono anche dei grandissimi professionisti che seguono non solo le indicazioni del regista, ma la costruzione dei personaggi all'interno della storia, una volta che la fanno loro».

In questo bel viaggio, un partner speciale, Alitalia. «Ringrazio tutti perché ci hanno messo a disposizione un Airbus A330. Dovevamo girare dalle 8 del mattino fino alle 18, perché poi, di lì a due ore, quello stesso aereo sarebbe partito per Johannesburg. Qualcuno della troupe voleva nascondersi nella stiva per fuggire in Sud Africa. Alitalia e tutto lo staff è stato molto cordiale e gentile. Per noi è stato un contributo fondamentale perché l'aereo non è un appartamento, è difficile da ricostruire, non esiste in Italia nessuno studio, neanche a Cinecittà, in cui è ricostruito un aereo».

ROCKETING STARS

Valerio Mastandrea and Marco Giallini starring in *Domani è un altro giorno* (tomorrow is another day), a delicate recount about friendship with a special partner: Alitalia

Two friends, Giuliano and Tommaso, spend four days together chasing memories and emotions and most of all trying to find a new master for Tommaso's dog. Tommaso, diagnosed with lung cancer, has, in fact, decided to stop the treatments. Marco Giallini and Valerio Mastandrea are the protagonists of *Domani è un altro giorno*, by Simone Spada, an Italian remake of Spanish movie *Truman*.

Giuliano comes back from Canada where he has been living for a long time, to convince his friend to carry on his fight against cancer. Those four days spent together become an opportunity to relive old emotions, a journey through the memories and their lifetime relationship. Spada's movie is a hymn to friendship. The director explains: «We analyze the value of friendship and the panic we're stricken by when approaching death, without being terrified by the word "death". We all live it in our own way and *Domani è un altro giorno* recounts the path towards this unescapable moment. We had to create the right measures, it couldn't be a corny or an emotionally blackmailing film, and not even a grotesque or silly movie, balance is the most delicate element in cinema.» Balance, gracefulness and a message of hope synthesized in the reference to the title of Ornella Vanoni's (Italian singer ed.) song, here reinterpreted by

DALLA SPAGNA ALL'ITALIA

Domani è un altro giorno è il remake del film spagnolo *Truman - Un vero amico è per sempre*.

Domani è un altro giorno is the remake of a Spanish movie: *Truman*.



Noemi. To shoot the movie no better choice than two of the most loved, and most of all, best actors in the Italian scene, Giallini and Mastandrea. Spada continues: «They are two stars with a one-off characteristic: they are never "mechanical", they always wow you. I had a visual-emotional path in mind, made of atmospheres and encounters and, once the frame was set, I let them pour their colors in it. They followed the script, that was really good and well-written, but we added our personal vision, we followed our emotions. They are extremely spontaneous and they are two great professionals, too. They follow the director's indications, but they are the ones who create the characters in the story, once the frame is completed.»

This beautiful journey features a special partner, Alitalia. «I would like to thank Alitalia because they offered an Airbus A330. We had to shoot from 8am to 6pm, because, within two hours, that same airplane would take off to Johannesburg. Some of our troupe thought to hide in the hold and run away to South Africa! Alitalia and its staff were extremely kind. It was a fundamental support for us because the airplane is different from an apartment, it's difficult to recreate its interiors, there is no studio in Italy, not even in Cinecittà, housing the interiors of an airplane.»

March 2019

I cinque eventi da non perdere per niente al mondo

1



Calle Ocho Music Festival

Il 10 marzo a Miami per il più importante festival ispanico

Nato negli anni '70, dall'idea di un gruppo di bambini che "volevano cambiare il mondo", il Calle Ocho Music Festival è diventato il più grande festival ispanico del paese: una piattaforma per tutte le forme d'arte, dalla musica alla moda, dalla cucina allo sport. Dalla 8th alla 27th Avenue, Little Havana si arricchisce di eventi musicali, danze folkloristiche e cibo internazionale. Nel corso degli anni Calle Ocho ha visto esibirsi i più grandi artisti ispanici.

carnavalmiami.com

MARCH 10 - DESTINATION: MIAMI. THE MOST IMPORTANT HISPANIC FESTIVAL Created in the 70s, it was the brainchild of a group of kids who "wanted to change the world". The Calle Ocho Music Festival has become the biggest Hispanic festival in the country: a platform for every form of art, from music to fashion, from cooking to sports. Stretching from 8th Avenue to 27th Avenue, Little Havana is livened up by music events, folk dances and international food. Over the years, Calle Ocho has hosted performances from the greatest artists of the Hispanic world.



2

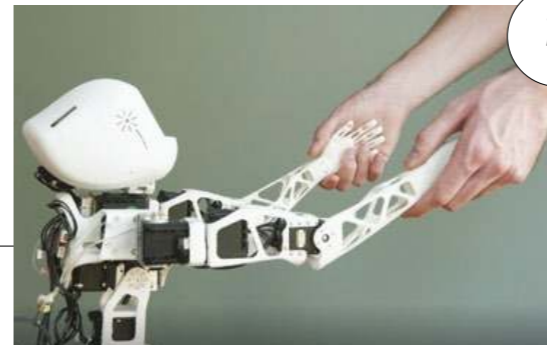
Festa dei Ciliegi a Tokyo

Dall'ultima settimana di marzo il Giappone si colora di rosa

La fioritura dei ciliegi in Giappone è un evento atteso sia dai giapponesi che dai tanti turisti che visitano il Paese del Sol Levante durante la primavera. Dal 21 marzo al 10 aprile i sakura (fiori di ciliegio) colorano di rosa la città di Tokyo (e non solo); lo spettacolo continua anche di notte con i ciliegi illuminati, così come l'imponente Tokyo Skytree. Il luogo migliore per ammirare la fioritura è sicuramente Shinjuku Gyoen e il picco è previsto per il 1° aprile.

THE CHERRY BLOSSOM FESTIVAL IN TOKYO The cherry blossom in Japan is a coveted event both for Japanese and for the many tourists who visit the Land of the Rising Sun in springtime. From March 21 to April 10, the sakuras (cherry blossoms) turn Tokyo (and not only Tokyo) pink; the amazing sight continues at night, too. The trees and the imposing Tokyo Skytree are illuminated. The best site to enjoy the blossom is undoubtedly Shinjuku Gyoen, the peak is expected to take place on April 1.

3



Milano Digital Week

Dal 13 al 17 marzo Milano è la capitale dell'innovazione digitale

Quattro giorni dedicati alla produzione e diffusione di conoscenza e innovazione attraverso il digitale, in cui gli appassionati avranno la possibilità di scoprire i tanti volti della Milano digitale. Tema dominante dell'edizione 2019 è l'Intelligenza Urbana.

milanodigitalweek.com

FROM MARCH 13 TO 17, MILAN BECOMES THE CAPITAL OF DIGITAL INNOVATION Four days dedicated to the awareness of production and knowledge and innovation through the digital. At the fair, aficionados of all ages will have the opportunity to discover the countless facets of the digital Milan, gathered in a single bill of exhibitions, panel discussions, workshops, performances, shows, training courses. The main theme of the 2019 edition is Urban Intelligence.

4

Flower Power, la forza dei fiori!

Ad Amsterdam per sette milioni di bulbi

Il parco di Keukenhof, con i suoi 32 ettari, è sicuramente tra i luoghi più suggestivi in Olanda dove ammirare la fioritura dei tulipani: qui è facile lasciarsi conquistare da profumi e colori di circa 7 milioni di bulbi, messi in mostra con esclusivi design.

Quest'anno il parco aprirà le porte da giovedì 21 marzo a domenica 19 maggio e, per festeggiare il suo 70° compleanno, è stato scelto come tema "Flower Power": il potere dei fiori, che catapulterà i visitatori in un'atmosfera hippie anni '70.



FLOWER POWER, THE POWER OF FLOWERS!

The 32-hectare Keukenhof park, is undoubtedly one of the most charming sites in Holland. Here you can admire the tulips blossom, and let yourself be swept by the perfumes and colors of around 7 million bulbs, showcased with exclusive designs. This year the park will open its doors from Thursday March 21 to Sunday May 19. The "Flower Power": the power of flowers is the theme picked to celebrate 70th anniversary of the park, which will take visitors into the hippie atmosphere from the 70s.

5

Il Carnevale Boemo

Dal 2 al 6 marzo nella Repubblica Ceca si festeggia il Masopust

I praghensi lo chiamano Masopust: è il Carnevale Boemo, le cui origini risalgono al XIII secolo. Tutto il paese si veste a festa durante questo periodo: balli, canti, spettacolari scenografie, costumi e maschere popolano le strade delle varie città ceche e, tra tutte, Praga rimane una delle cornici più magiche e suggestive col suo tradizionale ballo in maschera nel Palazzo barocco di Clam-Gallas.

THE BOHEMIAN CARNIVAL People from Prague call it Masopust: it is the Bohemian Carnival, whose origins date back to the 13th century. The inhabitants of the village dress up during this period: from March 2 to 6 the streets of the various Czech cities are livened up by dances, songs, spectacular sets, costumes and masks. Prague is one of the most magical and evocative frames with its traditional masked ball held at the Baroque Palace of Clam-Gallas.



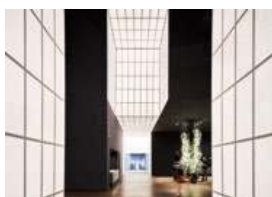
Tintoretto, Artist of Renaissance Venice

National Gallery Washington dal 24/03 al 7/07

Grande attesa per questa esposizione che da Venezia passa ora in Nord America portando con sé prestiti che, negli Usa, si vedranno per la prima volta. Oltre a queste opere (una cinquantina), arricchiscono la prospettiva sull'artista (di cui ricorrono i 500 anni dalla nascita) due contigue mostre di suoi disegni.

nga.gov

This coveted exhibition, coming from Venice and going to North America, brings with it loans that, in the US, will be showcased for the very first time. In addition to these works (around 50), two adjoining exhibits displaying his drawings are to enhance the study on the artist (2019 marks the 500th anniversary of Tintoretto's birth).



Tefaf Maastricht

MECC dal 16/3 al 24/03

Non solo mercato, per questa fiera che "detta legge" nell'antico, per l'eccellenza dei pezzi esposti. Per la mostra di questa edizione ha ottenuto 23 opere (tra cui il Ratto di Ganimede di Rembrandt) dalle prestigiose collezioni di Stato dei Musei di Dresda, prima che rientrino inaugurando la ristrutturata Semperbau Galerie.

tefaf.com

Not only a market, this fair sets the standards in the antiquities sector, given the excellence of the items on display. The exhibitions on the bill of this new edition, will display 23 works (including the Abduction of Ganymede by Rembrandt) from the prestigious Dresden State Art Collections, before they make their comeback for the opening of the restored Semperbau Galerie.



THOMAS HOUSEAGO, UNTITLED FACE / © THOMAS HOUSEAGO © ADAGP, PARIS, 2019 PHOTO: FREDRIK NILSEN STUDIO



THOMAS SCHÜTTE WATER STRAAT © ÅSA LUNDÉN

Due scultori a Parigi

L'inglese Thomas Houseago e il tedesco Thomas Schütte in due distinte personali che affrontano il loro rapporto con l'Uomo e la figura

La scultura contemporanea è viva e lotta insieme a noi, come gesto eroico dell'arte che ha attraversato tutti i tempi, e anche oggi può vantare due grandi protagonisti. L'inglese Thomas Houseago e il tedesco Thomas Schütte, entrambi a Parigi ma con due distinte personali (la prima al Musée d'Art Moderne dal 15/03 al 14/07 e la seconda alla Monnaie, dal 15/03 al 16/06). E se c'è un comune denominatore che li unisce è la ricerca che entrambi conducono intorno alla centralità dell'uomo e della figura, anche solo accennata o deformata nella sua connotazione. Siamo lontani dalla riposante classicità della statuaria antica o canoviana, in queste opere ci sono tutte le contraddizioni e contorsioni del nostro vivere. Spesso monumentali, le opere di Houseago lasciano vedere il processo furioso della sua lavorazione, quasi fosse un segno derivante dalla lezione dell'Art brut. E che trascina con sé sia la sofferenza dell'altro che la propria, nel fare materialmente l'opera. Dal canto suo, anche Schütte plasma figure tormentate, modellandole sulle tensioni che la società esercita sull'individuo. L'artista tedesco passa agilmente da sculture in miniatura ad altre di grandi dimensioni, così alternando una visione sul mondo. Interrogandosi spesso sulla morte. Le sue maschere funerarie sono la testimonianza di questo tormento che l'accompagna (e ci accompagna).

Dal 15/03

Musée d'Art Moderne: Thomas Houseago, Almost Human - mam.paris.fr

La Monnaie: Thomas Schütte - monnaiedeparis.fr

TWO SCULPTORS IN PARIS The contemporary sculpture is alive and fights with us, as an art's heroic gesture that crossed all the eras and that today can boast two great protagonists. British Thomas Houseago and German Thomas Schütte, both in Paris with two different solo exhibitions (the first at the Musée d'Art Moderne from March 15 to June 14) and the latter at the Monnaie, from March 15 to June 16). The common denominator linking the two artists is the research that both carry out on the central position of man and the figure, even if only outlined or deformed in its traits. Far from the relaxing classicism of the ancient or Canova-style statues, these works feature all the contradictions and contortions of our life style. Often monumental, Houseago's works unveil the intense process of their creation, as if it were a sign deriving from the Art brut philosophy that brings with it both the artist and the neighbor's suffering in the creation of the art work. On the other hand, also Schütte creates tormented figures, shaping them on the individual's anxieties caused by society. The German artist passes easily from sculptures in miniature to others of large dimensions, alternating in this way a vision of the world, frequently exploring the theme of death. The funerary masks are the evidence of this torment that accompanies the artist (and accompanies us).

*giornalista del Corriere della Sera



Ministero della Salute

FACCIAMO SQUADRA
per la nostra salute

#ivaccinifunzionano



SAMANTHA CRISTOFORETTI

Astronauta dell'Agenzia Spaziale Europea

Informati su www.salute.gov.it

FashionPoint

a cura di Renata Molho

Stampati, ricamati o dipinti: i fiori ci accompagnano verso la primavera e ci rallegrano in ogni occasione. Dall'abito all'oggetto di arredo, passando per gli accessori fino al gioiello più prezioso, tutto è all'insegna della gioia e della gentilezza

Printed, embroidered or painted: flowers accompany us towards spring and brighten up every occasion. Dresses, home furnishings, accessories and precious jewels: they all bear the hallmark of joy and kindness

1

Buccellati

Aster

Spilla in oro bianco, giallo e rosa, tormalina verde e diamanti.

buccellati.com

Brooch in white, yellow and rose gold, green tourmaline and diamonds.



2

Christian Louboutin

Levantinana

Sandalo in crêpe di seta stampata, zeppa decorata con motivi intrecciati e borchie metalliche.

christianlouboutin.com

Printed silk crêpe sandal, wedge decorated with interwoven patterns and metal studs.



3

Fornasetti

Coromandel

Cabinet laccato, con motivi floreali e piccoli animali dipinti a mano su foglia d'argento.

fornasetti.com

Lacquered cabinet with floral details and small hand-painted animals on silver leaf.

4

Chanel

Rouge Incandescent

Bracciale trasformabile in oro bianco e rosa, rubini e diamanti. Il motivo camélia è staccabile - rivelando un analogo motivo traforato - e può essere indossato come spilla.

chanel.com

Transformable bracelet in white and rose gold, rubies and diamonds. The camellia detail is detachable - unveiling a similar perforated pattern - and can be worn as a brooch.



8

Dior

Saddle bag

Borsa in pelle di vitello ricamata con motivo floreale.

dior.com

Bag in embroidered calfskin with floral pattern.



5

Schiaparelli

Haute couture

Abito "Hydra" in faille di seta jacquard a fiori rosa cipria e oro.

schiaparelli.com

"Hydra" dress in jacquard silk faille with light pink and gold flowers.



6

Moooi Carpets

Eden Queen

Tappeto in lana disegnato da Marcel Wanders.

mooiocarpets.com

Wool rug designed by Marcel Wanders.



7

Wedgwood

Paeonia Blush

Set singolo da tè in porcellana Fine Bone China.

wedgwood.co.uk

Tea for one set in Fine Bone China porcelain.



DI PADRE IN FIGLIO

Quello della rasatura è un momento intimo tra padre e figlio, un rituale di passaggio all'età adulta.

Shaving is a bonding moment between father and son, a ritual that determines the passage from adolescence into adulthood.



IL RITO DELLA RASATURA ITALIANA

La vita è fatta di passaggi e rituali. E quella del Barbiere è una vera arte che tramandata di padre in figlio appartiene da sempre all'uomo italiano

L'inizio della giornata è scandito da un rito personale e irrinunciabile: quello della rasatura, fatta di gesti lenti e precisi. Una vera arte che affonda le sue radici in Italia e nell'antica Roma quando i Romani insegnavano quest'arte ai popoli barbari, trasformandola così in un vero e proprio rito di civilizzazione.

Acqua di Parma, che nella tradizione italiana affonda le sue radici, dedica a questo rituale Barbiere, una linea dalle formulazioni innovative e specifiche studiate per i diversi momenti della cura di sé: la rasatura, il post rasatura, la cura della barba e il trattamento viso. Firma olfattiva di Barbiere sono le note fresche e luminose di Colonia, fragranza icona dello stile italiano di Acqua di Parma. A completamento della collezione un'elegante scelta di accessori che selezionati artigiani italiani realizzano a mano unendo qualità, design e professionalità. Pennello da barba e rasoio sono gli strumenti fondamentali da maneggiare secondo regole precise, tramandate di padre in figlio.

E c'è un luogo dove vivere il benessere di questo momento così privato e personale, come nell'intimità della propria casa: dal Barbiere Acqua di Parma, nelle Boutique di Milano, Roma, Miami, Dubai e da Selfridges a Londra. Uno spazio riservato, dove affidarsi ai gesti sicuri e sapienti di un abile barbiere. Qui ogni elemento crea un'atmosfera distesa e protetta e il tempo rallenta. Pennelli, creme, panni caldi sono disposti in perfetto ordine. Tutto è pronto per dedicarsi al rituale della classica rasatura italiana, accomodandosi su un'autentica sedia da barbiere.

Acqua di Parma ha creato anche una ricca selezione di "Barbiere Gifts", perché la rasatura è un rituale ricco di significati, capace di accompagnare e rendere ancora più unici gli appuntamenti importanti con la vita. Come "Prima volta dal Barbiere", il regalo perfetto che un padre può fare a un figlio per provare la sua prima rasatura da un vero barbiere italiano. O "Presto Papà", un avvolgente rituale per chi sta per diventare papà. O ancora per le occasioni speciali "Gentiluomo senza tempo" o "Sempre innamorata di te" da dedicare al proprio compagno di vita. Tutti i servizi e momenti da regalare sono anche acquistabili e prenotabili online su acquadiparma.com.



THE RITUAL OF ITALIAN SHAVING

Life is made of changes and rituals. The Barbiere's is a bona fide art that, handed down from one generation to another, has always belonged to the Italian man

The morning starts with a personal and fundamental ritual: shaving, made of slow and precise gestures.

A true art whose tradition is deeply rooted in Italy and in ancient Rome when Romans taught the art of shaving to the Barbarians and made it become a ritual of civilization.

Acqua di Parma, that is deeply rooted in the Italian tradition, dedicates the Barbiere line to this ritual, the quintessence of the shaving ritual.

The line includes a wide range of innovative and specific products for the different moments men dedicate to themselves: shaving, after shaving, beard care and facial treatment. The olfactory label of Barbiere is entrusted to the fresh and bright notes of Colonia, an iconic fragrance of the Acqua di Parma Italian style. The collection is completed with a stylish selection of accessories handmade by chosen Italian artisans combining quality, design and skillfulness. The shaving brush and razors are the fundamental tools to be used following precise rules, handed down from father to son.

There is a place where you can experience such a private and personal ritual, feeling at home: at Barbiere Acqua di Parma Boutiques located in Milan, Rome, Miami, Dubai and at Selfridges' in London. A private space, where you can be pampered by the confident and precise gestures of a skillful barber. Each element creates a relaxing, intimate atmosphere and time seems to slow down. Brushes, creams, warm towels are placed precisely in order. Everything is ready to enjoy the ritual of the classic Italian shaving, sitting in a true barber's chair.

Acqua di Parma created a wide selection of "Barbiere Gifts" because shaving is a ritual filled with meanings, able to accompany and to make the important events of your life even more unique. "Prima volta dal Barbiere" is the perfect gift from a father to his son for his first shaving experience with a true Italian barber. Or "Presto Papà" an enveloping ritual for a father-to-be. For the special occasions: "Gentiluomo senza tempo" or "Sempre innamorata di te" to be dedicated to your partner. Every services and moments to give as gifts can also be purchased and booked online on acquadiparma.com



TRADIZIONE ITALIANA

Barbiere è l'interpretazione contemporanea di una lunga tradizione. Le sue formulazioni sono studiate per i diversi momenti della cura di sé. Artigiani italiani realizzano ogni singolo accessorio.

Barbiere line is a modern interpretation of a long tradition. Its formula are studied for different moment of self-care. Italian artisans make every single accessory.



ESPERTO DI MALDIVE

Andrea Vannucci General Manager di Sporting Vacanze, è membro del consiglio direttivo di ASTOI.

Andrea Vannucci, below, General Manager of Sporting Vacanze, is a member of the ASTOI board.

VACANZA SINONIMO DI QUALITÀ

A colloquio con Andrea Vannucci di Sporting Vacanze, perché il viaggio sia un'esperienza unica e indelebile



Nel mondo dominato da internet c'è chi ancora crede nel rapporto umano e nella realizzazione di offerte "tailor made" anche quando si parla di viaggi. E' il caso del tour operator Sporting Vacanze, insignito quest'anno anche della menzione di eccellenza italiana, che più di vent'anni in qualità di leader soprattutto sulla destinazione Maldive, punta su una grande qualità e sul rapporto diretto verso i clienti attraverso le tradizionali agenzie di viaggi. Andrea Vannucci, General Manager di Sporting Vacanze, ormai accreditato come uno dei maggiori esperti della destinazione Maldive in Italia, spiega i motivi di questa scelta risultata vincente.



Perché affidarsi ad un Tour Operator come Sporting Vacanze nell'era della disintermediazione e di internet?

«Alla base del progetto Sporting Vacanze c'è la volontà di organizzare non un semplice itinerario ma un viaggio che sia simbolo di apertura, condivisione e incontro. Per essere competitivi, nell'era più complessa che il nostro mestiere di "organizzatori di viaggio" sta attraversando, abbiamo impostato la filosofia del nostro Tour Operator basandoci su cinque punti fondamentali che sono esperienza, conoscenza, professionalità e innovazione, valore e sostenibilità».

Cosa rappresenta per voi un viaggio?

«Un'esperienza unica e speciale, capace di diventare un ricordo indelebile. Di qui l'importanza di offrire un servizio impeccabile e dedicato. Chi prova una nostra destinazione

continua ad affidarsi a noi, perché scopre i vantaggi di ricevere un'accoglienza e un'assistenza personalizzata».

Quali vantaggi avete rispetto alle mille offerte del web?

«Sono diverse le ragioni per cui non siamo in competizione con le offerte che si trovano su internet, partendo proprio dalla differenza di approccio. I nostri itinerari sono unici, studiati da persone competenti che non si limitano a curare ogni dettaglio del soggiorno, dalle strutture di cui ci avvaliamo fino alle diverse escursioni previste, ma lavorano per arricchire il prodotto di quel valore aggiunto che fa la differenza. I nostri corrispondenti, sotto nostra precisa indicazione, creano delle vere e proprie emozioni e non dei semplici percorsi turistici. Questo perché Sporting Vacanze investe costantemente nella qualità del prodotto proposto alle nostre agenzie partner, che a loro volta vengono invitate a provare ogni nuova destinazione e ogni nuovo prodotto, in modo da poter essere quanto più preparate per soddisfare le esigenze di un viaggiatore sempre più esigente. Continuiamo fortemente a credere nella distribuzione classica, ovvero quella rappresentata da chi ogni giorno ci mette la faccia non nascondendosi dietro un monitor. Sporting Vacanze inoltre è membro di ASTOI Confindustria Viaggi garantendo così una totale affidabilità per le persone che investono i propri soldi in una vacanza».

Puntate su un prodotto diverso da quello che offre il web?

«È davvero difficile trovare qualcosa di simile su Internet anche perché il valore di un servizio personalizzato non può essere sostituito da un dispositivo mobile o dalla rete. Il nostro è un prodotto ricercato e costruito attorno alle esigenze di ogni singolo cliente, ma soprattutto offre delle garanzie maggiori rispetto a quanto disponibile sul web».



DESTINAZIONI

Maldive, la destinazione di punta di Sporting Vacanze, a sinistra il resort Finolhu esclusiva de Tour Operator. Nelle altre foto, la magia dell'Oman, in basso, e le bellezze naturali e culturali dello Sri Lanka.

The Maldives, the flagship destination of Sporting Vacanze, on left. Other photos, the magic of Oman, below, the natural and cultural beauties of Sri Lanka.



Cosa offre il nuovo catalogo di Sporting Vacanze?

«Sporting Vacanze è sinonimo di un'innovazione fedele alla tradizione. Per noi il viaggio continua ad essere frutto di quell'ispirazione e quell'emozione che solo un racconto può offrire. Uno "Storytelling" vero e proprio che ha guidato la nostra "Passione in Viaggio" - Il nostro "Pay off" - nei precedenti cataloghi e che saprà guidarci anche nello sviluppo dei prossimi. Alcuni dei tour presenti in questo nuovo Catalogo, sono infatti il frutto di una ricerca costante nel creare prodotti innovativi per il cliente finale; Itinerari creati attraverso la collaborazione, per esempio, di Agenti di viaggio partner che ci hanno fornito indicazioni fondamentali per la costruzione dei nostri Tour esclusivi. Una delle novità più interessanti, è quella rappresentata dai nostri Corsi di Fotografia itineranti condotti da due professionisti di altissimo livello come Pierluigi Orler e Claudio Colombo su Sri Lanka, Oman ed Emirati Arabi e molte delle foto del catalogo sono state scattate proprio dai nostri clienti. Noi di Sporting Vacanze, crediamo fortemente che il turismo raccontato da chi condivide la nostra filosofia, siano questi clienti, agenti di viaggio, fotografi, scrittori, giornalisti o nostri consulenti, sia ancora il "Social" più potente che ci sia».

Sporting Vacanze, Via Barberini 30 Roma, Tel. +39 06 45410410; sportingvacanze.it

HOLIDAY SYNONYMOUS WITH QUALITY

An interview with Andrea Vannucci from Sporting Vacanze, for an unforgettable and one-off travel experience

In a world dominated by Internet, there are those who still believe in human relationships and in the creation of tailored offers also when it comes to traveling. This is the case of Sporting Vacanze, a tour operator that this year was recognized as an Italian excellence and that, for over twenty years has been a leading operator especially for the Maldives destination. The tour operator is focused on high quality and on the direct relationship with the customers through the traditional travel agencies. Andrea Vannucci, General Manager of Sporting Vacanze, today leading expert for the Maldives destination in Italy, explains the reasons for this successful choice.

Why should we rely on a Tour Operator the likes of Sporting Vacanze where in the era of Internet brokering is less and less used?

«The Sporting Vacanze project is based on the intention to organize not only a simple itinerary, but a travel as a symbol of opening, sharing, meeting. In order to be competitive, in the most difficult era of “travel organizers” sector, we based the philosophy of our Tour Operator on five essential principles: experience, know-how, professionalism and innovation, value and sustainability».

What does a travel mean to you?

«It's a unique and special experience, able to become an unforgettable memory. Hence the importance to offer a flawless and dedicated service. Those who try a destination of ours, continue to rely on us, because they discover the benefits of receiving a customized hospitality and assistance.»

What are your strong points compared to the thousands of offers available on the web?

«There are many reasons for which we are not in competition with the offers available on the web, starting from the different approach. Our itineraries



SRI LANKA

L'isola immersa nell'Oceano Indiano è la meta ideale per gli amanti della natura e dell'avventura.

The island immersed in the Indian Ocean is the perfect destination for those who love nature and adventure.

are unique. They are designed by professionals that don't limit themselves to paying attention to the details of the stay – from the structures we offer to the different tours included – they also work hard to enhance the product with that added value that makes the difference. Our correspondents, following our precise instructions, create some true emotions and not just simple touristic itineraries. This happens because Sporting Vacanze is continuously investing on the quality of the product offered in our partner agencies that are, in turn, invited to try every new destination or product, as to be ready to meet the needs of the ever more demanding travelers. We strongly believe in the classic distribution, that is the distribution represented by those who everyday expose themselves and don't hide behind a monitor. Sporting Vacanze is also a member of ASTOI Confindustria Viaggi synonymous with absolute reliability for those investing their money in a holiday.»

Therefore, you aim at a different product compared to that offered on the web.

«It's really difficult to find a similar product on the web, also because the value of a customized product can't be replaced by a mobile device or by Internet. Ours is a refined product designed to meet the needs of any single customer, but, most of all, it offers more quality assurance compared to the offers on the web.»

What does your new Sporting Vacanze catalogue offer?

«Sporting Vacanze is synonymous with innovation that remains true to tradition. We conceive the journey as the fruit of that inspiration and emotion that only a recount is able to offer. A bona fide “Storytelling” that has guided our “Traveling Passion” – our “Pay off” – in the previous catalogues and that will be able to guide us for the development of our future catalogues, too. Some of the tours offered in the new Catalogue, are in fact fruit of a constant study in order to create innovative products for the end customer. The itineraries were created thanks to the partnership, for example, with travel agencies that provided us with fundamental indications to design our exclusive Tours. One of the most interesting new entries is represented by our itinerant Photography Courses held by two world-class professionals, Pierluigi Orler and Claudio Colombo, in Sri Lanka, Oman and UAE. Many of the photos of our catalogue were shot by our customers. We firmly believe that tourism recounted by those sharing our philosophy – whether they are our customers, travel agents, photographers, writers, journalists, or consultants – is still the most powerful “social network” ever.» ●



UNESCO Lo Sri Lanka custodisce i siti Unesco più belli e affascinanti di tutta l'Asia.

Sri Lanka is home to the most beautiful and charming UNESCO Heritage Sites in Asia.



55° ANNIVERSARIO ESCLUSIVAMENTE TARIFFE MENSILI

a partire da

269€ + IVA

Visita il nostro sito e scopri
le nostre offerte esclusive



Tommaso Dragotto
Presidente Sicily by Car



Scopri le convenzioni dedicate alle aziende. Collegati al nostro sito per ulteriori informazioni.



LOCANDA SANDI

For a charming stay in Valdobbiadene: magical idyll between sophisticated simplicity and timeless atmospheres

In a natural amphitheater, viticulture is a three-century-old art that has characterized the landscape with a green “sea” of vineyards that stretches across the hills where passion and tenacity have made the cultivation possible even in the most inaccessible areas. Locanda Sandi is sitting on this enchanting landscape. Conceived as completion of the program for enhancing and promoting the territory, a program Villa Sandi has been committed to for over 20 years. The winery – based in Crocetta del Montello (in the province of Treviso) in a 17th century Palladian-style villa – has long decided to open the doors of its cellars to visitors for guided tours where guests are accompanied through a journey to discover the world of wine. For the fans of art, history, territory and wines, Villa Sandi and its centuries-old underground cellars are a must-see destination able to provide emotions and to satisfy interests and curiosity. The Locanda Sandi offers its visitors the opportunity to continue their journey to the discovery of the territory also thanks to the local traditional dishes, as well as being in an oasis of serenity immersed in the green of the Villa Sandi – “Biodiversity Friend” certified – vineyards. Here you can experience the atmosphere of an

old-style inn. Located in a farm house, renovated maintaining the original structure and style, the Locanda Sandi welcomes its guests in 6 rooms featuring different furnishings and colors in early 20th century Venetian country style. The Locanda offers a typical Treviso cuisine. The meals are served in an evocative wooden loft dominated by an imposing majolica-tiled fireplace or, in summertime, in a veranda overlooking the internal garden and the herb garden. Dishes are accompanied by the Villa Sandi wines that include a selection of barrique-aged reds (oak barrels), from the red Corpore with a strong personality, to the local Raboso, and the white Marinali Bianco from Incrocio Manzoni Bianco. The sophisticated bubbles of the “Opere Trevigiane” sparkling wine (classic method), flank the fresh and fruity ones of the Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG and of the Asolo DOCG. The Locanda offers a stylish and welcoming atmosphere immersed in the vineyards on the smooth hills of the Prosecco area. Guests can use mountain bikes to ride through the paths in the vineyards located in the Prosecco hills and reach the most exquisite heart of the area, the Cartizze, a few kilometers away from the Locanda.



CUCINA DEL TERRITORIO
Nel periodo estivo i piatti sono serviti nella veranda che si apre sul giardino interno e sull'orto delle erbe.

In summer, the meals are served in the veranda overlooking the internal garden and the herb garden.



LOCANDA SANDI

Per un soggiorno di charme a Valdobbiadene: magico idillio fra raffinata semplicità e atmosfere senza tempo

Qui, in un anfiteatro naturale, la viticoltura è un'arte antica di almeno tre secoli che ha disegnato il paesaggio, ricamando un mare verde di vigneti che si rincorrono su colline dove la passione e la tenacia hanno reso possibile la coltivazione anche nelle zone più impervie. Questo è l'incantevole scenario in cui si trova Locanda Sandi. Nata a completamento del programma di valorizzazione e promozione del territorio in cui Villa Sandi è impegnata ormai da oltre 20 anni. L'azienda vitivinicola, con sede a Crocetta del Montello (in provincia di Treviso), in una seicentesca villa di scuola palladiana, ha scelto da tempo di aprire le porte della cantina ai visitatori per tour guidati in cui vengono accompagnati alla scoperta del mondo del vino. Per gli appassionati di arte, storia, territorio e vini, Villa Sandi e le sue secolari cantine sotterranee

sono una tappa imperdibile, in grado di regalare emozioni ed appagare interessi e curiosità. La Locanda Sandi offre ai visitatori la possibilità di continuare la scoperta del territorio anche attraverso i piatti della tradizione del luogo, oltre ad essere un'oasi di serenità nel verde dei vigneti di Villa Sandi, certificati “Biodiversity Friend”. L'atmosfera è quella delle locande di un tempo. Dal recupero di una preesistente casa colonica, nel rispetto della struttura e del carattere originari, la Locanda Sandi accoglie gli ospiti in 6 camere, con arredi e colori diversi, nello stile della campagna veneta di inizio Novecento. La cucina è quella tipica trevigiana. I piatti vengono serviti anche su un suggestivo sopralco in legno dominato dall'imponente camino in maiolica e nel periodo estivo nella veranda che si apre sul giardino interno e sull'orto delle erbe. I piatti sono accompagnati dai vini di Villa Sandi che comprendono una selezione di rossi con affinamento in barrique, dal rosso Corpore dalla personalità decisa all'autoctono Raboso, al Marinali Manzoni, da Incrocio Manzoni bianco. Le raffinate bollicine dello spumante metodo classico “Opere Trevigiane”, affiancano quelle fresche e fruttate del Valdobbiadene Prosecco Superiore DOCG e dell'Asolo DOCG. Un ambiente raffinato ed accogliente e d'intorno vigneti a perdita d'occhio sulle dolci colline del Prosecco. A disposizione degli ospiti mountain bike sulle quali percorrere le stradine fra i vigneti sulle colline del Prosecco e fino al cuore più prezioso dell'area, il Cartizze, a un paio di chilometri dalla Locanda.



1

LA CULTURA DEL BENESSERE

Italian Hospitality Collection è una scelta di eccellenza che riunisce hotel e resort accomunati dal concetto "star bene come stile di vita"

Dallo scorso 22 dicembre, un altro gioiello si è aggiunto alla corona delle esperienze di ospitalità italiana di Italian Hospitality Collection l'hotel cinque stelle Le Massif a Courmayeur a un soffio dalla funivia e dalle boutique del centro, e lo chalet La Loge du Massif nello scenario di Plan Checrouit, direttamente sulle piste da sci. In hotel ad attendere gli ospiti c'è la Spa Le Massif. La speciale linea di trattamenti "I segreti del bosco" unisce l'azione depurativa e antistress delle essenze alpine, l'effetto antiossidante e rigenerante dell'erica, il potere emolliente e rilassante della calendula e della lavanda alpina, i profumi di erbe aromatiche, bacche e conifere.

Quella di Italian Hospitality Collection è una scelta di eccellenza che riunisce hotel e resort accomunati dal concetto del benessere come stile di vita, un'ottica totalizzante che va dalla cura della salute fisica, al relax, alla bellezza

estetica, coniugando la tradizione terapeutica dei centri termali con quella più moderna del benessere psico-fisico. In Sardegna, a una cinquantina di chilometri da Cagliari, Chia Laguna è la soluzione ideale di soggiorno per tutti gli stili di vita nei quattro hotel che lo compongono (Laguna, Baia, Spazio Oasi, Village). La Chia Natural Spa prevede la combinazione di pre sun e after sun, è la ricetta perfetta per un'abbronzatura sicura, luminosa e persistente. Bagni di Pisa è un gioiello architettonico racchiuso in uno scrigno naturale e artistico che profuma di storia e di tradizioni antiche. I due Bagni, di Ponente e di Levante, hanno mantenuto fino ai nostri giorni la funzione originaria migliorando l'organizzazione degli spazi legati ai trattamenti terapeutici e di benessere nel rispetto delle caratteristiche architettoniche del progetto settecentesco giunto fino ad oggi. Fonteverde sorge sui colli della Val D'Orcia, dentro i confini del comune di San Casciano dei Bagni, in provincia di Siena, uno degli antichi borghi, noti per le millenarie sorgenti da cui sgorgano acque termali ricche di minerali, inseriti dall'UNESCO nella lista dei Patrimoni Mondiali dell'Umanità. Il Centro Termale di Fonteverde è distribuito su 5mila metri quadrati, suddivisi su tre livelli. Le acque delle sette piscine disponibili sono ricche di proprietà terapeutiche (zolfo, calcio, fluoro, magnesio) e sono parte integrante del territorio, sgorgando da 40 sorgenti naturali e arrivando in superficie ad una temperatura di 42°C. Grotta Giusti è il resort termale a Monsumano Terme (Pistoia), a pochi chilometri da Firenze, Pisa e Lucca. Perla del resort è la Grotta millenaria, suddivisa in tre sale: il Paradiso, il Purgatorio (con il suo lago Limbo, a media temperatura) e l'Inferno, dove l'umidità tocca il 98%, ognuna con una temperatura diversa, nelle quali fermarsi e godere fino in fondo degli effetti benefici dei vapori termali, per un percorso di benessere di 50 minuti.



5

DOVE

- 1 Grotta Giusti a Monsumano Terme (Pistoia)
- 2 Bagni di Pisa a San Giuliano Terme
- 3 Spa Le Massif a Courmayeur
- 4 Chia Laguna a Chia, vicino Cagliari
- 5 Fonteverde, San Casciano dei Bagni, Siena

italianhospitalitycollection.com

WELLNESS TRADITION

Italian Hospitality Collection is a choice of excellence that combines hotels and resorts sharing the idea of "wellness as a lifestyle"

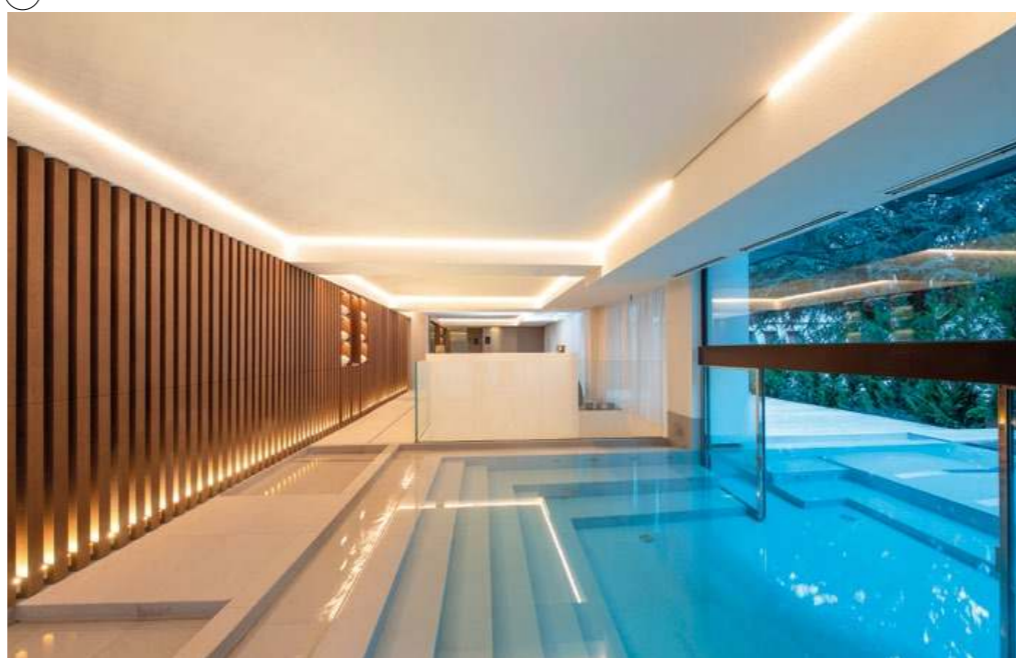
Since December 22 2018, a new gem was added to the Italian Hospitality Collection chain: the five-star hotel Le Massif in Courmayeur, a stone's throw from the cable lift and the boutiques in the heart of the town, and the La Loge du Massif chalet located on the slopes in the Plan Checrouit. At the hotel, available for guests there is the Spa Le Massif. The "I Segreti del Bosco" special line combines the purifying and anti-stress action of alpine essences, the anti-oxidant and regenerating effect of Erica, the emollient and relaxing power of calendula and alpine lavender, the scents of aromatic herbs, berries and conifers. The Italian Hospitality Collection is a choice of excellence that combines hotels and resorts sharing the same philosophy: "Spa therapy as a lifestyle", for an all-absorbing wellness experience that includes the attention for physical health, relaxation, aesthetic beauty, combining the therapeutic tradition of the health spas with the more modern tradition of psychophysical well-being. In Sardinia, around 50 kilometers from Cagliari, Chia Laguna – with its four hotels (Laguna, Baia, Spazio Oasi, Village) is the perfect solution for a stay, meeting the needs of every lifestyle. The Chia Natural includes the Programma Chia Laguna Sun offering a combination of pre sun and after sun treatments: the perfect recipe for a safe, bright and long-lasting tan. Bagni di Pisa is an architectural gem nestled in an amazing landscape

brimming with history and ancient traditions. The two thermal baths (Bagni di Ponente and Bagni di Levante), have kept their original function, improving the organization of the spaces dedicated to the therapeutic and wellness treatments respecting the architectural features of the 18th century structure that we see today. Sitting on the Val D'Orcia hills, in the municipality of San Casciano dei Bagni (province of Siena), Fonteverde is one of the ancient medieval villages known for its centuries-old thermal springs with waters filled with minerals. The village is included in the UNESCO World Heritage list. The Fonteverde Spa stretches along 5 thousand square meters, divided in three levels. The waters of its seven pools, with beneficial therapeutic properties (given by sulfur, calcium, fluorine, magnesium), constitute integral part of the territory, flowing from 40 natural springs and reaching the surface at a temperature of 42°C. Grotta Giusti is the spa resort located in Monsumano Terme (Pistoia) a few kilometers from Florence, Pisa and Lucca. The gem of the resort is the Grottamillenaria, divided in three rooms: Paradiso, Purgatorio (with its lake Limbo at medium temperatures) and Inferno, where humidity reaches 98%. Guests have the possibility to stay and fully enjoy the beneficial effects of the thermal vapors in the three rooms (each one with a different temperature). The wellness path lasts 50 minutes.

