

DA CASERMA A VETRINA

Il PMQ era un dormitorio per le famiglie dei militari. Oggi è il centro del fashion e del design di Hong Kong.



Iain Masterton / Alamy Stock Photo

UN FORMICAIO DI INDIRIZZI GLAM

A Hong Kong ogni giorno aprono e chiudono un centinaio di negozi. Funziona molto bene il recupero dei palazzi storici in disuso, trasformati in luoghi di aggregazione e, ovviamente, in florido business. Il PMQ (35 Aberdeen Street, Central), per citare uno degli esempi meglio riusciti, era negli anni Trenta il Police marriage quarter, una sorta di caserma per poliziotti con famiglia al seguito. Ristrutturato con buon senso estetico (che qui non è affatto scontato), è oggi il quartier generale della **design e fashion community** locale. Enormi, per dimensioni e investimenti, i parchi culturali tematici come il West Kowloon cultural district (Tsim Sha Tsui): 40 ettari di terreno nella zona pedonale di Victoria Harbour, 2 miliardi di euro di investimento iniziale da parte del governo cinese con un masterplan firmato dallo studio americano Foster+Partners, 17 centri culturali tra teatri, pavillon e musei. Uno di questi è il M+ (apertura prevista nel 2017), il museo di arti visive più grande dell'Asia (66 mila metri quadrati) che sarà il centro del riscatto

artistico e culturale di Hong Kong, come dicono i suoi realizzatori, il duo di architetti Herzog & de Meuron.

La città ce la sta mettendo tutta per non perdere il suo primato di **dealer asiatico dell'arte**, incalzato sempre più da una fiorente Shanghai: Art Basel (23-25 marzo 2017) è ormai un appuntamento obbligatorio che attira più di 70 mila visitatori. Meno di un anno fa, nel Pedder building (Pedder Street, Central), accanto a Gagosian, Pearl Lam e Lehman & Maupin, ha inaugurato il suo spazio anche la galleria Massimo De Carlo, quartier generale a Milano Lambrate, che ha affidato l'espansione a una giovane esperta di arte contemporanea cinese, Claudia Albertini. Tra i collezionisti più famosi, spicca il nome di **Arthur de Villepin**: il figlio dell'ex primo ministro francese Dominique e della scultrice Marie-Laure ha fondato la galleria fotografica YellowKorner al 58 di Hollywood road, quasi di fronte alla Sundaram tagore (al 57-59) che ha portato in mostra a Hong Kong anche Sebastiao Salgado.

VOLARE CON STILE

L'unico volo diretto giornaliero per arrivare a Hong Kong è operato da Cathay Pacific. Parte da Milano Malpensa (partenza 12.32, arrivo alle 7.21 ora locale) e da Roma Fiumicino (partenza 12.21, arrivo 6.58 ora locale).

Anche al ritorno il volo Cathay è diretto e molto comodo perché parte a mezzanotte e 40 e arriva a Milano alle 6 circa: riposo assicurato. Per il relax, il lusso è garantito dalla nuova business lounge inaugurata a Hong Kong pochi mesi fa da Cathay. Si tratta di The Pier (*foto sotto*), più di 3 mila metri quadrati di spazio per 550 posti a sedere, interior design firmato Ilse Crawford e Tea House per intenditori.



LA CUCINA È ALTA O DI STRADA

La recente passione per il fine food della città fa vivere, anche a chi ci viene occasionalmente, interessanti esperienze culinarie. Da quella libanese (Sumac, 9 Glenealy) a quella thailandese (Chachawan, 206 Hollywood road), **si può provare di tutto**, per ogni tipo di budget. All'Hotel Mandarin oriental (5



Connaught Road Central), elegante icona dell'ospitalità hongkonghese, ci si va per un'indimenticabile cena al

Man Wah (*foto sopra*), cantonese tradizionale di livello (al Mandarin Landmark invece c'è il giapponese

Zuma), oppure ci si ritova là per bere un drink con vista sulla skyline seduti agli sgabelli del M Bar. Per chi volesse invece provare l'**ebbrezza dello street food** locale, tra le viette di Soho e le bancarelle di Sham Shui Po, un gruppo di ragazze con la passione per la cucina tradizionale ha creato Hong Kong foodie tours (hongkongfoodietours.com): un'immersione totale nei sapori autentici dell'ex colonia britannica.