2



3



4



FORTE_FORTE

A destra, un look della collezione p/e 2019 Mediterranea. Sotto, ritratto di Giada Forte. In basso, la boutique milanese all'1 di via Ponte Vetero.

On right, an outfit from the S/S 2019 Mediterranea collection. Bottom, the Milanese boutique. On right, Giada Forte.



THE NARRATIVE ABILITY OF FASHION. «Our mission is to dissolve the gap between clothes and those who wear them, focusing on feelings and emotions.» stated siblings Giada and Paolo Forte – the family name repeated twice becomes the name of the forte_forTE brand, in lowercase letters – who, although being extremely different in their characters, life experiences and know-how, work together in great

harmony, combining very different experiences. The emotional genuineness is the trait that defines this project, designed and made in Italy. It was created in 2002 with a collection of timeless, delicate and feminine garments, handmade with fine Italian fabrics enhanced by special finishing and precious details, that express feelings, passion and emotions. The Forte siblings work in Veneto, one of the most important areas of the Made in Italy manufacturing. They decided to take their artisanal skills - learnt during childhood in the family-run knitwear company - with its values and peculiarities, to an industrial level. Their personality is true, essential, sincere and brimming with emotion. These same traits are found in their mono-brand boutiques in Milan and Paris, opened respectively in spring and fall 2008. Narrative and emotional spaces, where objects and materials recount about never invasive places that welcome and dissolve the gaps with the individual.



La forza narrativa degli abiti

Timeless, femminili e dai preziosi tratti artigianali. Ecco le collezioni forte_forTE

«La nostra missione è dissolvere la distanza tra gli abiti e chi li indossa, mettendo al centro emozioni e sensazioni». Queste le parole dei fratelli Giada e Paolo Forte - il nome di famiglia raddoppiato diventa il brand forte_forTE, tutto minuscolo – che, pur essendo molto diversi tra loro per carattere, percorso di vita e know how, vivono in grande sintonia, armonizzando esperienze distanti. L'autenticità emotiva è il codice che definisce questo progetto, pensato e realizzato in Italia. Tutto nasce nel 2002 con una collezione di capi atemporali delicati e femminili realizzati a mano, con pregiati tessuti italiani, arricchiti da rifiniture speciali e preziosi dettagli espressione di sentimento, passione ed emozione.

I fratelli Forte operano in Veneto, uno dei distretti di manifattura più importanti del Made in Italy, decidendo di portare la cura del processo artigianale, appreso fin dall'infanzia nell'azienda di maglieria di famiglia, con i suoi valori e peculiarità, su scala industriale. Pura, essenziale, sincera e piena di emozione la loro personalità. E questi stessi tratti si ritrovano nelle loro boutique monomarca di Milano e Parigi, aperte nella primavera e nell'autunno del 2008. Spazi narrativi ed emozionali, dove anche gli oggetti e le materie raccontano echi e suggestioni di luoghi mai invasivi ma che accolgono e dissolvono appunto le distanze con la persona. (Valeria Oneto)

PASSIONE DI FAMIGLIA

A destra, Andrea e Simone Finamore. In basso, due camicie da smoking "Opera".

On right, Andrea and Simone Finamore. Below, two "Opera" tuxedo shirts.



Eleganza in maniche di camicia

Capo classico ma mai scontato del guardaroba maschile, può essere d'autore, come quelle cucite da Finamore 1925

Oscar Wilde diceva che "l'eleganza si concentra nella camicia". E la camicia accompagna l'uomo durante la sua giornata da secoli, sinonimo di cura dello stile e del dettaglio. Ne fa un'arte dal 1925 Finamore, a Napoli, culla dell'eleganza maschile grazie alla sartoria partenopea, che da piccolo laboratorio artigianale oggi è nome noto in tutto il mondo. «Nella nostra storia ci sono stati momenti che hanno cambiato il marchio, ma non il prodotto prodotto, né i nostri valori – racconta Simone Finamore, terza generazione della famiglia –. Inserire la data nel nome del brand serve a ricordarci che il nostro percorso è iniziato quando nonna Carolina aprì il suo laboratorio nel cuore di Napoli». Made in Italy e tradizione sartoriale i codici del marchio («Vogliamo che si respiri Napoli nelle nostre camicie, se le realizzassimo altrove, non avrebbero la stessa allure», spiega) che si esplicano in un prodotto fatto a mano con uno studio accurato di tessuti, cuciture, palette colore «ma anche con l'innovazione – continua Finamore – perché una camicia rimanga classica adattandosi all'evolversi dei tempi e del costume più che delle mode passeggere». In più Finamore sponsorizza il Teatro San Carlo di Napoli a cui dedica le camicie "Opera": «L'idea di partenza è quella di un incontro di eleganze, la nostra e quella della musica. In comune hanno radici antichissime, l'internazionalità, la voglia di adattarsi ai tempi con coerenza, lo studio, la cura, il desiderio di aprirsi alle nuove generazioni. Così, abbiamo preso uno dei capi-simbolo, la camicia da smoking, e l'abbiamo riletto in chiave 2.0, più giovane e accessibile». Tra i progetti anche la recente linea 170a2: «Ideata partendo da titoli finissimi in cotone egiziano Giza 45 a doppio ritorto, che dà al tessuto corpo e feel morbidi al tatto. Volevamo un risultato raffinato ma anche piacevole da indossare, e speriamo di esserci riusciti».

finamore.it



ELEGANCE IN SHIRTSLEEVES «Elegance is concentrated in the shirt» claimed Oscar Wilde. And for centuries the shirt has been accompanying men in their day. The shirt is synonymous with careful attention to style and details. Since 1925 Finamore, in Naples (the cradle of men's elegance thanks to the Neapolitan tailoring tradition), has made an art out of it. The old small artisanal workshop has now become a world-class brand. «There were moments in our history, that marked a significant change. We changed the brand but not the product or our values – says Simone Finamore, belonging to the family's third generation – Including the date in the brand's name reminds us that our path started when our grandmother Carolina opened her workshop in the heart of Naples.» Made in Italy and sartorial tradition are the hallmarks of the brand («We want our shirts to express the essence of Naples, if we created them elsewhere, they wouldn't have the same allure», explains Finamore) that give life to a handmade product fruit of accurate work on fabrics, stitching, colors «with an eye on innovation, too – continues Finamore – to create a classic shirt that can adapt to the times and to tradition rather than to temporary trends». Moreover, Finamore sponsors the San Carlo Theater in Naples, to which it dedicated its "Opera" shirts: «The idea was to combine two different elegances, ours and music. Ancient roots, international flair, the desire to change with the times, the research, the attention to details, the intention to give way to the new generations are the features these two elegances have in common. Hence, we took one of our icons, the tuxedo shirt, and we reinterpreted it in a 2.0 version creating a more accessible and younger shirt.» Included in the latest projects also the new 170a2 line: «It has been designed starting from fine thread counts in double twisted Giza 45 Egyptian cotton that gives the fabric texture and softness to the touch. We wanted a refined and pleasant-to-wear product, and we hope we have succeeded.»



Un nuovo look per la boutique Armani a NY

Al 760 di Madison Avenue, un progetto in sintonia con il paesaggio urbano

Il nuovo edificio di 9.000 mq, interamente ripensato per armonizzarsi con il paesaggio urbano di Madison Avenue, comprenderà oltre al flagship store, anche 19 unità residenziali di lusso Armani/Casa di cui Giorgio Armani firmerà l'interior design. Al termine dei lavori, lo stilista avrà a questo indirizzo anche una sua residenza privata. Il progetto sarà curato dal rinomato studio di architettura newyorkese COOKFOX che riprogetterà l'immobile rispecchiando l'evoluzione del brand Armani, che è diventato parte integrante dell'Upper East Side.

armani.com

A NEW LOOK FOR THE ARMANI BOUTIQUE IN NY

The new 9,000-square-meter building, entirely redesigned to be in harmony with the urban landscape of Madison Avenue, will include in addition to the flagship store, also 19 luxury residential units Armani / Casa whose interior design will be developed by Giorgio Armani. Once the construction works are complete, the designer will reportedly take residence in the building. The project will be curated by renowned New York architectural firm COOKFOX that will redesign the building reflecting the evolution of the Armani brand, which has become an integral part of the Upper East Side.

L'Eroica va in tour

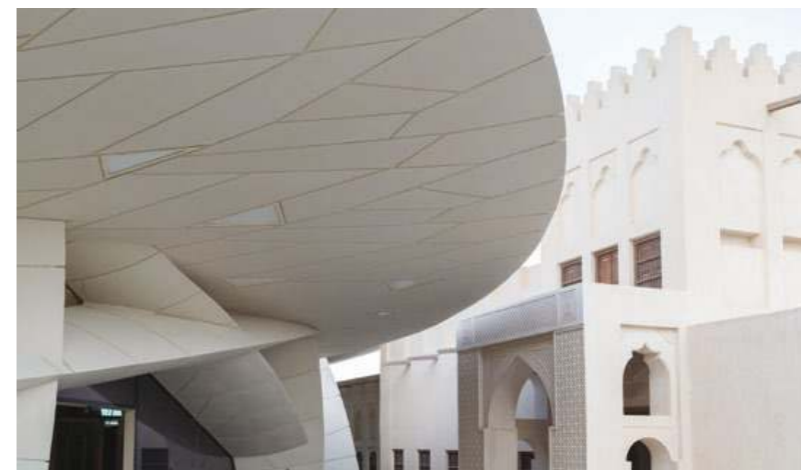
La celebre ciclostorica va in tour in Sud Africa e in California

Eroica Montalcino è la ciclostorica su strade bianche che si svolge nell'incantevole zona del percorso dei 209 km de L'Eroica, a sud di Siena tra la Val d'Arbia, la Val d'Orcia e le Crete Senesi, cinque percorsi che partiranno da Montalcino il prossimo 26 maggio. In attesa, la manifestazione va in tour mondiale. Il 16 marzo in Sud Africa, a Montagu, vicino a Città del Capo, nel distretto di Cape Winelands. La zona è conosciuta per le calde acque termali e le stupende montagne. Invece, il 7 aprile negli States si svolge Eroica California, un percorso di 204 km disegnato su un bellissimo tratto di costa tra Cambria e Cayocus.



eroica.it

L'EROICA ON TOUR Eroica Montalcino is the cycling event on dirt roads that takes place across the 209-km route, in the enchanting area south of Siena including Val d'Arbia, Val d'Orcia and the Crete Senesi: five routes that will start from Montalcino next May 26. In the meantime, the event is set for a world tour. On March 16 in South Africa, in Montague, close to Cape Town, in the Cape Winelands district. The area is famous for its hot water springs and its wonderful mountains. On April 7, L'Eroica moves to Cambria (Eroica California): a 204-km route across the beautiful coast stretching between Cambria and Cayocus.



La rosa del deserto

Inaugura il 27 marzo il Museo Nazionale del Qatar

A Doha, il grande evento di questa primavera è l'inaugurazione del museo nazionale del Qatar, un edificio realizzato da Jean Nouvel ispirandosi a una rosa del deserto, «un'architettura di sabbia in miniatura», come dice il grande architetto. 52mila metri quadrati che si affacciano sul lungomare e che custodiscono un edificio storico che fu dalla famiglia reale, e da Abdullah bin Jassim Al Thani (1880-1957), figlio del fondatore del moderno Qatar. Proprio quello che si vuole celebrare con questa nuova istituzione che raccoglie al suo interno le collezioni del già esistente museo nazionale (tra cui il tappeto del Marajah Baroda tessuto con un milione e mezzo di perle) oggi arricchite da opere di artisti contemporanei. Così si racconta la storia di questo emirato crocevia di popolazioni che hanno vissuto tra il deserto e il mare. La museografia è improntata alla dimensione esperienziale della visita con le più avanzate tecnologie (11 gallerie che si estendono per 1,5 chilometri). Così coniugando la tradizione alla spinta dell'innovazione in campo culturale, dal 27 marzo 2019. (F.P.)

A DESERT ROSE The great spring event in Doha this year is the opening of the Qatar national museum, a building designed by Jean Nouvel who took inspiration from a desert rose, «a miniature architecture made from sand», as described by the great architect. 52 thousand square meters overlook the promenade and guard a historic building that in the past belonged to the royal family and to Abdullah bin Jassim Al Thani (1880-1957), son to the founder of modern Qatar, exactly what this new institution wants to celebrate guarding the collections of the existing national museum (including the Marajah Baroda's rug woven with one million and a half pearls) today enhanced with works by contemporary artists. The museum recounts the history of this Emirate, a melting pot of populations which lived between the desert and the sea. The museography is based on the experiential dimension of the visit with cutting-edge technologies (11 tunnels stretching across 1.5 kilometers). Thus combining tradition and the new innovative approach in the cultural scene. From March 27.



Nuovi orizzonti

Per i suoi 25 anni Havana&Co. punta sull'e-commerce

I festeggiamenti sono stati annunciati all'ultimo Pitti Uomo, a gennaio, da Salvatore e Sergio Toma, proprietari del marchio di abbigliamento che veste un uomo contemporaneo attento al proprio stile. La novità, oltre a una capsule collection di trenta capi, ispirata alle atmosfere olimpiche di Saint Moritz del 1948 che dimostra l'interesse del marchio nei confronti di contenuti più sportivi e tecnici, ma pur sempre interpretati in modo formale, è l'inaugurazione dell'e-commerce, operativo dalla primavera.

havanaeco.it

NEW HORIZONS The celebrations were announced at the latest Pitti Uomo in January by Salvatore and Sergio Roma, the owners of the clothing brand for the contemporary man who pays attention to his style. The new entry (in addition to the 30-pieces capsule collection - taking inspiration from the Olympic atmosphere in Saint Moritz in 1948 - that shows that the brand's interest for sportier and technical products with, however, a formal style) is the opening of the e-commerce, starting next spring.



La festa del Mandorlo in Fiore

Dall'1 al 10 marzo la città di Pirandello si riempie di colori, musica e sapori locali

Il "Mandorlo in Fiore", nata come festa popolare a primavera della città di Agrigento, nell'edizione di quest'anno si arricchisce della partnership con l'associazione "Le Soste di Ulisse". L'obiettivo è quello di festeggiare l'antico della bella stagione con il rifiorire del mandorlo, pianta caratteristica, assieme all'olivo, del paesaggio della Valle dei Templi. In contemporanea si svolge il Festival Internazionale del Folklore che anima le vie della città e coinvolge, con l'accensione del tripode dell'amicizia e l'esibizione a chiusura dell'evento, anche la Valle dei Templi.

mandorloinfiore.online

74TH FEAST OF THE MANDORLO IN FIORE (ALMOND BLOSSOM) The "Mandorlo in Fiore" was first conceived as a popular feast of the city of Agrigento and it takes place every year in spring. The 74th edition will be enhanced by the partnerships with the "Le Soste di Ulisse" association. The aim is to celebrate the arrival of the good weather anticipated by the almond blossom, a tree that characterizes, alongside the olive tree, the Valley of the Temples' landscape. Simultaneously with the Mandorlo in Fiore, the International Festival of Folklore will take place. The international festival enlivens the streets of the city and involves, with the lighting of the friendship's tripod and the show closing the event, also the Valley of the Temples.

Perfetti in doppiopetto

Easy-living è la parola d'ordine del nuovo marchio di abbigliamento Traiano Milano

Nasce da un'intuizione il marchio Traiano Milano, che prende il nome dal suo indirizzo di residenza, fondato da due ragazzi under 30, Filippo Colnaghi e Francesco Fumagalli. Milanesi d'adozione, studi alla Georgetown, i due amano il ben vestire ma vorrebbero qualcosa di meno istituzionale di un abito Principe di Galles. Vorrebbero per sé e per altri giovani come loro, abiti formali e al tempo stesso contemporanei. Forti dell'esperienza nei tessuti della famiglia di Filippo (i nonni paterni fondarono in Brianza il marchio di biancheria Imec), di un grande spirito di imprenditorialità e certamente di un pizzico di ironia, puntano sull'uso di tessuti tecnici, stretch, traspiranti e leggerissimi che grazie a particolari processi di lavorazione e alla stampa digitale ripropongono effetti che richiamano la tradizione di lane, tweed e cotone. Il risultato è una collezione di abbigliamento completa e innovativa, ma soprattutto composta di capi che si lavano in lavatrice e non hanno bisogno di essere stirati. Perfetti insomma anche per chi viaggia. Non solo: anche per scalare il Monte Bianco, visto che per dimostrarne resistenza e versatilità, Filippo e Francesco hanno intrapreso una spedizione vestiti in doppiopetto.

traiano.com



PERFECT DOUBLE-BREASTED STYLE Fruit of a brainchild by two under-30 young men, Filippo Colnaghi and Francesco Fumagalli, the Traiano Milano brand is named after its "residence" address. Born in Lombardy and living in Milan the two young businessmen studied at the Georgetown University. They love to dress well but would like something less formal than a Prince of Wales suit. They would like, for themselves and for their peers, to wear formal yet modern suits. Thanks to the experience in fabrics developed in the family of Filippo (his paternal grandparents founded in Brianza Imec, the linen brand), to a great spirit of entrepreneurship and undoubtedly to a pinch of irony, the two young businessmen focus on the use of technical, stretch, breathable and ultra-light materials. Using special processing and digital print, they proposed the effects that recall the tradition of wools, tweeds and cottons. The result is a complete and innovative collection made of garments that can be washed in the washing machine and that need no ironing. In short, they are perfect for travelers, and to climb the Mont Blanc, too! In fact, to prove their resistance and versatility, Filippo and Francesco carried out an expedition wearing a double-breasted jacket.



L'arte del profumo

Jo Malone London apre la prima boutique a Bologna

Il Fragrance Combining, ovvero l'arte di mixare diverse fragranze per ottenere un profumo personalizzato, è la caratteristica della profumeria inglese, che ha appena trovato una nuova casa italiana, la settimana, a Bologna, in via dell'Archiginnasio. All'interno non solo le celebri fragranze e i prodotti di lusso per la casa, ma anche il Tasting Bar per scegliere e sperimentare lozioni e creme attraverso un rituale rilassante per mani e braccia e la possibilità di prenotare un pomeriggio con gli amici per festeggiare il proprio compleanno.

jomalone.eu

THE ART OF PERFUMERY The Fragrance Combining, that is the art of mixing different fragrances to obtain a tailored perfume, is the characteristic of the English perfume brand, that has recently opened a new store, the seventh in Italy, in Bologna in via dell'Archiginnasio. It is the brand's first boutique in the Emilia capital. The store offers not only renowned fragrances and luxury home products, but also a Tasting Bar to pick and test lotions and creams for your hands and arms through a relaxing ritual. At the Jo Malone London boutique, it is also possible to book an afternoon to celebrate your birthday with your friends.

La magia è green

Canapa, una pianta con 500 molecole attive diventa un'idea imprenditoriale

Canapa, affascinante e misteriosa pianta. Ne parliamo con Giulia Corbi, la chiamano Lady Canapa, solo una donna poteva cogliere appieno tutte le potenzialità della pianta con 500 molecole attive e trasformarla in un'idea imprenditoriale, Sweet Weed Way, insieme all'amico e socio Angelo Muccheto. Sorride ed è chiaro che vuole sfidare un pensiero comune. Spiega Giulia Corbi: «Oggi ero felice ed un po' preoccupata per il nostro incontro e sa cosa ho fatto? Ho usato il mio olio di CBD per rilassarmi, distendere i muscoli e preparare la mente alla concentrazione. Nessuno immagina in Italia che la canapa possa fare tutto questo».

Cos'è il CBD?

«La pianta ha due principali principi attivi, il CBD e il THC, quest'ultimo è un psicoattivo, il cui uso è consentito rimanendo sotto al livello dello 0,2%».

Come è nata l'iniziativa imprenditoriale di Sweet Weed Way?

«Il mercato e l'agricoltura stanno riappropriandosi di una eccellenza italiana del passato, la canapa. Seminaio, coltiviamo, lavoriamo con amore artigiano la nostra canapa e ne seguiamo con cura tutti i processi. I nostri semi e i prodotti sono certificati, e tutta la filiera è rigorosamente made in Italy. Ogni prodotto è curato con rispetto e confezionato rigorosamente a mano. Un risultato artigianale e unico».

La Canapa ha moltissimi benefici: concilia il sonno, favorisce la digestione e l'assimilazione dei nutrienti. Regola diverse funzioni del sistema nervoso, dell'apparato cardiaco, del sistema riproduttivo e del sistema immunitario stimolandolo. Inoltre ha effetti rilassanti, anticonvulsivi, antidistonici, antiossidanti, antinfiammatori, antiemetici, favorisce il sonno ed è distensivo contro ansia e panico, ed è un promettente antipsicotico. (Ida Pacifici)



COS'È
Tisana ai fiori preziosi di Canapa Sativa. Olio di CBD 10%.
Precious Cannabis Sativa Tea. 10% CBD oil.

MAGIC IS GREEN Giulia Corbi, aka Lady Canapa (Lady Cannabis), talks us through cannabis, a charming and mysterious plant. Only a woman could, in fact, have fully realized the potentials of the plant featuring 500 active molecules and turn it, alongside her partner and friend Angelo Muccheto, into a business idea: Sweet Weed Way. She smiles and it is clear that she wants to challenge a common thought. Giulia Corbi explains: «Today I was happy and slightly worried for our meet-ing, and do you know what I did? I used my CBD oil to relax, loosen my muscles and prepare my mind to concentrate. Nobody in Italy would imagine that cannabis is able to do all this.»

What is the CBD?

«The plant has two main active compounds, the THC and the CBD. The CBD is a non-psychoactive cannabinoid, while the THC is psychoactive. Italian law allows the use of the plant with a THC level lower than 0.2%».

How did you develop the Sweet Weed Way business initiative?

«The market and the world of agriculture are reclaiming an Italian excellence from the past, the cannabis. We sow, grow and process with artisanal passion our cannabis, following carefully all the different phases. Our seeds and products are certified, and the entire production chain is strictly made in Italy. Each product is processed with care and packed strictly by hand. The artisanal product is unparalleled.»
Cannabis is extremely beneficial: induces sleep, helps digestion and absorption of nutrients. It regulates the different functions of the nervous system, the cardiovascular functions, the reproductive system and stimulates the immune system. It has also relaxing, anticonvulsant, anti-dystonic, antioxidant, anti-inflammatory, antiemetic effects. It is effective against anxiety and panic attacks, and is a promising antipsychotic.



IL SENSO SCANDINAVO DEL DESIGN

Nel totale rispetto dello stile made in Svezia Thomas Ingenlath, Max Missoni e Robin Page hanno realizzato tutte le ultime Volvo

TESTO

Leonardo Iannacci

Il gioco di squadra funziona, in Volvo. Thomas Ingenlath, Robin Page e Max Missoni sono i tre designer che, da cinque anni, creano le Volvo ottenendo un successo sempre più crescente: nel 2018 il marchio svedese, controllato dalla cinese Geely, ha aumentato le vendite del 12,4% raggiungendo la cifra record di 642.253 unità vendute. Il super-suv XC90, uscito nel 2014 e realizzato dal magnifico trio, è stato il modello della svolta. Seguito da S60 Cross Country, S90 e V90, XC40 e XC60, V60 CC. In attesa della nuova S60 che aprirà, a breve, l'era dell'elettrificazione pura dell'intera gamma Volvo, fissata per il 2025. Thomas Ingenlath, dopo valide esperienze in Volkswagen e Audi, ha portato in Volvo il rigore e la perfezione tedesca: «Lavorare con Max e Robin è piacevole. La nostra collaborazione è fonte di ispirazione per ognuno» ha ammesso il responsabile di Polestar, il marchio che identifica le Volvo sportive. «Quel che mi rende più orgoglioso è l'essere riusciti a prendere questo brand incredibile e a posizionarlo come marchio di lusso scandinavo, con un design e prodotti accattivanti». L'austriaco Max Missoni è il più giovane dei tre: «Siamo riusciti a elevare il design Volvo a un livello adeguato al lusso, le nostre auto sembrano sculture. Un esempio? I fari a forma di martello di Thor non sono solo un particolare di design. Il principale punto di forza di Thomas è il fatto di essere un 'visionario' e di avere uno spiccato senso per anticipare quelle che saranno le tendenze future. Robin, poi, ha trasformato la qualità e il design degli interni in un punto di riferimento assoluto». Robin Page, infine, inglese con uno sfiorante passato in Rolls Royce, Bugatti e Bentley, ha dato il meglio di sé disegnando gli interni: «L'idea di sviluppare un elegante display verticale stile tablet è stato studiato per rispettare le nuove tecnologie multimediali, sempre con un occhio particolare verso il design scandinavo che Volvo esprime. Ho curato gli abitacoli ma il lavoro di squadra con Thomas e Max è stato al centro della nostra filosofia. Prima che Max e io arrivassimo in Volvo, Thomas aveva sviluppato una strategia e, in team, abbiamo sviluppato le idee».

The Scandinavian sense of design

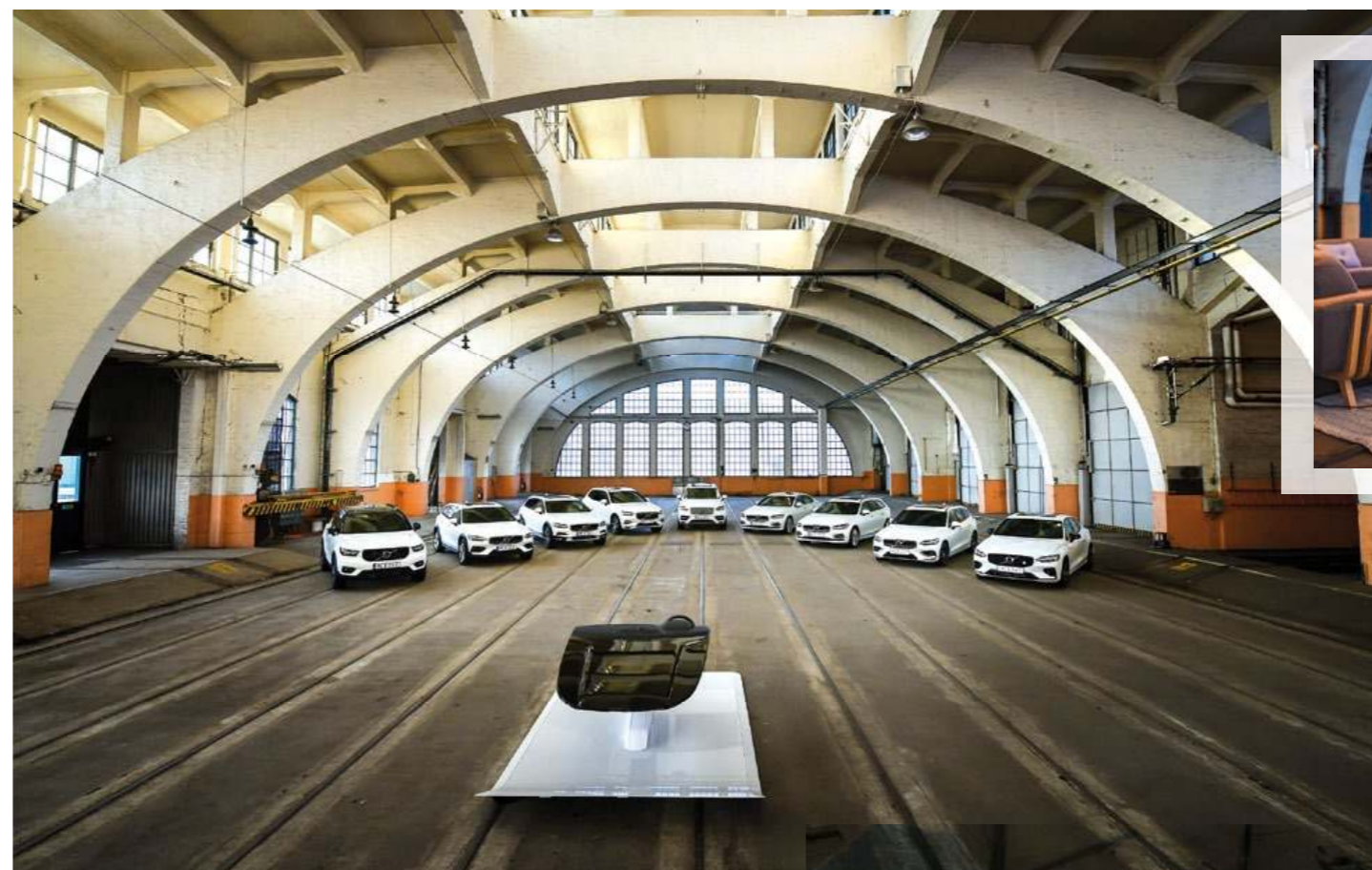
Remaining true to the Made in Sweden style, Thomas Ingenlath, Max Missoni and Robin Page created the latest models by Volvo

The team work is effective at Volvo. Thomas Ingenlath, Robin Page and Max Missoni are the three designers that over the last five years have been designing the Volvo cars, gaining an ever growing success: in 2018 the

Swedish brand, controlled by Chinese Geely, increased its sales by 12.4%, reaching the record-breaking figure of 642,253 cars sold. XC90, the super-SUV launched in 2014 was designed by the extraordinary trio, a model that represented the Volvo turning point. Following the XC90, Volvo launched the S60 Cross Country, the S90 and V90, XC40 and XC60, V60 CC. The upcoming new S60 will inaugurate the all-electric era of the entire Volvo range, set for 2025. Thomas Ingenlath, following important experiences in VW and Audi, brought in Volvo the German accuracy and perfection: «I like working alongside Max and Robin.

Our collaboration is inspiring for the three of us» stated the Chief Design Officer, who over the last two years has been in charge as Chief Executive in Polestar, the brand that identifies the sporty Volvo cars. «What makes me proud the most is having been able to make this incredible company a brand representing the Scandinavian luxury, with captivating design and products.» Austrian Max Missoni is the youngest of the trio: «We succeeded in bringing the Volvo design to a luxury level. An example? The Thor Hammer headlights are not a simple design detail. Thomas' main strong point is his being a "visionary" and his ability to seize the trends of the future.

Robin, then, has turned the interiors quality and design into an absolute reference point. Robin Page, British, with amazing experiences at Rolls Royce, Bugatti and Bentley, gave his best designing the interiors: «The idea to develop a sophisticated tablet-style vertical display was conceived in compliance with the new multimedia technologies, paying special attention to the Scandinavian design expressed by Volvo. I designed the interiors but the team work alongside Thomas and Max was the core of our philosophy. Before Max and I landed at Volvo, Thomas had developed a strategy and, working in a team, we developed the ideas.»



NON SOLO AUTOMOBILI
Il Volvo design è ben presente anche in oggetti d'arredamento. Sotto, da sinistra: Thomas Ingenlath, Robin Page e Max Missoni.

The Volvo design is visible in furnishings, too. Below, from left: Thomas Ingenlath, Robin Page and Max Missoni.

TUTTO È INIZIATO NEL 2014
La gamma Volvo in parata per sottolineare i grandi risultati ottenuti negli ultimi cinque anni. Il primo modello di successo fu il super-suv XC90 realizzato nel 2014.

The Volvo range showcased to highlight the great results achieved over the last five years. The first successful model was the XC90 super-SUV launched in 2014.



GreatBeauty

FONDAZIONE BISAZZA

- 1 Opera site-specific del designer Fabio Novembre
- 2 Una sala della Collezione Maramotti, con opere di Tom Sachs, Barry X Ball, Erick Swenson
- 3 Gucci Art Wall, con l'illustrazione di MP5 per Chime for Change
- 4 Un allestimento alla Fondazione Prada per la mostra Sanguine di Luc Tuymans. In primo piano, l'opera Fucking Hell di Jake e Dinos Chapman e, sullo sfondo, Il trionfo di Davide (di Andrea Vaccaro, 1650)

- 1 Site-specific work from designer Fabio Novembre
- 2 A hall from the Maramotti Collection featuring works by Tom Sachs, Barry X Ball, Erick Swenson
- 3 Gucci Art Wall, with an MP5 illustration for Chime for Change
- 4 An installation at Fondazione Prada for Luc Tuymans' Sanguine exhibition. In the foreground, Fucking Hell a work by Jake and Dinos Chapman and, in the background, Il Trionfo di Davide (by Andrea Vaccaro, 1650)

INDUSTRIAL ART

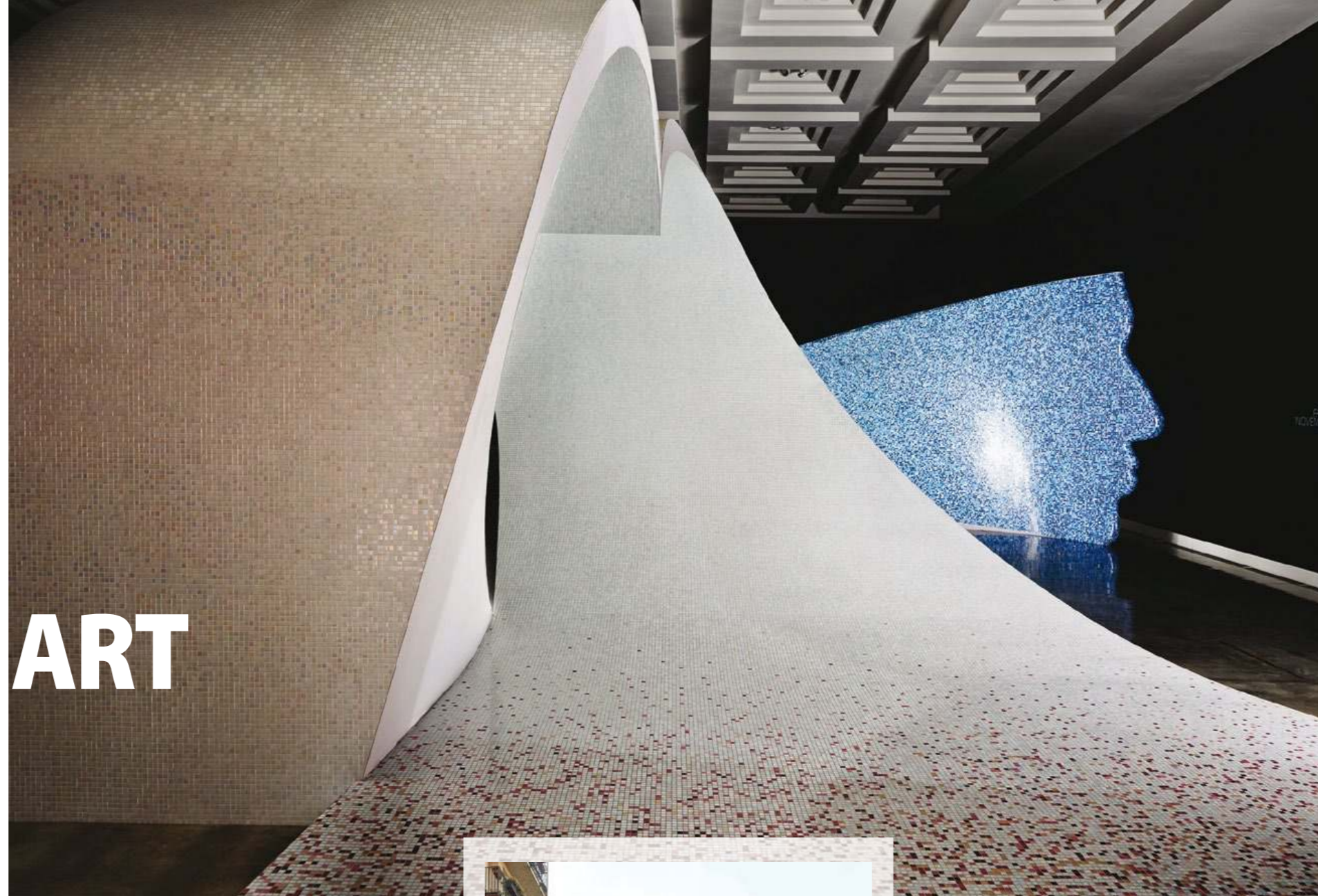
Gli spazi museali più belli del mondo, in ufficio

Una tendenza verso un mecenatismo contemporaneo tutto improntato all'Umanesimo: da Olivetti arrivando a Maramotti, Prada, il gruppo Coesia e Henraux, uniti dall'amore per l'arte

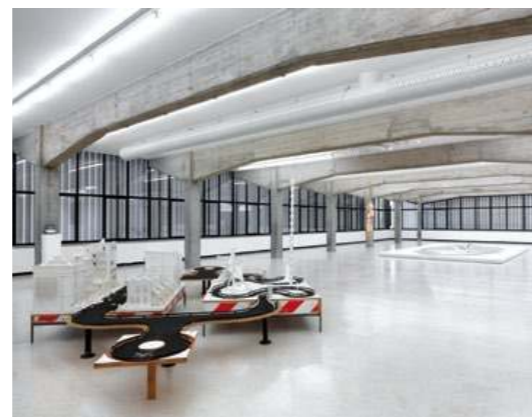
TESTO

Francesca Pini*

L'industria 2.0 si veste sempre più d'arte. Ci sono imprenditori ai quali la semplice sponsorizzazione di mostre va stretta, e vogliono invece incidere diversamente nel contesto culturale, attraverso azioni mirate che li distinguano. Affiancati da curatori internazionali, danno vita a progetti che li vedono protagonisti di una "stagione" nuova, segnata anche dall'apertura di spazi museali all'interno del proprio quartier generale. Una tendenza molto contemporanea, un mecenatismo improntato all'umanesimo e che ha avuto precedenti illustri come, nel '900, con Camillo e Adriano Olivetti. Pionieristica è stata anche la visione di Achille Maramotti (fondatore della Max Mara di Reggio Emilia, scomparso nel 2005) che, trent'anni fa, iniziò la sua collezione di livello internazionale, comprando



1



2



3



4



MAST
A Bologna, un interno della cittadella
delle arti del gruppo Coesia
An interior of the Mast, in Bologna, citadel
of the arts from the Coesia group.

opere dal 1945 in poi, e disponendo molti lavori all'interno della fabbrica. Una volta traslocata la sede, nel 2003 quell'edificio fu riconvertito a galleria. Altra tappa di questo percorso è il premio biennale Max Mara Art Prize for Women (in collaborazione con la Whitechapel Gallery di Londra) per il 2018/19 assegnato ad Helen Cammoch, di cui sarà allestita una personale prossimamente. Anche Gucci, guidato dallo stilista Alessandro Michele, ha scoperto che non c'è miglior influencer dell'arte. Specie quella urbana quando diventa storytelling come, per Chime for Change, l'intervento illustrativo degli ArtWall di Milano, Londra, New York, Shanghai, Hong Kong e Taipei, quest'anno affidato all'artista MP5. Oggi, le più importanti griffes hanno sviluppato un proprio stile anche nell'arte: maisons come Armani, Prada e Louis Vuitton o Marciano (Guess) sono punti di riferimento, indirizzando una ricerca estetica d'avanguardia. L'arte è dunque un volano per la cultura industriale. Il Gruppo Würth (presente in ottanta Paesi e leader di mercato nella distribuzione di sistemi per il montaggio e fissaggio) ha creato a Capena, nel contesto della sede, il suo Art Forum. Da sempre, il credo di Reinhold Würth è che l'arte serva ad arricchire ed armonizzare l'ambiente di lavoro, e dalla sua cospicua collezione (oltre 18mila opere) arriva la serie di lavori esposti per la mostra Art Faces, ritratti fotografici di grandi artisti, scatti di François Meyer. La Collezione M è un unicum nel suo genere: riunisce oltre 50 colonne di provenienza

DAVID HORVITZ
L'opera *A Mountain/A sea*, uno
dei tre vincitori del Premio Henraux 2018.