*Al
passo
coi tempi*



**BEPOSITIVE
PER VEECIUS**



CLARKS



MORESCHI

Perché ci vuole ritmo oltre che stile

Tanti marchi presenti, molti compratori internazionali, un nuova sezione dedicata al beauty maschile e un tema speciale: la danza. Si presenta ricca e stimolante l'edizione numero 91 di **Pitti Uomo**.

di Antonella Matarrese

È un bel record quello raggiunto da Pitti Uomo che questo gennaio 2017 (Firenze, fino al 13) vanta la sua novantunesima edizione con 1.220 marchi (di cui 540 provenienti dall'estero), 36 mila visitatori, quasi 28 mila buyer internazionali e un incremento di nuovi brand, circa 200, italiani e stranieri, vera linfa vitale sia sul piano della creatività che del business.

Così, nella miriade di sezioni, precisamente 16, che affastellano la Fortezza da Basso, il debutto di una nuova area dedicata alla bellezza maschile, e battezzata esplicitamente Hi-Beauty, la dice lunga sulla tipologia di maschio al quale si vuol far riferimento, ma soprattutto è indice di una nuova visione della fiera. Non più solo dedicata all'abbigliamento e agli accessori, ma a un intero mondo maschile che ingloba un lifestyle totale, ampio e privo di confini.

Il Pitti ha infatti capito che la geografia del piacere include oltre ai vestiti, alle calzature, ai



WOOLRICH



MOON BOOT



FRANCESCHETTI



VOILE BLANCHE



BSETTECENTO

COATS



*Formale,
ma non
troppo*



BROOKSFIELD



ANGELO NARDELLI
CINQUANTUNO

LUIGI BIANCHI
MANTOVA

TAGLIATORE



KINLOCH



LARDINI



BAGUTTA



VINCENZO
DI RUGGIERO

gadget, anche una serie di microcosmi d'interesse sconfinanti che prevedono il beauty appunto, il decoro d'interni, il cibo e la tecnologia. Probabilmente servirà del tempo prima che vengano trovate chiavi di lettura che giustifichino la presenza all'interno di Pitti Uomo di tappe dedicate al food e al design, anche se quest'ultimo è ben presente nella scelta d'arredo degli spazi fieristici comuni, ma la decisione di aver aperto una sezione riservata al «personal care» è già un grande passo. A questo si aggiunga la scelta del tema dell'edizione invernale di gennaio, ovvero la danza: «Dimmi come balli e ti dirò come vesti» è infatti lo slogan che sintetizza il nesso tra ballo, musica e abbigliamento. Ogni tipologia di ballo ha il suo codice d'abbigliamento, ma se per la danza classica, per il flamenco o per la salsa è necessario indossare dei costumi specifici, questo non accade per i balli figli della cultura pop, rap e street in generale: in questi casi l'osmosi tra movimento, musica, abbigliamento, letture e spesso anche professione è totale, proprio perché il modello identitario tra abito e danza è il medesimo.

Ma il ballo è anche esibizione e soprattutto fisicità. E siamo al punto: l'importanza del corpo, messo ai primi posti del nuovo pensiero edonistico contemporaneo.



AIRDP



PT PANTALONI
TORINO



MINORONZONI
1953

*Cosmopolita
e
urban*



CANADA
GOOSE



GUM



FEDON



SAVE THE DUCK



YES ZEE



PATRIZIA PEPE

CRUCIANI



COLMAR

In questa ottica si può individuare il filo conduttore tra la sezione beauty e il tema della danza, entrambi legati alla bellezza e all'armonia del corpo che andrebbe curato, allenato, studiato, valorizzato e mostrato.

Inutile dire che al di là delle nuove sensibilità culturali, c'è il fattore business: è chiaro che le categorie merceologiche in ascesa sono proprio quelle legate alla cura personale, dai profumi alle creme, dalle vitamine ai super food energizzanti. Un business che si affianca e arricchisce quello dell'abbigliamento. A tale proposito la situazione italiana, pur non toccando picchi sorprendenti, lascia spazio a una concreta positività.