A Mountain/A sea, one of the three winners of the
2018 Henraux Prize.



HENRAUX SHOWROOM
Lo showroom della Henraux a Querceta, in Versilia,
realizzato dall'architetto Marco Casamonti.

The Henraux showroom in Querceta, in Versilia,
designed by architect Marco Casamonti.

nologia, formazione, innovazione. Bisazza, brand famoso nel mondo per le sue celebri tessere da rivestimento, nella sua fondazione a Montecchio espone opere museali e installazioni site-specific di grandi designers (come Mendini, Cibic, Sottsass, Pawson, Meier...), oltre ad avere una sezione dedicata alla fotografia di architettura.



L'eccellenza italiana passa anche dalla Henraux, che fa estrazione e lavorazione del marmo, da quel monte Altissimo scoperto da Michelangelo nel 1517. Oggi la società è molto forte anche nella produzione per l'architettura e il design industriale (tra le collaborazioni quella con César Pelli e Foster+Partners), ma al suo interno ha un cuore artistico, che affonda in quasi duecento anni di storia. «Attraverso lo studio degli archivi storici dell'azienda, ho riscoperto l'attività per l'arte che negli anni Sessanta promosse il mio predecessore Erminio Cidonio con scultori come Moore, Marini, Arp», dice il presidente Paolo Carli che, nel 2003, ha rilevato la Henraux. «Così nel 2011 ho creato la fondazione per riprendere un percorso artistico che ha il suo culmine nel premio biennale di scultura. Accettando le sfide e le complessità alle quali gli artisti ci mettono di fronte, siamo arrivati a concepire dei prodotti per l'architettura sempre più innovativi e sofisticati». La curatrice Sarah Cosulich Canarutto coordina l'attività artistica per Mutina, brand della ceramica di design. «Il presidente Massimo Orsini è un collezionista illuminato e si è reso conto come fosse importante avere stimoli potenzialmente arricchenti per l'azienda e per chi ci lavora. Ha deciso d'investire in un progetto d'arte (una galleria in sede, un premio, un sostegno alla creazione), non per fare del marketing dei suoi prodotti, ma per allargare lo sguardo sul mondo».

* giornalista del Corriere della Sera



WÜRTH
Una sala dell'Art Forum della Würth a Capena.
A hall of the Würth Art Forum in Capena.



GUERCINO
Dalla collezione Sorgente Group,
la *Diana Cacciatrice* del Guercino.
Guercino's *Diana Cacciatrice*, from
the Sorgente Group collection.

Industry 2.0 The world's most beautiful museum spaces... in an office

A contemporary trend of patronage is distinguished by a humanistic attitude: from Olivetti to Maramotti, Prada, the CoesiaGroup and Hpenraux, they all share the passion for art

Industry 2.0 is getting more and more interested in art. Many entrepreneurs do not want to be limited to simply sponsoring exhibitions, and they desire to have an impact on art and culture, thanks to targeted actions that can enhance their prestige. With the help of international curators, they are now giving life to projects in which they have become the protagonists of a "new season", often involving the inauguration of museums and exhibition spaces within their own business headquarters. This very contemporary trend of patronage, often distinguished by a humanistic attitude has some illustrious precedents in the 20th century, such as the initiatives of Camillo and Adriano Olivetti. There was also the pioneering vision of Achille Maramotti (the founder of Max Mara in Reggio Emilia, who died in 2005). Thirty years ago he started to collect modern international art dating from 1945, many of which were kept inside his factory. After the headquarters were moved to a new building, the manufacturing spaces were converted into a gallery in 2003. The company now organizes the biannual Max Mara Art Prize for Women (in collaboration with the Whitechapel Gallery in London), which was awarded to Helen Cammock for the two-years of 2018-19, whose works will be shown in a solo exhibition this year. Also Gucci, whose creative director is now the designer Alessandro Michele, has discovered that there is no better influencer than art. This is especially true for urban art when it becomes a platform for storytelling, as in the case of Chime for Change, an initiative involving murals known as ArtWalls that have been unveiled in Milan, London, New York, Shanghai, Hong Kong and Taipei, this year entrusted to the Italian artist known as MP5. Today, the foremost fashion brands have developed their own distinctive artistic styles and maisons such as Armani, Prada, Louis Vuitton and Guess (by Marciano) are the reference points for avant-garde aesthetic experimentation and exploration. Art can also be a force

for cultural change in the wider industrial sector. The Würth Group (a market leader in the trade of assembly and fastening materials, present in 80 countries) has set up its Art Forum in its branch offices at Capena, near Rome. Reinhold Würth, chairman of the business, strongly believes that art enriches and harmonizes the workplace, and from his immense collection of over 18 thousand artworks he has lent a series



of large photographic portraits of artists by François Meyer, to the current exhibition Art Faces. Instead, the Collezione M is unique in its genre as it contains over 50 columns from archaeological sites, reflecting the passion of Valter and Paola Mainetti, respectively the president and vice-president of the Roman investment company Sorgente Group. Their collection is enriched with new acquisitions every year and it contains important works such as the Marcello, a first century BC Roman marble portrait bust of the Augustan age, and the Athena Nike, a mid-fifth century BC Greek statue. Businesses and firms that take an interest in art are always seeking new strategies to diversify their commitment. For example, six years ago the Coesia Group (of which Isabella Seragnoli is the sole shareholder and president), a leader in the sector of automated machinery and packaging materials, built MAST, a multi-functional centre for the arts in Bologna, which focusses on innovation, multimedia installations and industrial photography. Marino Golinelli is an enthusiastic pharmaceutical entrepreneur (now 99 years young), who promotes synergies between the arts, science, technology, training and innovation through the Opificio Golinelli in Bologna (a complex covering 14 thousand square meters). Meanwhile, at its foundation located in Montecchio Bisazza, a brand that is famous worldwide for its glass mosaics and tiles, exhibits artworks and site-specific installations made by great designers (such as Mendini, Cibic, Sottsass, Pawson and Meier). The foundation also includes a section dedicated to architectural photography. Henraux S.p.A., a firm that extracts and processes marble from Monte Altissimo, the mountain near Carrara in Tuscany which Michelangelo used as the source of his marble starting from 1517, has now

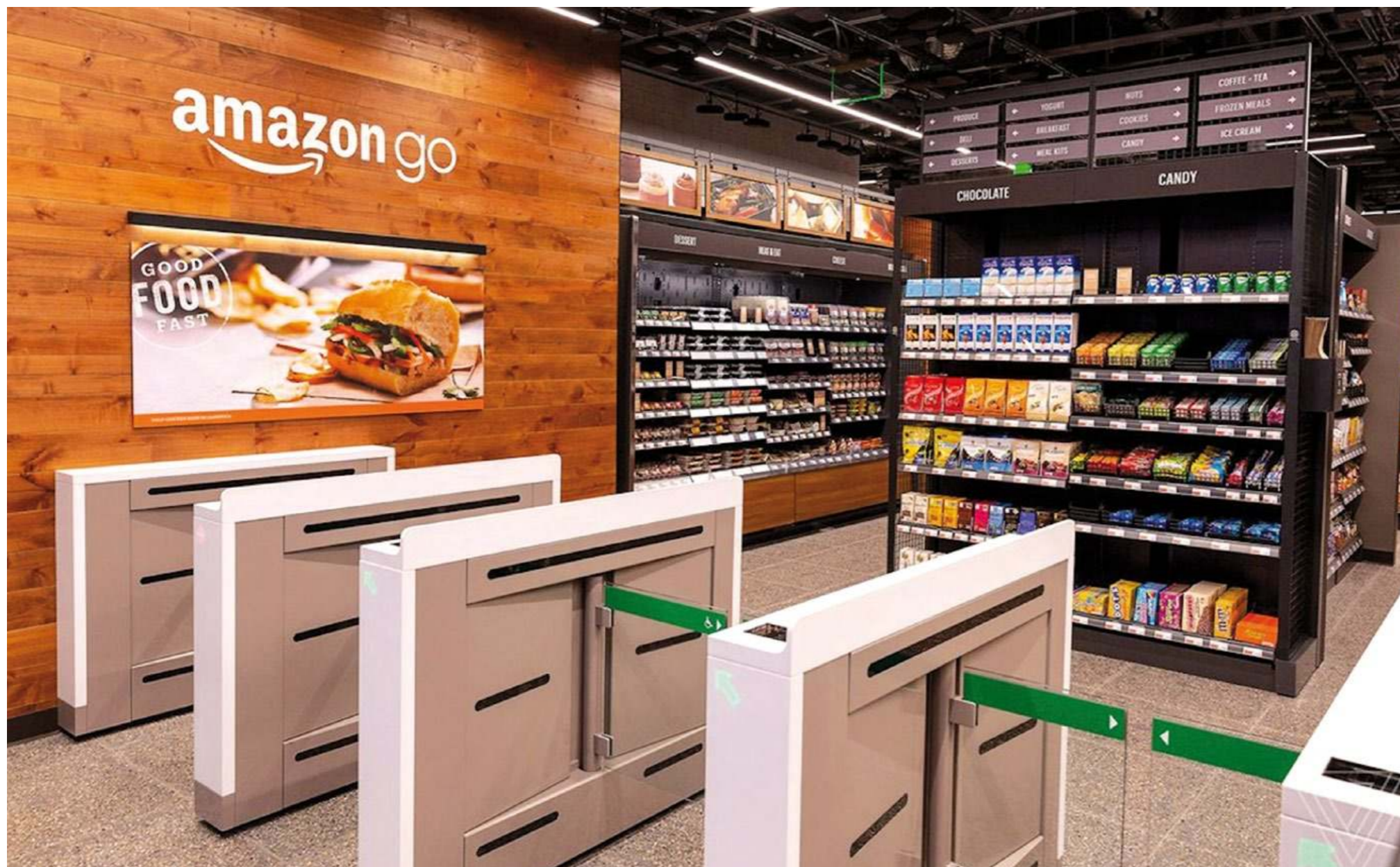
ARTE E NATURA Il Giardino degli Aranci, nella sede della collezione di Sorgente Group.

The Giardino degli Aranci, in the headquarters
of the Sorgente Group collection.

expanded its activities into architectural and industrial design (including collaborations with Caesar Pelli and Foster + Partners). But it has always maintained a deep artistic vein, stretching back to its foundation almost two hundred years ago. «Through my study of the company's historical archives, I have learned about the activity in favour of art that my predecessor Erminio Cidonio promoted in the sixties, with sculptors like Moore, Marin and Arp» says Paolo Carli who became president of Henraux in 2003. «So in 2011 I established a foundation to resume this artistic journey that has now culminated in the biennial sculpture award. By accepting the challenges and complex issues that artists present us with, we have conceived of ever more innovative and sophisticated products for architecture». Last, but not least, Sarah Cosulich Canarutto coordinates the artistic activities and initiatives of Mutina, a brand of design ceramics. She points out that «the President Massimo Orsini is an enlightened collector who realized how important it was to have potentially enriching stimuli for the company and all those who work there. He therefore decided to invest in an art project (featuring an in-house gallery, an award, and support for creativity), not to promote or market his company's products, but in order to broaden our gaze upon the world».



MUTINA
Un'opera di Sharon Lockhart esposta
nello spazio galleria di Mutina.
A work by Sharon Lockhart showcased
at the Mutina gallery space.



IL SUPERMERCATO SENZA CASSE E SENZA CASSIERI È QUI

WALMART
Ha aperto il suo primo supermercato hi-tech in Cina, a Shenzen, nell'aprile del 2018, in cui si compra e si paga direttamente con l'app WeChat, la WhatsApp cinese.

It opened its first hi-tech supermarket in China, in Shenzen, on April 2018. You can buy and pay directly via the WeChat App, the Chinese WhatsApp.

Sensori, intelligenza artificiale, telecamere, app mobili, smartphone: negli Usa e in Cina fare la spesa in completa autonomia è già possibile negli store Amazon Go e Alibaba Hema. Prossima tappa? L'Europa

TESTO
Gianni Rusconi

Gli scaffali, all'apparenza, sembrano quelli di un normale supermercato. E invece non è così. La tecnologia, nascosta fra etichette intelligenti, sistemi di riconoscimento facciale e tornelli virtuali, è presente in abbondanza e gestisce tutto in formato digitale. Di fisico ci sono i prodotti prelevati dai banchi vendita e, naturalmente, i consumatori che entrano ed escono dallo store senza dover scaricare i prodotti dai carrelli per pagarli alla cassa. La storia di Amazon Go, il primo supermercato al mondo del tutto privo di personale nasce a fine 2016, a Seattle, quartier generale della società di Jeff Bezos, con una prima fase riservata esclusivamente ai dipendenti per poi aprire ufficialmente al pubblico a gennaio 2018. Oggi la catena conta nove punti vendita: quattro a Seattle, tre a Chicago (cui se ne aggiungerà un quarto nel corso del 2019) e due a San Francisco. L'idea di Amazon è quella di dare vita, entro il 2021, ad oltre 5mila store automatizzati su scala globale, compresa l'Europa. Un'indiscrezione di fine dicembre, mai confermata, vedrebbe Londra (e in particolare di Oxford Circus, il cuore dello shopping londinese) come culla del primo Amazon Go nel Vecchio Continente. Ma come funziona il negozio senza casse che potrebbe cambiare le abitudini di migliaia, se non di milioni, di persone? In modo (relativamente) semplice: ai tornelli di ingresso si scansiona un Qr code generato dall'app Amazon Go scaricata sullo smartphone e una volta autenticati si completa la propria spesa (panini e cibi pronti e confezionati, bevande e altri generi alimentari) uscendo dagli stessi tornelli. Gli importi dei prodotti acquistati sono rilevati da sensori e telecamere e addebitati sulla carta di credito inserita su Amazon. Senza nessun altro tipo di controllo e senza dover "strisciare" codici a barre alla cassa. Ciò che ha messo in piedi Amazon, dopo cinque anni di test, è un sistema che, grazie agli algoritmi di machine learning, è destinato a migliorare nel tempo attraverso l'analisi e l'apprendimento del comportamento dei clienti. L'idea della spesa senza click, insomma, è qualcosa di reale e lo sarà davanti a un computer (con gli ordini vocali trasmessi da

SPESA FAI DA TE
Lo scaffale intelligente: etichette digitali, Qr code, sensori
The smart shelf: digital labels, QR codes, sensors.

dispositivi muniti dell'assistente vocale Alexa) e in negozi fisici come Go.
In Cina il gigante dell'e-commerce Alibaba punta a fondere in modo armonioso commercio fisico e digitale, ridefinendo i confini dei due canali fino a renderli complementari. L'icona di questa visione, per cui sono stati già investiti 10 miliardi di dollari, è la catena di mini supermercati Hema, forte di oltre 100 negozi in tutta la Cina (il primo fu aperto a inizio 2016 a Shanghai) e con una previsione di almeno 2mila nuove installazioni entro i prossimi cinque anni. Come funziona? Si ordina con un'app se si vuole ricevere la spesa a casa in soli 30 minuti oppure si va presso il punto vendita e si acquista cibo fresco o confezionato in totale autonomia, tramite la scansione di un codice Qr dallo smartphone collegato al sistema di pagamento mobile Alipay: i sensori sugli scaffali registrano gli articoli acquistati e addebitano automaticamente l'importo quando si lascia il negozio, eliminando le code alla cassa grazie a sistemi di riconoscimento facciale e offrendo

BORSELLINO MOBILE
Tutti gli acquisti passano attraverso lo smartphone.
Every purchase passes through the customer's smartphone.



servizi personalizzati grazie ai big data e all'intelligenza artificiale. E se il prodotto preferito fosse esaurito? A prevenire questo rischio ci pensano le tecnologie di deep learning, che identificano i dati osservati e costruiscono modelli in grado di comprendere i flussi di domanda di ogni articolo per gestirne il riordino in modo preciso. E non finisce qui, perché allo studio nei laboratori di Alibaba ci sarebbe una scarpa speciale, dotata di una stringa "virtuale" in grado di riconoscere il cliente al suo ingresso e di rilevarne gli acquisti, addebitandoli all'uscita sul suo conto.

ENTRO IL 2024
Alibaba punta ad aprire 2mila store della catena hi-tech Hema.
Alibaba aims at opening 2 thousand stores from the Hema hi-tech chain.



HERE COMES THE CASHIER-FREE SUPERMARKET WITH NO CHECKOUT OPERATOR

Sensors, artificial intelligence, cameras, mobile Apps, smartphones: in the US and in China going shopping autonomously is already possible in the Amazon Go and Alibaba Hema's stores. Next step? Europe

Apparently the shelves look like those of a normal supermarket, but it is not so. Hidden behind smart labels, facial recognition systems and virtual turnstiles, technology manages everything in digital format. Physically, the supermarket hosts the products on the shelves and, obviously, the costumers leave the store without unloading the products from the cart to pay for them at the cashier. The history of Amazon Go, the first supermarket in the world completely employee-free was created in late 2016, when the first store in Seattle, the city housing the headquarters of Jeff Bezos' company, was inaugurated. After several months of testing the activities that were exclusive only to its employees, in January 2018 it officially opened to the public. Since then, the chain has developed and today boasts nine stores, all based in the US: four in Seattle, three in Chicago (the forth will be opened within 2019) and two in San Francisco. The company's goal is to give



NELLA GRANDE MELA
Il check out si fa direttamente "dentro" il carrello hi-tech
The checkout is carried out directly "inside" the hi-tech shopping cart.



life to over three thousand automated stores on a global scale within 2021, branching out in Europe, too; according to a leak in late December, and never confirmed, London (and in particular Oxford Circus, the heart of London shopping) will be hosting the first Amazon Go in Europe. How does the cashier-free store – that could change the habits of thousands if not millions of people – work? In a (quite) simple way: at the gate turnstiles, customers scan a QR code generated by the Amazon Go App and downloaded in their smartphone. Once identified, customers carry out their shopping (sandwiches and ready-made food, drinks and other foodstuff) leave passing through the exit turnstiles. The cost of each single product purchased is detected through sensors and cameras while the shopping bill is charged on the customer's credit card connected to the Amazon account with no checkouts and no need to "swipe" barcodes at the cashier. Amazon created, after five years of testing, a system that, thanks to machine learning algorithms, is to be improved over the coming years thanks to analysis and to studying customers' behavior. In short, the idea of the cashier-free grocery shopping has become real and will be available both through a computer (with the vocal commands transmitted by devices featuring the Alexa virtual assistant) and in stores like Go. From the US to China, the "must" of the "new retail" from Alibaba, Jack Ma's giant of e-commerce, is a program focused

on blending harmoniously physical and digital commerce, redesigning the boundaries of the two channels and making them complimentary. The icon of this project, for which 10 billion dollars have been already invested, is Hema, the chain of small supermarkets boasting over 100 retail stores throughout China (the first was opened in the early 2016 in Shanghai) with at least two thousand new structures to be opened within the next five years. How does it work? You order via an App if you want to receive your shopping at home in only 30 minutes or you go to the store and purchase fresh or processed food autonomously through the scanning of a QR code from the smartphone connected to the Alipay mobile payment system: the sensors on the shelves register the purchased items and charge automatically the bill when you leave the store, avoiding lines at the checkouts thanks to facial recognition systems and offering customized services thanks to the big data and to artificial intelligence. And if the product you want is sold out? The deep learning technologies avoid this risk. They identify the data gathered and create patterns able to "understand" the demand flow of each item in order to manage the reorder in a precise way. Moreover, the Alibaba labs are experimenting a special shoe equipped with a "virtual" string able to recognize the customers when entering the store and to detect their purchases, charging them on the customers' account when leaving.

CON CAPER LA SPESA DIVENTA SMART

Non c'è solo la via dettata da Amazon o da Alibaba per eliminare le casse nei supermercati con un sistema di self checkout completamente automatizzato. Una startup americana, Caper, ha sviluppato infatti un carrello intelligente dotato di scanner per leggere l'etichetta dei prodotti, dispositivo per i pagamenti online e schermo touchscreen dove visualizzare offerte e promozioni ma anche la mappa del punto vendita e ricette personalizzate. Tutta l'esperienza di consumo si concentra all'interno del carrello, dove operano sensori, algoritmi e reti neurali che tengono traccia degli acquisti, trasformandolo in un vero e proprio "smart companion" per il cliente. Già in uso in circa 150 negozi di alimentari a New York con risultati, dicono i diretti interessati, molto confortanti in fatto di incremento delle vendite.

TURN YOUR SHOPPING SMART WITH CAPER

Amazon or Alibaba are not the only ones setting the standards to avoid lines at the checkouts in the supermarkets with a completely automated self-checkout system. Caper, an American startup, developed, in fact, a smart shopping cart equipped with a scanner able to read the products' label, a device for the online payments and a touchscreen displaying the offers as well as the map of the store and customized recipes. The entire consumption experience is focused in the cart through sensors, algorithms and neural networks that keep track of the purchases. The cart is therefore turned into a true "smart companion" for the customer. Already available in around 150 grocery stores in New York, it achieved – according to the people concerned – interesting results regarding increase in sales.

CHARLES LECLERC

L'ECCEZIONE DI MARANELLO

Per il 2019 Scuderia Ferrari si affida a un 21enne come seconda guida, ma Leclerc è tranquillo e confida: «Non sento la pressione»

TESTO
Alberto Sabbatini

Ha il viso da fotomodello, capelli scuri e occhi azzurri intenso e si esprime in italiano con un morbido accento transalpino. Charles Leclerc, monegasco, debutterà sulla Ferrari F1 al Gran Premio d'Australia ad appena 21 anni e 5 mesi. Erano tantissimi anni che la Maranello non puntava su un pilota giovanissimo e relativamente inesperto cui affidare la propria monoposto. L'ultimo fu il grande Gilles Villeneuve, che approdò in Ferrari praticamente dalle motoslitte per stupire il mondo della F1. Storicamente la Ferrari ha sempre preferito corridori esperti già affermati. Ma per Leclerc ha fatto un'eccezione. Per due motivi. Primo, questo monegasco è veramente un fenomeno. Ha vinto al debutto in ogni categoria precedente alla F1 in cui si è cimentato, a partire dal karting. Nel suo primo weekend in assoluto al volante di una F3 ottenne la pole position e vinse una gara; in GP3 ha conquistato il campionato al primo anno; in F2 ha dominato la stagione al debutto stabilendo il record di vittorie e di pole. L'altro motivo è che Leclerc è il primo vero tangibile frutto del vivaio Ferrari: l'Academy di Maranello nata alcuni anni fa per allevare e formare giovani piloti. Leclerc si è rivelato talmente bravo che la Ferrari, dopo avergli fatto fare un primo campionato di apprendistato in F1 con la Sauber nel 2018, ha deciso di portarlo quest'anno in prima squadra al fianco di Vettel. Ora starà a Leclerc meritarsi tanta fiducia. Ma lui non appare turbato da queste attenzioni su di sé: «La pressione fortunatamente non la sento. Mi ha aiutato crescere nell'Academy Ferrari. È da tanti anni che lavoro sulla mia testa cercando di dominare le emozioni assieme a un esperto di questo settore. Il controllo della parte mentale, che da piccolo era una mia debolezza, ora è diventato uno dei miei punti di forza».

ENFANT PRODIGE

Charles Leclerc è nato nel Principato di Monaco il 16 ottobre 1997. È il primo pilota della storia della scuderia di Maranello ad arrivare dalla Ferrari Driver Academy.

Charles Leclerc was born in Monaco on October 16 1997. He is the first driver in the history of the Maranello-based team to come from the Ferrari Driver Academy.





La Ferrari è il sogno di tutti i piloti di Formula Uno. Ma ad arrivarci così presto non si rischia di bruciarsi?

«Già da bambino sognavo la macchina rossa. È normale per tanti piloti, ma ancora di più per me che sono monegasco. Vivo vicino all'Italia e ci ho corso a lungo in karting, perciò ho assimilato molte passioni italiane, compreso l'amore per la Ferrari. Ora che ho avverato il mio sogno sono consapevole di avere ancora tanto da imparare. Non sono nervoso nel trovarmi al fianco di Vettel che è un quattro volte campione del mondo: per me, invece, è una grande opportunità perché posso imparare molto da lui. La chiave del successo sarà quella di lavorare assieme. Sono sicuro che ce la faremo. Ma certo non sono arrivato a Maranello per accontentarmi di piazzamenti. Vorrei vincere».

In quale pista vorrebbe vincere il primo Gran Premio?

«Non voglio fissarmi obiettivi. La vittoria arriverà al momento giusto. Certo, se potessi scegliere, sogno una vittoria a Montecarlo: su quelle strade che da piccolo percorrevo con il bus che mi portava a scuola».

Un pilota gira il mondo in aereo tutto l'anno. Per lei i viaggi in aereo sono uno stress, come sosteneva Raikkonen, o un piacere?

«A me piace molto viaggiare: conoscere differenti culture e vedere nuovi paesi per me è bellissimo. Ma devo essere sincero, il mio rapporto con l'aeroplano è un po' più complicato. Non sono mai troppo sereno quando volo; perché, insomma, è un altro che pilota... (ride, ndr). Adesso ovviamente mi sto imponendo di trovare la serenità e superare ogni tipo di timore: con un calendario di Formula Uno che ha 21 Gp da marzo a dicembre, di aerei ne dovrò prendere davvero tanti. Confido nel fatto che più si vola, più ci si abitua. Però, quando posso, preferisco spostarmi in macchina perché guidare è ancora il piacere più grande».

CARRIERA
Leclerc è stato nominato rookie dell'anno nel 2017 e nel 2018 dalla FIA. Nel 2018 ha corso in Formula 1 per il team Sauber. Il suo numero di gara è il 16.
FIA nominated Leclerc "Rookie of the year" in 2017 and in 2018. In 2018 he ran in Formula 1 for Sauber. Leclerc races with number 16.

Charles Leclerc THE MARANELLO EXCEPTION

For 2019 Scuderia Ferrari relies on a 21-year-old second driver. Leclerc is at ease and admits: "I don't feel the pressure"

He has the features of a model, dark hair and deep blue eyes, and he speaks Italian with a smooth transalpine accent. 21 (he was born on October 16 1997) Charles Leclerc will debut with the Ferrari F1 at the Australia GP. It has been many years since the Maranello-based company

has entrusted an uber young and relatively inexperienced driver for its Scuderia. The last was the great Gilles Villeneuve, who landed at the Ferrari basically from the "snowmobiles" to wow the world of F1. Ferrari has historically preferred experienced and renowned drivers, but the company made an exception for Leclerc for two reasons: first off, this Monegasque driver is definitely a wonder. He won at his debut in every category where he tested himself, prior to the F1, starting from karting. In his very first weekend driving an F3 he achieved the pole position and won a race; in GP3 he won the championship in his first year; in F2 he dominated the season at his debut setting the record of victories and pole positions. The second reason

is that Leclerc is the first real "fruit" of the Ferrari school: the Maranello Academy, created a few years ago to train young drivers. Leclerc was so good that Ferrari, after a period of apprenticeship in F1 with Sauber in 2018, decided to move him in its main team alongside Vettel. Now it is up to Leclerc to deserve this trust. However, he does not seem to be worried about grandstanding: «Luckily I don't feel the pressure. Growing in the Ferrari Academy has helped me. I've been working for many years on myself, supported by an expert in the field, to learn how to control my emotions. The control of my mind, that since my childhood has been the chink in my armor, it's now become one of my strong points.»

To drive a Ferrari is every Formula One drivers' dream. You succeeded very early, do you think you're rushing into things?

«I have dreamt of the "red" since I was a kid. And it's a common dream for many drivers, even more for me because I am from Monaco. I live close to Italy and I have long run in karting, always in Italy, therefore I picked up many Italian passions, including the love for Ferrari. Now that I made my dream come true I'm aware I still got a lot to learn. I'm not nervous of being side by side with four-time world champion Vettel. I actually consider it a great opportunity because I can learn a lot from him. Working together will be the key to success. I'm sure that we'll make it. I didn't come to Maranello to settle for placing. I'd like to win.»

In which circuit would you like to win your first Grand Prix?

«I don't want to set specific goals. Victory will arrive at the right time. But if I could choose, I dream of a victory in Montecarlo: on the streets I used to take when going to school by bus.»

Race drivers travel the world by plane.

Do you think flying is stressing, like Raikkonen did, or is it a pleasure?

«I do like traveling. I think getting to know different cultures and visiting new countries is great. But to be honest, my relationship with the airplane is slightly more complicated. I am never comfortable on an aircraft; because, well, someone else is piloting... (laughs, ed). Now, obviously, I'm imposing upon myself relax so as to overcome any fear. The Formula 1 schedule features 21 GPs from March to December and will have to take many airplanes. I trust in the fact that the more you fly the more you get used to it. When possible, however, I prefer travel by car because driving for me is still the best pleasure.»

GRIMALDI
LINES
GRIMALDI
LINES
GRIMALDI
LINES

la miglior **compagnia**
in viaggio.



grimaldi-lines.com

LE NAVI GRIMALDI LINES TI PORTANO IN SPAGNA, GRECIA,
MAROCCO, TUNISIA, MALTA, SICILIA E SARDEGNA.

GreatBeauty

«**JUST ONE**» Se non siete tra coloro che hanno contattato l'agenzia immobiliare per la villa dei record, non disperatevi, il mondo è pieno di primati. Anche in bottiglia. L'Italia, ad esempio, è la capitale mondiale dei siti Unesco che tutto il mondo ci invidia. Compresi Norvegia – dove sorgerà un ipergrattacielo in legno – e Giappone, con il suo folle incrocio attraversato da migliaia di persone e altrettanti brividi

JUST ONE Don't be depressed if you are not one of the lucky ones having contacted the real estate agency for the record-breaking villa, the world is filled with records, bottled, too. Italy, for instance, is the world capital of UNESCO sites that every country is jealous of. Including Norway – that will host the wooden hyper-skyscraper – and Japan, with its crazy intersection crossed by thousands of people with just as many shivers

Testo
Bianca Ascenti



La casa dei sogni è in Francia

Immobile da Guinness

La casa più costosa? È in Costa Azzurra, a Saint-Jean-Cap-Ferrat: si tratta di Villa Les Cèdres, costruita nel 1830 e venduta nel 1930 a Leopoldo II re del Belgio: 14 camere da letto, saloni, giardino d'inverno e un parco di 14 ettari con oltre 20mila specie di piante. Di proprietà del gruppo Campari-Cinzano, è in vendita a 350 mln di euro.

THE HOME OF YOUR DREAMS IS IN FRANCE The most expensive home? It is in Côte d'Azur, in Saint-Jean-Cap-Ferrat. Villa Les Cèdres was built in 1830 and sold in 1930 to Leopold II king of Belgium: 14 bedrooms, halls, winter garden and a 14-hectare garden housing over 20 thousand plant species. Owned by the Campari-Cinzano group, it is on sale at 350 million euro.



La Norvegia punta in alto. Con il legno

Il grattacielo green è da primato

Ecologico, resistente ai terremoti e agli incendi e, soprattutto, altissimo: a Brumunddal, circa 100 km da Oslo, sta sorgendo il più alto grattacielo in legno del mondo: si chiamerà Mjøsa Tower, come l'omonimo lago poco distante e, dall'alto dei suoi 85,4 metri (18 piani), sovrasterà il Brock Commons Student Housing Building presso l'Università della British Columbia, che raggiunge "solo" 53 metri di altezza. Progettata da Voll Arkitekter, la torre «sarà in grado di resistere agli incendi meglio di un grattacielo tradizionale, perché le travi in legno si carbonizzerebbero solo superficialmente». All'interno del grattacielo (che nei piani più alti avrà anche del calcestruzzo per dare maggiore stabilità all'edificio e impedire che oscilli), ci saranno appartamenti, hotel, uffici, ristoranti e una piscina.

NORWAY AIMS HIGH, WITH WOOD Eco-friendly, earthquake and fire resistant and, most of all, incredibly high: Brumunddal – around 100 km away from Oslo – is to house the highest wooden skyscraper in the world: the Mjøsa Tower, named after the nearby lake. With its 85.4 meters (18 storeys) it will tower over the Brock Commons Student Housing Building at the British Columbia University (which topped out at "only" 53 meters in height). Designed by Voll Arkitekter, the tower «will be able to withstand fires better than a traditional skyscraper, because the wooden beams would burn only superficially.» The skyscraper (concrete will be added to the top floors to make the building more stable and to avoid the tower to sway in the wind) will house apartments, hotels, offices, restaurants and a pool.



Incroci pericolosi

Occhio al semaforo

A Shibuya (Tokyo), c'è l'incrocio più trafficato al mondo, attraversato, nell'ora di punta, da oltre tremila persone contemporaneamente: le strisce sono oblique e quando le automobili si fermano, i pedoni si spostano in ogni direzione.

DANGEROUS INTERSECTIONS

Shibuya (Tokyo) is home to the busiest intersection in the world. In rush hour, over three thousand people cross it simultaneously across diagonal zebra stripes and when the cars stop, pedestrians walk in every direction.



Message in a bottle

Cartolina dalla storia

Dopo un attento studio, il Guinness World Records ha confermato che, la lettera trovata in una bottiglia sulle rive di Amrum Island, Germania, è il più antico messaggio in bottiglia di sempre. La cartolina, infatti, è stata "affidata" al mare dalla britannica Marine Biological Association il 30 novembre del 1906 (per scopi scientifici) e trovata dalla signora Marianne Winkler nel 2015, dopo 108 anni e 138 giorni alla deriva. Nel messaggio si chiedeva all'eventuale scopritore di rompere il vetro e restituire la lettera al mittente, precisando luogo e data del ritrovamento. La ricompensa? Uno scellino.

A POSTCARD FROM HISTORY After a careful study, the Guinness World Records confirmed that the letter found in a bottle in the shores of Amrum Island, Germany, is the most ancient message in a bottle ever. The postcard, in fact, was "entrusted" to the sea by British Marine Biological Association on November 30 1906 (for scientific purposes) and found by Mrs Marianne Winkler in 2015, after drifting for 108 years and 138 days. The message asked the discoverer to break the bottle and return the letter to the sender, pointing out the place and date of the discovery. The reward? One shilling.

Che "Patrimonio", il Belpaese

Italia campionessa di siti Unesco

Attualmente l'Italia è il Paese che detiene il maggior numero di siti (49 culturali, di cui 7 sono paesaggi culturali, e 5 siti naturali) inclusi nella lista dei patrimoni dell'umanità. Il primo a essere iscritto nella lista Unesco (nel 1979) è quello preistorico della Valle Camonica, non ancora completamente esplorato, che si estende su di un'area di 70 km, con oltre 180 località sparse su 24 comuni e attraversa più di 12 mila anni di

storia. Nella "Valle dei Segni" si possono ammirare oltre 40.000 figure scavate su 2.400 rocce. Si tratta di petroglifi di natura simbolica che evocano la navigazione, la danza, la guerra, l'agricoltura e la magia.

unesco.it

ITALY, WHAT A "HERITAGE" Currently Italy is the country boasting the highest number of sites (49 cultural sites – including 7 cultural landscapes – and 5 natural sites) included in the World Heritage list. The first to have been included in the UNESCO list (in 1979) was the Prehistoric site in Valle Camonica, not completely explored yet, that stretches across a 70-km area, with over 180 sites scattered in 24 municipalities, and retraces over 12 thousand years of history. At the "Valle dei Segni" you can admire over 40,000 figures engraved in 2,400 rocks: symbolic petroglyphs that evoke navigation, dance, war, agriculture and magic.



“Essere donna è un compito terribilmente difficile, visto che consiste principalmente nell’aver a che fare con uomini.,

“Being a woman is a terribly difficult trade since it consists principally of dealings with men.,

JOSEPH CONRAD

Le 10 italiane più influenti in patria e all'estero

Professioniste (e donne) che ogni giorno sfoderano le loro competenze nel mondo del lavoro e un costante impegno a sostegno della libertà a ricoprire ruoli importanti



1

FABIOLA GIANOTTI

Fisica

Prima donna a dirigere il Cern, mentre Forbes l'ha inserita tra le 100 donne più potenti del pianeta (2013). Lo scorso anno è stata nel board, tutto femminile, del World Economic Forum di Davos. E il 4 luglio 2012 diede l'annuncio della scoperta del "Bosone di Higgs", essendo alla guida del progetto.

She is the first woman at the helm of the CERN. Forbes included her in the world's 100 most powerful women list (2013). Last year she was included in the all-female board of the World Economic Forum in Davos. And on July 4 2012, as the project leader, she announced the discovery of the "Boson of Higgs".

Marzo, tempo di bilanci per il mondo femminile, e non solo. La storica data dell'8 marzo, con le sue celebrazioni, manifestazioni, riflessioni e promesse di cambiamento, ritorna inesorabile, come sempre, ogni anno. Ma se una data può servire quanto meno a puntellare un momento nell'arco di frenetici, e spesso distratti, 365 giorni, è senz'altro un'occasione per fare il punto. Per esempio, su come il mondo stia cambiando sempre più in fretta e su come le stesse donne affermino le proprie competenze guadagnando spazi e visibilità in molti campi: dalla musica alla danza o alla moda, grazie a Venezi, Abbagnato e Chiuri; dalla cucina allo sport con Santini e Vio; dall'impresa alla cultura, è il caso di Bellettini, Vittadini e Ferrante; fino a eccellere nelle cosiddette discipline STEM, come hanno fatto Giannotti e Cristoforetti. Oramai, insieme ad altre colleghe di rilievo, sono influenti nel panorama sociale, economico e politico italiano e si spera possano sempre più contribuire ad abbattere "soffitti e muri di cristallo" che troppo spesso si frappongono tra le donne e il proseguimento delle loro carriere. La classifica proposta da Ulisse ci ricorda, inoltre, come pure queste professioniste contribuiscano a rendere l'Italia orgogliosa... anche all'estero. *(Silvia Doria)*

THE 10 MOST INFLUENTIAL ITALIAN WOMEN IN THEIR HOMETLAND AND ABROAD March: it is time for the women's world (and not only) to assess the situation. March 8, the historic date, with its celebrations, events, reflections and promises of change, is inevitably at the door, as like every year. And if a date can be useful to remind a particular moment within the frantic and often distracted 365 days of the year, it is also the perfect time to take stock of the situation. It is a moment to ponder, for instance, on how the world is ever more quickly changing and how women are asserting themselves with their skills gaining ever more ground and visibility in many fields: from music to dance or fashion, thanks to Venezi, Abbagnato and Chiuri; from cooking to sports with Santini and Vio; from businesses to culture: Bellettini, Vittadini and Ferrante; women stand out also in the so-called STEM disciplines, as did Giannotti and Cristoforetti. Today, alongside other important colleagues, they have become influential in the Italian social, economic and political scene and hopefully they will be able to ever more help destroying "crystal ceilings and walls" that too often come between women and the pursuit of their careers. The list proposed by Ulisse reminds us also how these professionals help Italy be proud...abroad, too.



2

SAMANTHA CRISTOFORETTI

Astronauta dell'ESA

Prima donna negli equipaggi dell'ESA, con il record (europeo e femminile) di 199 giorni nello spazio (2014-15).

She is the first woman in ESA crews, she held the record for the longest (199 days) spaceflight (European astronaut and female astronaut 2014-15).



5

GRAZIA VITTADINI

Top Manager

Laureata in ingegneria aeronautica, dal 2002 ricopre ruoli di rilievo in Airbus, fino alla nomina a Chief Technology Officer.

Graduated in aeronautical engineering, since 2002 she has held important roles at Airbus, she is now Chief Technology Officer.



8

BEBE VIO

Schermitrice

Campionessa paralimpica mondiale ed europea di fioretto individuale. Tenacia da vendere e grande esempio per tutti.

Paralympic World and European Champion of individual foil. Incredibly tenacious, she sets an example for the world.



3

FRANCESCA BELLETTINI

Top Manager

Presidente e CEO della casa di moda Saint Laurent. Vanta un curriculum internazionale di grande rilievo.

She was appointed president & chief executive of Yves Saint Laurent in July 2013. She boasts an international and remarkable curriculum.



6

NADIA SANTINI

Chef

Prima donna premiata con 3 Stelle Michelin per la cucina del suo ristorante "Dal Pescatore" e tanto apprezzata all'estero.

First woman awarded with 3 Michelin Stars for the cuisine of her restaurant: "Dal Pescatore". She is well-appreciated abroad, too.



9

BEATRICE VENEZI

Direttore d'orchestra

La più giovane italiana a dirigere un'orchestra. Impegnata nel sociale con Terre des Hommes, vanta lavori all'estero.

The youngest Italian woman to conduct an orchestra, she is committed in social issues with Terre des Hommes and boasts numerous performances abroad.



4

ELEONORA ABBAGNATO

Ballerina

Carriera tutta in ascesa. Dal 2015 è direttrice del corpo di ballo dell'Opera di Roma, e conta tante performance memorabili.

A skyrocketing career. Since 2015 she has been director of the ballet of the Opera of Rome, and boasts many memorable performances.



7

MARIA GRAZIA CHIURI

Fashion designer

Dal 2016 direttore creativo Dior (prima donna). "Nata" in Fendi, affermata con Valentino e sostenitrice delle donne.

Creative director at Dior (first woman) since 2016. She started at Fendi and made her name with Valentino. She is a women supporter.



10

ELENA FERRANTE

Scrittrice

Grande successo per "L'amica geniale". Tra le 100 persone più influenti al mondo per il Time (2016) e qualche mistero sull'identità.

Resounding success for her novel "My brilliant friend". Time included her in the 100 world's most influential persons (2016). Her identity is still secret.

TESTO
Renata Molho

Il cashmere, il bianco, l'ispirazione futurista, la silhouette rispettosa del corpo femminile: ci sono elementi imprescindibili che evocano un universo chiamato Biagiotti. Un marchio dall'identità forte e inconfondibile, per autentiche ragioni culturali e per coerenza. Lavinia Biagiotti Cigna, giovanissima, alla morte del padre decide di affiancare la madre Laura ed entra a 18 anni nell'azienda di famiglia fondata nel 1965 da sua nonna, Delia Biagiotti. Ora è Presidente e CEO di Biagiotti Group, "un'azienda al 100% italiana", afferma orgogliosamente. È impegnata su molti fronti: tra gli altri è membro della Camera della Moda Italiana da quando aveva 24 anni e vicepresidente dell'Auditorium di Roma. Lontana dalla spettacolarità gratuita, attenta all'artigianalità e al dettaglio, intellettualmente curiosa e quindi tesa alla sperimentazione e alla sostenibilità, ma anche con grande senso pratico, Lavinia, quarant'anni, bellezza decisa e carattere forte, prosegue il discorso iniziato con la madre nei toni più sobri e coerenti. «In questo momento – ci racconta – sto lavorando a quello che mi piace chiamare un inno alla quotidianità (per la collezione del prossimo autunno inverno, ndr). Credo che la moda debba rappresentare per le donne sempre di più non solo un'alleata, ma una piccola

goccia di fiducia negli impegni del quotidiano. E naturalmente portare bellezza e rappresentare quasi una piccola forma d'arte». Sempre aperta al sorriso, usa spesso parole quali rispetto e fiducia. È la protagonista perfetta di una fiaba moderna nella quale il senso di responsabilità dato dalla storia si somma e scolora nel futuro. «Ho avuto un'educazione al bello, molto classica, fatta di grandi gite al Foro Romano, ai musei, alle chiese. Abito in un castello con una villa romana e una torre del mille, e poi c'è la grande passione della mia famiglia per il futurismo, che tanto ha contaminato la nostra moda. Vivo questo ossimoro tra passato e futuro, come una forma di grande creatività. Sono cresciuta in questo veloce passaggio del tempo, tra quadri coloratissimi, asimmetrici, dinamici, astratti in molti casi e la forza delle mie radici romane, ispirazione per il nostro profumo storico Roma».

Lavinia Biagiotti Cigna

I COLORI DEL FUTURO

«Parlando di nuove frontiere, credo che la grande sfida sia quella di riflettere su un polo del lusso italiano»

goccia di fiducia negli impegni del quotidiano. E naturalmente portare bellezza e rappresentare quasi una piccola forma d'arte». Sempre aperta al sorriso, usa spesso parole quali rispetto e fiducia. È la protagonista perfetta di una fiaba moderna nella quale il senso di responsabilità dato dalla storia si somma e scolora nel futuro. «Ho avuto un'educazione al bello, molto classica, fatta di grandi gite al Foro Romano, ai musei, alle chiese. Abito in un castello con una villa romana e una torre del mille, e poi c'è la grande passione della mia famiglia per il futurismo, che tanto ha contaminato la nostra moda. Vivo questo ossimoro tra passato e futuro, come una forma di grande creatività. Sono cresciuta in questo veloce passaggio del tempo, tra quadri coloratissimi, asimmetrici, dinamici, astratti in molti casi e la forza delle mie radici romane, ispirazione per il nostro profumo storico Roma».

TERZA GENERAZIONE
Lavinia Biagiotti Cigna è Presidente e CEO di Biagiotti Group dal 2017.
Lavinia Biagiotti Cigna, President and CEO of Biagiotti Group since 2017.



Al quale si è appena aggiunto RomamOR: «È un palindromo, se metti Roma allo specchio leggi 'amoR' ed è un progetto al quale tenevo da moltissimo tempo. Ecco, per me la moda Biagiotti è e sarà questo, fatta in qualche modo di radici e di ali». In effetti, pur fedele alla tradizione, il brand ha sempre guardato oltre, tanto da essere stato, grazie a una felice intuizione di Laura Biagiotti, il primo marchio di moda italiano a sfilare a Pechino. Era il 1988. «Un'esperienza straordinaria, mi piace ricordare che è stato anche un ponte di cultura, e non solo economico, che si è creato fra l'Oriente e l'Occidente. Il *New York Times* titolò "Est e Ovest si incontrano sulla passerella"», e – aggiunge Lavinia – «ho l'orgoglio e l'onore di avere nella nostra storia anche la prima sfilata in Russia (nel 1995 ndr)». «Credo che la sfida oggi non sia più una questione di avventure geografiche, chiamiamole così, di spostamenti, di viaggi – ci dice Lavinia –



quanto di saper mettere insieme mondi, come natura e cultura. Come lo è passare dalla condivisione di un'esperienza digitale a quella di un'esperienza reale: l'e-commerce sta facendo molto male ai punti vendita: non si è sommato, si è sostituito». Lavinia è fermamente convinta che abbia in-

FUTURISMO E SOSTENIBILITÀ
Un abito della collezione primavera estate 2019, ispirato a Giacomo Balla. Occhiali Bio in acetato di cellulosa.
A dress from the 2019 spring/summer collection, inspired by Giacomo Balla. Bio sunglasses in cellulose acetate.

debolito tutto un sistema. «Funzionerà per altre categorie, non certo per la moda, e non certo per quella italiana. Vedere questi grandi negozi bellissimi, in cui tutti investiamo, con pochi consumatori dentro è certamente una cosa che ci deve far riflettere. La nuova sfida – prosegue Lavinia – sarà nel passare dal digitale al reale, o certamente renderli più sinergici e più forti. In questo momento sono competitivi l'uno rispetto all'altro». Quella di Biagiotti, infatti, come per la grande moda, è una questione sensoriale, nella quale la materia, la qualità, richiedono un rapporto diverso tra il consumatore e l'oggetto del desiderio. «Credo inoltre che la grande sfida, parlando di nuove frontiere, sia quella di riflettere su un polo del lusso italiano. È una cosa a cui io credo molto; i francesi sono stati bravi, soprattutto nei momenti di difficoltà. Non posso certamente io che sono una piccola azienda – conclude – fare da capofila in tutto questo. Però credo che ci vorrebbero uno o due poli del lusso italiani, e che la nuova frontiera dell'Italia sia più unirsi che dividersi, ecco».



OLTRE IL TEMPO
In alto: il nuovo profumo ROMAMOR. Qui sopra: Laura Biagiotti tra le sue modelle a Pechino nel 1988.
A destra: Cindy Crawford, testimonial Biagiotti, 1988.
On top: the new ROMAMOR perfume. Above: Laura Biagiotti among her models in Beijing in 1988.
On right: Cindy Crawford, Biagiotti testimonial, 1988.



Lavinia Biagiotti Cigna
THE COLORS OF THE FUTURE

«I think the great challenge, talking about new frontiers, is considering the opportunity of a hub for Italian luxury»

Cashmere, white, futuristic inspiration, the respectful silhouette of the woman's body: there are fundamental elements that evoke the Biagiotti universe. A brand with a strong and unmistakable identity, for authentic cultural reasons and for consistency. At her father's death, young Lavinia Biagiotti Cigna decided to flank her mother Laura and at 18, she joined the family-run company founded in 1965 by her grandmother, Delia Biagiotti. Today she is President and CEO of the Biagiotti Group, «a 100% Italian company», she proudly states. She has many engagements: she has been a member of the National Chamber of Italian Fashion since she was 24 and

she is Vice President of the Auditorium in Rome. Far from the gratuitous extravaganza, careful to the artisanal style and to details, intellectually curious, hence prone to experimentation and sustainability and with a good sense of practicality, Lavinia, age 40, a tenacious beauty with a strong character, continues to carry on what she started with her mother in soberer and consistent tones. «I am currently working at what I like to call a hymn to daily life (her next fall/winter collection, ed.). I don't think fashion should only represent an ally for women. It should be a tiny "drop" of confidence to help them out in their daily life. And obviously it should bring beauty and represent a sort of little form of art.» She often wears a smile; she often uses words like respect and confidence. She is the perfect character of a modern fairy tale where the sense of responsibility given by the story is summed and blurred in the future. «I have been taught the sense of beauty, I had a very classical education, made of trips to the Roman Forum, to museums and churches. I live in a castle with a Roman villa and a tower dated back

to the 11th century. Furthermore, my family has always nurtured a passion for Futurism, that has much influenced our fashion. I consider this oxymoron between past and future, as a form of great creativity. I grew up in this fast passage of time, between colorful, asymmetric, dynamic and in many cases abstract paintings and the strength of my Roman roots, an inspiration for our historic perfume, Roma, that has been recently flanked by RomamOR: it's a palindrome, if you put the word "Rome" in front of a mirror, you will read amoR. I've been caring for this project for a very long time. This is how the Biagiotti fashion is, and is going to be: a combination of roots and "wings". Actually, though remaining faithful to tradition, the brand has always set an eye on the future, so much that – thanks to a successful brainchild of Laura Biagiotti – it was the first Italian brand to carry out a fashion show in Beijing, in 1988. «It was an extraordinary experience, I like to point out that not only it represented a business connection, it was a sort of cultural bridge between the Eastern and the Western worlds. The *New York Times* headline read: "East and West meet on a catwalk" and – adds Lavinia – I am proud and honored to boast, in our history, also the first fashion show in Russia (in 1995, ed.). I don't think our current challenge is about "geographic adventures", let's call them this way, or about travels any longer. I think our current challenge is about being able to combine worlds of nature and culture. Or passing from the sharing of a digital experience to the sharing of a real experience: e-commerce is affecting a lot the retail stores: it didn't connect it, it replaced it.» Lavinia is firmly convinced that it weakened the entire system. «It might work for other sectors, but certainly not for fashion, and even less for Italian fashion. Seeing these large and beautiful stores, in which we all invest, with only a few customers inside, is something we should reflect on. The new challenge – continues Lavinia – is to pass from digital to real life, or make them more synergic and stronger. At the moment, they are competitors.» Biagiotti, in fact, as for the great fashion brands, is a sensory experience, in which material and quality require a different relationship between consumers and their objects of desire. «I think that, talking about new frontiers, the great challenge is considering the idea of a hub for Italian luxury. It's something I do believe in; the French did a great job, especially in hard times. Obviously I run a small company and I can't be the leader. But I think we need one or two hubs for Italian luxury and that the new frontier of Italy consists more in working together rather than separately.»

**ARTISTA A 360°**

Brie Larson è anche cantante, nel 2005 ha inciso un disco *Finally Out of P.E....* Potreste averla vista nella serie tv *United States of Tara*.

Brie Larson is also a singer. In 2005 she recorded *Finally Out of P.E....* you might have spotted her in the *United States of Tara* TV series.

Brie Larson

ANIMA DIVISA IN DUE

Il premio Oscar Brie Larson è Captain Marvel: metà aliena e metà umana (e pilota d'aereo). Dimenticate lo choc di *Avengers: Infinity War* e lo schiocco delle dita di Thanos, ora si torna agli anni Novanta



TESTO

Stefano Cocci

Lasciate stare il guanto di Thanos e le gemme dell'universo, supereroi e persone comuni trasformate in polvere trascinata via dal vento. Nelle sale italiane a partire dal 6 marzo (8 negli States) *Captain Marvel* aiuterà a porre le premesse di ciò che vedremo in aprile con *Avengers: Endgame* ma, probabilmente, rivelerà ben poco di ciò che è accaduto durante *Infinity War* essendo ambientato negli anni Novanta. Quel che si sa è che per interpretare la prima supereroina del Marvel Cinematic Universe (l'universo narrativo in cui si muovono gli Avengers e i loro antagonisti) con uno *stand alone* è stata "scomodata" Brie Larson, premio Oscar 2016 per *Room*, in cui interpretava una madre tenuta prigioniera in una stanza insieme a suo figlio. L'energia necessaria per fuggire l'ha in seguito utilizzata per fronteggiare King Kong in *Kong: Skull Island* e poi per diventare la pilota di aerei Carol Danvers, alias Captain Marvel. Un impegno importante, come lei stessa lo definisce perché «percepisci la solennità che deriva dal recitare in un'ambientazione del genere, poiché è evidente che se si trattasse solo di spettacolarità e CGI (computer-generated imagery, gli effetti speciali, ndi) non sarebbe stato necessario ingaggiare me. Potrebbe farlo chiunque. Siamo stati scelti noi in quanto artisti, per le nostre idee, per quello che ci affligge, che ci tiene svegli la notte e che ci dà una motivazione. È quello che alla fine ci riporta a questo genere di film, perché gli inseguimenti in macchina e le esplosioni sono super divertenti, ma in realtà quello che ti stimola, che ti fa pensare e ti fa rivedere il film sono le relazioni interpersonali ed i conflitti tra i vari personaggi».

Parlaci di Carol Danvers, alias Captain Marvel.

«La caratteristica di Carol è di essere duplice: metà Kree e metà umana. Ed i Kree sono dei guerrieri incredibili, iperintellektuali ed i migliori in qualsiasi cosa facciano. Poi c'è la sua parte umana, razionale, a volte spiritosa e sfacciata. Molto emotiva, ma anche aggressiva e competitiva. La rende molto emotiva. La rende aggressiva e competitiva. Tutti gli aspetti sia positivi che negativi dell'animo umano. È il suo difetto ma anche la parte migliore di lei. Penso che in questo modo sia incredibilmente empatica perché il nostro cervello è diviso in due parti. Abbiamo il lobo destro e quello sinistro, la parte logica e quella emotiva, e le due aree entrano in conflitto. Quale delle due è la più importante? E quale dobbiamo mettere in discussione? Quindi questo suo conflitto interiore è il fulcro del film è quello che la tiene sulle corde,

ed è molto interessante per me perché praticamente interpreto due personaggi in uno, il che rende il film una continua sorpresa».

Ti sei immedesimata in questo conflitto?

«Sì, perché con un personaggio del genere devi pensare al possibile futuro, come se stessi recitando in uno spettacolo "a lungo termine". È come se, con il passare degli anni e con l'evolversi della tua vita, ci fosse qualcosa che continua ad essere fonte di ispirazione e ad affascinarti. Per questo motivo qualsiasi forma d'arte, qualsiasi libro, film o dipinto che ho conosciuto nella mia vita sono parte della mia evoluzione personale. Ogni volta che rileggi un libro lo percepisci diversamente. Quindi l'idea di tornare alle basi della logica in contrapposizione con l'emotività costituirà per me un continuo conflitto per il resto della mia vita e di conseguenza posso continuare ad esplorarlo per sempre».

La mentalità outsider si addice al ruolo del pilota?

«Immagino di sì, per la maggior del tempo i piloti sono soli. La caratteristica che secondo me rende unica Carol, dalla mia lettura del fumetto, dalla sceneggiatura e dal mio studio del personaggio, è il suo senso dell'umorismo unito alla sua straordinaria intelligenza e assoluta capacità di affrontare qualsiasi sfida le si ponga davanti. Dopo avere visitato la base dell'aeronautica militare mi sono resa conto che anche i piloti sono così. Quindi la sua essenza è proprio nell'aeronautica militare».

Com'è andato il corso di volo?

«Oh, ho vomitato molto. Cosa che ha in parte influenzato la scelta del mio nominativo radio. Tutti i piloti credono che non sia una cosa da raccontare, ma io non mi vergogno. Stavamo simulando un combattimento ed io rimbalzavo di qua e di là. Il mio pilota era bravissimo. L'accelerazione di gravità era a 6,5. È stata un'esperienza incredibile, specialmente quando siamo ritornati sul set. Quando abbiamo simulato il tonneau (figura acrobatica n.d.t.), ero in grado di ricordare esattamente la situazione, le percezioni del mio corpo. Sono tutte queste piccole sfumature che spero siano visibili nel film per cui a prescindere da chi sei, se sei dell'aeronautica militare, se sei un pilota o chiunque altro sei in grado di riconoscerle. Sembrano reali».

SULLO SCHERMO Ventunesimo film del Marvel Cinematic Universe, *Captain Marvel* è anche il primo intitolato a una supereroina. Nel cast ci sono Samuel L. Jackson, Ben Mendelsohn, Djimon Hounsou, Annette Bening e Jude Law.

The 21st movie from the Marvel Cinematic Universe, *Captain Marvel* is also the first dedicated to a superheroine. Starring Samuel L. Jackson, Ben Mendelsohn, Djimon Hounsou, Annette Bening and Jude Law.

Brie Larson

TWO HALVES OF A SOUL

Oscar-winning actress Brie Larson is *Captain Marvel*: half alien, half human and air pilot

Forget the Infinity Gauntlet and the gems of the Universe, superheroes and common people turned to dust and swept away by wind. *Captain Marvel* – in the Italian theaters from March 6 (March 8 in the US) – will help lay the foundations for what we are going to see in April with *Avengers: Endgame* but it will probably unveil little about what happened at Infinity War being set in the 90s. What we do know is that Brie Larson was brought into to play the role of the first superheroine from the Marvel Cinematic Universe (the universe including the Avengers and their antagonists). Larson won an Oscar in 2016 for *Room* playing the role of a mother held captive in a room with her son. The same energy she used when running away in *Room* was later visible when she faced King Kong in *Kong: Skull Island* and when she became pilot Carol Danvers, aka *Captain Marvel*. An important role, as she defines it because: «You feel the sense of gravitas that comes with being on a set like this because there's an understanding that if this was just about spectacle and CGI you don't need to hire me. You could hire anybody to do that. You're hiring us because of who we are as artists, because of our minds, because of what it is that plagues us, and keeps us up at night and what drives us. That's all the stuff that ultimately goes back into these films, because the car chases and the explosions are super fun. But, really, what sits with you and makes you think and makes you rewatch it are those interpersonal relationships and the conflicts between these characters.»

Describe Carol Danvers, your character

«The thing about Carol is that she's two halves—she's Kree and she's human. And the Kree are really incredible warriors, hyper intellectuals and the best at what they do. Then there's this other part of her that's human and that is the loving part of her, but it's also the part that makes her kind of sassy and a little brash at times. It makes her really emotional. It makes her aggressive and competitive. It's all of the good and all of the bad in that human side. It's the flaw, and it's the best thing about her. I think she's incredibly relatable in that way because we both have two sides of our brains. We have the left and the right brain. We have the logical, and we have the emotional, and we have the war between the two of them. Which one is of most value? And which one we should bring to the table?»



FORSE NON SAPETE CHE...

Il deus ex machina dei Marvel Studios, Kevin Feige, ha dichiarato che *Captain Marvel* sarà il primo film dell'universo cinematografico degli Avengers che vedrà sua figlia.

Marvel Studios' deus ex machina, Kevin Feige, declared that *Captain Marvel* will be the first movie from the Avengers' saga that his daughter will see.

So that internal struggle for her is what keeps the movie, and keeps playing her, so interesting for me because I'm basically playing two characters at once, which will keep the movie constantly surprising».

Did you latch onto that conflict?

«Yes, because with something like this you have to think about what the potential future holds, just as if I was doing a long run of a play performance. It has to be something that as you grow in your life and as your life continues to evolve there is something in this that will continue to inspire and intrigue you. That's why any good piece of art, any book, movie or painting that I've ever seen, I grow with. Each time you re-read a book you see it from a different perspective. So, the idea of going back to the basics of logic versus emotion will be a struggle within me for the rest of my life. So, I can continue to explore that forever».

Does that outsider mentality play into the pilot side?

«I guess so because, for the most part, pilots are on their own. But the thing that I found so unique in Carol, from reading the comics and from the script and learning more about her, was her sense of humor mixed with hyper intelligence and total capability in whatever challenge comes her way. I realized after going to the Air Force base that the Air Force pilots are like that too. So the spirit of her or the core of her is the Air Force».

How did the flight training go?

«Oh, I puked a lot. That's part of how I got my call sign. All of the pilots were like you're not supposed to tell anybody that, and I was like I got no shame. But we were simulating a dog fight, so I was like flipping around all which way. My pilot was so incredible and super-talented. We got to 6.5 Gs. It was just amazing to feel all of that, especially once we were back on set. When we were simulating a barrel roll, I was able to recall that exactly, what that feels like, what your body feels like, how hard it is to breathe. It's all of those little nuances that I hope will come through in the movie so that regardless of who you are, if you're the Air Force or you're a pilot or whatever, that you recognize that. That it feels real».

PHOTO: ZOEY GROSSMAN, FASHION CREDITS: BLUE CASHMERE, SUIT: THE ROW, WHITE BODYSLUIT: WOLFORD, SANDALS: VALENTINO, ZOIEY GROSSMAN

Green Toronto

**Nella "città dei tetti verdi",
dove urbanistica e agricoltura
si incontrano e la natura è protagonista**

Testo di Amina Di Battista

ISOLE CON VISTA

Le Toronto Islands, dove le auto non sono ammesse, sono il regno delle attività oper air e degli sport acquatici, dal canottaggio alla vela, al nuoto.

Toronto Islands, where cars are banned, are the realm of open-air activities and water sports, from rowing to sailing and swimming.



AGF

L'

anima verde di Toronto traspare dal cielo. Sorvolando la capitale dell'Ontario, in Canada, sembra di vedere un immenso quadro di Mondrian, solo che i rettangoli non hanno le sfumature dei mille colori del maestro dell'astrattismo, ma il grigio dei palazzi che si alterna all'azzurro dei laghetti e al verde di parchi e tetti. È dagli inizi del nuovo millennio che la città ha preso una decisione storica: fare un maquillage rendendo obbligatori i green roofs sui nuovi edifici. Una scelta lungimirante (i tetti verdi hanno effetti benefici sulla qualità dell'aria, sulla biodiversità e sulla temperatura urbana) che nel 2016 ha fatto guadagnare a Toronto il titolo di capitale dei "tetti verdi" del Nord America ed è servita da apripista per un altro ambizioso progetto verde annunciato per il 2019: quello di portare la campagna in città. Si chiama The Plant ed è nato dalle idee di un gruppo di designer e di architetti all'avanguardia che vogliono trasformare la zona della centralissima Queen West in un punto d'incontro tra urbanistica e agricoltura, offrendo ai proprietari degli appartamenti la possibilità di coltivare un proprio orto per produrre frutta e verdura, condividere giardini e spazi esterni, collaborare al recupero dell'acqua piovana, da riciclare, in una grande cisterna collettiva. Che l'anima di Toronto sia verde lo annuncia il Rouge National Urban Park, un'ottantina

CUORE BOHÉMIEN

Passeggiando tra le case vittoriane di Kensington Market, sopra, ci si imbatte in negozi alternativi, boutique vintage e spazi artistici.

Strolling along the Victorian houses of Kensington Market, above, you come across outlandish shops, vintage boutiques and art spaces.



IPA PRESS

RITORNO ALLA NATURA

L'Evergreen Brick Works, cava di un'ex fabbrica di mattoni, offre oggi un paesaggio bucolico con giochi per bimbi e mercatini all'aperto.

The Evergreen Brick Works, the quarry of a former brick factory, features today a countryside landscape offering games for children and open-air markets.



IPA PRESS

NOVE PARCHI

Nell'East End, dove maestose scogliere si tuffano nel lago Ontario, gli Scarborough Bluffs offrono l'opportunità di lunghe passeggiate.

In the East End where huge cliffs overlook Lake Ontario, the Scarborough Bluffs offer the opportunity to take long hikes.

161

ettari di superficie fanno di High Park il principale parco cittadino, con migliaia di chilometri da percorrere a piedi o in bicicletta.

hectares make High Park the main city park, with untold paths to enjoy walking or by bicycle.

2,7

milioni di residenti che salgono a 6,4 nell'area metropolitana: con questi numeri Toronto è la città più popolosa del Canada.

million residents (6.4 in the metropolitan area) make Toronto the most populous city in Canada.

130

chilometri separano la capitale dell'Ontario dalle famose cascate del Niagara: un'escursione che da sola vale il viaggio.

kilometers separate the capital of Ontario from the famous Niagara Falls: an excursion that alone is worth the trip.

di chilometri quadrati lungo un passaggio d'obbligo, il Rouge River. Qui la natura ha preso il sopravvento esprimendosi in una varietà di specie vegetali e animali che non basta un giorno per osservare. Sempre la natura ha riconquistato l'Evergreen Brick Works, l'immensa cava di un'ex fabbrica di mattoni oggi trasformata in un tranquillo paesaggio di laghetti e prati con giochi per bimbi e mercatini all'aperto. Ma il principale parco cittadino è l'High Park, appena fuori dal centro, che si dipana in migliaia di chilometri da percorrere a piedi o in bicicletta attraversando giardini simmetrici e un insolito habitat con querce imponenti. Le stesse che si possono ammirare nella loro vetustà al Mont Pleasant Cemetery: costruito nel 1876, più che un cimitero è un vero e proprio arboreto dove passeggiare nel silenzio delle tombe che custodiscono i resti mortali di molti illustri cittadini di Toronto, come il grande pianista Glenn Gould.

Più disordinato dell'High Park e meno austero del Mont Pleasant Cemetery è il Toronto Music Garden, uno dei giardini più insoliti della città con sentieri tortuosi, angoli nascosti e dolci colline, chiamato così perché le sei sezioni che lo compongono sono ispirate ai movimenti della prima "Suite per violoncello solo" di Bach. Un bagno di profumi e colori lo offre il giardino di Casa Loma, castello (con arredi sontuosi, pregiate boiserie e museo d'opere d'arte annesso) in stile medievale ultimato nel 1914 che domina Toronto da una collina: qui otto aree a tema, dalle aiuole di rose a quelle di fiori selvatici, si alternano a fontane, laghetti e sculture. Uno spettacolare tuffo nella natura, invece, si può fare nell'East End dove, dalle maestose scogliere che costeggiano il lago Ontario, si ha uno scorcio unico sulla città, e dove i nove parchi, gli Scarborough Bluffs, offrono l'opportunità di lunghe escursioni a piedi o in bicicletta. Nell'East si trovano anche il

LA TORRE SIMBOLO

Icona dello skyline di Toronto è la Canadian National Tower, che con i suoi 553 metri d'altezza è tra le più alte del mondo.

Icon of the Toronto skyline is the Canadian National Tower, which with its 553 meters is one of the tallest in the world.

Distillery Historic District, zona industriale vittoriana pedonale e ciottolata, che propone vecchi magazzini e storiche fabbriche ristrutturate per ospitare ristoranti, gallerie d'arte e negozi e il St. Lawrence Market, un mercato dove trovare specialità canadesi, come succo d'acero, carne di renna, patate multicolori.

Chi vuole osare oltre può avventurarsi per isole, le Toronto Islands, una dozzina tra piccole e meno piccole, collegate da ponti o raggiungibili solo via mare: le auto non sono ammesse, in compenso offrono l'opportunità di praticare canottaggio, vela, nuoto e altre attività all'aperto. A Ward's

Island e ad Algonquin una comunità di creativi ha preso fissa dimora; Centreville Amusement Park, invece, è un immenso parco divertimenti, delizia dei bambini.

Tornati a riva non si può non salire sulla CN Tower, la Canadian National Tower, principale attrazione della città, una torre di comunicazione che, con i suoi 553 metri d'altezza, è tra gli edifici più alti del mondo: dalla cima è visibile l'altra sponda del lago e in una giornata serena lo sguardo spazia da un lato fino a Detroit e, dall'altro, sull'immensa pianura che degrada nella baia di Hudson. Qui ci si può fermare per pranzo o per cena

in un ristorante girevole, il 360, che ogni 90 minuti compie una rivoluzione completa intorno all'asse della torre. Scesi dalla torre, d'obbligo una visita al Royal Ontario Museum che vanta più di sei milioni di oggetti tra arte, archeologia, scienza e natura. Prima di ripartire, vietato non programmare una gita per ammirare una delle meraviglie liquide più famose del mondo: le cascate del Niagara, che si trovano a 130 chilometri da Toronto. Con i suoi 52 metri di salto non saranno le più imponenti in assoluto, ma il contesto naturalistico che si spalanca agli occhi del visitatore vale il viaggio. ●



GETTY IMAGES

Green Toronto

In the "city of the green roofs", where urban planning and agriculture come together and nature takes centre-stage

The luxuriant greenery of Toronto is best seen from the sky. While flying over the capital of Ontario, in Canada, we seem to look down at an immense painting by Mondrian, except for the fact that the patchwork of squares and rectangles do not have the pure colours of this abstract painter. Instead the grey of the buildings alternates with the bright blue of lakes and the hues of green of parks and roof gardens.

In fact, at the beginning of the new millennium the municipal authorities made the historic decision to give the city a make-over, by making green roofs mandatory on new buildings. This

far-sighted move (green roofs have very beneficial effects on air quality, biodiversity and urban temperatures) gained Toronto an accolade in 2016 as the city with the largest area of green roofs of all North American cities. It also led the way forward to the ambitious green project of bringing the countryside to the city, due to be completed in 2019. This scheme, called "The Plant" was the brainchild of a group of avant-garde designers and architects who wanted to transform the central area of Queen West into a place where urban planning and agriculture could be combined. Thus local apartment owners have been encouraged to grow their own fruit and vegetables, sharing their orchards, gardens and outdoor spaces, and collecting and recycling rainwater in a large collective cistern. But perhaps the truly green soul of Toronto is the Rouge National Urban Park, extending over almost eighty square kilometres along the course of the Rouge River. Here nature seems to have taken over the heart of the city where a wide variety of plant and animal species thrive, that certainly cannot

GIARDINO INCANTATO

Aiuole di rose e fiori selvatici, fontane, laghetti e sculture circondano Casa Loma, castello in stile medievale che domina la città da una collina.

Flowerbeds of roses and wild flowers, fountains, ponds and sculptures surround Casa Loma, a medieval-style castle that overlooks the city sitting on a hill.



IPA PRESS



FRONTE DEL PORTO

L'Harbourfront Centre è sede di gallerie d'arte, teatri ed eventi culturali.

The Harbourfront Center houses art galleries, theaters and cultural events.

be all seen or discovered in a single day. Mother nature has also taken back the Evergreen Brick Works, the huge quarry of a former brick factory which has been transformed into a tranquil landscape of ponds and meadows, with playgrounds for children and open-air markets.

The most central city park of Toronto is High Park, slightly west of the urban centre, which can be explored on foot or by bicycle thanks to dozens of pathways and routes passing through symmetrical gardens and an attractive natural habitat consisting of imposing oak trees. Some venerable old oaks can also be admired in the Mount Pleasant Cemetery. Inaugurated in 1876, it is more like an arboretum than a cemetery. Here you can walk in contemplative silence among the tombs of many of the most illustrious citizens of Toronto, including the great pianist Glenn Gould.

Less orderly and trim than High Park and less austere than Mount Pleasant Cemetery is one of the city's most unusual gardens, the Toronto Music Garden, which has many winding paths, hidden corners and gentle hills. It takes its name from the division of the garden into six areas, each one inspired by a movement of Johann Sebastian Bach's first suite for unaccompanied cello. The garden of Casa Loma is a riot of scents and colours. This mock medieval castle (with sumptuous furnishings, fine woodwork and a museum with artworks) was completed in 1914 on a site on the top of a hill overlooking Toronto. The garden contains eight areas with different themes, where beds of wild flowers and roses, alternate with attractive fountains, ponds and sculptures.

In the East End of Toronto visitors can enjoy spectacular views of the city from the majestic cliffs overlooking the waters of Lake Ontario. Here, in the area known as the Scarborough Bluffs, a series of nine parks offer the opportunity for lengthy hiking or cycling excursions. Near here there is also the Distillery Historic District, a Victorian industrial area paved

with cobblestones for pedestrians, with old warehouses and historic factories, restored and renovated to house restaurants, art galleries and shops. At the nearby St. Lawrence Market you can purchase Canadian specialities such as maple syrup, reindeer meat and multicoloured potatoes.

Those who wish to venture into Lake Ontario can visit the Toronto Islands, of which there are about a dozen, lying just offshore. Of varying sizes, they can be reached by ferry boats from the harbour and many of them are interconnected by bridges. Cars are not allowed on the islands, were visitors can practice rowing, sailing, swimming and other outdoor recreational activities. On Ward's Island and Algonquin Island a creative community of artists has become established, while the Centerville Amusement Park is a huge amusement park, with rides and attractions for the delight of children.

Back on shore the city's main attraction is the CN Tower, a communications and observation tower that reaches a height of 553 meters, making it one of the world's 10 tallest buildings. From the top the other side of the lake is visible and on a clear day there is a magnificent view to Detroit and, on the other side, the immense plain that extends northwards to Hudson Bay. Here you can have lunch or dinner in a revolving restaurant, known as "360", which makes a complete revolution around the axis of the tower every 90 minutes. Once you have descended from the tower, a visit to the Royal Ontario Museum is a must, as it has an immense collection of over six million items in categories ranging from art and archaeology to science and nature.

Before leaving the city you certainly have to drive the 130 kilometres southwards from Toronto to Niagara Falls, one of the most famous and spectacular waterfalls in the world. Its impressive drop of 52 metres (170 feet) may not be the highest on the planet, but also its stunning natural setting makes it well worth a visit.

InfoPoint Toronto

Menu vegetariani e non, alberghi a regola d'arte, mercati, parchi e grattacieli: la città è per tutti

Not only vegetarian menus, excellent hotels, markets, parks and skyscrapers: the city suitable for everybody

MANGIARE

Mildred's Temple Kitchen

Da oltre vent'anni uno dei ristoranti più trendy di Toronto. Qui Donna Doher, chef e co-proprietaria del locale, ha lanciato la moda del brunch con ricette cult come il Big Brunch Skillet, una bomba con fagioli neri, uova, cipolla arrostita, pasticcio di patate e sfilacci di maiale. **Indirizzo:** 85 Hanna Avenue, Suite 104, tel. +1 4165885695 templekitchen.com

For over twenty years, it has been one of the trendiest restaurants in Toronto. Chef and co-owner Donna Doher launched the brunch trend with cult recipes such as the Big Brunch Skillet, with black beans, eggs, roasted onion, potato pie and fileted pork.

Planta

È l'ultima novità dello chef David Lee, che ha contribuito a lanciare Toronto nel firmamento delle mete per gourmet. Ristorante vegetariano nel quartiere di Yorkville, offre piatti curiosi come le Crab Cakes, a base di cuore di palma, spinaci, latte di cocco e spezie. **Indirizzo:** 1221 Bay Street, tel. +1 6473487000 plantarestaurants.com

It is the latest challenge by Chef David Lee, who helped launch Toronto in the elite of the gourmet destinations. This vegetarian restaurant in the district of Yorkville, offers particular dishes like the Crab Cakes, with heart of palm, spinach, coconut milk and spices.



ART & SHOPPING

1 Negozi di lusso e boutique dei marchi indipendenti, templi del vinile e gallerie d'arte fanno di Yorkville il quartiere dello shopping esclusivo di Toronto. Tappa d'obbligo da The New Trend per i capi più originali.

2 Meta dei foodie di tutto il mondo, il St Lawrence Market offre oltre 120 banchi con carne, pesce, verdura e formaggi freschi, ma anche oggetti d'artigianato, spettacoli di artisti di strada e qualche bel pezzo d'antiquariato.

3 Mai entrati in una scatola da scarpe? Al Bata Shoe Museum non potrete farne a meno. In mostra 4500 anni di storia di questo accessorio, dal modello funebre dell'Antico Egitto alle zeppe di Elton John.



1 Luxury stores and boutiques of independent brands, vinyl temples and art galleries make Yorkville the exclusive shopping district of Toronto. Stop by at The New Trend for the most original garments.

2 A destination for foodies around the world, St Lawrence Market offers over 120 stands with meat, fish, vegetables and fresh cheese, but also handicrafts, street performers and some fine antiques.

3 Ever entered a shoebox? At the Bata Shoe Museum, you can't avoid it. On show 4500 years of history of this accessory, from the funeral model of Ancient Egypt to Elton John's wedges.



Alitalia riprenderà a collegare Toronto dal 31 marzo con un volo quotidiano da/per Roma Fiumicino. I voli, operati con Airbus A330, saranno configurati con cabine suddivise in tre classi di viaggio (Magnifica, Premium Economy ed Economy). Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com

Alitalia will resume the connection to Toronto from March 31 offering one daily flight from/to Rome Fiumicino. The flight is on board an Airbus A330 configured into three travel classes (Magnifica, Premium Economy and Economy). To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com



DORMIRE

The Gladstone Hotel

Uno dei più antichi hotel di Toronto coniuga l'arte dell'accoglienza con l'arte tout court. Le sue stanze sono state disegnate ciascuna da un artista locale e spesso, hall e spazi comuni, si trasformano in galleria per le opere dei talenti emergenti. **Indirizzo:** 1214 Queen Street West, tel. +1 4165314635 gladstonehotel.com

One of the oldest hotels in Toronto, it is a combination of art and hospitality. Its rooms were designed by a local artist. Halls and common areas are often turned into a gallery showcasing works by up and coming artists.

The Anndore House

Perfetto per gli Instagram-addicted, questo hotel di 113 stanze offre uno spot diverso a ogni angolo, dal sontuoso e sensuale piano terra all'essenzialità delle suite in stile loft. **Indirizzo:** 15 Charles Street East, tel. +1 8337458370 theanndorehouse.com

Perfect for the Instagram addicted, this 113-room hotel offers a different ambiance at every corner: from the sumptuous and captivating ground floor, to the essential flair of the suite in loft style.



TEMPO LIBERO

Cartoline dal lago

A due ore dalla capitale dell'Ontario, il Georgian Bay Islands National Park offre uno dei paesaggi più scenografici della regione: migliaia di isole di granito sparse nella baia, rocce erose dal vento e boschi di pini solcati da solitari sentieri.

Two hours away from the Ontario capital, the Georgian Bay Island National Park offers one of the most spectacular landscapes in the region: thousands of granite islands scattered in the bay, rocks eroded by the wind and pine forests housing lonely paths.



ARCHITETTURA

Brookfield Place

La galleria vetrata di questo complesso per uffici porta la firma di Santiago Calatrava: un gigantesco intreccio di archi e cupole in vetro e acciaio che disegnano cangianti giochi di luce e ombra.

The glass gallery of this office complex was designed by Santiago Calatrava: a gigantic interweaving of glass and steel arches and domes that create iridescent plays of light and shade.

The L Tower

Al numero 22 di The Esplanade le facciate flessuose di un grattacielo residenziale di cinquantotto piani, eleganti e senza spigoli, tradiscono la mano dell'autore: l'archistar Daniel Libeskind.

At #22 The Esplanade, the sinuous facades of a 58-storey condo skyscraper, with a sophisticated line and no corners, bear the hallmarks of its designer: world-class architect Daniel Libeskind.

Los Angeles

Appuntamento a Downtown

Per farsi sorprendere dall'anima creativa di L.A.
Tra gallerie d'arte, teatri, spazi espositivi
all'avanguardia e icone dell'architettura

Testo di Micol Passariello

TENDENZE METROPOLITANE

Non c'è altro luogo della città californiana che abbia vissuto più cambiamenti di Downtown.

There is no place in L.A. that has ever experienced as many changes as the Downtown.

ART SHARE L.A.

Centro culturale in un edificio coperto di murales, è tra i protagonisti della nuova scena artistica.

Cultural hub in a building covered with murals. It is one of the stars of the new art scene.



IPA PRESS



©USALGARRERO ©THECHOPARKER

MIRACLE MILE

Su Wilshire Boulevard sfilano i musei più noti della città, tra cui il Petersen Automotive.

Wilshire Boulevard is home to the most renowned museums in the city, including the Petersen

Tip the world over on its side and everything loose will land in Los Angeles, diceva Frank Lloyd Wright. La seconda metropoli più grande della nazione è una città vivace, eclettica, vibrante di energia. Con splendidi murales, chilometri di spiagge, spazi artistici all'avanguardia, locali posh, avamposti di celebrity chef, la vera sfida per chi la visita non è cosa fare, ma quale versione di questa vasta città abbracciare. Il glam di West Hollywood, i ritmi SoCal di Santa Monica, la bohémienne Venice, i lussuosi di Beverly Hills.

La star del momento è Downtown. Non c'è altro posto che abbia vissuto più cambiamenti di DTLA, che ora pullula di gallerie, teatri, club, boutique hotel. Un fervore che ha attirato l'attenzione dei big dell'arte, che hanno aperto blasonate gallerie, vedi Jason Vass, Royale Projects, Wirth & Schimmel, Sprüth Magers. La

Marciano Art Foundation ha trovato casa in un vecchio tempio massonico, trasformato da Maurice e Paul Marciano in uno spazio innovativo. Su Wilshire Boulevard sfilano i musei più noti della città, dal LACMA al Page o il Craft Contemporary (il secondo giovedì del mese dalle 18 alle 22 si tiene la Downtown Art Walk, tour tra spazi espositivi e bellezze storiche del quartiere). E mentre aspettiamo l'apertura – entro fine anno – dell'Academy Museum di Renzo Piano, il museo del cinema più grande del mondo, per respirare la frizzante creatività della zona basta fare un giro al Gallery Row, sede di oltre cinquanta gallerie e teatri nel cuore di Downtown.