«Il vero driver del nostro settore è l'export, che cresce sia nei mercati europei come la Germania con più 7,1 per cento e l'Inghilterra con un incremento del 7,7 per cento, secondo i dati Istat del periodo tra gennaio e settembre 2016» sostiene Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine. E con i numeri alla mano continua: «Buoni dati vengono anche da Hong Kong, con il suo più 14,6 per cento, e dalla Cina, che segna più 5,6 per cento. In generale, credo però che la moda italiana abbia veramente bisogno di più Europa per rafforzare il mercato e il benessere collettivo». Una riflessione Comunitaria seria quindi che il Pitti consegna alla politica. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

periscopio

CHIAMATECI ASTROSTAR

Culti stellari. C'è poco da stupirsi davanti al nome di Antonio Capitani nel cast del nuovo *Celebrity Masterchef* di Sky, ai fornelli accanto ad Alex Britti e Maria Grazia Cucinotta.

Perché da artefici di previsioni consultate, e non solo a Capodanno, da due terzi degli italiani, gli astrologi sono diventati celebrities idolatrate via tv, radio, giornali, libri e social network da preziosi followers bramosi dei loro oroscopi e delle loro facce. Tanto da inferocirsi con la Rai, colpevole di aver fatto saltare le previsioni per il 2017 di Paolo Fox, il primo gennaio, a favore non di un cartone animato ma di un servizio sull'attentato di Istanbul. Mica il solo divo, Fox:

Branko è ormai un guru multimediale e c'è chi compra *Internazionale* solo per leggere Rob Breznsky. Tutti danno come favoriti del 2017 Leone, Acquario e Bilancia.

(Antonella Piperno)

Branko Scorpione

Ex aiuto regista, ex attore teatrale, Branko Vatovec, 72 anni, ha scelto l'astrologia (ma preferisce essere definito «interprete delle stelle») nell'82, dopo una delusione d'amore. Impazza a *Unomattina*, su giornali e radio. Il suo *Calendario astrologico* (Mondadori) va a ruba ogni anno.



Ada Alberti Ariete

Star Mediaset (a *Mattino 5* e *Pomeriggio 5*) l'astrologa catanese, 54 anni, ha iniziato a studiare gli astri da bambina, seguendo le orme del padre astrologo. In tv ha mosso i primi passi a *Tappeto volante* e quindi a *Galagoal* dove prevedeva i risultati delle partite di calcio. È sposata con Franco Oppini, ex marito di Alba Parietti.



Simone Morandi (Simon & the Stars) Acquario

Poteva mancare un astro-blogger tra i cultori delle stelle? La pagina Facebook di Simon & the Stars in due anni ha catturato 200 mila followers. Con il suo vero nome, Simone Morandi fa l'avvocato esperto di diritto d'autore (sono suoi clienti il regista Dario Argento e lo scrittore Antonio Pennacchi).



Antonio Capitani Cancro

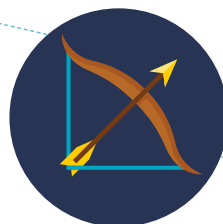
Giornalista e copywriter Capitani, 56 anni, con il suo sito *capitanimioicapitani.com* strizza l'occhio a *L'attimo fuggente*. Il suo libro *Astrolove* e i suoi sexy oroscopi l'hanno lanciato in tv nel nuovo *Celebrity Masterchef*.



Rob Brezsny

Cancro

Poeta, scrittore e musicista, l'americano sforna il suo «oroscopo letterario» cult su 100 pubblicazioni in tutto il mondo (in Italia su *Internazionale*). Ormai più guru che astrologo, scrive in prima persona e assegna compiti ai lettori. Sia collettivi, sia divisi per segno zodiacale.



Melissa P. Sagittario

La ragazzina che a 17 anni scioccava i benpensanti con il romanzo erotico autobiografico *Cento colpi di spazzola*, oggi ha 31 anni ed è passata con nonchalance a predire il futuro degli altri. Ha cominciato sei anni fa leggendo tarocchi a *Victor Victoria* e ora compila l'oroscopo di *Grazia*.