Nell'area est di Downtown c'è l'Arts District, ex zona industriale fatta di magazzini e capannoni, ora fucina di nuove tendenze. Qui la scena si fa più intrigante, grazie a posti come l'Institute for Contemporary Art,

dove trovare performance e mostre all'avanguardia, l'Art Share, vetrina per talenti in un edificio ricco di murales, o l'A+D Museum, spazio ibrido che stupisce con design e architettura, ma anche con progetti stravaganti: l'ultimo, il Disgusting Food Museum, tour tra i cibi tradizionali più disgustosi al mondo, è stato un successo.

A proposito di cibo, tra gli openings c'è The Manufactory, immensa food hall nata da tre chef freschi di James Beard Award: Elisabeth Prueitt e Chad Robertson del famoso Tartine Bakery di San Francisco e Chris Bianco della Pizzeria Bianco di Phoenix. Ma Los Angeles non si ferma mai. E sta già lavorando a 'the next big thing': sarà pronto nel 2020 il Main Museum di Tom Wiscombe Architecture, che sorgerà dal restyling di una serie di edifici novecenteschi dell'Old Bank District. E arricchirà (ancora) la scena di Downtown. ●



JOSHUA WHITE / JWPICTURE.COM



MATT MARRIOTT / DISCOVER LA

NUOVE GALLERIE

Alla Marciano Art Foundation ha trovato spazio l'installazione di Ai Weiwei "Life Cycle".

The Marciano Art Foundation houses the Ai Weiwei's installation: "Life Cycle".

SPIRITO ECLETTICO

Con spazi artistici all'avanguardia, spiagge e locali glam L.A. è una città vibrante di energia.

With cutting-edge artistic spaces, beaches and trendy hangouts, L.A. is a vibrating metropolis.



MATT MARRIOTT / DISCOVERLA

Los Angeles Destination: Downtown

Let yourself be swept by the creative soul of L.A. among art galleries, theaters, cutting-edge exhibition spaces and architecture icons

ART DISTRICT L'ex zona industriale, è oggi fucina di nuove tendenze.

The former industrial area, it is now hotbed for new trends.

Tip the world over on its side and everything loose will land in Los Angeles, said Frank Lloyd Wright. The second biggest metropolis in the nation is a lively, eclectic and vibrant city. With its beautiful murals, endless beaches, cutting-edge artistic spaces, posh hangouts, celebrity chefs, the true challenge for those visiting it is not what to do, but rather choosing which facet of this huge city is to be discovered: the glam of West Hollywood, the rhythms of the Santa Monica SoCal, the bohémienne Venice, the luxury of Beverly Hills. The current star is Downtown. No other place has experienced more changes than DTLA, a district that is now filled with galleries, theaters, clubs, boutique hotels. The district's energy drew the attention of the big figures from the art scene who opened important galleries, such as Jason Vass, Royale Projects, Wirth & Schimmel, Sprüth Magers. The Marciano Art Foundation is located in a former Masonic temple, turned by Maurice and Paul Marciano into an innovative space. In Wilshire Boulevard lie the most renowned museums in town, from the LACMA to the Page or the Craft Contemporary (the Downtown Art Walk, a tour

among the exhibition spaces and the historic beauties of the district takes place every second Thursday of the month from 6pm to 10pm). And waiting for the opening – by the end of 2019 – of the Academy Museum by Renzo Piano, the world's largest cinema museum, we can visit the Gallery Row – housing over 50 galleries and theaters in the heart of Downtown – in order to experience the lively creativity of the area. The Downtown area is home to the Arts District, a former industrial area housing warehouses and hangars that is now a hotbed of new trends. Here the scenario becomes more intriguing thanks to places the likes of the Institute for Contemporary Art, hosting performances and cutting-edge exhibitions, the Art Share, showcasing works by talented artists in a building filled with murals, or the A+D Museum, a hybrid space that wows for its design and architecture as well as for its outlandish projects: the latest one was the Disgusting Food Museum, a journey through the most disgusting traditional food in the world, it was a resounding success. Talking about food, included in the openings is The Manufactory, a huge food hall created by three chefs recently awarded with the James Beard Award: Elisabeth Prueitt and Chad Robertson from the famous Tartine Bakery and Chris Bianco from the Pizzeria Bianco in Phoenix. Los Angeles is restless, the city is in fact already working at “the next big thing”: the Main Museum by Tom Wiscombe Architecture, to be finished by 2020. It is the restyling of a series of buildings from the 20th century in the Old Bank District and it will (further) enhance the Downtown scene.

InfoPoint Los Angeles

Club di lusso, atmosfere hipster, negozi vintage e street food. Nella città dove si può fare e trovare di tutto

Luxury clubs, hipster atmospheres, vintage boutiques and street food. The city where you can do and find everything

MANGIARE

Majordomo

Il ristorante dello chef-star David Chang è probabilmente il locale dove è più difficile trovare un tavolo in città. Con una filosofia che fonde i sapori asiatici, è un grande spazio in stile industriale, cucina a vista, lungo bancone sociale e dehor esterno.

Indirizzo: 1725 Naud St, tel. +1 855 8887539 majordomo.la

The restaurant of Chef David Chang is probably the most sought-after restaurant in the city and finding a table is a true challenge. Its philosophy combines Asian flavors in a large space in industrial style, open-plan kitchen, a long counter seating and outdoor space.

First Friday on Abbot Kinney

Il primo venerdì di ogni mese, dalle 17, Abbot Kinney raduna i migliori foodtruck della città per un vero festival del gusto. Con streetfood thai, africano, caraibico o greco, nella cornice più stravagante: il cuore di Venice.

Indirizzo: Abbot Kinney Blvd abbotkinneyblvd.com

On the first Friday of every month, from 5pm, Abbot Kinney hosts the best food trucks in the city for a true gourmand festival offering Thai, African, Caribbean or Greek street food, in the most extravagant setting: the heart of Venice.



Los Angeles

ART & SHOPPING

1 Nell'iconico store American Rag troverete di tutto, dalle sedie da bistrot francese anni Venti alla sciarpa vintage in seta indossata da una star sul set (americanrag.com).

2 Dalla Batmobile alla Ferrari originale di Magnum P.I. fino alle sportive di James Bond. Il Petersen Automotive Museum, nel Miracle Mile, è uno dei più grandi musei di auto al mondo (petersen.org).

3 Arrivato a novembre da Londra, il Dover Street Market, in pieno Arts District, è la mecca dello streetwear griffato dai brand hip-pop più popolari (losangeles.doverstreetmarket.com).



1 In the iconic American Rag store you will find everything from the French bistro chairs from the 20s to the vintage silk scarf worn by a star on the set (americanrag.com).

2 From the Batmobile to the original Ferrari used in Magnum P.I. series and the James Bond's sports cars. The Petersen Automotive Museum, in the Miracle Mile, is one of the largest car museums in the world (petersen.org).

3 Landed in L.A. in November from London, the Dover Street Market, in the heart of the Arts District, is the mecca of the streetwear by the most popular hip-pop brands (losangeles.doverstreetmarket.com).



Alitalia collega Los Angeles con tre voli settimanali da/per Roma Fiumicino, che diventeranno sette dal mese di maggio. I voli, operati con Boeing 777, sono configurati con cabine suddivise in tre classi di viaggio (Magnifica, Premium Economy ed Economy). Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com

Alitalia connects Los Angeles with 3 weekly flights from/to Rome Fiumicino. Four additional weekly connections to Los Angeles will be added in May. The flights are onboard a Boeing 777, configured into three travel classes (Magnifica, Premium Economy and Economy). To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com



DORMIRE

h.Club

New entry approdata a L.A. da Londra, è il club members-only ideato da Paul G. Allen di Microsoft e dal musicista Dave Stewart: pensato per una clientela hip, offre lussuose suite, tea room, pool terrace, co-working space e cinema.

Indirizzo: 1717 Vine St, tel: +1 323 9621717 hclub.com

New entry directly from London: it is the members-only club designed by Paul G. Allen from Microsoft and by musician Dave Stewart: created for hipster customers, it offers luxury suites, tea rooms, terrace with pool, co-working spaces and cinema.

Freehand Downtown

A metà strada tra un ostello e un hotel dall'atmosfera hipster. Decor funky, ambiente rilassato, stanze accoglienti: è uno dei posti più cool dove stare. Anche sul roof tropicale con piscina e dj-set. **Indirizzo:** 416 W 8th St, tel. +1 213 6120021 freehandhotels.com

Halfway between a hostel and a hotel with a hipster and creative flair. Funky decorations, laid-back atmosphere, cozy rooms: it is one of the coolest hotels to stay in. It is perfect also for a night out at the tropical roof with pool and DJ sets.



NIGHTLIFE

Spire 73

È uno dei posti più fotografati. Cocktail bar alla moda, si trova in cima all'InterContinental Los Angeles Downtown, con una strepitosa vista sulle mille luci della città. **Indirizzo:** 900 Wilshire Boulevard, tel. +1. 213.688.7777 spire73.com

It is one of the most photographed places in the city. This trendy cocktail bar is located at the top of the InterContinental Los Angeles Downtown and offers an amazing view of the thousand lights of the city.



TEMPO LIBERO

The Huntington Library

Vicino a Pasadena, vanta una straordinaria collezione di mappe, manoscritti antichi e opere d'arte, in un edificio circondato da un bellissimo giardino botanico. Con il profumato Garden of Flowing Fragrance e l'historic Japanese Garden. **Indirizzo:** 1151 Oxford Road, San Marino, tel. +1.626.405.2100 huntington.org

Near Pasadena, it boasts an extraordinary collection of maps, ancient manuscripts and works of art housed in a building surrounded by a beautiful botanical garden with the scented Garden of Flowing Fragrance and the historic Japanese Garden.

Smorgasburg LA

Avventura nata a Brooklyn e sbarcata a Los Angeles, è diventato il più grande craft market della città, con stand gastronomici, artigianato, arte locale, vintage shop. Tutte le domeniche al 777 di Alameda St. la.smorgasburg.com

Created in Brooklyn, it landed in Los Angeles. It has become the largest craft market in the city, with food stands, crafts, local art, vintage shops. Every Sunday at # 777 Alameda St.



Il Sole di San Martino, buono da sempre.

Selezioniamo delizie della tradizione che partono dalle Langhe e scaldano il cuore delle feste più importanti. Rendi la Pasqua più dolce con confezioni regalo al sapore di cioccolato, nocciole, zucchero e bollicine. Scegli un dono di gusto tra pasticceria artigianale, sfizi della buona tavola e grandi vini piemontesi.

www.soledisanmartino.com

RICHIEDI IL CATALOGO COMPLETO
tel. +39 0173 509471 - sole@soledisanmartino.com

Happyend

Consigli per rendere più dolce la vita
Tips for a sweeter life

Sette hotel per un viaggio indietro nel tempo

Prigioni riconvertite in ambienti di grande stile che conservano la struttura originaria dei penitenziari che furono. Vecchi alberghi restaurati che rivelano misteri del passato e furono teatro di episodi storici. Da Cuba alla Toscana, ecco dove passare un weekend esclusivo con i consigli degli esperti di Hotels.com

Seven hotels for a leap back in time

Prisons turned into stylish hotels maintaining their original structures. Old restored hotels unveiling the mysteries of the past and that were the scene of historic events. From Cuba to Tuscany, here the hotels to spend a one-off weekend with recommendations by the experts of Hotels.com

Testo
Gianni Rusconi



Malmaison Oxford

1

Grotta Giusti

Monsummano Terme, Italia

Il plus di questo lussuoso albergo nella campagna toscana, non lontano da Pistoia, è la millenaria grotta termale posta sotto l'edificio, che fu dissotterrata per caso nel 1849, quando degli operai seguirono un vapore denso che si alzava dal terreno. Giuseppe Giusti, poeta italiano e proprietario all'epoca di questo immobile, considerò la scoperta come "l'ottava meraviglia del mondo". Camere a partire da 200 euro a notte.

grottagiustispa.com

The strong point of this luxury hotel immersed in the Tuscan countryside, not far from Pistoia, is the centuries-old thermal cave situated under the building, that was found by chance in 1849 when some workers saw a dense vapor coming from the ground. Giuseppe Giusti, Italian poet and then owner of the building, considered the discovery the "eighth wonder of the world." Rooms from 200 euro per night.



2

Hotel Katajanokka

Helsinki, Finlandia

Nel cuore della capitale finlandese, fu inaugurato come penitenziario nel 1837 ed è rimasto in attività fino al 2002. Dopo diversi anni di restauro, ha aperto i battenti come hotel dodici anni fa mantenendo qualche pezzo dell'arredamento originale. Si alloggia in stanze estremamente rifinite che ricordano l'atmosfera del vecchio edificio e anche i servizi a disposizione degli ospiti sono a tema: coppe di stagno per i drink, pietanze con nomi legati alla prigione nel menu del ristorante. Camere da 90 euro a notte.

hotelkatajanokka.fi

Located in the heart of the Finnish capital, it was opened in 1837 as a penitentiary, that remained active until 2002. Following a few-years restoration, it opened its doors as a hotel 12 years ago featuring some pieces from the original furnishings. The extremely refined rooms recall the atmosphere of the old building. The hotel offers also theme services: tin cups for the drinks, the restaurant's menu with recipes bearing names related to the prison. Rooms from 90 euro per night.



3

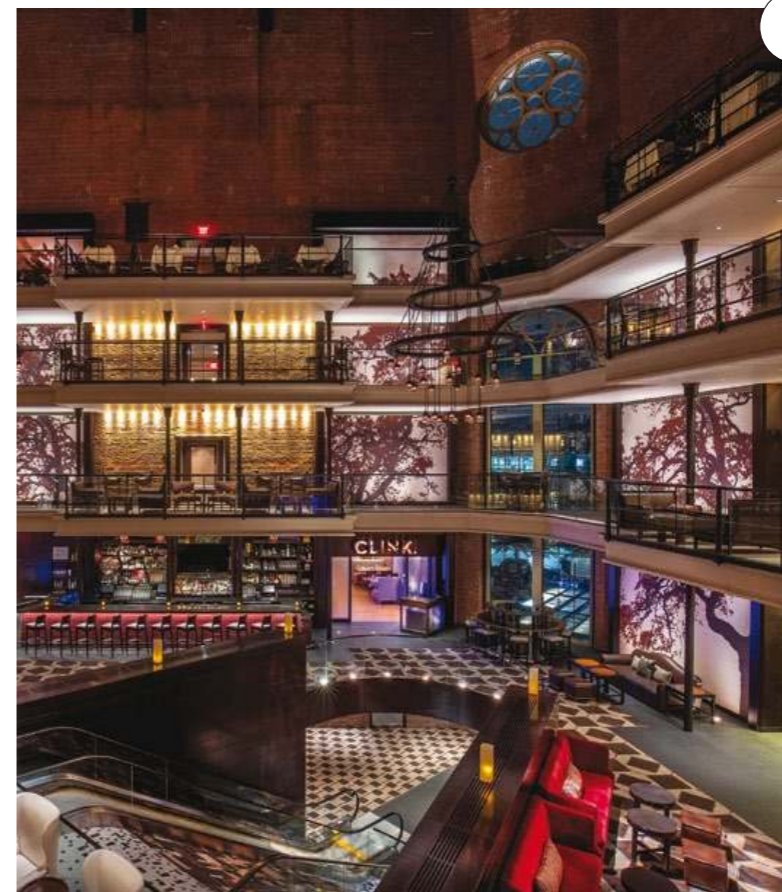
The Liberty Hotel

Boston, Stati Uniti

L'ex prigione di Charles Street, costruita nel 1851 e per 140 anni famigerato carcere, è stato trasformato in un albergo a 4 stelle con salotti in pelle, lampadari di cristallo e una bellissima vista sulla città. Il detenuto più celebre è stato Malcolm X. La prigione è diventata famosa anche per la sua forma ottagonale e la torre circolare di 27 metri di altezza: in passato segregava i detenuti per sesso e categoria di reati, oggi è l'elemento centrale del design dell'hotel. Per soggiornarvi servono circa 180 dollari a notte.

libertyhotel.com

The former Charles Street prison, built in 1851 and for 140 years notorious penitentiary, was turned into a four-star hotel featuring leather sofas, crystal chandeliers and a beautiful view of the city. Its most famous prisoner was Malcolm X. The prison became famous also for its octagonal shape and its 27-meter round tower: in the past it isolated the prisoners dividing them according to their gender and crime, today it is the central element of the design hotel. 180 euro per night.



4

Långholmen Hotel

Stoccolma, Svezia

Sorge sull'isola omonima, a pochi passi dal centro della capitale svedese, e vanta una storia più che millenaria. Struttura detentiva dal 1724, fu chiusa nel 1975. Oggi gli ospiti hanno accesso al Museo delle Prigioni e dormono in celle arredate in tipico design svedese. Per una camera si spendono a notte dai 120 euro in su.

langholmen.com

Sitting on the island bearing the same name, a stone's throw from the center of the Swedish capital, it boasts a centuries-old history. Opened in 1724 as a prison, it was closed in 1975. Today the guests have access to the Prison Museum and stay in "prison cells" furnished in typical Swedish design. Rooms from 120 euro per night.



5



Het Arresthuis Hotel

Roermond, Paesi Bassi

Fu prigioniero di massima sicurezza nel 19° secolo, prima di essere smantellata nel 2007 e riconvertita in hotel di lusso dove si soggiorna all'interno di camere che un tempo erano celle e che oggi si aprono su un salone situato nel vecchio corridoio centrale della struttura. Ogni stanza ha mantenuto la sua porta originale e sfoggia nomi come "Il Carceriere", "L'Avvocato", "Il Direttore" e "Il Giudice". Si parte da 145 euro a camera a notte.

hetarresthuis.nl

In the 19th century it was a maximum-security prison. In 2007 it was shut down and turned into a luxury hotel. Guests stay in the former cells that today overlook a hall located in the old central corridor of the structure. Each room kept its original door and bears names like of "The Jailer", "The Lawyer", "The Director" and "The Judge". Prices from 145 euro per night.



7

Hotel Nacional de Cuba

Havana, Cuba

Di proprietà del governo cubano, fu teatro di diversi eventi glamour prima dello storico episodio della Baia dei Porci. Negli anni della crisi fra Cuba e Stati Uniti fu utilizzato da Fidel Castro e Che Guevara come quartier generale dell'esercito per contrastare l'attacco aereo americano, con tanto di trincee e gallerie scavate nel parco dell'hotel. Oggi opera da albergo e da spazio espositivo per ricordare quel conflitto. Una camera doppia costa mediamente sui 350 euro a notte.

hotelnacionaldecuba.com

Owned by the Cuban government, it was the scene of different glamorous happenings before the historic Bay of Pigs invasion. In the era of the crisis between Cuba and the US, it was used by Fidel Castro and Che Guevara as their army headquarters to oppose the American air force attacks, complete with trenches and tunnels dug in the park of the hotel. Today it functions as a hotel and an exhibition space to recall that conflict. A double room costs an average of 350 euro per night.

6

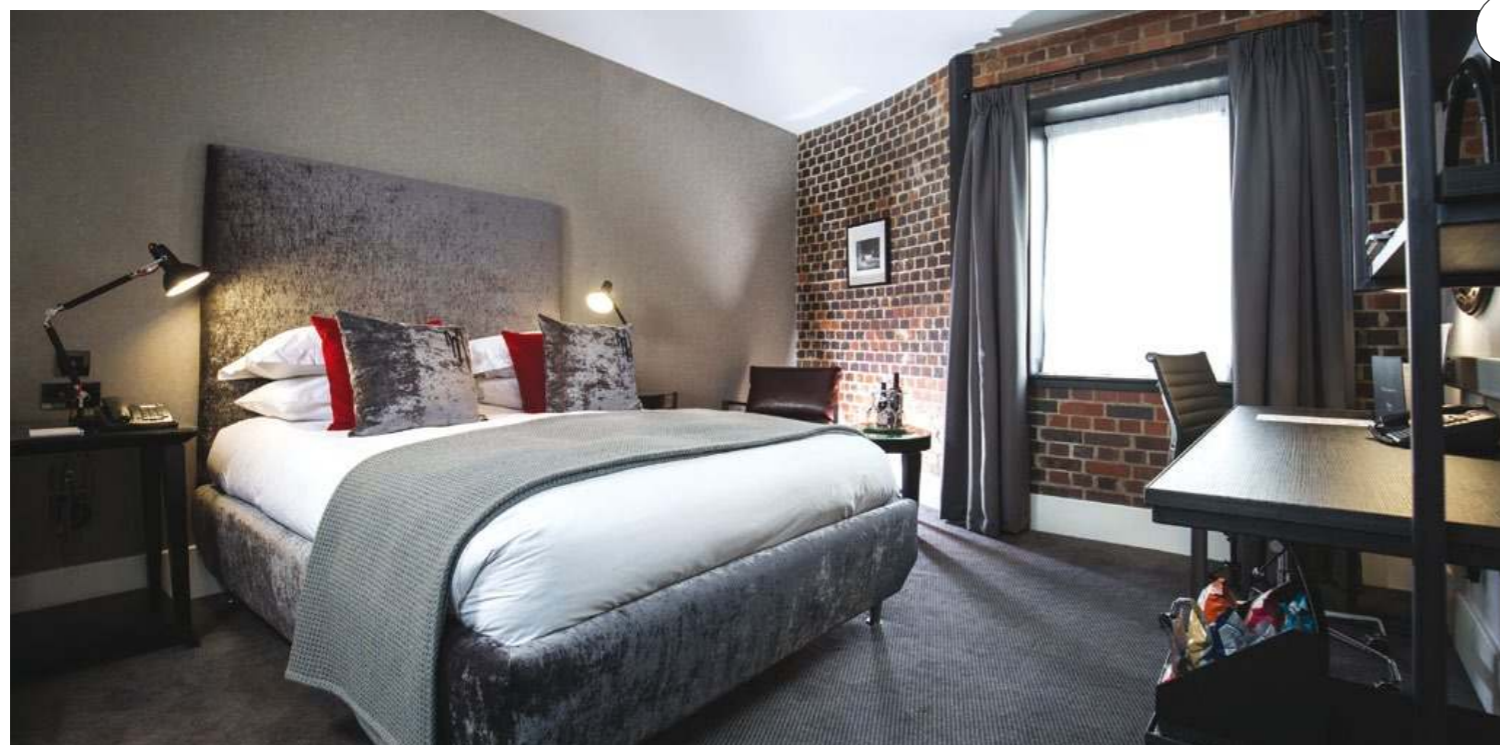
Malmaison Oxford

Oxford, Regno Unito

Oltre 900 anni di storia, fu costruito nel 1071 come fortezza normanna, e la vicinanza al castello di Oxford ne fanno un hotel di per sé interessante. Utilizzato per più di un secolo, dal 1888 al 1996, come carcere di Sua Maestà, ha subito importanti lavori di restauro per ospitare turisti in cerca di un'esperienza di pernottamento unica. Il vecchio edificio è rimasto intatto ed è quasi interamente visitabile. Camere a partire da 160 euro.

malmaison.com

It boasts over 900 years of history. Its style – it was built in 1071 as a Norman fortress - and its proximity to the Oxford castle make it an interesting hotel in itself. For over a century – from 1888 to 1996 – it has functioned as Her Majesty's Prison Oxford. After important renovation works it now hosts tourists on the lookout for an unparalleled travel experience. The old building remained intact and most of it is open to visits. Rooms from 160 euro.



Glow Visions

a cura di Renata Molho

Audaci e visibili: è così che i designer suggeriscono agli uomini di essere. Con ironia scelgono di accendere i colori che ricordano le luci al neon, Dan Flavin, gli evidenziatori. Sia per gli elementi più sportivi, che per quelli finto formali, non manca il divertimento ritrovato di farsi notare

Bold and eye-catching: this is how designers suggest men to be. Ironically they pick bright colors that recall neon lights, Dan Flavin, highlighting pen. Both for the most sporty and the semi-formal outfits, rediscover the fun to to show-off



1

Louis Vuitton

Neon details

Pantaloni in misto cotone, camicia in tessuto tecnico, gilet "cut away" in pelle di vitello a contrasto. Sneaker alta LV Trainer in vitello.

louisvuitton.com

Trousers in cotton blend, shirt in technical fabric, "cut away" waistcoat in contrasting calf leather. LV Trainer sneaker in calfskin.



2

Kenzo

Anti-fog

Soprabito in cotone spalmato, pull in cotone rigato jacquard, shorts in cotone check, tote bag in cotone, sandali in PVC.

kenzo.com

Overcoat in coated cotton, sweater in striped jacquard cotton, shorts in check cotton, cotton tote bag, sandals in PVC.



3

Valentino

Logo-mania

Logo all-over: per il caban in nylon e cotone, la camicia in cotone, i bermuda in lana e il cappello da baseball. Felpa in cotone con stampa logo. Sneaker Valentino Garavani Bounce in pelle con dettaglio piume rimuovibili sul retro.

valentino.com

Logo everywhere: for the nylon and cotton caban, the cotton shirt, the wool Bermuda shorts and the baseball cap. Cotton sweatshirt with logo print. Valentino Garavani Bounce sneaker in leather with removable feathers detail on the back.



4

Sacai x Nike

Hybrid Collection

Sneaker LDV Waffle in pelle e mesh con suola in gomma.

sacai.jp

LDV Waffle sneaker in leather and mesh with rubber sole.



Dries Van Noten

Shine on

Giacca in viscosa, camicia in cotone popeline con stampa "Anatomie Hand" di Verner Panton, tuta intera in cotone piquet e sandali in pelle.

driesvannoten.com

Viscose jacket, poplin cotton shirt with "Anatomie Hand" pattern by Verner Panton, piquet cotton jumpsuit and leather sandals.

5

Versace

Glowing suit

Giacca, pantaloni e maglia in cotone, sneaker Chain Reaction in pelle e cotone.

versace.com

Cotton jacket, trousers and shirt, Chain Reaction sneaker in leather and cotton.



6



8

Prada

Visible pouch

Marsupio in nylon con logo in gomma.

prada.com

Nylon fanny pack with rubber logo.



7

Isabel Marant

Purple in rain

Cappotto lungo oversize in nylon con cappuccio, maglione in alpaca, lana e lino sopra alla t-shirt a maniche lunghe in cotone e lino e pantaloni in cotone.

isabelmarant.com

Oversize long hooded coat in nylon, sweater in alpaca, wool and linen, long-sleeved cotton and linen t-shirt and cotton trousers.



9

MSGM

Here I am

Felpa in tessuto tecnico con logo, pantaloni in velluto leggero di cotone a coste, sneaker in pelle e mesh con suola in gomma.

msgm.it

Sweatshirt in technical fabric with logo, light cotton corduroy trousers, sneakers in leather and mesh with rubber sole.

Orange Spirit

a cura di Renata Molho

Il colore è energia e l'arancione è sinonimo stesso di solarità. Piccole variazioni di tonalità, date anche dalla consistenza dei materiali, ma l'imperativo è chiaro: la moda impone un tono luminoso e deciso per personalità altrettanto forti

Color is energy and orange is synonymous with sunshine. Little nuance variations, also given by the materials' texture. Light color is a must: fashion imposes bright and clear shades for equally strong personalities



1

Poiret
Re-veiled

Camicia in chiffon, abito in raso e sandali in pelle.

poiret.com

Chiffon shirt, satin dress and leather sandals.

2

Sara Battaglia

Stripes and sleeves

Tailleur giacca e pantalone in crêpe, camicia in popeline con maniche a sbuffo, borsa a secchiello in pelle.

sarabattaglia.com

Crepe trouser suit, poplin shirt with puff sleeves, leather bucket bag.



3

Fendi

Long on short

Trench lungo e short a vita alta in cotone. Boston Bag e Baguette in pelle di vitello con pattern FF a rilievo. Décolleté in rete tecnica con motivo patchwork. Collana girocollo rigida e orecchino in metallo con fiore in smalto.

fendi.com

Long trench coat with high-waist cotton shorts. Boston Bag and Baguette in calfskin with embossed FF pattern. Pumps in technical mesh with patchwork pattern. Rigid collar necklace and metal earring with enamel flower.



5

Etro

Paisley girl

Cappello e abito con cintura in seta stampa Paisley, cintura obi in cotone impunturato con dettagli stampati, spilla Pegaso con Swarovski. Bauletto maxi in cotone e PVC a disegni cashmere con profili e manici in pelle e tracolla regolabile in tessuto. Infradito fondo cuoio rivestito in cotone stampa Paisley.

etro.com

Hat and dress with silk belt with Paisley pattern, obi belt in stitched cotton with printed details, Pegaso brooch with Swarovski crystals. Maxi bag in cotton and PVC with cashmere pattern with leather trims and handles and adjustable shoulder strap in fabric. Flip flops with leather sole and covered in Paisley print cotton.



4

Ermanno Scervino

Grand Ball

Abito in organza con rouches in degradè, sandalo in vernice con suola in cuoio e tacco fasciato.

ermannoscervino.com

Organza dress with ruffled rouches, patent leather sandal with leather sole and banded heel.



7

Emilio Pucci

Bucket bag

Borsa a secchiello in pelle con tracolla.

emiliopucci.com

Bucket bag in leather with shoulder strap.



6

Chiara Boni

La Petite Robe

Top e pantaloni in jersey stretch, décolleté slingback con tomaia in tessuto, fodera in pelle e suola in cuoio. Borsa Canovan Print in tessuto.

chiaraboni.com

Stretch jersey tops and trousers, sling back pump with fabric upper, leather lining and leather sole. Canovan Print fabric bag.



8

Salvatore Ferragamo

Hydrus

Sandali infradito in pelle karung con zeppa in sughero e suola in gomma.

ferragamo.com

Flip-flops in karung leather with cork wedge and rubber sole.



9

Hermès

Orange coat

Cappotto in cashmere double-face con dettagli in nappa, body in maglia tecnica di seta, short a vita alta in tela di cotone, cintura in pelle Epsom con fibbia in metallo, sandali in nubuck e tela tecnica.

hermes.com

Double-sided cashmere coat with Napa leather details, technical knit bodysuit in silk, high-waist cotton canvas shorts, Epsom leather belt with metal buckle, sandals in Nubuck and technical canvas.



TimeLife

Lo stile al polso
a cura di Daniela Fagnola

In attesa di Baselworld (21-26 marzo), ecco alcune novità presentate al SIHH di Ginevra, l'altro salone dell'orologeria (andato in scena lo scorso gennaio). Gli esemplari più discussi, i più chiacchierati, quelli che più di tutti hanno fatto parlare di sé. Nel bene e nel male

While waiting for Baselworld (March 21-26), here are some of the new models presented at the SIHH in Geneva, the other most prominent watch industry exhibition (that took place last January). They are most "debated" samples, those that have been mostly talked about for better or worse



Ulysse Nardin Classico Manara

La maison di Le Locle aggiorna la tradizione degli orologi erotici con Milo Manara. Nasce così uno storyboard di 10 modelli in serie limitata: con la cassa in acciaio o oro rosa, il movimento automatico di manifattura e il quadrante dipinto a mano (200 esemplari in totale). Tutti illustrati con leggerezza, nello stile tipico del maestro del fumetto, un orgoglio italiano nel mondo. Ma c'è chi è rimasto scandalizzato dalle scene più hard.

ulysses-nardin.com

The Le Locle-based brand updates the tradition of erotic watches in partnership with Milo Manara. The result is a storyboard of 10 models in limited edition featuring the case in stainless steel or rose gold, the automatic in-house movement and the hand-painted dial (total of 200 pieces). All illustrated with lightness, in the typical style of the comic book artist, a world-class figure Italy is proud of. However, some were scandalized by particular erotic illustrations.



Richard Mille RM 07-03 Automatic Marshmallow

Cassa in ceramica e oro rosa con citrini e tsavoriti. Movimento automatico ad alta tecnologia (come sempre). E quadrante in smalto Grand Feu. Ma ciò che colpisce nella collezione Bonbon (10 modelli, ciascuno in 30 esemplari) è il soggetto "goloso": dal marshmallow alla rotella di liquirizia, dal cupcake ai lecca-lecca con la frutta candita. Qualcuno li ha definiti "Pop art da polso", altri non li hanno graditi. Il commento delle signore? "Divertenti!"

richardmille.com

It features ceramic and rose gold case with citrines and tsavorites, automatic high-tech movement (as always) and Grand Feu enamel dial. What strikes the most in the Bonbon collection (10 models, each in 30 pieces) is the "delicious" subject: marshmallows, licorice wheels, cupcakes and lollipops with candied fruit. Some defined them "Pop art timepieces", others did not like them. The ladies' comment? "Fun!"

Audemars Piguet

Code 11.59

L'inedita collezione made in Le Brassus ha scatenato valanghe di critiche sui social. Ma forse i detrattori non sanno "leggere" gli orologi: non vedono la complessa architettura della cassa, la costruzione modulare, il vetro dalla doppia bombatura, le meticolose finiture... Le 6 tipologie di esemplari, in oro bianco o rosa, danno vita a 13 referenze, 4 nuovi calibri di manifattura e un'infinità di dettagli qualificanti.

audemarspiguet.com

The brand new collection made in Le Brassus has triggered a huge criticism on social media. Perhaps detractors cannot "read" the watches: they do not see the complex structure of the case, the modular construction, the double-curved glass, the meticulously manufactured finishes... The 6 models, in white or rose gold, give life to 13 references, 4 new calibers, and untold representative details.

masaltos.com
Sea 7 cm más alto



PUÒ FINALMENTE ESSERE 7 CM PIÙ ALTO!

Nessuno si accorgerà del suo segreto grazie alle scarpe con rialzo interno



Codice sconto



AT1218



+ 7cm

VISITA
www.masaltos.com

Tel. : (+34) 954 564 292 FERIA 4 e 6.
41003 Siviglia, Spagna. E-mail: info@masaltos.com

Size matters, get 7 cm. / 2,75" Taller today

Silver eAwards



Best Cross-Border Strategy 2017

Per arricchire la dotazione della casa connessa, Lenovo propone una radio sveglia intelligente con Google Assistant integrato. Sony punta sui gadget di design con una lampada che funziona anche da speaker senza fili. Per chi ama prendersi cura della propria salute ecco lo smartwatch di Asus che misura cuore e livello di stress

To enhance the equipment of your smart home, Lenovo proposes the smart alarm clock with built-in Google Assistant. Sony focuses on design gadgets with a lamp that acts also as a wireless speaker. For those who care for their health, the smartwatch by Asus that monitors heart and stress levels

HiTech

La tecnologia fatta su misura a cura di Gianni Rusconi



L'orologio digitale che si comanda con la voce

Lenovo Smart Clock

Pensato soprattutto per la camera da letto, è dotato di schermo da 4 pollici, radio e assistente vocale (Google Assistant), ed è compatibile con la tecnologia Chromecast per sfruttarlo come speaker del proprio smartphone. Permette di ascoltare musica attraverso un sistema di audio-grouping multi-ambiente e di attivare le varie attività di routine quotidiane grazie a parole chiave. Funziona con versione leggermente modificata di Android Things. Debutterà in primavera negli Stati Uniti.

lenovo.com

Designed especially for the bedroom, it has a 4-inch screen, radio and voice assistant (Google Assistant), is compatible with Chromecast technology and can be used as a speaker from your smartphone. It allows you to listen to music through a multi-room audio-grouping system and to activate various daily activities thanks to keywords. It is driven by a slightly modified version of Android Things. Set to hit the shelves in spring in the US.

Audio ad alta risoluzione a lume di candela

Sony Glass Sound Speaker LSPX-S2

È un diffusore Bluetooth e Wi-Fi decisamente originale, che sfrutta il proprio cilindro di cristallo per emettere un suono cristallino a 360 gradi in direzione verticale, grazie a tre trasduttori in grado di convertire le vibrazioni in note. Dall'estetica ricercata e retrò, integra un sistema di illuminazione con 32 diversi livelli di intensità (compresa la modalità "candela") ed è dotato di altri due altoparlanti per le medie e basse frequenze. Si ricarica via Usb, sarà disponibile da maggio e costerà circa 600 euro.

sony.com

It is without doubt an original Bluetooth and Wi-Fi speaker. Through its crystal cylinder, it delivers a crystal-clear sound in a 360-degree vertical direction, thanks to three transducers that can convert vibrations into notes. With a sophisticated and vintage design, it features a lighting system with 32 different levels of intensity (including the "candle" mode) and is equipped with two other speakers for medium and low frequencies. Recharged via USB, it is to be available from May. Cost: about 600 euro.



Il benessere a portata di polso

Asus Vivowatch Bp

I suoi principali pregi sono il rilevatore 24x7 della pressione sanguigna, i sensori Ecg e Ppg per monitorare in tempo reale la frequenza cardiaca e il livello di stress e un algoritmo integrato nella app HealthConnect che fornisce consigli personalizzati sullo stato di salute utilizzando le misurazioni effettuate e le abitudini personali. Con la funzione Gps è possibile tracciare i percorsi effettuati e visualizzare i dati delle attività di allenamento. La durata della batteria è di ben 28 giorni. Costa 199,90 euro.

asus.com

Its main strong points are the 24/7 blood pressure detector, the Ecg and Ppg sensors to monitor in real time the heart rate and the stress level and an algorithm included in the HealthConnect App that provides tailored health advice according to the measurements detected and to the user's personal habits. Thanks to the GPS function it is possible to trace routes that have been taken and to display training activity data. With a battery life of 28 days, it costs 199.90 euro.

Quando la sportività estrema fa rima con l'eleganza e il lusso: ecco tre coupé diverse tra loro ma che regalano un divertimento estremo nella guida

When extreme sporting style goes hand in hand with elegance and luxury: here three different coupes that are huge fun to drive

Lexus

RC 300h

Aggiornata nel design dei fari a Led e negli interni ora simili a quelli della berlina ES, la coupé giapponese a due porte si presenta nella versione RC 300h con il sei cilindri a V di 2.5 litri accoppiato a un modulo elettrico, per una potenza di 223 cv (la più potente V8 eroga 477 cv). Undici le nuove tinte di carrozzeria, tra cui il Flare Yellow e lo Sky Blue.

lexus.it

New design for the LED headlights and the interior now similar to those of the ES sedan, the Japanese two-door coupe comes in the RC 300h version with the 2.5-liter six-cylinder engine combined with an electric motor delivering 223hp (the most powerful V8 delivers 477hp). Eleven are the new colors for the body, including the Flare Yellow and the Sky Blue.



Ford Mustang Shelby GT500

La classica muscle-car americana aumenta la potenza e tocca quota 700 (cavalli). Dopo il debutto al Salone di Detroit, l'ultimo in programma in gennaio visto che l'edizione 2020 si svolgerà a giugno, la più potente Ford di serie mai prodotta con i suoi oltre 700 cv erogati dal motore V8 sovralimentato di 5.2 litri debutterà sul mercato in autunno.

ford.it

The classic American muscle car increases its power and reaches 700hp. Following its debut at the Detroit Motor Show, the last scheduled in January as the 2020 edition is to take place in June, the most powerful standard Ford ever produced with its over 700hp delivered by the 5.2-liter supercharged V8 engine is to hit the market in autumn.

Engines

Novità dal mondo dei motori a cura di Leonardo Iannacci



Porsche

911 Carrera S e 4S

Pronta per essere guidata (e goduta) la serie 992 della mitica "noveundici" in versioni Carrera S e Carrera 4S. Monta il 3 litri turbo che arriva sino a 450 cavalli di potenza (308 km/h la velocità massima raggiungibile), motore abbinato al nuovo cambio automatico a otto marce a doppia frizione PDK.

porsche.com

The 992 series of the legendary 911 in the Carrera S and Carrera 4S versions. It features a 3-liter turbo engine that delivers up to 450hp (maximum speed: 308 km/h) and the new PDK eight-speed dual-clutch transmission.



Bellissima

a cura di Marzia Ciccola

PRIMAVERA NELL'ARIA

Torna il sole, il primo tepore e la gioia di vivere. La profumeria festeggia la fine dell'inverno con fragranze floreali e fruttate, inno a un'esuberante femminilità

The sun is back together with the good weather and the joie de vivre. Perfumery celebrates the end of winter with floral and fruity fragrances, a hymn to the exuberant femininity



Michael Kors

Sky Blossom

Profumo luminoso e fresco ma dal cuore floreale, come una giornata primaverile.

michaelkors.it

Bright and fresh perfume with a floral heart, like a spring day.



Salvatore Ferragamo

Amo Ferragamo Flowerful

Una fragranza fruttata-fiorita con accenti di peonia rosa, gelsomino e fiori di pruno. Esuberante e piena di gioia di vivere.

ferragamo.com

A fruity-floral fragrance with hints of pink peony, jasmine and plum blossoms. Exuberant and full of joie de vivre.



Giorgio Armani Beauty

Si Fiori

Il capitolo floreale di Si è un'eau de parfum che reinterpreta il tema chypre giocando attorno al neroli che evoca la fioritura.

armanibeauty.it

The floral Si is an eau de parfum that reinterprets the chypre theme playing with the neroli that evokes flowering.

Jimmy Choo

Floral

Delicato bouquet costruito attorno alla sofisticata bellezza della magnolia. Un'eau de toilette floreale, fruttata, muschiata.

jimmychoo.com

Delicate bouquet built around the sophisticated beauty of the magnolia. A floral, fruity, musky eau de toilette.



Uomo in Vogue

a cura di Marzia Ciccola

ESPLORATORI OLFATTIVI

Sono legati al viaggio i profumi maschili di primavera. Che sia interiore, intorno al mondo o in mare, rappresentano le mille sfaccettature di un uomo

Men's spring fragrances are connected to journeys: inner, around the world or sailing journeys. They represent the countless facets of a man.