Paolo Fox Acquario

Ha cominciato a 16 anni, disegnando i grafici per la nonna astrologa della sua compagna di banco. Adesso che ne ha 55 e anima l'oroscopo di *Mezzogiorno in famiglia* su Raidue. Ha interpretato se stesso nel film *Ma tu di che segno 6?*

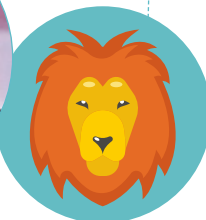
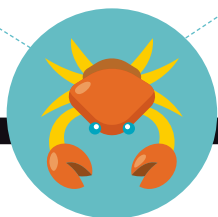


Marco Pesatori Cancro

Ex poeta, 64 anni, nell'85 ha scritto un libro di alchimia astrologica applicata al calcio, *Sotto il segno del pallone*.

La sua tesi di laurea sul dadaismo permea, insieme alla psicanalisi junghiana, il suo oroscopo «filosofico-magico-dadaista» su *D di Repubblica*.

Lo capiscono in pochi, lo cercano tutti. Criptico.



Mauro Perfetti Leone

Astrologo di riferimento di Simona Ventura che l'ha voluto in un bel po' di sue trasmissioni Mediaset e anche sulla sua web tv, ora compila le previsioni su *Oggi* e sul suo sito *mauroperfetti.it*. Dove c'è anche un oroscopo della moda.

A SINISTRA,
LUCA BUSSOLETTI
E LA COVER
DEL SUO DISCO.
SOTTO, SELVAGGIA
LUCARELLI.



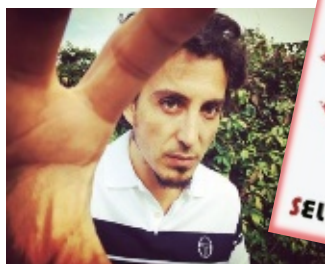
Marco Provisionato / IPA

UNA CANZONE PER TE

La Lucarelli diventa bersaglio in musica

La compagnia è di livello, con Giulio Andreotti che ha ispirato Francesco Baccini nel '92 e Clint Eastwood nel titolo del brano dei Gorillaz. Dopo le giurie, il blog, gli editoriali e l'indiscussa gloria social, anche Selvaggia Lucarelli avrà un disco che porta il suo nome. Prodotto da 8 beat, uscirà il 20 gennaio, con relativo video, scritto e cantato da Bussolletti (che in arte si fa togliere il nome di battesimo, Luca). Il cantautore romano che ha duettato con Dario Fo, preso il premio Amnesty 2016 per l'arte e i diritti umani, e che con la sua *Pop Therapy* è stato «top ten», l'ha scelta come musa, ma non la tratta con i guanti. Il brano parla della spietatezza della comunicazione social, di cui l'influencer è guru, a colpi di «Dimmi quanti follower hai e ti dirò chi sei...». Selvaggia contrattaccherà o la prenderà come un omaggio alla sua popolarità?

(A.P.)



Olycom

NUOVE COPPIE Mancini e Silvia come Clooney e Amal

Non è una luna di miele in anticipo, ma poco ci manca. Proprio quando St. Barth si svuotava del circo barnum natalizio di pop star e oligarchi, su una delle spiagge più famose delle Antille sono spuntati a sorpresa Roberto Mancini e la fidanzata Silvia Fortini, ormai conviventi a Roma. Metabolizzato lo strappo dall'Inter e archiviate le polemiche per il divorzio mediatico dall'ex moglie, Federica Morelli, l'allenatore ritrova il sorriso con la nuova compagna, avvocatessa romana in un blasonato studio legale. La scorsa estate la coppia era stata avvistata a Saint Tropez, poi in vacanza in Sicilia, alle Eolie e ancora a Noto e Siracusa. A ottobre, la prima uscita ufficiale, a Parigi, per la sfilata di Valentino. Splendido 52enne, l'ex calciatore della Samp sfoggia un fisico super tonico, scolpito dalla bicicletta e dal paddle, sport che pratica con l'amico Francesco Totti.

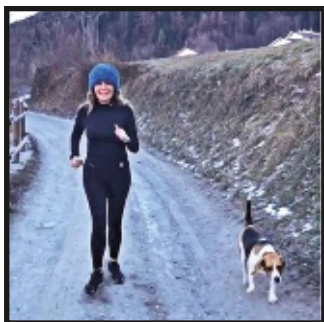
(F.C.)

Eleonora Sgambetterra

La prima cosa che vuole comunicare di sé è che si è appena laureata in Scienze della moda e del costume e che ora lavora come brand manager assistant. Romana, 26 anni, Eleonora fa la modella da otto anni, durante i quali è stata anche testimonial mondiale del brand Dove. In tv è stata protagonista in altri spot: Mediaset Premium, TIMmusic e Contacta.

Igor Gentili





Non mollare mai

Addicted dello sport, posta anche i suoi esercizi davanti alla tv, con look perfetto. Il suo motto? «Mai mollare».

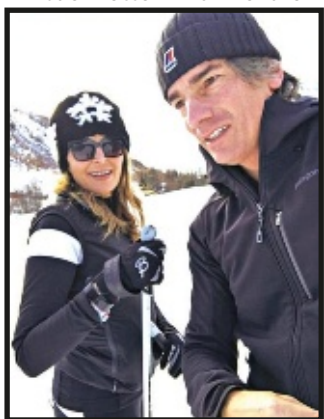


FOTO SOCIAL

LE FOTO DI DANIELA SANTANCHÈ SONO TRATTE DAL SUO PROFILO INSTAGRAM.



REGINA DEL MARKETING POLITICO

Pitonessa super connessa

Tra i banchi degli onorevoli più social siede di diritto la forzista Daniela Santanchè. Mentre l'ex amica Paola Ferrari non le risparmia commenti al vetriolo via Instagram, la «pitonessa», impavida, pubblica senza sosta nuovi selfie con l'aitante fidanzato Dimitri d'Asburgo. La storia d'amore continua e il Natale ha sancito il suo ingresso definitivo nella famiglia allargata, seduto al tavolo delle feste con l'ex compagno di lei, Canio Mazzaro, e il figlio Lorenzo. Tra outfit coraggiosi, comizi politici e sessioni di jogging con la cagnolina Mia, la valchiria di Cuneo svela due passioni nascoste: per il burraco e per il tricot, con cui realizza maglioni per amici e parenti. È il glam retrò, bellezza. (F.C.)



Venere in pelliccia

A Courmayeur è una «Venere in pelliccia», in città sfoggia tailleur e completi gold, al mare cappelli da cow girl.



Diario di famiglia

Pazza del burraco, a Natale ha giocato con l'ex Canio Mazzaro, il figlio Lorenzo, e il suo Dimitri (a fianco). Il primo gennaio, selfie con Umberto Smaila (più a sinistra).

**UN CAST D'ECCEZIONE
NEL CAPOLAVORO
WESTERN ISPIRATO
AD UN GRANDE
CLASSICO**



PANORAMA + DVD € 15,90

A Rose Creek, un magnate senza scrupoli obbliga i cittadini a svendere le loro terre: chi si ribella, muore. Una vedova ingaggia un fuorilegge che si trova sei alleati, anch'essi banditi e cacciatori di taglie, tutti determinati a liberare il villaggio dalla morsa del crudele petroliere. Un coinvolgente classico western, reinventato e reso più spettacolare dal regista Antoine Fuqua.

**DENZEL
WASHINGTON
I MA**



Se hai perso le uscite precedenti acquistale su mondadoriperte.it

www.facebook.com/superanteprimeinedicola

© 2016 Metro-Goldwyn-Mayer Pictures Inc., Columbia Pictures Industries, Inc., LSC Film Corporation and Village Roadshow Films Global Inc. Tutti i diritti riservati.
© 2017 Sony Pictures Home Entertainment S.p.A. Tutti i diritti riservati.
© 2017 Layout and Design Sony Pictures Home Entertainment S.p.A. Tutti i diritti riservati.

MGM

SONY
PICTURES
HOME
ENTERTAINMENT

L
TON

CHRIS
PRATT

ETHAN
HAWKE

GNIFICI 7



**Per informazioni e costi: streaming.panorama.it

LA PROSSIMA SETTIMANA IN EDICOLA IN DVD - IN STREAMING E DOWNLOAD SU STREAMING.PANORAMA.IT Powered by CHILLO

GRUPPO  MONDADORI