Trussardi

Riflesso Blue Vibe

Gioca sui contrasti caldo-freddo, razionale-emozionale, elegante-soversivo, dolce-amaro, il nuovo capitolo olfattivo di Riflesso.

trussardi.com

The new version of Riflesso plays with the hot-cold, rational-emotional, elegant-subversive, sweet-bitter contrasts.



Jean Paul Gaultier

Le Male In the Navy

Nelle vesti di un marinaio un fougere acquatico dalle note oceaniche, con una dose di vaniglia e ambrgris.

jeanpaulgaultier.com

Under the guise of a sailor an aquatic fougere with oceanic notes, a hint of vanilla and ambrgris.



Montblanc

Explorer

Dedicato a esploratori e viaggiatori, un diario sulle note di bergamotto italiano, vetiver di Haiti e patchouli indonesiano.

montblanc.com

Dedicated to explorers and travelers, it is a sort of "travel journal" with notes of Italian bergamot, Haitian vetiver and Indonesian patchouli.



Tommy Hilfiger

Tommy Now

Una fragranza legnosa e speziata che fonde note agrumate di bergamotto e aspre di mandarino con geranio, zenzero, cardamomo ed estratti di legno.

it.tommy.com

A woody and spicy fragrance that blends the citrus notes of bergamot and the sour scents of mandarin with geranium, ginger, cardamom and extracts of wood.

RRD Roberto Ricci design

Tocco fluo

Il rubber raincoat è perfetto per le giornate più uggiose mentre si aspetta l'arrivo della primavera.

robertoriccidesigns.com

The rubber raincoat is perfect for the dull days while waiting for spring.



Pack for Him

Che cosa regalare a Lui



Tumi

Design & performance

La leggenda della musica Lenny Kravitz e sua figlia Zoë, sono i volti della nuova campagna del brand americano di valigeria e prodotti lifestyle.

it.tumi.com

Music legend, Lenny Kravitz and his daughter Zoë Kravitz front up for the new campaign of the American luggage and lifestyle brand.



Kyme

Sguardo dark

Hanno il dettaglio in pelle (rimovibile) gli aviator dalla forma squadrata e le lenti scure.

kymesunglasses.com

The coolest polo shirt is in technical fabric and with a small logo on the sleeve.



Suns

Voglia di sole

La polo più cool è in cotone 100%, con piccolo logo sulla manica.

sunstripes.it

The coolest polo shirt is in technical fabric and with a small logo on the sleeve.



Paul Hewitt

Never regret

Bracciale con doppio cordino in nylon nero intrecciato, con chiusura ad ancora IP black con logo inciso.

morellato.com

Bracelet with double cord in woven black nylon, an IP-black anchor buckle with engraved logo.



Giovanni Raspini

Nautilus

Si ispira al mondo subacqueo e al fondale marino la collana in argento, opale e cristallo di rocca.

giovanniraspini.com

The necklace in silver, opal and rock crystal, takes inspiration from the marine world and recalls the seabed.



Guess Eyewear x J Balvin

Capsule Collection

Una collezione speciale di occhiali da sole firmata da J Balvin, pluri nominato artista ai Latin Grammy Awards.

guess.eu

A special collection of sunglasses by multiple Latin Grammy Award Nominee J Balvin.



Alviero Martini 1a Classe

Belt Bag

La borsa must have di stagione è da attaccare alla cintura, come questa in pelle saffiano color confetto.

alvieromartini.it

The trendy bag is to be attached to the belt like this one in candy-colored leather.

Pack for Her

Che cosa regalare a Lei



Weekend Max Mara

Ispirazione Cape Cod

Nantucket, la nuova Signature Collection di Weekend Max Mara in collaborazione con l'interior design Anthony Baratta.

it.weekendmaxmara.com

Nantucket, the new Signature Collection by Weekend Max Mara in partnership with interior design Anthony Baratta



Aigner

Must have

La bandana in seta può essere usata sui capelli, al polso o come accessorio alla moda per la borsa. Da avere assolutamente.

aignermunich.com

The silk bandana can be used on the head, on the wrist or as a fashionable accessory for the bag. A must-have.

VIAGGIARE NEL TEMPO

Nella capitale indiana, dove nuove sperimentazioni traghettano la tradizione verso il futuro, e a Trieste, fucina di giovani talenti, tra cultura e sapore di mare

A journey through the capital of India, where new experimentations bring tradition towards the future and in Trieste a hotbed of young up and coming talented artists, between culture and sea scents

Handloom House

Un mondo di colori

Stoffe tessute e colorate a mano, sari e biancheria per la casa si comprano in questo emporio che raccoglie pezzi di seta e cotone realizzate da oltre centomila artigiani di tutto il Paese. **Indirizzo:** Handloom Marketing Complex, Janpath, tel. +91 1123353094

handloomhousedelhi.com

Buy hand woven and colored fabrics, saris and household linen in this store that offers bolts of silk and cotton made by over one hundred thousand craftsmen from around the country.



Wenger's

Intermezzo goloso

Questa storica pasticceria, amata dai turisti come dai locali, è perfetta per una pausa dolce o salata a base di panini, quiche, torte e ottime paste. Unico neo, il locale è piccolo e sempre affollato. **Indirizzo:** A16 Connaught Place, tel. +91 11 23324403

This historic pastry shop, tourists and locals' favorite, is perfect for a sweet or savory break offering sandwiches, quiches, pies and excellent pastries. Only flaw: the shop is very small and always packed with people.



Masala Library

Viaggio culinario

Nel tempio di Jiggs Kalra, lo scrittore gastronomico definito lo zar della cucina indiana, le tradizioni regionali di tutta l'India si ritrovano sotto forme inedite e sorprendenti. **Indirizzo:** 21A Janpath, tel. +91 9205180003/4

masalalibrary.co.in

In the temple of Jiggs Kalra, the gastronomic writer nicknamed the Tsar of Indian cuisine, the regional traditions of the entire country India are served in brand new interpretations.



The Roseate

Lifestyle contemporaneo

È il più bell'hotel di design della città. Circondato da un grande giardino, ha piscina, sauna, spa e camere dagli arredi originali. Da non perdere, una serata allo IAH bar, che offre cucina peruviana e giapponese. **Indirizzo:** Samalka, NH-8, D Block, tel. +91 1133552211

roseatehotels.com

Not far from the airport lies the most beautiful design hotel in the city. Surrounded by a large garden, it features a swimming pool, sauna, spa and rooms with original furnishings. Do not miss a night at the IAH bar serving Peruvian and Japanese cuisine.



National Gallery of Modern Art

Opere da collezione

In un elegante edificio degli anni Trenta, progettato per essere la residenza del Maharaja di Jaipur, sono custodite le opere di tutti i grandi artisti indiani a partire dalla metà del XIX secolo, da Amrita Sher-Gil a MF Husain. **Indirizzo:** Shershah Road near India Gate Jaipur House, tel. +91 1123584640

ngmaindia.gov.in

This sophisticated building from the 1930s designed to be the residence of the Maharaja of Jaipur, is home to the works by the major Indian artists from the mid-19th century, including Amrita Sher-Gil and MF Husain.

Alitalia collega Delhi con un volo quotidiano da/per Roma Fiumicino. I voli, operati con Airbus A330, sono configurati con cabine suddivise in tre classi di viaggio (Magnifica, Premium Economy ed Economy). Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com



Alitalia connects Delhi with one daily flight from/to Rome Fiumicino. The flight is onboard an Airbus A330 configured into three travel classes (Magnifica, Premium Economy and Economy). To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com

Victoria Hotel Letterario

Pagine di storia

In un bel palazzo storico, che fu una delle case abitate da James Joyce, un quattro stelle con 44 camere e suite dall'eleganza classica, area benessere e sala lettura con una selezione di opere di autori triestini e su Trieste.

Indirizzo: Via Alfredo Oriani 2, tel. +39 040 362415

hotelvictoriatrieste.com

In a beautiful historic building, which was one of James Joyce's residences, lies a four-star hotel with 44 rooms and suites boasting a classic elegance, a wellness area and a reading room offering a selection of works by Trieste writers and books about Trieste.



N°TRE atelier

Targati TS

Nel neonato spazio le creazioni di tre giovani brillanti designer triestini: gli abiti sartoriali di Fabrizio Pizzioli (Fab tailor), la pelletteria artigianale di Marco Trevisan e gli accessori di Fernanda Repinc (Sentier shop). **Indirizzo:** Via Mazzini 5, tel. +39 327 8589443

On sale in the new space of via Mazzini, the creations of three young and brilliant designers from Trieste: the tailored suits by Fabrizio Pizzioli (Fab tailor), the artisanal leather goods by Marco Trevisan and the accessories by Fernanda Repinc (Sentier shop).



Trattoria

Al Pescatore

Sapori del golfo

Sul lungomare di Barcola, un trionfo di pesce sempre freschissimo, cucinato alla griglia, al forno o fritto con leggerezza. Dai classici sardoni all'astice, ai mussoli tipici del litorale triestino. Con una selezionata carta dei vini. **Indirizzo:** Viale Miramare 211, te. +39 040 411134

trattoriaalpescatore.it

On the Barcarola seafont, a hymn to fresh, grilled, baked or lightly fried seafood. From the classic lobster sardonic, to the mussoli, typical dish of the Trieste coast. Selected wine list.



Blu di Prussia

Vecchio è nuovo

Dietro una piccola vetrina sovrastata da una maestosa ala di legno c'è la bottega-laboratorio dove Roberto Samec e Susanna Coronica trasformano oggetti recuperati in nuove creazioni e realizzano sculture, complementi d'arredo e oggetti d'artigianato. **Indirizzo:** Via Luigi Cadorna 10, tel. +39 531 7549097

Behind a small window dominated by a majestic wooden wing is the workshop where Roberto Samec and Susanna Coronica turn recycled objects into new creations and give life to sculptures, furnishing accessories and handicrafts.

Museo Revoltella

Fuori dagli schemi

Una delle più importanti collezioni d'arte moderna italiana in una Galleria originale, attigua all'elegante residenza in stile rinascimentale appartenuta al Barone Pasquale Revoltella. **Indirizzo:** Via Diaz 27, tel. +39 040 6754350

museorevoltella.it

One of the most important collections of modern Italian art is showcased in an original gallery, adjacent to the sophisticated Renaissance-style residence that belonged to Baron Pasquale Revoltella.

Pep's Fish House

Il mare nel cartoccio

In uno spazio a tema marino di fronte al Molo Audace, si servono tartine, crudi di mare, gustosi primi e fritti croccanti. Il classico fish & chips è proposto anche come street food nella luminosa veranda. **Indirizzo:** Riva Tre Novembre 3, tel. +39 040362603

facebook.com/pepsfishhouse

In a space with a marine atmosphere, in front of the Molo Audace, canapés, raw seafood, tasty first courses and crispy fried food are served. The classic fish & chips is also proposed as street food in the bright veranda.

Alitalia collega Trieste con 28 voli settimanali da/per Roma Fiumicino e 12 voli settimanali da/per Milano Linate. Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com



Alitalia connects Trieste with 28 weekly flights from/to Rome Fiumicino and with 12 weekly flights from/to Milan Linate. To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com

TESTO
Alessandro Fiorentini

Bella e affascinante come la famosa Scilla della mitologia greca. Il piccolo borgo, adagiato sulla costa tirrenica poco a nord di Reggio Calabria, domina l'ingresso settentrionale dello Stretto di Messina. Oltre a rappresentare uno dei luoghi più affascinanti del Sud Italia, il paese è famoso in tutto il mondo per la leggenda dei due mostri marini, Scilla e Cariddi, a guardia dello stretto. Scilla, ninfa bellissima e vanitosa, per la gelosia della maga Circe viene trasformata in un'orrenda creatura con «sei lunghissimi colli e su ciascuno spaventosa una testa», recita l'Odissea.

NEL MITO DELLA COSTA VIOLA

Viaggio alla scoperta di Scilla, dove leggenda e tradizione danno vita a un borgo dal fascino unico

Questo angolo di Costa Viola – come la definì Platone per i suoi particolari colori al tramonto – è tra le mete turistiche più rinomate della Calabria. Divisa in tre principali località, Scilla è dominata dal Castello Ruffo, una fortezza risalente al V secolo a.C., che offre la più bella vista sul cosiddetto “Bosforo d'Italia”. Il castello, oggi attivissimo polo culturale, separa la Marina Grande, la spiaggia più famosa del borgo, dall'antica Chianalea. Questo antico borgo marino, conosciuto come la “piccola Venezia del Sud”, è il luogo più caratteristico di Scilla. Un piccolo angolo magico, quasi sospeso sulle splendide acque tirreniche,

dove le case sono costruite sugli scogli e affacciano direttamente sul mare. Oggi alcune delle antiche abitazioni dei pescatori sono diventate ristoranti, tappe obbligatorie per un pranzo o una cena a base di pescato del giorno. Il cuore di Scilla è il quartiere di San Giorgio, centro del paese e sede di tutti gli edifici pubblici. Tutto ruota attorno a Piazza San Rocco che, oltre al suo invidiabile belvedere, ospita anche la Chiesa di San Rocco la cui facciata ricorda i templi classici. Per concludere un ideale tour di Scilla non può mancare una visita alle Grotte di Tremusa, antichissima testimonianza geologica risalente al Pleistocene (epoca compresa tra 2,58 milioni di anni fa e 11.700 anni fa), quando l'intera zona era sommersa dall'acqua. Oggi queste affascinanti grotte, situate a circa 600 metri di altitudine circondate da fitti boschi, si presentano ricche di stalattiti, stalagmiti e fossili marini. ●

CHIANALEA
Conosciuta come “la piccola Venezia del Sud”, il borgo marino è famoso per le sue case costruite sugli scogli che affacciano sul mare. Oggi alcune di quelle abitazioni sono diventati ristoranti.

Known as “the small Venice of the South”, the marine village is famous for its houses built on the rocks and overlooking the sea. Today some of those houses have been turned into restaurants.



IN THE MYTH OF THE COSTA VIOLA

A journey through Scilla where legend and tradition give life to a town with an unparalleled charm

Beautiful and charming like the famous Scylla from the Greek mythology. The small town, sitting on the Tyrrhenian coast north of Reggio Calabria, dominates the northern entrance to the Strait of Messina. It is one of the most charming locations in Southern Italy and it is famous throughout the world for the legend of two marine monsters, Scylla and Charybdis, guarding the Strait. Legend has it that sorceress Circe, jealous of the beauty of Scylla, a beautiful and vain nymph, turned her into a dreadful creature with «six very



MERAVIGLIE CALABRESI
Il Castello Ruffo, a sinistra, domina lo stretto di Messina e separa Chianalea da Marina Grande, sotto, la spiaggia più famosa e bella di Scilla.

The Ruffo Castle, on left, dominates the Strait of Messina and divides Chianalea from Marina Grande, below, the most famous and beautiful beach of Scilla.

long necks bearing each an appalling head» as written in the Odyssey. This corner of Costa Viola (purple coast) – as defined by Plato due to its particular colors at sunset – is one of the most renowned touristic destinations in Calabria. Divided into three main locations, Scilla is dominated by the Ruffo castle, a fortress dated back to the 5th century BC, that offers the most beautiful view of the so-called “Bosphorus of Italy”. The castle, today a hectic cultural hub, separates Marina Grande, the most famous beach of the village, from the ancient Chianalea. This ancient marine village, known also as the “small Venice of Calabria”, is the most characteristic place in Scilla. A small magic corner, almost suspended on the beautiful waters of the Tyrrhenian sea, where the houses overlooking the sea are built on the

rocks. Some of the old fishermen's houses have now been turned into restaurants: a must to enjoy the catch of the day both at lunch or for dinner. The heart of Scilla is the San Giorgio district, the center of the village and home to all the public buildings. Piazza San Rocco is the core of the district. In addition to its remarkable belvedere, it houses also the San Rocco church, whose façade recalls the classic temples. The perfect tour of Scilla is completed

with the unmissable visit to the Tremusa Caves, ancient geological formations dated back to the Pleistocene Epoch (time period that began about 2.6 million years ago and lasted until about 11,700 years ago), when the entire area was submerged by water. Today these charming caves, located around 600 meters above sea level, are surrounded by dense forests and filled with stalactites, stalagmites and marine fossils. ●

OLBIA

Dentro la Sardegna

TESTO
Cristina Griner



NELLA CITTÀ FELICE

Tra scampoli di storia

Per chi sbarca in Sardegna d'estate Olbia è semplicemente la porta d'accesso alla Costa Smeralda. Ma quando la stagione balneare è lontana e gli hotel e i locali della costa sono ancora in letargo, è il momento di scoprire la città e l'entroterra gallurese. Passeggiando per la città felice, Olbia, come la chiamarono i greci, le vestigia del passato affiorano in più angoli. In via Torino si può vedere ciò che resta delle mura cartaginesi, mentre dell'Olbia romana, che aveva strade lastricate, terme e foro, restano tracce vicino al Palazzo comunale, oltre ai ruderi della villa s'Imbalconadu. Molti reperti rinvenuti negli scavi, tra cui un tesoro di quasi 900 monete d'oro, sono oggi custoditi nel bel Museo Archeologico affacciato sul mare, mentre la necropoli punico-romana è confluita nel Museo della Basilica di San Simplicio, patrono della città. Costruita tra XI e XII secolo, è la più antica testimonianza cristiana sull'isola. Notevole anche la chiesa barocca di San Paolo, nel cuore del centro storico, con la cupola rivestita di maioliche. A pochi passi, per una pausa golosa salata o dolce, c'è Anticas Licanzias, raffinata bottega-caffetteria-bistrot di via Tempio, dove si possono comprare o degustare le migliori specialità della tradizione sarda, dai malloreddos fatti a mano ai dolci alle mandorle.

6

ore

IN THE HAPPY CITY

Among the remnants of history

Those who land in Sardinia in summer consider Olbia as just a door to the Costa Esmeralda. The perfect moment to discover the city and the Gallura region is when summer season is distant and the hotels and hangouts of the coast are still closed. Strolling along Olbia, or the happy city as nicknamed by the Greeks, you can spot the remnants of the ancient era scattered in the city. In via Torino you can see what is left of the Carthaginian walls, while the remains of the Roman Olbia, with paved roads, thermal baths and forum, are found close to the Town Hall, along with the ruins of the s'Imbalconadu villa. Many relics were found during the excavations, including a treasure of almost 900 golden coins, today guarded in the beautiful Archaeological Museum overlooking the sea, while the Punic-Roman necropolis can be found at the Museum of the San Simplicio Basilica, the patron saint of the city. Built between the 11th and 12th century, it is the most ancient Christian evidence in the island. Of great interest is also the Baroque church of Saint Paul, in the heart of the historic center, with its majolica-tiled dome. A stone's throw from the church is Anticas Licanzias, a refined shop, cafeteria-bistro in via Tempio. Perfect for a gourmand sweet or savory break, it offers tastings and sales the best specialties from the Sardinian tradition, from the handmade malloreddos to almond-based pastries.

NATURA DOMINANTE

Dalla spiaggia al bosco

Olbia si affaccia su un golfo spettacolare e dà accesso ad alcune tra le spiagge più belle d'Italia. Anche fuori stagione vale la pena di programmare mezz'ora d'auto, seguendo la strada costiera con vista sulle isole di Molaro e Tavolara, per vedere la famosa Cinta, immensa mezzaluna di sabbia candida e fine come borotalco tra Puntaldia e San Teodoro, completamente deserta. Imboccando la Statale 127 ci si inoltra invece nella Gallura più profonda fino a Calangianus, famoso per la produzione di sughero, adagiato in una conca circondata da rilievi boscosi a 500 metri di altitudine. Il nucleo più antico del paese ha case in pietra e strade lastricate di granito, mentre in periferia il restaurato convento dei cappuccini ospita il museo del sughero, che racconta la tradizione-simbolo del paese. Una bella passeggiata panoramica conduce alla fonte Sigara, su un colle ai margini dell'abitato, mentre nei boschi di sughere vicino al paese, in località Badu Mela, si possono vedere le tombe di Giganti di Pascareddha, del II millennio a.C. Per una cena ispirata al territorio c'è Il Tirabusciò, piccolo e curato ristorante in via Nino Bixio 5.

12

ore

NATURE REIGNS SUPREME

From the beach to the woods

Olbia overlooks a spectacular gulf and is the "door" to some of the most beautiful beaches in Italy. Out of season, too, it is worth a visit. Driving for half an hour through the coast road overlooking the Molaro and Tavolara islands, you can see the famous Cinta, a huge crescent-shaped beach, completely deserted, with white and powdery sand located between Puntaldia and San Teodoro. Taking the S.S. 127 (State Road) you enter the Gallura inland and you reach Calangianus, famous for the production of cork, sitting on a basin surrounded by woods 500 meters above sea level. The most ancient part of the village hosts stone houses and granite paved streets, while the outskirts are home to the restored Capuchin monastery that houses the cork museum recounting the tradition-symbol of the village. A beautiful panoramic stroll leads you to the Sigara spring, in a hill close to the built-up area, while in the cork oak woods close to the village, in Badu Mela, you can spot the tombs of Giganti di Pascareddha (the Giants' Tomb) dated back to the 2nd millennium BC. If you want to enjoy the traditional local dishes, dine at Il Tirabusciò, a small and refined restaurant in via Nino Bixio 5.

CUORE DI PIETRA

Nel nome di Faber

Ancora una manciata di chilometri ed ecco, ai piedi del monte Limbara, Tempio Pausania. La 'città di pietra', capoluogo culturale della Gallura, ha un bel centro storico con facciate e pavimentazioni in granito e viali alberati. Su piazza Gallura si affacciano il palazzo dei marchesi Pes di Villamarina, attuale sede della Curia e del Museum Templense, la cattedrale di San Pietro, l'oratorio del Rosario e la duecentesca chiesa di Santa Croce. Tra gli edifici civili spicca il palazzo dell'Ex Me, che fu prima prigione e poi mercato. Affascinante la stazione ferroviaria, in stile liberty, realizzata ai primi del '900 e dipinta da Giuseppe Biasi. Piazza Faber, con un'installazione permanente progettata in collaborazione con Renzo Piano, è intitolata a Fabrizio De André, che visse nella vicina tenuta dell'Agnata, oggi trasformata in un hotel di charme dove trascorrere la notte (agnata.com). Ad appena un chilometro dal centro, sulla strada di Palau, il nuraghe Majori.

18

ore

HEART OF STONE

Dedicated to Faber

A few kilometers away and you reach, at the foot of Mount Limbara, the Pausania Temple. The "city of stone" the cultural capital of Gallura, features a beautiful historic center with facades and paving in granite and tree-lined boulevards. Piazza Gallura hosts the Marquis Pes di Villamarina's palace, current home to the Curia, the Templense Museum, the Saint Peter's cathedral, the Rosario oratory and the church of Santa Croce that is dated back to the thirteenth century. Among the various buildings, the Ex Me stands out, a former prison turned into a market. The charming railway station, in Art Nouveau style, was built in the early 20th century and decorated by Giuseppe Biasi. Piazza Gaber, housing a permanent installation designed in partnership with Renzo Piano, is dedicated to Fabrizio De André (renowned Italian singer-songwriter) who lived in the close by Agnata estate, today turned into a hotel de charme where it is worth spending a night (agnata.com). At just one kilometer from the center, on the road to Palau, is the Nuraghe Majori.

Alitalia inizierà a collegare Olbia a partire dal 17 aprile in regime di continuità territoriale con voli quotidiani da/per Roma Fiumicino e Milano Linate. Per conoscere le offerte e per l'acquisto dei biglietti visita alitalia.com



From April 17, Alitalia will start serving Olbia in territorial continuity regime with daily flights from/to Rome Fiumicino and Milan Linate. To find out the offers and to purchase tickets visit alitalia.com

Oroscopo

di Antonio Capitani

Horoscope

marzo 2019
March

Ariete

21 marzo — 20 aprile

Una ventata di serenità ve la porta Venere, astro di beltade, serenità e, spesso, anche di quattrini. E che, insieme a Giove, ambasciatore di fortune, sembra facilitarvi il conseguimento di obiettivi concreti, in ogni ambito, alcova compresa. Se appartenete alla seconda decade tagliate senza rimpianti.

Toro

21 aprile — 20 maggio

Comincian la salsa, la rumba, il merengue, con Marte e, soprattutto, con Urano nel vostro segno. In molti abbandonerete la consueta comfort zone affrontando esperienze innovative e rivoluzionando obiettivi, scala dei valori, quotidianità in toto. L'amor è un cicinin colitico, meglio l'eros, a mille!

Gemelli

21 maggio — 21 giugno

Per essere fighi siete fighi. E magari esercitate una prima impressione eccellente sugli altri. Però siete anche piacevoli come una lombalgia, per via del vostro nervosismo a fior di pelle. State calmi, siate sempre presenti mentalmente e chiari nel comunicare, ma senza brutalità. Cuore e sensi esulticchiano.

Cancro

22 giugno — 22 luglio

Finalmente è ripresa. Concreta. Grazie a chance, input, scelte che possono dar vita a un giro di boa nella vostra vita. A tutto campo. Amici e sostenitori sembrano rappresentare la vostra fortuna, i musi lunghi e lo sfigopessimismo (vostri) un autogol clamoroso. Vedete voi. L'ormon, intanto, gongola.

Leone

23 luglio — 23 agosto

Qualche astro che vi taglia a mirepoix gli zebedei c'è. Così sbrigare le consuete occupazioni quotidiane diventa un po' meno facile. Senza contare che l'equivoco pare essere costantemente in agguato e che scelte e svolte possono risultare condizionate dall'ansia. Occorre lucidità. Anche in fatto d'amor.

Vergine

24 agosto — 22 settembre

Tira aria di rinnovamento. Positivo. Per alcuni di voi addirittura sbalorditivo. E comunque nelle vostre corde. Cresce anche il vigore fisico e con esso lo slancio dei sensi, ma Mercurio e Nettuno opposti vi annebbiano la mente e fan ribollire l'acido zitellico: non sclerate per delle sciocchezze, siate scaltri.



Aries

21 March — 20 April

Venus – the planet of beauty, serenity and often money, too – brings you serenity and, alongside Jupiter, messenger of fortune, seems to be helping in achieving tangible goals in any field, including the love nest. If you belong to the second decade, cut ties with no regrets.

Taurus

21 April — 20 May

Mars and, most of all, Uranus are in your sign: get cracking in salsa, rumba and merengue. Many of you will move from the usual comfort zone facing innovative experiences and revolutionizing their goals, values and daily life. Love is slightly low, eroticism however is skyrocketing!

Gemini

21 May — 21 June

You are definitely cool and you probably make a great first impression. However, you also may be as pleasant as a back pain, since you are highly strung. Calm down, keep your mind clear and be crystal clear when you communicate without being rough. Heart and senses are (almost) exulting.

Cancer

22 June — 22 July

Recovery is finally at the door, a true recovery. Thanks to opportunities, inputs and choices that might give life to a true turning point in your life. In every field. Friends and supporters represent your fortune, (your) gloomy faces and pessimism represent a sensational own goal. Take it from there. Senses in the meantime, are overjoyed.

Leo

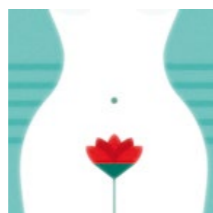
23 July — 23 August

Some planets might be a pain in the neck. Therefore, carrying out your usual daily tasks becomes slightly less easy. Not to mention that misunderstandings seem to be constantly lurking and your choices and changes might be influenced by anxiety. Keep your mind clear, in love too.

Virgo

24 August — 22 September

Fresh wind is blowing. Positive changes. For some of you this is to be an amazing wind, up to your potential. Physical strength is improving along with passion. Opposite Mercury and Neptune, however, will cloud your mind and give way to your spinster's approach: don't go ballistic for nothing, be smart.



Bilancia

23 settembre — 22 ottobre

Ed era ora che Urano, dopo sette anni, togliesse il disturbo. Ora tutto assume maggiore stabilità, benché Saturno non abbia ancora finito di chiedervi di scremare là dove vi fossero abitudini, circostanze e persone che hanno ormai esaurito il proprio scopo nella vostra vita. L'amor è una *vie en rose*.



Libra

23 September — 22 October

And it was well time for Uranus, after seven years, to take its leave. Now everything becomes more stable, although Saturn has not yet finished requesting you to cut short with possible habits, circumstances and people that have worn out their reasons for being in your life any longer. Love is a *vie en rose*.

Scorpione

23 ottobre — 22 novembre

Svuotate il curaro che avete nel codino, sostituitelo con miele e ambrosia e intortate il mondo. Perché vi servirà, ora che Urano comincia a scompaginare certi rapporti. Nulla vi sarà regalato, forse, e alcune decisioni andranno probabilmente riviste. Ma vincerete. Amore e sex, però, non son pirotecnici.



Scorpio

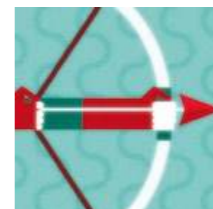
23 October — 22 November

Get rid of the curare in your tail and replace it with honey and ambrosia to charm the world. It will be useful now that Uranus is starting to mess some relationships up. You might not get anything for free, and you might reconsider some decisions of yours. But you will win it all. Love and sex, however are not explosive.

Sagittario

23 novembre — 21 dicembre

Stimoli nuovi vivificano all'improvviso il lavoro: un pizzico di spiazzamento sarà comprensibile, due pizzichi potrebbero farvi perdere occasioni d'oro. Occhio, dunque. L'amore appaga e quasi diverte, ma casa e/o famiglia paventano impicci e nebulosità: urge la vostra presenza lucida. Economia su!



Sagittarius

23 November — 21 December

New incitements suddenly enliven your work: a touch of bewilderment is understandable but not too much otherwise you might lose important opportunities. Be careful. Love is rewarding and almost amusing, yet home and/or family threaten issues and haziness: you need to keep your mind clear. Finances are improving!

Capricorno

22 dicembre — 20 gennaio

E ora viene il bello. Perché nulla, o quasi, da qui ai prossimi mesi, potrebbe essere come prima. In senso migliorativo, ovviamente. La creatività, la plasticità e la tenacia costituiranno i vostri assi nella manica per approdare ai traguardi che desiderate. Pure amorosi. Cum gaudium magnum dei sensi.



Capricorn

22 December — 20 January

Now comes the fun part! Nothing or almost nothing, for the next few months, will be like before. Obviously in a positive way. Creativity, versatility and perseverance are to be your trump cards to achieve your goals. In love, too. Cum gaudium magnum of your senses.

Acquario

21 gennaio — 19 febbraio

Gli assetti sui quali poggia la vostra quotidianità potrebbero non essere più stabilissimi. E negoziazioni, innovazioni, compromessi paiono necessitare per risolvere il tutto. Purché teniate a bada la cordialità dello Yeti che in molti mostrerete di possedere. L'amor esalta, l'eros è in recessione tecnica.



Aquarius

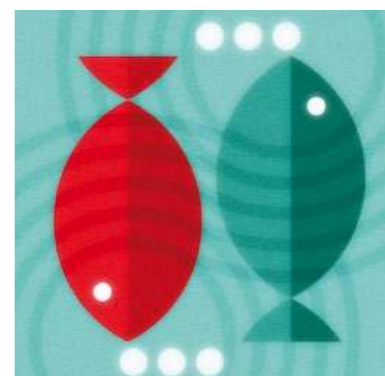
21 January — 19 February

The structures at the base of your daily life may no longer be very stable. And negotiations, innovations, compromises are required to sort things out. As long as you keep at bay the typical Yeti's kindness that many of you seem to show. Love inflames, eroticism is in "technical recession".

Pesci

20 febbraio — 20 marzo

L'uscita dalla vostra comfort zone appare ormai imminente. Oltre che inevitabile. E di ciò sarete soddisfatti, visto che i nuovi territori che molto probabilmente esplorerete vi consentiranno di avanzare, quagliare, migliorare a tutto tondo. Viaggi e spostamenti cominciano intanto a farsi sempre più frequenti, mentre gli schemi di pensiero di molti voi cambiano quasi radicalmente. In tutto questo movimento potrete anche inserirvi in cerchie che vi ingolosiscono da sempre. O che vi intrigheranno a partire da adesso. Le finanze necessitano però di cautela. Ormone batte sentimenti per KO tecnico.



Pisces

20 February — 20 March

You are about to get out of your comfort zone. It is now unavoidable. And you will be happy since the new "territories" you will probably discover will allow you to improve and be successful in every fields. Travels start to be more frequent, while many of you will change almost radically their mind set. Thanks to this change you will be able to join some circles that you have long sought after or that are now intriguing you. Be careful with your finances. Passion beats love: it's a knock out.

Happyend

FASHION DOLL

Una bambola sempre al passo con la moda, come testimoniato dalla linea Barbie United Colors Of Benetton (1990).

An always stylish doll, as proven by the United Colors Of Benetton Barbie line (1990).

BARBIE

Tanti auguri Miss Barbara Millicent Roberts

Compie 60 anni la prima fashion doll teenager della storia, il suo impatto è stato rivoluzionario, sconvolgendo i tradizionali giochi di ruolo che vedevano le bambine-mamme alle prese con le bambole-figlie

di Andrea Milanesi





60 ANNI DA RECORD
Ruth e Elliot Handler, fondatori di Mattel, con la loro "figlia". In 60 anni di storia per Barbie sono stati realizzati oltre un miliardo di abiti.

Ruth and Elliot Handler, founders of Mattel, alongside their "daughter". In over 60 years, over one billion garments were created for Barbie.

A

ll'anagrafe è registrata come Barbara Millicent Roberts, ma tutto il mondo ha imparato a conoscerla semplicemente come Barbie. La sua data di nascita è il 9 marzo 1959 e coincide con la presentazione ufficiale durante la fiera del giocattolo di New York. Alla sua "mamma" – Ruth Handler, che con il marito Elliot nel 1945 ha fondato la Mattel Creations – l'ispirazione è venuta guardando la figlia... Barbara e le sue amiche giocare con le bambole di carta, ritagliando vestitini dai giornali e inventando storie di studentesse del college e donne in carriera. Barbie è la prima fashion doll teenager della storia e il suo impatto nel mondo è rivoluzionario, arrivando a scardinare i tradizionali giochi di ruolo che vedono le bambine-mamme alle prese con le bambole-figlie. Non esistono limiti alla libertà e all'immaginazione, di chi crea Barbie e di chi gioca: e così, anticipatrice delle mode e dei tempi, la fanciulla viaggia nello spazio già nel 1965, quattro anni prima che l'uomo metta piede sulla luna, e si candida anche alla presidenza degli Stati Uniti prima che una donna americana corra per la Casa Bianca. Sono oltre 200 le "carriere" che hanno portato Barbie a diventare via via assistente

di volo, chirurgo, atleta olimpionica, veterinario, paleontologo, chef tv, istruttrice di Seaworld e molto altro, con un occhio di riguardo però sempre al mondo fashion. Icona di moda e musa ispiratrice, Barbie ha collaborato con oltre 75 maison, da Dior e Moschino a Versace e Armani. Nel 2016 svela le sue forme curvy e si guadagna la copertina del magazine Time con il titolo "Ora possiamo smettere di parlare del mio corpo?", mentre nell'articolo "Who Wore It Best?" (La meglio vestita) della rivista People si piazza a pari merito con le star del cinema Keira Knightley e Scarlett Johansson. Oggi esistono oltre 100 bambole con diverse tonalità di pelle, sculture del viso, stili e colori di occhi e di capelli; non a caso è necessario uno staff professionale di stilisti, truccatori e couturier d'élite – più di 100 persone in tutto – per creare una bambola Barbie, dalla testa ai suoi caratteristici piedini (un vero e proprio marchio di fabbrica). La linea Dolls of the World è per esempio dedicata a bambole provenienti da tutto il mondo, in rappresentanza di oltre 45 diverse nazionalità, vestite con costumi tradizionali e caratterizzate da lineamenti etnici. E poi ci sono i modelli Sheroes e Inspiring Women (come la pittrice Frida Kahlo), o la serie a tiratura unica "One Of A Kind", che riproducono fedelmente nelle loro fattezze e nel loro outfit alcune figure di riferimento del mondo femminile: dalla modella curvy Ashley Graham alla calciatrice Sara Gama o all'astronauta Samantha Cristoforetti. Ed è bello sapere che c'è anche un po' d'Italia dietro al successo planetario di Barbie, come ci racconta Mario Paglino, fondatore con Gianni Grossi dello studio-laboratorio di designer Magia2000. «Per realizzare una Barbie da collezione sono necessari svariati giorni e tutto viene realizzato rigorosamente a mano», racconta Paglino: «viene dipinto il viso, creata l'acconciatura, gli abiti vengono confezionati, ricamati e decorati. Il nostro compito è quello di rendere Barbie in tutte le sue sfumature, preservandone il DNA più autentico: quel mix di eleganza, modernità e stravaganza che fa di lei una trend-setter e un punto di riferimento». È proprio lui ad aver firmato anche la linea a tiratura unica "Barbie Alitalia": «È stato davvero emozionante poter accedere al guardaroba della nostra compagnia di bandiera e ai vestiti originali disegnati dalle più alte firme. Abbiamo replicato quelle divise curandole nei minimi particolari, dalle giacche con fodera alle calze di nylon; siamo partiti dalla prima divisa Alitalia del 1950 per fare un lungo viaggio nella moda, nel costume e nella società del nostro Paese... con le cinture di sicurezza ben allacciate!».

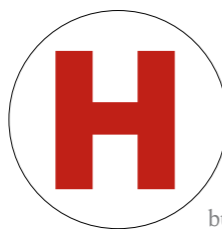


SPECCHIO DEI TEMPI
In alto, la collezione Barbie Alitalia e la prima casa realizzata in cartone (1960); a destra, Mario Paglino e Gianni Grossi di Magia2000. The Barbie Alitalia collection and the first house made from cardboard (1960); on right, Mario Paglino and Gianni Grossi from Magia2000s.



Happy Birthday Barbie

She is the first teenager fashion doll in history and she revolutionized the world subverting the traditional role-play that sees the girl-mother dealing with her doll-daughter



Her full name is Barbara Millicent Roberts, but she is known worldwide as Barbie. She was “born” on March 9 1959 when she was officially presented at the Toy Fair in New York. Her “mother” – Ruth Handler, who alongside her husband Elliot founded in 1945 the Mattel Creations – took inspiration watching her daughter...Barbara while playing with her friends with paper dolls, cutting out dresses from the magazines and creating stories about college students and businesswomen. Barbie is the first teenager fashion doll in history and she revolutionized the world subverting the traditional role-play that sees the girl-mother dealing with her doll-daughter. There is no limit to freedom and imagination for those who create Barbie and those who play with it: Therefore,

forerunner of trends and ahead of her time, the girl travels across space in 1965, four years before the first man steps on the moon, and runs for the US presidency long before the first woman runs for elections at the White House. There are over 200 “careers” that led Barbie to become a flight attendant, a surgeon, an Olympic athlete, a veterinarian, a paleontologist, a TV Chef, a SeaWorld instructor and much more and she has always paid a great deal of attention to the fashion world. Fashion icon and inspiring muse, Barbie “partnered” with over 75 fashion brands, from Dior and Moschino to Versace and Armani. In 2016, she unveiled her curvy body earning a cover in the Time magazine with the headline: “Now can we stop talking about my body?”, while in the “Who Wore It Best?” article from the People magazine, she went head-to-head with movie stars Keira Knightley and Scarlett Johansson. There are over 100 dolls with different skin tones, inter-ethnic, various shape and color of eyes and

hair styles; it is no coincidence that a professional staff of stylists, make-up artists and couturiers – over 100 people in total – are required to create a Barbie doll, from her head to her characteristic little feet (a bona fide hallmark). The Dolls of the World line is for example dedicated to the dolls coming from all over the world, representing 45 different nationalities. The dolls, with characteristic ethnic features, wear traditional costumes. There are also the Heroes and Inspiring Women (the likes of Frida Kahlo) models, or the “One of A Kind” limited edition,



FONTE DI ISPIRAZIONE
Dal modello Yves Saint Laurent a Samantha Cristoforetti, passando per la Casa dei Sogni.

From the Yves Saint Laurent model to the one of Samantha Cristoforetti passing through the Dream House.

27.450
valore in dollari stimato per l'acquisto di una Barbie “N° 1” originale del 1959 nuova di zecca.

is the estimated value in dollars for the purchase of a brand new original 1959 Barbie “N° 1”.

58mln
bambole vendute ogni anno nei mercati di 150 Paesi in tutto il mondo (più di 100 ogni minuto).

pieces are sold each year throughout 150 countries worldwide (more than 100 per minute).

43
anni di fidanzamento di Barbie con lo storico partner Ken; si sono conosciuti nel 1961 e lasciati nel 2004.

are the years Barbie and her legendary partner, Ken had been engaged for; they met in 1961 and split in 2004.

14mln
fan su Facebook di Barbie, che ha oltre 5 milioni di abbonati al canale YouTube e più di 1,9 milioni di follower su Instagram.

fans on Facebook, over 5 million subscribers on the YouTube channel and over 1.9 million followers on Instagram: these are Barbie's figures on socials.



TRADIZIONE ED EVOLUZIONE
In alto, alcuni modelli di Barbie, compresa la prima del 1959 con il costume bianco e nero.

Above, some Barbie models, including the first doll created in 1959 wearing the black and white swimsuit.

faithful reproductions, in their figure and outfit of renowned women: from curvy model Ashley Graham to football player Sara Gama o astronaut Samantha Cristoforetti. It is nice to know that a bit of Italy is hidden behind the paramount success of Barbie, as stated by Mario Paglino, founder alongside Gianni Grossi of the Magia2000 designer lab-studio. «It takes various days to create a collectible Barbie and everything is strictly handmade», says Paglino: «the face is painted, the hairdo is created and the dresses are tailored, embroidered and decorated. Our task is to create Barbie in all her details, preserving her most genuine DNA: that combination of elegance, modernity and extravagance that makes her a trend-setter and a reference.» Paglino is the man behind the “Barbie Alitalia” one-off edition: «Having the opportunity to access the Italian national airline wardrobe and to the original clothes designed by the best fashion designers ever, was extremely exciting. We reproduced those uniforms paying attention to any detail, from the jackets with lining to the nylon tights; we started from the first Alitalia uniform (1950) and we did a long journey through fashion, through the traditions and the society of our country (Italy)... with the seatbelts perfectly fastened!» ●

Realizza il tuo sogno di un viaggio intorno al mondo

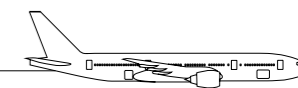


Non è mai stato così facile pianificare e prenotare il tuo viaggio da sogno grazie al nostro Round The World Planner. Con un biglietto conveniente, facile da modificare, viaggi da una parte all'altra del mondo - verso est o ovest - accumulando miglia lungo tutto l'itinerario su qualsiasi compagnia partner di SkyTeam.

Inizia a pianificare il tuo itinerario con il nostro Round The World Planner su skyteam.com



Alitalia News



Alitalia nel 2018 seconda in Europa per puntualità

- Tre **curiosità** in volo
- Le destinazioni per l'**estate**
- Alitalia sarà official carrier del **Salone del Mobile**
- Con **Vivi l'Italia**, sconti e convenzioni su tutto il territorio nazionale
- **SkyTeam** e il nuovo pass Go Round The World
- **Alitalia** e il rispetto per l'ambiente

In 2018 **Alitalia** ranks second in Europe for punctuality

- Three **tidbits** on flight
- **Summer** destinations
- Alitalia will be **Salone del Mobile** official carrier
- Special discounts and agreements to fly across Italy with **Vivi l'Italia**
- **SkyTeam** and the new Go Round The World pass
- **Alitalia** and environmental sustainability



© ROMA SPOTTERS CLUB | FABIO SORCE



SUMMER 2019

Ajaccio, Cefalonia, Copenaghen, Edimburgo, Dubrovnik, Heraklion, Mykonos, Corfu, Rhodi, Minorca, Palma di Maiorca, Ibiza, Spalato sono alcune delle destinazioni estive offerte quest'anno da Alitalia

Quella del 2019 si preannuncia come un'estate ricca di opportunità. Sono infatti già in vendita i biglietti per le destinazioni servite unicamente durante la bella stagione e che riguardano la Grecia - con voli da Roma e Milano verso Corfu, Mykonos, Heraklion, Rodi e Cefalonia, quest'ultima sarà servita unicamente da Fiumicino -, la Spagna - collegamenti da Fiumicino e Malpensa per Ibiza, Minorca, Palma di Maiorca - e la Danimarca - con voli per Copenaghen sia da Roma sia da Milano -. Disponibili, inoltre, da Fiumicino i voli per la Croazia su Dubrovnik e Spalato. Un importante focus è stato riservato alla Russia con voli stagionali per San Pietroburgo da Roma, Milano e Catania e per Mosca da Milano, Catania e Palermo. Da Milano Malpensa saranno inoltre lanciati i nuovi voli stagionali per Tel Aviv e Cairo. Per i collegamenti nazionali si punta sulla Sicilia con Lampedusa, Pantelleria e Comiso servite sia da Roma, sia da Milano. La Sardegna, oltre ai normali voli da Roma e Milano per Cagliari, Olbia e Alghero, vedrà anche il collegamento da Verona per il capoluogo sardo. Saranno inoltre riattivati i collegamenti estivi intercontinentali da Fiumicino verso Toronto e Chicago e internazionali da Fiumicino verso Amman e Larnaca.

SUMMER 2019

Ajaccio, Cephalonia, Copenhagen, Edinburgh, Dubrovnik, Heraklion, Mykonos, Corfu, Rhodes, Menorca, Palma de Mallorca, Ibiza, Split are some of the summer destinations offered this year by Alitalia

Summer 2019 is to be a season filled with opportunities. The tickets to the destinations served exclusively in the good weather are already for sale: Greece - with flights from Rome and Milan to Corfu, Mykonos, Heraklion, Rhodes and Cephalonia, the latter is to be served only from Fiumicino, Spain - with connections from Fiumicino and Malpensa to Ibiza, Menorca, Palma de Mallorca - and Denmark - with flights to Copenhagen both from Rome and from Milan -. Also available from Fiumicino are flights to Croatia (Dubrovnik and Split). Particular attention has been paid to Russia with seasonal flights to St. Petersburg from Rome, Milan and Catania and to Moscow from Milan, Catania and Palermo. From Milan Malpensa new seasonal flights will be scheduled to Tel Aviv and Cairo. The domestic flights are focused on Sicily with Lampedusa, Pantelleria and Comiso served both from Rome and Milan. As for Sardinia, in addition to the usual flights from Rome and Milan to Cagliari, Olbia and Alghero, a new connection from Verona to Cagliari is to be launched. The summer intercontinental flights from Fiumicino to Toronto and Chicago and the international flights from Fiumicino to Amman and Larnaca are to be resumed.



TRE CURIOSITÀ IN VOLO THREE TIDBITS DURING FLIGHT di Andrea Gori



Andrea Gori, 57 anni, è il DOV (direttore operazioni volo) di Alitalia, il responsabile di tutti i piloti e assistenti di volo. Si è formato alla scuola di volo di Alitalia e attualmente è comandante istruttore di Boeing 777.

Andrea Gori, Alitalia Flight Operations Director, manages all pilots and flight assistants. Trained at the Alitalia Flight School in Alghero he is currently a Boeing 777 captain and instructor.



Perché in aviazione si usano i piedi e non i metri per indicare un'altitudine?

L'aviazione civile si è inizialmente sviluppata nel mondo anglosassone, pertanto le unità di misura utilizzate per quote, distanze e velocità sono i piedi, le miglia nautiche e i nodi. Solo in alcune parti del mondo è possibile trovare riferimenti aeronautici espressi in metri o chilometri/ora; le strumentazioni di bordo degli aeromobili sono comunque in grado di fornire i dati riferiti all'unità di misura utilizzata.

Perché si usano le miglia nautiche e i nodi per indicare distanze e velocità e non le miglia terrestri (o statutarie)?

Ciò deriva dalle molteplici similitudini esistenti tra la nautica e l'aeronautica. La posizione in navigazione navale e aerea viene indicata in coordinate geografiche (latitudine e longitudine). Queste sono espresse in gradi, minuti primi e secondi: 1 miglio è pari ad 1 primo, ovvero a 1/60° di grado di latitudine. Sulle carte nautiche e aeronautiche le distanze vengono infatti misurate riportandole sulla scala della latitudine. Il miglio nautico è equivalente a una distanza pari a 1.852 metri; il nodo indica la velocità espressa in miglia nautiche l'ora.

Da dove deriva la definizione di "nodo" per misurare la velocità?

Anche qui la definizione deriva dal mondo nautico. Anticamente la velocità in mare veniva misurata lanciando una sagola in acqua alla cui estremità era legato un galleggiante di legno che creava una certa resistenza al trascinarsi. Lungo la sagola erano posti dei nodi ad una distanza fissa di circa 50 piedi (per l'esattezza pari a 15,433 metri*). I marinai posti a poppa dell'imbarcazione, lanciata la sagola, dovevano contare quanti nodi scorrevano sulle dita della mano, usando una clessidra per controllare il tempo trascorso. Quindi contando i nodi passati tra le mani in 30 secondi stabilivano la velocità della nave.

* Dato che 15,433 metri corrispondono a 1/120 di miglio nautico, mentre 30 secondi sono 1/120 di ora, il conteggio dei nodi passati tra le dita del marinaio in trenta secondi, corrisponde alla velocità della nave.

In aviation, why is altitude measured in feet and not in meters?

Civil aviation initially started in the Anglo-Saxon world, therefore the measurement units for altitude, distance and speed are feet, the nautical miles and knots. Only in a few countries it is possible to find aeronautical references expressed in meters or kilometers per hour; the onboard aircraft instruments are, however, able to provide data referred to the measurement unit in use.

Why are nautical miles and knots used to measure respectively distance and speed instead of the land miles (or statute miles)?

It is due to the many similarities between the aeronautics and the nautical world. The position in sea and air navigation is indicated by geographical coordinates, namely latitude and longitude. These are expressed in degrees, minutes and seconds: one mile equals to 1 minute, that is to 1/60° degree of latitude. In the nautical and aeronautical charts, distance is measured on a latitude scale. The nautical mile equals to 1,852 meters; the knot indicates the speed and it is expressed in nautical miles per hour.

Where does the term "knot" - to measure the speed - come from?

This definition has its origin in the nautical world, too. In ancient times, the ship speed in the sea was measured by tossing in the water a line with a wooden floating object attached on the edge that created a certain resistance when dragged. The line had knots tied in at intervals of around 50 feet (equal to 15,433 meters*). The sailors standing at the stern of the boat, once tossed the line, counted the number of knots that ran through their hands, using an hourglass to mark the time. Therefore, by counting the knots running through their hands in 30 seconds they could determine the speed of the boat.

*As 15,433 meters correspond to 1/120th nautical mile, while 30 seconds are 1/120th of an hour, the count of the knots run through the sailor's fingers in 30 seconds, corresponds to the speed of the boat.

SALONE DEL MOBILE

Dal 9 al 14 aprile, presso Fiera Milano Rho, si svolgerà la 58a edizione del Salone del Mobile. Nell'anno delle celebrazioni vinciane, il Salone arricchisce il suo Manifesto con un nuovo termine, "ingegno" che è fortemente connotato al dna dell'evento e delle aziende, dei brand e dei designer che ne hanno decretato il successo, oltre a essere un omaggio a Leonardo da Vinci, di cui nel 2019 ricorrono i 500 anni dalla morte. L'edizione 2019 rafforzerà il legame con Milano, anticipando proprio le commemorazioni vinciane con due grandi installazioni: in città, si celebrerà l'originalità visionaria delle sue indagini scientifiche, mentre in Fiera si punterà a mettere in risalto l'esperienza del progettare e il sapere fare italiano, dall'epoca del Maestro fino ai giorni nostri. Alitalia sarà official carrier del Salone del Mobile e metterà a disposizione di tutti i visitatori in arrivo a Milano tariffe speciali.

SALONE DEL MOBILE

The Fiera Milano Rho will host the 58th edition of the Salone del Mobile (Furniture Fair) from April 9 to 14. In the year marking the anniversary of Leonardo da Vinci's death, the Salone adds to its Manifesto a new term: ingenuity. A term strongly connected with the DNA of the event and of the companies, brands and designers who played a key role in the success of the Salone. The term "ingenuity" is also a tribute to celebrate the 500th anniversary of Leonardo da Vinci's death. The 2019 edition is to strengthen the connection with Milan, anticipating the celebrations dedicated to the genius with two great installations: the city center will celebrate the visionary originality of his scientific researches, while the Fiera will highlight the experience of designing and of Italian know-how, from the Maestro's era to date. Alitalia will be the official carrier of the Salone del Mobile and will give all the visitors flying to Milan the opportunity to take advantage of special offers on the flight ticket.



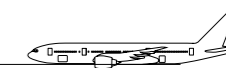
PERFORMANCE

Con l'89,04% dei voli atterrati in orario, a gennaio Alitalia è risultata la seconda compagnia più puntuale al mondo. Dalle rilevazioni effettuate da FlightStats, autorevole società indipendente Usa, emerge che l'indice di puntualità di Alitalia è stato più alto di oltre 10 punti percentuali rispetto alla media delle compagnie aeree mondiali (78,6%). I dati di inizio 2019 confermano l'eccellente andamento operativo riscontrato nell'intero 2018, anno in cui Alitalia è risultata all'ottavo posto nel mondo e seconda in Europa per voli in orario. Crescono anche i ricavi, l'incremento di gennaio (+4% rispetto allo stesso mese del 2018) rappresenta il quattordicesimo mese consecutivo di crescita. In particolare crescono i ricavi dei voli intercontinentali – +6% a gennaio – che rappresentano quasi la metà del totale del fatturato da traffico passeggeri. Una quota mai raggiunta negli ultimi cinque anni. Continua quindi l'incremento dei passeggeri di lungo raggio che, con 197.380 passeggeri trasportati, ha registrato un aumento del 2,3% rispetto a gennaio dell'anno precedente.

PERFORMANCE

With 89,04% of flights landing on schedule, in January Alitalia was the second most punctual airline in the world. From the analysis carried out by FlightStats, the authoritative US independent company emerges that the punctuality index of Alitalia was over 10 percentage points higher compared to the average of the world's airlines (78.6%). Early 2019 data confirms this outstanding operational performance registered throughout 2018, when Alitalia ranked eighth in the world and second in Europe for on-time performance. Passenger revenues are growing, too. January (with its +4% increase compared to the same month in 2018) represents the 14th consecutive month of growth. In particular, the passenger revenues of the intercontinental flights increased by 6 per cent – they represent almost half the total passenger revenues. A figure never achieved in the last 5 years. The number of passengers carried on long-haul flights continues to grow: Alitalia carried 197,380 passengers and reported a 2.3% increase compared to January 2018.

VIVI L'ITALIA



Numerose sono le opportunità offerte dall'iniziativa Viva l'Italia che, grazie ad un'ampia rete di partnership, permette ai clienti Alitalia di usufruire di sconti e convenzioni su eventi in programma su tutto il territorio nazionale, semplicemente presentando la carta d'imbarco Alitalia. Spettacoli, concerti, mostre, manifestazioni sportive e tutto il calendario delle iniziative sono consultabili sul sito alitalia.com

Countless are the opportunities offered by the Vivi l'Italia initiative that, thanks to a wide network of partnerships, allows the Alitalia customers to take advantage of discounts and special agreements, for events that will take place throughout Italy, by simply showing the Alitalia boarding pass. Shows, concerts, exhibitions, sporting events and the entire schedule of the initiatives are available on the Alitalia.com website.



PALAZZO ESPOSIZIONI

Saranno tredici grandi schermi, con storie diverse, a caratterizzare l'installazione Manifesto dell'artista tedesco Julian Rosefeldt, in programma al Palazzo delle Esposizioni di Roma fino al 22 aprile. Una stazione prologo iniziale e poi dodici stazioni

con rappresentazioni di un clochard e dodici personaggi femminili, rappresentate queste ultime dall'attrice australiana Cate Blanchett nei panni di una broker, un'operaia, una manager, una punk, una scienziata, un'oratrice a un funerale, una burattinaia, una madre, una coreografa, una giornalista televisiva e un'insegnante. Per i clienti Alitalia ingresso ridotto presentando la carta d'imbarco di un volo da/per Roma effettuato nei dieci giorni precedenti.

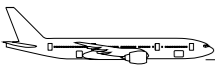
Thirteen large screens, showing different stories, will characterize the Manifesto installation by German artist Julian Rosefeldt, on display at the Palazzo delle Esposizioni in Rome until April 21. An initial prologue segment followed by 12 scenes representing a clochard and twelve female characters that are played by Australian actress Cate Blanchett playing the roles of a broker, a construction worker, a manager, a punk, a scientist, a funeral orator, a puppeteer, a mother, a choreographer, a TV journalist and a teacher. The Alitalia customers can take advantage of a discount on the full-price ticket by showing the boarding pass of a flight from/to Rome carried out 10 days prior to the event.

MUSEO DELLA SCIENZA E DELLA TECNOLOGIA

Leonardo da Vinci Parade è la prima iniziativa dedicata al più grande genio italiano, nel cinquecentenario della morte, all'interno del palinsesto "Milano e l'eredità di Leonardo 1519 – 2019". Nell'esposizione, progettata dal Museo della Scienza e della Tecnologia di Milano in collaborazione con la Pinacoteca di Brera, ci si potrà immergere in una parata inedita ed evocativa di modelli leonardeschi e affreschi di pittori lombardi del XVI secolo. Accanto alle spettacolari macchine realizzate negli anni '50 interpretando i disegni di Leonardo, modelli di architetture militari e civili in gesso e terracotta, restaurati negli ultimi anni e da tempo non visibili. Ingresso omaggio per un accompagnatore per i passeggeri Alitalia che acquistano un biglietto intero e presentano alla biglietteria una carta d'imbarco di un volo effettuato nei 90 giorni precedenti.



Leonardo da Vinci Parade is the first initiative dedicated to the greatest Italian genius for the 500th anniversary of his death, in the "Milano e l'eredità di Leonardo 1519 – 2019" schedule of initiatives. The exhibition, developed by the Museo della Scienza e della Tecnologia in Milan in partnership with the Pinacoteca di Brera, will give visitors the opportunity to enjoy a one-off and evocative parade of Leonardo's models and paintings by Lombard painters from the 16th century. Flanking the spectacular machines built in the 50s interpreting Leonardo's drawings, are the models of military and civil architectures in gesso and terracotta, restored over the last few years and long since not on display. The Alitalia passengers who buy the full-price ticket will take advantage of a free ticket for one companion, by showing, at the ticket office, an Alitalia boarding pass of a flight carried out 90 days prior to the event.



L'AVVENTURA DI UNA VITA CON SKYTEAM

Con il pass Go Round The World
vivi un'esperienza unica

Enjoy a one-off travel experience
with Go Round The World



Il mondo è un posto bellissimo. Sia che tu voglia vedere le meraviglie naturali del pianeta, provare il brivido di nuove città o semplicemente rilassarti sulle splendide spiagge dall'Argentina all'Australia, un viaggio intorno al mondo è l'avventura di tutta una vita.

SkyTeam ti consente di raggiungere facilmente ogni angolo del mondo grazie al suo pass **Go Round The World**, che collega i voli delle proprie 19 compagnie partner a oltre 1.150 destinazioni. Puoi mappare il tuo itinerario dei sogni o trarre ispirazione da alcuni itinerari suggeriti, come **"I vini del mondo"** o **"Storia, cultura e Romanzo"**. Li trovi su roundtheworld.skyteam.com.

Ma non è tutto. Fino a poco tempo fa, tutti i voli dovevano essere acquistati nella stessa classe di viaggio, ora invece abbiamo migliorato ancora la tua esperienza con SkyTeam: se desideri un po' più di spazio in un volo notturno, vuoi concederti una cena raffinata o decidi di viaggiare con stile in occasione di un anniversario, puoi acquistare un upgrade alla classe superiore su qualsiasi tappa del tuo viaggio Round the World: da Economy a Premium Economy o da Business a First.*

Il tuo viaggio perfetto è a pochi passi. Per prima cosa, collegati online al sito di prenotazioni Round The World di SkyTeam e scegli da 2 fino a 15 destinazioni. Successivamente, puoi visualizzare e poi scegliere i voli su cui sono disponibili gli

upgrade di classe e le informazioni sui prezzi. Gli upgrade si possono acquistare sia durante il processo di prenotazione sia dopo che il biglietto è stato acquistato, accedendo a 'Gestisci la mia prenotazione' online.

SkyTeam offre 750 lounge negli aeroporti di tutto il mondo, oltre 1.150 destinazioni tra cui scegliere e 19 compagnie aeree internazionali per raggiungerle. Noi di SkyTeam ci prendiamo cura del tuo viaggio in qualsiasi parte del Mondo tu stia andando.

*Visita roundtheworld.skyteam.com per tutti i dettagli, i termini e le condizioni.

HAVE AN ADVENTURE OF A LIFETIME WITH SKYTEAM

The world is a beautiful place. Whether you want to see the planet's natural wonders, experience the thrill of new cities or simply unwind on stunning beaches from Argentina to Australia, a trip around the world is the adventure of a lifetime.

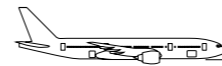
SkyTeam makes it easy to reach every corner of the globe thanks to its Go Round The World pass, which link flights from our 19 members to more than 1150 exciting destinations. You can map your dream route or get inspiration from sample itineraries, which range from Wines of the World to History & Culture and Romance. Find them at roundtheworld.skyteam.com.

But that's not all. Until recently, all flights had to be taken in the same class, but we've decided to change things to enhance your SkyTeam experience. If you fancy a bit more room on an overnight flight, want to treat yourself to fine dining or decide to travel in style if flying over a birthday or anniversary, you can now buy upgrades on any leg of your Round the World journey: Economy to Premium Economy or Business to First.*

Your perfect trip is a few simple steps away. First, go online to SkyTeam's online Round The World booking portal and pick your destinations, from two to 15 stops. Next, look out for a special icon by selected flights where upgrades are available, along with pricing information. Then it's just a case of choosing the flights on which you would like to purchase an upgrade. Buy-ups are offered throughout the booking process, but you can also purchase them after the initial ticket has been bought via 'Manage My Booking' online.

This feature allows our customers to take flexible travel to a whole new level. Plus, SkyTeam offers 750 lounges at airports across the world, more than 1150 amazing destinations to choose from and 19 international airlines to get you there. At SkyTeam, we care deeply about your journey, wherever on Earth you're going.

*Visit roundtheworld.skyteam.com for full details and terms and condition.



#FLYGREEN

**Ridurre l'impatto ambientale attraverso
una campagna di sensibilizzazione per diffondere
una cultura dello sviluppo sostenibile**

È stato inaugurato nelle settimane scorse il nuovo progetto Fly Green per diffondere tra tutti i dipendenti Alitalia una sempre maggiore consapevolezza ai temi ambientali, per raccogliere in maniera strutturata tutti i suggerimenti di chi lavora quotidianamente in settori front line e tradurli in azioni ecosostenibili. Fly Green prende l'avvio con delle giornate dedicate all'ambiente all'interno della formazione continuativa che svolgono gli assistenti di volo presso la Training Academy. A loro, in quanto primi attori nello svolgere il servizio a bordo, è stato chiesto di condividere suggerimenti, così da contribuire in maniera partecipativa alla "virata green" di Alitalia. Dal mese di aprile il progetto verrà esteso progressivamente a tutte le altre realtà aziendali, coinvolgendo anche il personale all'estero, facendone un perno della visione e dell'identità della Compagnia. Fly Green, promosso da Corporate Social Responsibility, si inserisce infatti in un percorso green, come i progetti "Zero Paper" (digitalizzazione dei documenti cartacei di bordo per ridurre il peso degli aeromobili e quindi i consumi) e Fuel efficiency (l'ottimizzazione del consumo di carburante).

CSR - CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY

#FLYGREEN

The Alitalia internal communication campaign to boost awareness towards sustainable development and to collect suggestions

The new Fly Green project was inaugurated a few weeks ago. The project aims at boosting Alitalia employees' awareness towards environmental issues and to collect in a well-organized way all the suggestions from those working in the front line. The awareness campaign started with establishing a certain number of days dedicated to environmental issues taking place throughout the continuous training carried out by flight assistants who, being the performers of the onboard service, were asked to share possible suggestions, so to give their contribution to the Alitalia "new green attitude". From April, the project will be progressively extended to all the other corporate departments, thus becoming a cornerstone of Alitalia's philosophy and identity. Fly Green is, in fact, included in an ongoing project of Corporate Social Responsibility along with the "Zero Paper" (the digitalization of the onboard paper documents to reduce the weight of the airplanes with consequent reduction of fuel consumption) and the "Fuel efficiency" (fuel optimization) projects.



LA FEDELTÀ TI PORTA LONTANO

WHERE LOYALTY TAKES YOU FAR

Il Programma MilleMiglia è dal 1992 il programma fedeltà della compagnia aerea preferita dagli italiani che riserva ai propri Soci un mondo di privilegi dedicati da utilizzare per i viaggi e nella vita di tutti i giorni.

Since 1992, the MilleMiglia Program is the airline loyalty program preferred by italians, which reserves to its Members a world of benefits to enjoy for travels and everyday life.

Iscriviti

Sign up

Iscriviti subito gratuitamente su **alitalia.com**: se ti attivi entro 3 mesi, per te uno speciale Welcome Bonus di 2.000 miglia.

Subscribe now for free at **alitalia.com**: for your first activity within 3 months, you earn a special Welcome Bonus of 2,000 miles.

Miglia

Miles

Accumula miglia con Alitalia o con i suoi Partner Aerei per volare verso 180 paesi nel mondo. E grazie a oltre 60 Partner Commerciali, puoi guadagnare miglia anche con i tuoi acquisti di tutti i giorni.

Earn miles with Alitalia or with any of the Airline Partners flying to over 180 countries worldwide. In addition, thanks to over 60 Commercial Partners, you can even earn miles with your every day purchases.

Premiati come vuoi

Choose your own reward

Con le miglia puoi richiedere biglietti premio o upgrade di classe, per volare verso più di 1.000 destinazioni nel mondo.

With your miles you can request award tickets or class upgrades, flying to more than 1,000 destinations worldwide.

I NUMERI DEL PROGRAMMA

THE PROGRAM NUMBERS



5.800.000

DI SOCI NEL MONDO
5 million Members worldwide



24

PARTNER AEREI
Airline Partners



1.000

DESTINAZIONI NEL MONDO
Destinations worldwide



60

PARTNER COMMERCIALI
Commercial Partners



140.000

SOCI DEI CLUB ESCLUSIVI
Exclusive Clubs Members



759

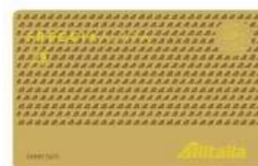
LOUNGE
Lounges



Club MilleMiglia



Club Ulisse



Club Freccia Alata



Club Freccia Alata Plus

PREMIATI CON LE MIGLIA: BIGLIETTO PREMIO O CASH&MILES

REWARD YOURSELF WITH SOME MILES: AWARD TICKET OR CASH&MILES

Decidi tu come volare sempre alto. Con il **biglietto premio** hai l'imbarazzo della scelta! Puoi scegliere tra oltre 1.000 destinazioni offerte da Alitalia e dai suoi Partner Aerei.

A partire da 12.000 miglia avrai la garanzia di un prezzo costante tutto l'anno. Avrai sempre la massima flessibilità, grazie ai cambi gratuiti di data e orario del volo e alla validità del biglietto premio di ben 12 mesi. E ricorda che ti viene data la possibilità di effettuare l'intero acquisto online pagando con le miglia anche il valore delle tasse e dei supplementi.

Con l'opzione **Cash&Miles** puoi volare verso le destinazioni raggiunte da Alitalia **in qualsiasi classe di viaggio e in qualsiasi periodo dell'anno**. Approfitta delle offerte tariffarie di Alitalia, decidendo tu, in qualsiasi momento, la combinazione di miglia e cash da utilizzare, fino a raggiungere del 100% del valore del biglietto con le tue miglia. Non ti resta che decidere la destinazione del tuo prossimo viaggio.

Scopri di più su **alitalia.com**!

With an **award ticket** or with the Cash&Miles option, you decide how to take to the air. You can select from over 1,000 destinations offered by Alitalia and its Airline Partners.

Starting from 12,000 miles, you can rest assured that the fare will remain the same all year. You will always have the utmost flexibility, with the ability to make changes to the date and time of your flight free of charge and an award ticket valid for 12 months. And remember, you can complete the entire purchase process on line, using your miles to cover taxes and extras.

With the **Cash&Miles** option, **you can buy a ticket to all destinations served by Alitalia, in any class and at any time of the year**. You can take advantage of Alitalia special fares and decide, at any time, what combination of miles and cash to use, paying up to 100% of the price of your ticket using your miles. Start thinking to your next trip destination.

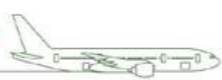
Find out more on **alitalia.com**!



Il Programma MilleMiglia - I Partner

The MilleMiglia Program - Partners Highlights

CONVERTI IN MIGLIA I PUNTI ACCUMULATI CON LA TUA BANCA



CONVERT THE POINTS EARNED WITH YOUR BANK INTO MILES

Sei cliente di uno degli Istituti di Credito internazionali partner del Programma MilleMiglia? Convertire i tuoi punti che hai accumulato in miglia non è mai stato così facile!

Da oggi, infatti, la ricca offerta di Partner finanziari del Programma MilleMiglia si rivolge anche ai Soci residenti all'estero che possono così accumulare miglia utili per ottenere biglietti premio e volare verso le destinazioni raggiunte da Alitalia e dai suoi Partner Aerei oppure per richiedere servizi aggiuntivi, sia a terra che in volo.

Grazie alle nuove partnership con Istituti di Credito leader nei rispettivi mercati, il Programma MilleMiglia offre ai clienti di **Capital One** (Usa), **Livelo** (Brasile), **Inbursa** (Messico), **KEB Hana Bank** (Corea), **ICBC, Ping An Wanlitong, Shanghai Pudong Development Bank Credit Card Center** (Cina) la possibilità di convertire in miglia i punti accumulati attraverso gli acquisti effettuati con selezionate carte di credito oppure sottoscrivendo prodotti e servizi dei partner finanziari legati ai rispettivi programmi di fidelizzazione delle loro banche.

Per i Soci residenti in Giappone, invece, il Programma MilleMiglia ha consolidato già da anni le partnership con **Sumitomo Mitsui Card Co., Ltd** e **Diners Club Japan**.

Visita la sezione dedicata ai Partner finanziari del Programma MilleMiglia e scopri come trasformare in miglia i punti accumulati e prendere il volo verso le tue destinazioni preferite con Alitalia.

Scopri di più su alitalia.com

Are you a customer of one of the international Banks that are Partners of the MilleMiglia Program? Convert the points you've earned with your bank into miles - it's never been so easy!

From today, the wide range of financial Partners in the MilleMiglia Program have prepared an offer for Members residing abroad allowing them to earn miles and get award tickets to fly to destinations served by Alitalia and its Airline Partners or to request additional ground or in-flight services.

Thanks to new partnerships with leading Banks in their respective markets, the MilleMiglia Program offers customers of **Capital One** (USA), **Livelo** (Brazil), **Inbursa** (Mexico), **KEB Hana Bank** (Korea), **ICBC, Ping An Wanlitong, Shanghai Pudong Development Bank Credit Card Center** (China) the chance to convert into miles the points earned on purchases made with selected credit cards or by signing up to products and services offered by the financial Partners within their respective loyalty programs.

Conversely, for Members residing in Japan, the MilleMiglia Program already has a long-standing, well-established partnership with **Sumitomo Mitsui Card Co., Ltd** and **Diners Club Japan**.

Visit the section dedicated to the MilleMiglia Program's financial Partners and find out how to change the points you've earned into miles and hop on an Alitalia flight to your favourite destination.

Find out more on alitalia.com



PARTNER AEREI DEL PROGRAMMA MILLEMIGLIA

MILLEMIGLIA PROGRAM AIRLINE PARTNERS



ALTRI PARTNER AEREI DEL PROGRAMMA MILLEMIGLIA

OTHER MILLEMIGLIA PROGRAM AIRLINE PARTNERS



I PARTNER COMMERCIALI

COMMERCIAL PARTNERS

ALBERGHI

HOTELS



LUSO

LUXURY



BANCHE, CARTE DI CREDITO E ASSICURAZIONI

BANKS, CREDIT CARDS, INSURANCES



CARTA DI CREDITO CO-BRANDED

CO BRANDED CREDIT CARD



AUTONOLEGGI

CAR RENTAL



BENESSERE E TEMPO LIBERO

WELLNESS AND FREE TIME



PETROLIFERE, UTENZE E GRANDE DISTRIBUZIONE

OIL, SERVICES, GROCERY



SHOPPING

SHOPPING



SERVIZI E STRUTTURE

SERVICE AND FACILITIES



TAXI

TAXI



Prenota i tuoi alberghi
direttamente sul sito Alitalia



**BOOK YOUR HOTEL DIRECTLY
FROM THE ALITALIA WEBSITE**

Directly from the Alitalia.com site you can pick among the over 2 million structures offered by the Booking.com online platform

THE PARTNERSHIP

Booking.com is the new Alitalia partner to give airline customers an ever more complete offer. Thanks to the integration of its search engine in the Booking.com site, it is now possible, after the purchase of a flight ticket, to pick an accommodation among the over 2 million structures scattered in over 145,000 destinations in 228 countries.

MILLEMIGLIA OFFER

The Members of the MilleMiglia Program will have the opportunity to earn 3 or more miles for every euro spent for the stay simply including their MilleMiglia code when booking.

WASHINGTON OFFER

Those booking a stay, in May, in one of the Booking structures from the Alitalia website, will receive at the end of their stay a 15% discount voucher to fly to Washington from June 1 to July 31 2019 onboard the new Alitalia direct flight.

Booking.com

Dispositivi elettronici portatili Portable electronic devices



DISPOSITIVI ELETTRONICI PORTATILI come telefoni, tablet e giochi sono utilizzabili **durante il volo** purché sia stata attivata preventivamente la airplane mode (modalità di trasmissione disattivata). Rispettando le indicazioni su decollo e atterraggio più avanti riportate. L'uso dei dispositivi audio e video è consentito unicamente con l'ausilio di auricolari o cuffie.

WI-FI Sui voli con wifi a bordo la trasmissione può essere attivata solo se il segnale "NO MOBILE" è spento. Si richiede di prestare attenzione agli annunci di bordo e a consultare il personale in caso di dubbio. L'equipaggio può richiedere lo spegnimento di tutti gli apparati elettronici se le circostanze dovessero richiederlo.

PRIMA DEL DECOLLO i dispositivi possono avere attiva la trasmissione ed è consentito telefonare fino all'annuncio del personale di bordo e possono essere riattivati **dopo l'atterraggio** a seguito sempre di un apposito annuncio.

DURANTE DECOLLO E ATTERRAGGIO i dispositivi elettronici di grosse dimensioni (come ad esempio laptop) devono essere spenti e riposti negli appositi spazi.

BATTERIE AGLI IONI DI LITIO

Telefoni, computer portatili e altri apparati elettronici sono generalmente alimentati da batterie Li-Ion, che, se danneggiate, difettose o non correttamente assemblate, potrebbero innescare un incendio. Avvertire immediatamente il personale di bordo in caso di surriscaldamento/fumo proveniente da un apparato elettronico, o anche in caso di caduta accidentale dell'apparato all'interno della poltrona (non muovere la poltrona, per evitare il rischio di danneggiare la batteria). Controllare gli apparati elettronici in fase di ricarica e non lasciarli in carica durante il sonno. Il trasporto di batterie Li-Ion è limitato per le loro caratteristiche.

NO SMOKING

Si ricorda che su tutti i voli Alitalia è sempre vietato fumare, divieto che comprende anche le sigarette elettroniche.

PRIVACY Alitalia ricorda che, nel rispetto della privacy dei passeggeri e del proprio personale, non è consentito fotografare o filmare alcuna persona a bordo senza una sua esplicita autorizzazione.

Per maggiori informazioni visita la sezione "Volare" del sito alitalia.com

DURING TAKEOFF and landing large electronic devices (such as laptops) must be switched off and placed in the designated spaces.

LI-ION BATTERIES Mobile phones, laptops and other electronic devices are generally powered by Li-Ion batteries, which, if damaged, flawed or incorrectly assembled, could trigger fire. In case of overheating / smoke coming from an electronic device or if it accidentally falls inside the seat (don't move the seat to avoid the risk of damaging the battery) please immediately inform the cabin crew. Check the electronic devices while charging and do not charge them while sleeping. Transporting Li-Ion batteries is limited due to their characteristics. For more information, visit the In viaggio page of the alitalia.com website

NO SMOKING Please note that smoking, including electronic cigarettes, is forbidden on all Alitalia flights.

PRIVACY

Alitalia respects the privacy of its customers and staff. It's not allowed to make any photo or film recording of any person on board without his/her explicit consent.

For further information visit the "Fly" section on alitalia.com

THE ELECTRONIC

DEVICES such as mobile phones, tablets, electronic games and toys can be used **during flight** only if they have been previously set to the "in-flight" ("offline" mode). With respect to the take-off and landing directions below. The use of audio and video devices are allowed only with a headset or earphones.

WI-FI On flights offering Wi-Fi on board the transmission can be activated only if the "NO MOBILE" signal is off. Passengers are kindly requested to pay attention to inflight announcements and to ask the cabin crew if in doubt. Flight attendants can request the shutdown of all the electronic devices should the circumstances require it.

BEFORE TAKEOFF Mobile phone calls are permitted and devices can be used with the "on-line" mode until otherwise notified by the cabin crew announcement to put them "off-line". Devices can be reactivated after landing, again only following the specific announcement.

Where we go

EUROPA E MEDITERRANEO

EUROPE AND THE MEDITERRANEAN



Where we go

MONDO WORLD



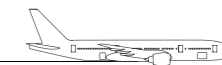
Where we go

ITALIA ITALY



Volare con noi e i nostri Partner

Flying with Us and Our Partners



Con Alitalia potrai raggiungere tante nuove mete per i tuoi viaggi in Italia, in Europa e nel mondo.

With Alitalia, you can travel to many new destinations in Italy, Europe and worldwide.

Nuova Delhi, Malé (Maldivi), Los Angeles, Città del Messico sono solo alcune delle destinazioni che puoi raggiungere direttamente con la nostra compagnia.

New Delhi, Male (Maldives), Los Angeles, Mexico City are just some of the destinations that you can reach directly with our company.

Il nostro network continua ad ampliarsi, per portare l'Italia nel mondo e tutto il mondo in Italia.

Our network continues to expand, bringing Italy to the world and the world to Italy.

L'ALLEANZA SKYTEAM

Una grande alleanza fatta di qualità, efficienza e una rete di collegamenti unica al mondo, sia nel trasporto passeggeri che in quello cargo. SkyTeam offre oltre 16.600 voli al giorno verso 1.074 destinazioni in 177 Paesi.

THE SKYTEAM ALLIANCE

A great alliance that provides quality, efficiency and a unique worldwide network, for both passengers and cargo. SkyTeam offers more than 16,600 daily flights to 1,074 destinations in 177 countries.



GLI ALTRI PARTNER THE OTHER PARTNERS






La nostra flotta vista da vicino

A closer look at our fleet

AIRBUS A330-200

Lunghezza 58,8 | 188'8"
Apertura alare 60,3 | 197'10"
Altezza 17,4 | 57'1"

 256  11.100  870

BOEING 777-200ER

Lunghezza 63,7 | 209'1"
Apertura alare 60,9 | 199'11"
Altezza 18,5 | 60'9"

 293  13.000  910

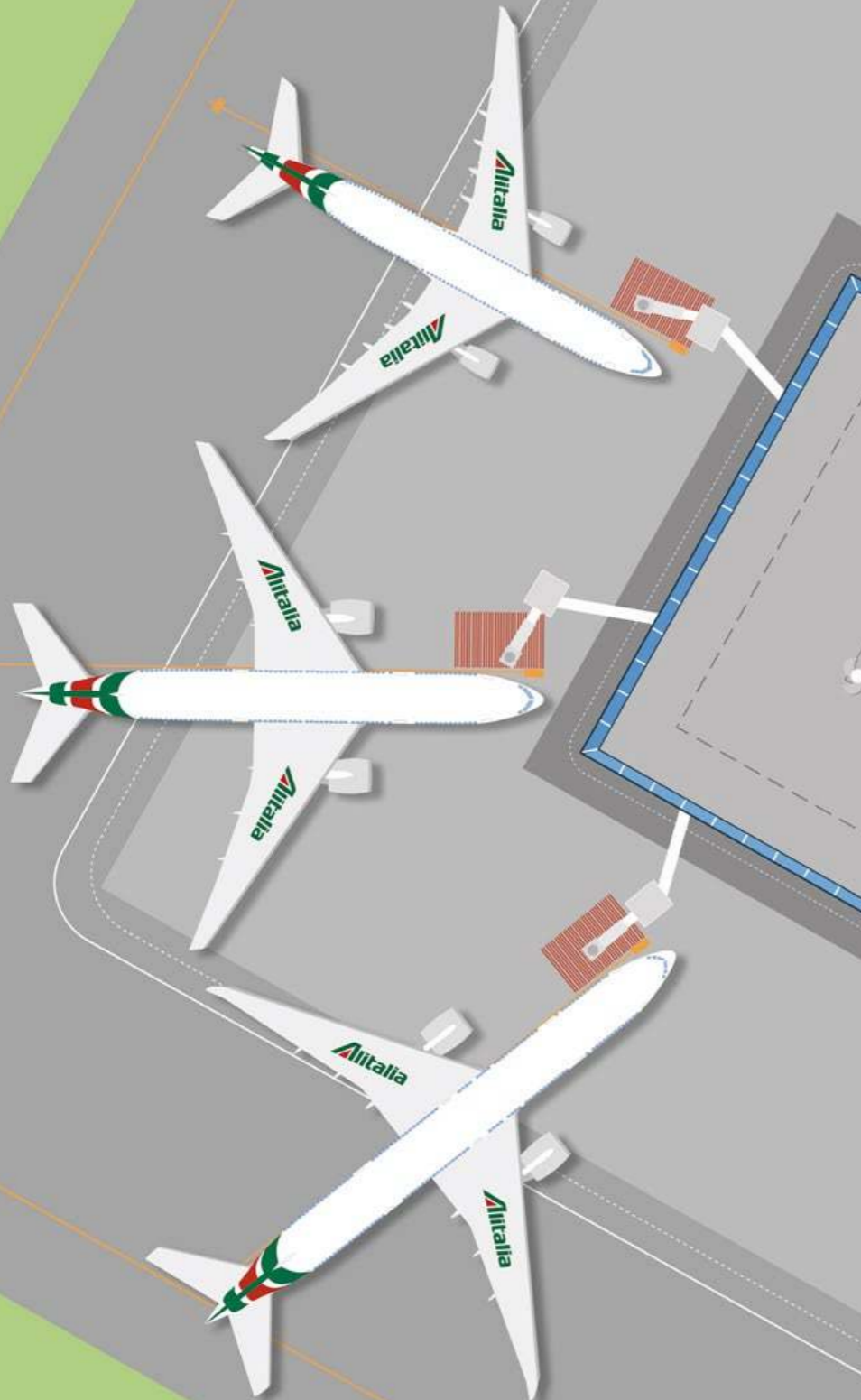
BOEING 777-300ER

Lunghezza 73,9 | 242'4"
Apertura alare 64,8 | 212'7"
Altezza 18,5 | 60'9"


 382  13.000  920

Per destinazioni di **lungo raggio**

For long haul destinations






 Numero posti
Number of seats

 Autonomia
Maximum range (Km)

 Velocità di crociera
Cruising speed (km/h)

AIRBUS A321

Lunghezza 44,5 | 146'
Apertura alare 34,1 | 111'10"
Altezza 11,8 | 38'7"

 200  2.800  850

AIRBUS A320

Lunghezza 37,6 | 123'3"
Apertura alare 34,1 | 111'10"
Altezza 11,8 | 38'7"

 171
 180  3.100  850

AIRBUS A319

Lunghezza 33,8 | 111'
Apertura alare 34,1 | 111'10"
Altezza 11,8 | 38'7"

 144  1.900  850

EMBRAER 190

Lunghezza 36,2 | 118'11"
Apertura alare 28,7 | 94'2"
Altezza 10,55 | 34'5"

 100  2.800  850

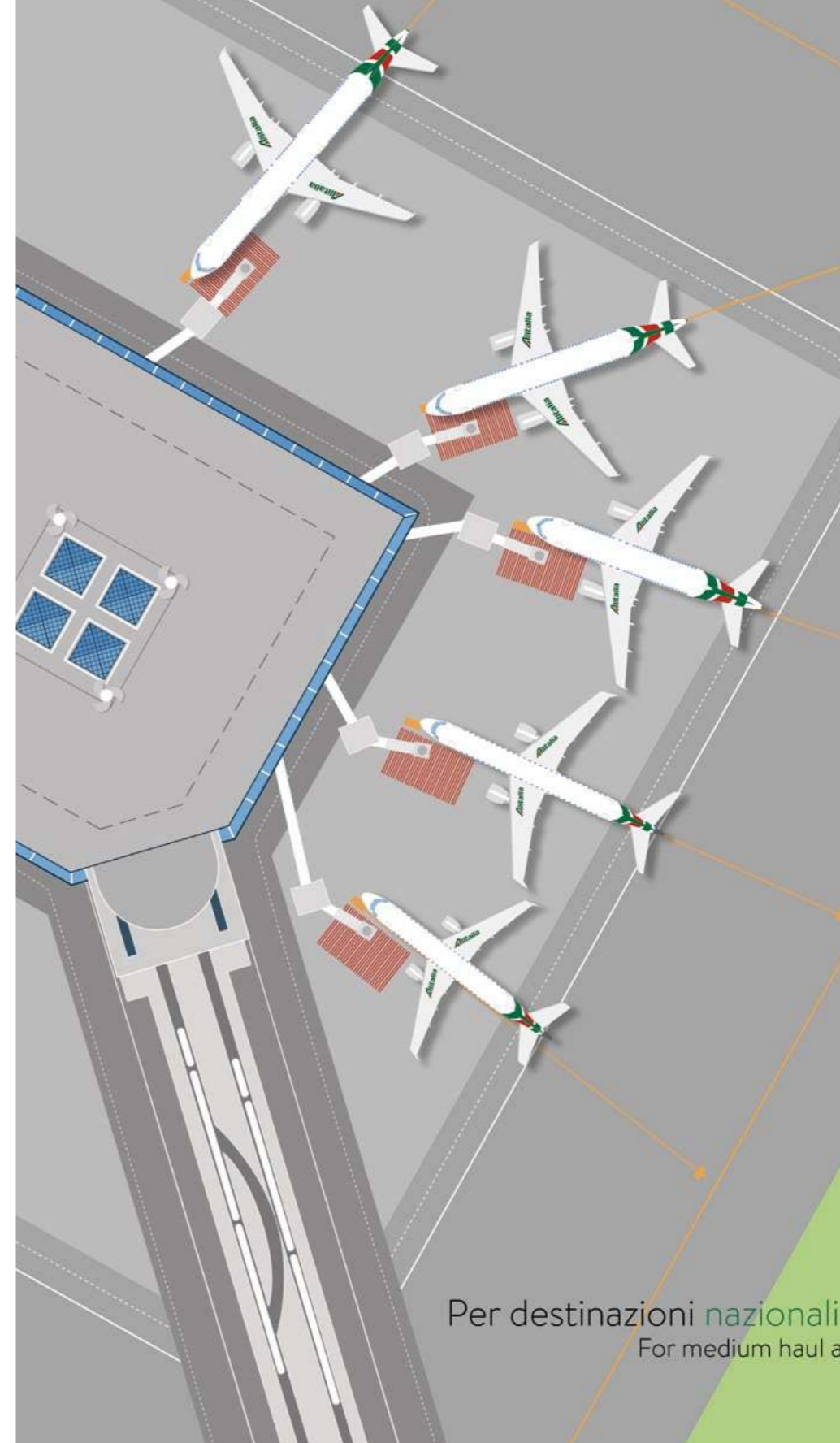
EMBRAER 175

Lunghezza 31,7 | 103'11"
Apertura alare 26 | 85'4"
Altezza 9,73 | 31'11"

 88  2.000  850

Per destinazioni **nazionali** e di **medio raggio**

For medium haul and domestic destinations



Rilassati con i nostri esercizi di bordo

Relax with our on-board exercises



JET LAG

RIDURRE L'EFFETTO

Per ridurre gli effetti del cambio del fuso orario legati al viaggio aereo, si consiglia di mantenere le lancette biologiche sull'orario di casa se la permanenza nel luogo di destinazione non supera i due giorni. Se invece la permanenza è prolungata, è bene attenersi a regole di vita salutarie per adeguarsi il prima possibile all'orario locale, tenendo conto che in genere il recupero dal jet lag è generalmente più rapido se si viaggia verso ovest



REDUCING THE EFFECT

To help fight jet lag, it's a good idea to keep your 'body clock' set to home time for trips shorter than two days. When your trip is longer, it is advisable to adjust to the local time as soon as possible. Typically you will recover more quickly from jet lag when travelling westwards.



RILASSAMENTO POLPACCI

Calf relaxation
X10 Movimenti al minuto
Movements per minute



CIRCONDUZIONE DELLE CAVIGLIE

Ankle spins
X10 Movimenti al minuto
Movements per minute



RILASSAMENTO QUADRICIPITI

Quadriceps relaxation
X10 Movimenti al minuto
Movements per minute



SPALLE E GAMBE

Shoulders and legs
X5 Movimenti al minuto
Movements per minute



EQUILIBRIO

Balance
X10 Movimenti al minuto
Movements per minute



MOBILITÀ BRACCIA

Arm mobility
X20 Movimenti al minuto
Movements per minute

Fusi orari

Si consiglia di mantenere le lancette biologiche sull'orario di casa per i viaggi inferiori ai due giorni, per spostamenti più lunghi è preferibile adeguarsi il prima possibile all'orario locale.

Microclima a bordo

Impieghiamo tecnologie avanzate per ridurre il rumore in cabina, migliorare la qualità dell'aria e mantenere la pressurizzazione della cabina a un livello ottimale.

Variazione di altitudine

Per superare i piccoli disagi legati al cambio di quota è consigliabile effettuare sbadigli profondi, bere acqua e masticare un chewing-gum o una caramella.

Prevenire problemi di salute

Per i viaggiatori con problemi di salute o per le donne in gravidanza è bene consultare un medico prima di partire.

Sub

Per chi pratica attività subacquee è consigliabile far trascorrere 24 ore dall'ultima immersione per minimizzare rischi da malattie di decompressione prima di intraprendere un viaggio.

DVT

Per prevenire rischi di trombosi venosa profonda si consiglia di bere acqua durante il volo, non assumere alcolici, indossare scarpe comode, non rimanere seduti con le gambe accavallate, fare piccole passeggiate.

Time Zones

Time Zones We suggest to keep your body's biological clock set on your local time for trips lasting less than two days, for longer trips it's best to put yourself in the local time mindset as soon as possible.

On-board microclimate

We use advanced technologies to reduce cabin noise, to improve air quality and to keep cabin pressurization at an optimal level.

Change in Altitude

To overcome the minor inconveniences related to the change in altitude, we suggest you yawn deeply, drink water and chew a chewing-gum or a candy.

Preventing Health Problems

For travelers with health problems or for pregnant women, we suggest to consult your doctor before the flight.

Scuba Diving

For those who practice underwater activities we suggest to make sure there is an interval of at least 24 hours between diving and air travel in order to minimize the risk of decompression sickness.

DVT

To prevent the risk of deep vein thrombosis we suggest to drink water during the flight, avoid drinking alcohol, wear comfortable shoes, avoid sitting with your legs crossed and take small walks up and down the cabin aisle.

Intrattenimento

Entertainment

Bohemian Rhapsody è un film che racconta la storia dei primi 15 anni di vita dei Queen. *Bohemian Rhapsody* recounts the first 15 years of Queen's life history.

I grandi successi del cinema, musica e giochi in viaggio con te

Blockbuster films, chart topping music and games for your journey

- 100** Programmi Tv
TV programs
- 100** Compilation musicali
Music compilations
- 80** Film
Movies
- 40** Programmi Kids
Kids programs
- 28** Giochi interattivi
Interactive games
- 2** Canali live
Live channels



Sette estranei con altrettante storie, segreti e bugie si incontrano per un noir corale tutto da vivere

Film d'apertura alla XIII edizione della Festa del Cinema di Roma, diretto da Drew Goddard – sceneggiatore di *Cloverfield*, *World War Z*, *Sopravvissuto - The Martian* (nominazione all'Oscar per la miglior sceneggiatura) e regista di *Quella casa nel bosco* – racconta la storia di sette estranei, ognuno con segreti, bugie e ommissioni a iosa, che si incontrano all'hotel eponimo, a cavallo tra California e Nevada: la notte buia e tempestosa come da copione non sarà consigliata, ma pericolosa assai, e l'input è una valigia piena di dollari nascosta sotto il pavimento di una camera. Un noir corale in cui nessuno è ciò che sembra, tanto meno innocente...

Opening film at the 13th Rome Film Festival, directed by Drew Goddard – screenwriter of *Cloverfield*, *World War Z*, *The Martian* (Oscar nomination for Best Screenplay) and director of *The Cabin in the Woods* – it tells the story of seven strangers, each with lots of secrets and lies, who meet at the hotel El Royale, between California and Nevada. Of course, the dark and stormy night will be perilous, and the input is a suitcase full of dollars hidden under the floor of a room. An ensemble noir in which nobody is what they look like, let alone innocent...

7 SCONOSCIUTI A EL ROYALE

Bad Times at the El Royale
di Drew Goddard
USA 2018 – 144 min
ING, ITA, GIAP, GER



Tom Hardy torna nei panni di un personaggio Marvel in un comic-movie dal super cast

Dopo *Il cavaliere oscuro - Il ritorno*, Tom Hardy torna a recitare in un comic-movie indossando il costume del simbiote alieno Venom, uno dei personaggi Marvel più enigmatici e complessi, forse la nemesis più iconica nell'intero panorama legato alle vicende dell'Uomo Ragno. Dopo l'apparizione in *Spider-Man 3* di Sam Raimi, Venom torna sullo schermo da protagonista assoluto, in un film che ne racconta la genesi. Primo capitolo del nuovo *Spider-Man Universe*, quello che fa fatto sancisce la collaborazione Marvel-Sony, è diretto da Ruben Fleischer (*Benvenuti a Zombieland*) e nel cast figurano anche Michelle Williams, Riz Ahmed, Scott Haze e Reid Scott. Attenzione ai titoli di coda...

After *The Dark Knight Rises*, Tom Hardy returns to act in a comic movie wearing the costume of the alien symbiote Venom, one of the most enigmatic and complex Marvel characters, perhaps the most iconic nemesis in the whole world linked to the adventures of Spiderman. After appearing in *Spiderman 3*, by Sam Raimi, Venom is back on the screen as an absolute protagonist in a film that tells about his origins. First chapter of the new *Spiderman Universe*, which actually marks the collaboration between Marvel and Sony, it is directed by Ruben Fleischer (*Zombieland*) and the cast also features Michelle Williams, Riz Ahmed, Scott Haze and Reid Scott. Pay attention to the end credits...

VENOM

di Ruben Fleischer
USA 2018 - 112 min
ENG, ITA, BRAZ, JPN



Cinema



BOHEMIAN RHAPSODY

di Bryan Singer
USA 2018 - 134 min
ENG, ITA, BRAZ, LSPA

Vincitore di due Golden Globe (miglior film e miglior attore protagonista, nella categoria film drammatici), *Bohemian Rhapsody* è il biopic dedicato a Freddie Mercury (1946-1991) in cui Rami Malek smette la felpa con cappuccio dell'hacker di Mr. Robot e indossa i pantaloni attillati, le borchie e gli orpelli della "lead voice" dei Queen. Un film dalla gestazione decennale, con una teoria di attori affiancati a Freddie – in primis Sacha Baron Cohen e poi Ben Whishaw – e il regista Bryan Singer, che figura nei credits, ma che è stato licenziato in corso d'opera e rimpiazzato da Dexter Fletcher. Vasto impiego di CGI, sopra tutto per il leggendario Live Aid di Wembley 1985, che qui apre e chiude, con i Queen sul palco e 70mila spettatori in visibillio.

Winner of two Golden Globes (Best Motion Picture and Best Performance by an Actor in a Motion Picture, in the Drama category), *Bohemian Rhapsody* is the biopic about Freddie Mercury (1946-1991) in which Rami Malek takes off the hoodie of the hacker of Mr. Robot and wears the tight pants, studs and frills of the frontman of the Queen. It has taken a decade to get to the big screen, with a long list of actors running to play Freddie – first of all Sacha Baron Cohen and then Ben Whishaw – and film director Bryan Singer appears in the credits but was fired while filming and replaced by Dexter Fletcher. Broad use of CGI, especially for the legendary Live Aid of Wembley 1985, here opening and closing the film, with the Queen on the stage and 70 thousand enraptured spectators.



VIA DALLA PAZZA FOLLA

Far From The Maddening Crowd
di Thomas Vinterberg
USA 2015 – 119 min
Eng, Ita, Braz, Fra



COPIA ORIGINALE

Can you forgive me
di Theodore Melfi
USA 2018 – 106 min
ENG, ITA, FRE, LSPA



PUPAZZI SENZA GLORIA

The Happytime Murders
di Brian Hensen
USA 2018 – 91 min
ENG, ITA, FRE, GER



IL MISTERO DELLA CASA DEL TEMPO

The House with a Clock in its Walls
di Eli Roth
USA 2018 – 104 min
ENG, ITA, BRAZ, LSPA



L'OSPITE

The Little Stranger
di Lenny Abrahamson
USA 2018 – 111 min
ENG, ITA, FRE, GER



**UGO FANTOZZI,
IL RAGIONIERE
PIÙ FAMOSO D'ITALIA**

Ugo Fantozzi, the most popular accountant in Italy

Paolo Villaggio ha dato vita in tv e al cinema a una pletera di personaggi indimenticabili come il Professor Kranz e Fracchia, ma soprattutto il ragioniere Ugo Fantozzi. Nato dalla penna dello stesso Villaggio come protagonista del romanzo del 1971, Fantozzi è la maschera tragicomica che per oltre 40 anni ha fatto ridere il pubblico di tutte le età. Una irresistibile incarnazione dell'italiano medio che anticipa con ironia temi attuali. Sono 10 i film della saga con protagonista lo sfortunato travet, tra cui *Fantozzi contro tutti* e *Fantozzi subisce ancora*, due novità della programmazione di bordo.

Paolo Villaggio both on TV and on the big screen, to a series of unforgettable characters like Professor Kranz and Giandomenico Fracchia, but above all the iconic accountant Ugo Fantozzi. Created by Villaggio himself as the protagonist of the novel published in 1971, Fantozzi is the tragicomic character that, for over forty years, has entertained the audience of all ages. An irresistible embodiment of the average Italian who ironically anticipated topics such as mobbing, economic crisis and social divide. The films of the saga starring the unlucky accountant are ten, among which *Fantozzi Against the Wind* and *Fantozzi subisce ancora*, two new titles among the movies on board.

PARENTAL CONTROL

- Vietato ai minori - Restricted
- Supervisione - Parental Guidance
- Film per tutti - General

UNA STORIA SENZA NOME

The Stolen Caravaggio
di Roberto Andò
Italy 2018 - 110 min

ITA
Una storia senza nome, ma una storia vera, tratta dalla cronaca, e ancora senza finale: il furto avvenuto a Palermo del 1969 della Natività di Caravaggio. Fuori Concorso alla 75esima Mostra del Cinema di Venezia, attesta la predilezione di Roberto Andò per il registro corale, l'affabulazione mite e il cinema di parola, nonché la salda direzione d'attori, da Micaela Ramazzotti a Renato Carpentieri, da Alessandro Gassmann a Laura Morante. Un film che non si prende sul serio, ma nemmeno è faceto: la politica che vuole alzare il rating italiano grazie al Caravaggio, la mafia pronta a venderlo, il dipinto che non c'è, e l'Italietta che scrive, delinque e vive nello stesso modo, da fantasma.



A story without a name, but a true story, based on real facts, and still unresolved: the theft of the Nativity by Caravaggio occurred in Palermo in 1969. Out of competition at the 75th Venice Film Festival, it shows Roberto Andò's predilection for ensemble films, the mild narration and the cinema of words, as well as the firm direction of actors, from Micaela Ramazzotti to Renato Carpentieri, from Alessandro Gassmann to Laura Morante. A film that does not take itself too seriously, but neither is facetious: the politics that wants to raise the Italian rating thanks to the Caravaggio's painting, the mafia ready to sell it, the painting that disappeared and our Italy that writes, breaks the law and lives in the same way: as a ghost.



NESSUNO COME NOI
di Volfrango De Biasi
Italy 2018 - 100 min
ITA

Bambini
Kids



SMALLFOOT: IL MIO AMICO DELLE NEVI

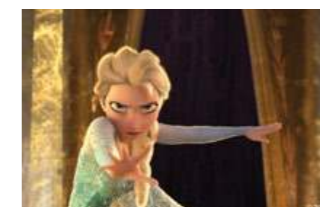
Smallfoot
di Karey Kirkpatrick
USA 2018 - 96 min
ENG, ITA, JPN, KOR

Diretto da Karey Kirkpatrick (regista di *La gang del bosco* e sceneggiatore di *Galline in fuga*), *Smallfoot: il mio amico delle nevi* rivisita la leggenda del Bigfoot, ma da una prospettiva rovesciata: un giovane e brillante Yeti vuole infatti dimostrare ai suoi simili l'esistenza di una spaventosa creatura leggendaria... l'essere umano! Un'avventura d'animazione per tutta la famiglia sull'amicizia, il coraggio e la gioia della scoperta, con le voci di: Lodovica Comello (Miki), cantante, attrice e conduttrice; Lorenzo Licitra (Migo), tenore vincitore di *X Factor 11*; Sofi e Lui (Brenda e Thorp) in arte "Me contro Te", la coppia di fidanzatini che da oltre 4 anni spopola sui social.

Karey Kirkpatrick (director of *Over the Hedge* and screenwriter of *Chicken Run*) revisits the legend of Bigfoot and tells it from a reversed perspective: in fact, a young and brilliant Yeti wants to prove to his fellows the existence of a scary legendary creature... the human being! An animated adventure for the whole family about friendship, courage and the joy of discovery, with the voices of Channing Tatum as Yeti Migo and James Corden as Smallfoot Percy. The cast also features Zendaya (Meechee), Common (Stonekeeper), LeBron James (Gwangji), Gina Rodriguez (Kolka) and Danny DeVito (Dorgle).



STORKS
di Chris McKay
USA 2016 - 87 min
ENG, ITA, JPN, FRE



FROZEN
Frozen - Il Regno di ghiaccio
di Chris Buck,
Jennifer Lee
USA 2013 - 102 min
ENG, ITA, LSPA, JPN



RIO 2
di Carlos Saldanha
USA 2014 - 101 min
ENG, ITA, LSPA, KOR



HAPPY FEET
di George Miller,
Warren Coleman
USA 2006 - 108 min
ENG, ITA, BRAZ, FRE



BBC E CNN IN DIRETTA LIVE

Non perdere i tuoi appuntamenti con l'informazione: attualità, economia e meteo in diretta dal mondo.

RESTA COLLEGATO DURANTE IL VOLO: WiFi, telefono cellulare, sms, posta elettronica e social a portata di click*.

(* Servizio disponibile progressivamente su tutta la flotta)

LIVE CHANNELS - BBC AND CNN

Don't miss out on the latest news from around the world with CNN and BBC. Watch live news, follow economic and political matters and check the weather!

STAY CONNECTED DURING YOUR FLIGHT: WiFi, phone calls, texts, e-mails and your favorite social are now at your fingertips*.

(* Service gradually available on all flights)



SUITS

NBC Universal
45 min

ENG, ITA, GER, CAS

Legal drama che segue le vicende di Harvey Specter, avvocato di grido di New York, cinico e spietato e il suo giovane associato, Mike Ross, che nonostante la prodigiosa memoria e la sua intelligenza spiccata è stato espulso dal college.

Legal drama that follows the story of Harvey Specter, a New York respected lawyer, cynical and ruthless and his young associate, Mike Ross, who despite the prodigious memory and his distinct intelligence has been expelled from college.



100 THINGS TO DO BEFORE HIGH SCHOOL

Viacom

Ep. 22-26. 30 min

ENG, ITA

CJ vuole rendere la sua vita alla scuola media il più divertente possibile prima di andare al liceo. Insieme ai suoi migliori amici affronterà ogni giorno sfide e avventure!

CJ has only a short time left at middle school. Together with her best friends she is determined to get the most out of this time, using an ever-expanding list of challenges as a guide.



THE MAN IN THE HIGH CASTLE

Terry Steiner International

Ep. 1-5. 60 min

ENG, ITA, FRE, LAS

Basato sul romanzo di P. K. Dick, la serie narra cosa sarebbe successo se le potenze alleate avessero perso la seconda guerra mondiale e il Giappone e la Germania governassero gli Stati Uniti.

Based on Philip K. Dick's award-winning novel, L'uomo nell'alto castello explores what it would be like if the Allied Powers had lost WWII, and Japan and Germany ruled the United States.



MARIAH CAREY CAUTION

Con il suo quindicesimo album in studio, torna la regina del pop-soul da 200 milioni di album venduti in quasi tre decenni, 18 singoli al #1, cinque Grammy e la sua mitologica estensione vocale di cinque ottave.

The incomparable, multi-platinum, multiple Grammy® award-winning global superstar Mariah Carey (the best-selling female artist of all time with 18 Hot 100 #1 hits) releases her 15th full-length studio album.



BARBARA STREISAND WALLS

Artista record con ben sei decenni di album numero 1 in classifica, ha totalizzato 52 dischi d'oro, 31 di platino e 13 di multiplatino. Nel disco, i principi guida in cui la Streisand crede e lotta da tutta la vita.

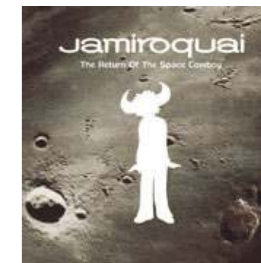
Streisand's first album of mostly original songs since 2005. 'Walls' finds Barbra exploring both her concerns and hopes for the future in a collection filled with beautiful melodies and thought-provoking lyrics.



MÅNESKIN IL BALLO DELLA VITA

L'atteso album di debutto del carismatico gruppo pop-rock, arrivato al secondo posto nella versione italiana di X Factor 2017. Il ballo avvicina le persone, è una celebrazione della giovinezza, della libertà.

The highly-anticipated debut album from the charismatic pop-rock band, who rose to fame after coming second in the Italian version of X Factor back in 2017. Includes their chart-topping single, 'Torna a casa'.



JAMIROQUAI RETURN OF THE SPACE COWBOY

Secondo album di Jamiroquai uscito nel 1994. Una nuovo trend musicale con suoni scuri Funk dove riecheggia anche la musica sociale di strada. Ha venduto 4 milioni di copie in tutto il mondo.

Jamiroquai's sophomore album in 1994 took it up a notch. A darker sounding funk echoed the more street-based social commentary, and their new music found its way into four million homes worldwide.



ARIANA GRANDE AT THE BBC

Uno spettacolo esclusivo di Ariana Grande registrato in studio durante la promozione del suo album "Sweetener", in cui la cantante è accompagnata da un'orchestra tutta al femminile.

Ariana Grande performs tracks from her recent album 'Sweetener'. This exclusive show, recorded live in front of a studio audience, also sees Ariana perform some of her biggest hits.

BOARDING MUSIC



Su selezionati voli di medio raggio Alitalia è possibile ascoltare, al decollo e dopo l'atterraggio, i primi 6 brani dei 36 vincitori del concorso "Fai volare la tua musica", realizzato da Alitalia, SIAE e Rockol per promuovere gli autori italiani emergenti. I primi 6 autori sono Gerardo Felisatti, Maria Luisa Colombo, Claudio Sanfilippo, Francesco Renna, Michele Pirona e Giuseppe Rinaldi.

On selected Alitalia flights, before takeoff and after landing, it is possible to listen to the first 6 tracks out of the 36 winners, selected through the contest "Make your music fly", realized by Alitalia, SIAE and Rockol, to promote emerging Italian authors. The first 6 authors are Gerardo Felisatti, Maria Luisa Colombo, Claudio Sanfilippo, Francesco Renna, Michele Pirona and Giuseppe Rinaldi.

Azione-Thriller

Action - Thriller



- VENOM**
di Ruben Fleischer
USA 2018 - 112 min
ENG, ITA, BRAZ, JPN
- THE DARKEST MINDS**
di Jennifer Yuh Nelson
USA 2018 - 105 min
ENG, ITA, FRE, JPN
- THE MEG**
di Jon Turteltaub
USA 2018 - 121 min
ENG, ITA, GER, KOR
- KONG: SKULL ISLAND**
di Jordan Vogt-Roberts
USA 2017 - 118 min
ENG, ITA, GER, BRAZ
- DEADPOOL**
di Tim Miller
USA 2016 - 113 min
ENG, ITA, BRAZ, KOR
- IN THE HEART OF THE SEA**
Le origini di Moby Dick
di Ron Howard
USA 2015 - 122 min
ENG, ITA, LSPA, KOR
- MAD MAX: FURY ROAD**
di George Miller
USA 2015 - 120 min
ENG, ITA, LSPA, KOR
- EDGE OF TOMORROW**
di Doug Liman
USA 2014 - 113 min
ENG, ITA, FRE, LSPA
- THE LEGEND OF TARZAN**
di David Yates
USA 2013 - 110 min
ENG, ITA, JPN, KOR
- KNIGHT AND DAY**
Innocenti bugie
di James Mangold
USA 2010 - 99 min
ENG, ITA, BRAZ, GER

Commedia

Comedy



- THE HAPPYTIME MURDERS**
Pupazzi senza gloria
di Brian Hensen
USA 2018 - 91 min
ENG, ITA, FRE, GER
- CRAZY RICH ASIANS**
di Jon M. Chu
USA 2018 - 121 min
ENG, ITA, JPN
- HOW TO BE SINGLE**
di Christian Ditter
USA 2016 - 110 min
ENG, ITA, GER, KOR
- VACATION Come ti rovinano le vacanze**
di John Francis Daley, Jonathan Goldstein
USA 2015 - 99 min
ENG, ITA, FRE, JPN
- SPY**
di Paul Feig
USA 2015 - 119 min
ENG, ITA, FRE, GER
- THE BIG YEAR**
di David Frankel
USA 2011 - 100 min
ENG, ITA, FRE, BRAZ
- WAITRESS Ricette d'amore**
di Marc Conner
USA 2007 - 108 min
ENG, ITA, KOR, LSPA

Film italiani

Italian Movies



- UN NEMICO CHE TI VUOLE BENE**
My Beloved Enemy
di Denis Rabaglia
Italy 2018 - 97 min
ITA WITH ENG SUBS
- UNA STORIA SENZA NOME**
The Stolen Caravaggio
di Roberto Andò
Italy 2018 - 110 min
ITA
- NESSUNO COME NOI**
di Volfrango De Biasi
Italy 2018 - 100 min
ITA
- RICCHI DI FANTASIA**
di Francesco Miccichè
Italy 2018 - 102 min
ITA
- HOTEL GAGARIN**
di Simone Spada
Italy 2018 - 93 min
ITA WITH ENG SUBS
- LAZZARO FELICE**
Happy as Lazzaro
di Alice Rohrwacher
Italy 2018 - 125 min
ITA WITH ENG SUBS
- UNA VITA SPERICOLATA**
di Marco Ponti
Italy 2018 - 102 min
ITA WITH ENG SUBS
- LA RAGAZZA NELLA NEBBIA**
The Girl in The Fog
di Donato Carrisi
Italy 2017 - 128 min
ITA WITH ENG SUBS
- PERFETTI SCONOSCIUTI**
Perfect Strangers
di Paolo Genovese
Italy 2016 - 99 min
ITA WITH ENG SUBS



- LA GRANDE BELLEZZA**
The Great Beauty
di Paolo Sorrentino
Italy 2016 - 150 min
ITA WITH ENG SUBS
- THE PLACE**
di Paolo Genovese
Italy 2015 - 105 min
ITA WITH ENG SUBS
- TUTTA COLPA DI FREUD**
Blame Freud
di Paolo Genovese
Italy 2014 - 120 min
ITA WITH ENG SUBS
- INDOVINA CHI VIENE A NATALE**
di Fausto Brizzi
Italy 2013 - 94 min
ITA
- ROMANZO DI UNA STRAGE**
Piazza Fontana: The Italian Conspiracy
di Marco Tullio Giordana
Italy 2012 - 129 min
ITA WITH ENG SUBS
- VIVA L'ITALIA**
Long live Italy
di Massimiliano Bruno
Italy 2012 - 100 min
ITA
- CASOMAI**
If by Chance
di Alessandro D'Alatri
Italy 2002 - 114 min
ITA
- FANTOZZI SUBISCE ANCORA**
di Neri Parenti
Italy 1983 - 85 min
ITA

Film dal mondo

World Movies



- GINTAMA 2: RULES ARE MADE TO BE BROKEN**
di Yūichi Fukuda
Japan 2018 - 135 min
JPN WITH ENG SUBS
- ALONG WITH THE GODS: THE LAST 49 DAY**
di Kim Yong-hwa
Korea 2018 - 142 min
KOR WITH ENG SUBS
- TALVEZ UMA HISTÓRIA DE AMOR**
di Rodrigo Bernardo
Brazil 2018 - 101 min
BRAZ WITH ENG SUBS
- THE SPY GONE NORTH**
di Yoon Jong-Bin
Korea 2018 - 137 min
KOR WITH ENG SUBS
- ALB ESWED**
di Wael Abdel Kader
Egypt 2018 - 95 min
ARA WITH ENG SUBS
- OS FAROFEIROS**
di Roberto Santucci
Brazil 2018 - 103 min
BRAZ WITH ENG SUBS
- ¿CÓMO ANDAMOS POR CASA?**
di Boris Quercia
Chile 2018 - 95 min
- KHEIR W BARAKA**
di Sameh Abdelaziz
Egypt 2017 - 110 min
ARA WITH ENG SUBS
- TUMARI SULU**
di Suresh
India 2017 - 121 min
HIN WITH ENG SUBS
- EL HABITANTE**
di Guillermo Amodeo
Mexico 2017 - 92 min
LSPA WITH ENG SUBS

PARENTAL CONTROL

- Vietato ai minori - Restricted
- Supervisione - Parental Guidance
- Film per tutti - General

Drammatico

Drama



- 7 SCONOSCIUTI A EL ROYALE**
Bad Times at the El Royale
di Drew Goddard
USA 2018 - 144 min
ING, ITA, GIAP, GER
- BOHEMIAN RHAPSODY**
di Bryan Singer
USA 2018 - 134 min
ENG, ITA, BRAZ, LSPA
- COPIA ORIGINALE**
Can you forgive me
di Theodore Melfi
USA 2018 - 106 min
ENG, ITA, FRE, LSPA
- L'OSPITE**
The Little Stranger
di Lenny Abrahamson
USA 2018 - 111 min
ENG, ITA, FRE, GER
- THE SHAPE OF WATER**
La forma dell'acqua
di Guillermo del Toro
USA 2017 - 123 min
ENG, ITA, FRE, BRAZ
- VIA DALLA PAZZA FOLLA**
Far From The Madding Crowd
di Thomas Vinterberg
USA 2015 - 119 min
ENG, ITA, BRAZ, FRA
- CRAZY HEART**
di Scoot Cooper
USA 2010 - 112 min
ENG, ITA, GER, JPN
- QUANDO L'AMORE BRUCIA L'ANIMA**
Walk the line
di James Mangold
USA 2005 - 126 min
ENG, ITA, FRE, GER

Classici

Classics



- THE TRANSPORTER**
di Louis Leterrier, Corey Yuen
USA 2002 - 92 min
ENG, ITA, LSPA, BRAZ
- THE PELICAN BRIEF**
Il Rapporto Pelican
di Alan J. Pakula
USA 1993 - 141 min
ENG, ITA, FRE, GER
- TRADING PLACES**
Una poltrona per due
di Kohn Landis
USA 1963 - 116 min
ENG, ITA, FRE, GER

Bambini

Kids



- SMALLFOOT: IL MIO AMICO DELLE NEVI**
Smallfoot
di Karey Kirkpatrick
USA 2018 - 96 min
ENG, ITA, JPN, KOR
- THE HOUSE WITH A CLOCK IN ITS WALLS**
Il mistero della casa del tempo
di Eli Roth
USA 2018 - 104 min
ENG, ITA, BRAZ, LSPA
- THE LEGO BATMAN MOVIE**
Lego Batman - Il film
di Chris McKay
USA 2017 - 104 min
ENG, ITA, GER, KOR
- STORKS**
di Chris McKay
USA 2016 - 87 min
ENG, ITA, JPN, FRE
- RIO 2**
di Carlos Saldanha
USA 2014 - 101 min
ENG, ITA, LSPA, KOR
- FROZEN - IL REGNO DI GHIACCIO**
di Chris Buck, Jennifer Lee
USA 2013 - 102 min
ENG, ITA, LSPA, JPN
- HAPPY FEET**
di George Miller, Warren Coleman
USA 2006 - 108 min
ENG, ITA, BRAZ, FRE
- THE VOOK OF LIFE**
Il libro della vita
di Jorge R. Gutierrez
USA 2005 - 126 min
ENG, ITA, FRE, GER

Programmi TV

Tv Programs



- ANGRY BIRDS TOONS**
Young
Cake Entertainment
30 min
NV
- PAW PATROL**
Baby
Viacom International
Media Networks
30 min
ENG, ITA
- WHAT'S A BIG IDEA?**
E tu che ne pensi?
Xilium
30 min
ENG, ITA
- MY LITTLE PONY FRIENDSHIP**
Discovery
30 min
ENG, ITA
- 100 THINGS TO DO BEFORE HIGH SCHOOL**
Viacom
30 min
ENG, ITA
- BUNK'D**
Teens
Buena Vista
30 min
ENG, ITA, FRE, GER
- THE MAN IN THE HIGH CASTLE**
Terry Steiner
International
60 min
ENG, ITA, FRE, LAS



- THE GOOD FIGHT**
Thriller
CBS Studios
International
45 min
ENG, ITA
- SUITS**
Thriller
NBC Universal
45 min
ENG, ITA, GER, CAS
- MODERN FAMILY**
Comedy
Twentieth Century Fox
45 min
ENG, ITA, CAS, FRE
- THE BIG BANG THEORY**
Comedy
Warner Bros
30 min
ENG, ITA, GER, CAS
- NEW GIRL**
Thriller
Twentieth Century Fox
30 min
ENG, ITA, FRE, GER
- MOTO 10: THE MOVIE**
IMG
60 min
ENG
- THE BOAT SHOW**
Alitalia
74 min
ENG, ITA
- GAMBERO ROSSO**
Alitalia
25 min
ENG, ITA
- ROLLING STONE**
Alitalia
ENG

Con te PARTIRÒ

Andrea Bocelli



Un paradiso. Così Goethe descrive Napoli, luogo magico di cui si innamora, ebbro della città, dei suoi tesori e della generosa filosofia esistenziale degli abitanti. Di quel “gran tour” settecentesco vissuto e poi narrato dal sommo letterato è quella napoletana la tappa che sprigiona i maggiori entusiasmi e le più intense vertigini. Ma anche senza scomodare il genio tedesco, il capoluogo partenopeo è uno dei siti più amati e celebrati nel mondo, tanto che posso affermare d’averne vissuto il calore umano, la cordiale saggezza e la prelibatezza del cibo, non solo quando mi sono realmente appressato al suo golfo, ma tutte le volte che – negli Stati Uniti o in America del Sud, e persino in Oriente – ho avuto la gioia di relazionarmi con i suoi cittadini. Napoli mi è nel cuore fin dal tempo degli studi liceali, quando mi colpì la ricchezza non solo della sua storia, ma anche della sua mitologia, che la vuole un po’ sirena e un po’ guerriera. Perché Parthenope era, secondo una delle possibili narrazioni, una bellissima donna che portava nel proprio stesso significato del nome lo stigma della sua condizione di verginità. Una giovane dal profilo di carne e col corpo di piume d’uccello, che s’innamora di Ulisse ma senza successo. Lei canta, lui sfugge. E la vergine affranta si getta da un monte per darsi alle onde del mare, che ne portano il corpo fino al golfo di Napoli, dove s’incaglia tramutandosi in golfo appunto, col viso che disegna la collina di Capodimonte. In questa città, leggendaria anche sul fronte musicale (per lo sviluppo dell’opera buffa e perché qui s’intreccia la stagione d’oro del belcanto e la nascita della canzone d’autore), sono felice e ansioso di poter tornare, dopo alcuni anni, nuovamente salendo sulla stessa ribalta che fu teatro della prima assoluta di “Lucia di Lammermoor”. Non a caso ho scelto il pubblico del “San Carlo” per un recital che proporrò in prima europea, il 20 e il 22 maggio, e che ho già rodato in febbraio sul palco del “Met” di New York. E non a caso, il filo rosso del concerto sarà l’amore, celebrato nell’opera lirica: quella sublime finzione che da oltre quattro secoli regala alla musica il suo più scintillante paradiso. Un paradiso, proprio come Goethe definisce il cuore di questa città, che pulsa e che ama, riamata, tutt’oggi, sotto le sue 500 cupole.

A PARADISE: THIS IS HOW GOETHE DESCRIBED NAPLES, a magical place you fall in love with, swept away by the city, by its treasures and its inhabitants’ generous existential philosophy. In that 18th century “great tour” experienced and then recounted by the great writer, his stay in Naples was the moment that mostly brimmed with enthusiasm and intense emotions. But even without bringing the German genius into it, the Neapolitan capital is one of the most loved and celebrated cities in the world, so much that I can affirm that I experienced the warmth, the kind wisdom and the excellence of the food, not only when I was actually in the city, but also every time that – in the US or in Southern America and even in Asia – I had the pleasure to interact with the people from Naples. Naples has been in my heart since I was in high school, when I was struck by the richness of its history and its mythology that makes it appear half siren and half warrior. According to one of the possible legends, Parthenope was a beautiful woman whose name bore the mark of her virginity. A young woman with a profile of flesh and body made of bird’s feathers, who falls in love with Ulysses, but the feelings were not mutual. She sings, he runs away. The broken-hearted virgin throws herself from a mountain and is washed up by the sea, her body is beached at the Gulf of Naples and is actually transformed into the gulf, with her face outlining the Capodimonte hill. In this legendary city, legendary also regarding music (for the development of the opera buffa and because it is home to the golden season of the belcanto and the birthplace of the classic songs), I am happy and anxious to go back, after some years, on the stage that saw the absolute premiere of Lucia di Lammermoor. It is no coincidence that I chose the “San Carlo” audience for a recital that I will propose in European premiere, May 20 and 22, and that I already performed on stage at the “Met” in New York. It is no surprise that the fil rouge of the concert will be love, celebrated in the opera: that sublime fiction that for more than four centuries has been giving us its most sparkling paradise.

ANDREA BOCELLI FOUNDATION
andreabocellifoundation.org



Rilassati


DIPINGIAMO NOI IL VIAGGIO DEI TUOI SOGNI

vivere & viaggiare CON **Bluvacanze**

LA PIÙ GRANDE AGENZIA DI VIAGGI D’ITALIA

www.vivereviaggiare.it | www.bluvacanze.it

320 PUNTI VENDITA IN ITALIA



ACQUA DI PARMA

BARBIERE



DISCOVER THE NEW COLLECTION AT ACQUADIPARMA.COM