

TROVI PIÙ
RIVISTE
GRATIS

[HTTP://SOEK.IN](http://soek.in)

I PRINCIPALI MARCHI DELL'IMPERO

Alibaba.com

È la piattaforma di commercio tra aziende tra aziende più grande al mondo: mette in contatto produttori e distributori a livello globale. Il sito è diretto verso il mercato internazionale (www.alibaba.com) e coordina transazioni in oltre 240 Paesi. Quelle tra aziende cinesi sono invece gestite attraverso il sito www.1688.com.

AliExpress

Smarter Shopping. Better Living!

AliExpress

È la piattaforma che vende al dettaglio prodotti cinesi a un mercato internazionale, rivolgendosi prevalentemente a compratori europei.

淘宝网

Taobao.com

Taobao.com

Significa «ricerca del tesoro» ed è il sito di e-commerce più visitato in Cina. Taobao Mobile è l'applicazione di e-commerce più famosa nel Paese (fonte: iResearch). I venditori su Taobao sono soprattutto privati e piccole imprese cinesi. È il decimo sito più visitato al mondo.

天猫 Tmall.com

Tmall.com

È una piattaforma di scambio tra produttori (internazionali e cinesi) e consumatori cinesi. È il sito di e-commerce più grande della Cina. Soddisfa la domanda di prodotti di marca.



JACK MA E L'IMPORTANZA DI PARLARE INGLESE

Secondo il settimanale americano *Forbes*, a 52 anni Jack Ma (nella foto sopra) è il secondo uomo più ricco della Cina e il 33esimo al mondo con un capitale personale di 27,7 miliardi di dollari. Una fortuna enorme che appare incredibile se si pensa che, fino a 18 anni fa, il fondatore e ceo di Alibaba Group era un semplice professore d'inglese. Lui stesso ha dichiarato che è «l'inglese ad avergli aperto le porte del mondo». Idioma che ha imparato sin da piccolo, da autodidatta: percorreva in bicicletta 40 chilometri al giorno per fare la guida turistica senza percepire alcun compenso.

Nel 1979 Ma conosce la famiglia Morley che, sei anni più tardi, lo ospita per una breve vacanza in Australia. Sarà proprio il padrone di casa, il signor Morley, ad aiutare economicamente Jack Ma a comprare il suo primo appartamento in Cina, a Hangzhou. Quello che, anni dopo, divenne il luogo in cui fondò Alibaba con alcuni suoi amici. Jack Ma, a differenza dei suoi omologhi della Silicon Valley, non ha fatto studi scientifici. Anzi, ha fallito per ben due volte l'esame di ammissione all'università, prima di essere ammesso alla Hangzhou teacher's university. Nel 1988 si laurea in inglese e comincia a fare l'insegnante, mentre nel 1995 partecipa a un viaggio a Seattle (Usa) come interprete. In quell'occasione scopre Internet rimanendo folgorato dalle sue potenzialità.

Tornato in patria, Ma ottiene un prestito di 2 mila dollari per avviare il sito China Yellowpages, una sorta di pagine gialle cinesi. Nel 1998 raccoglie 60 mila dollari grazie a 18 amici e fonda Alibaba. Da quel momento in poi si susseguono intuizioni geniali che lo portano prima a fondare la piattaforma di e-commerce Taobao, poi nel 2004 Alipay, uno strumento di pagamento elettronico. Nel 2005 Alibaba Group acquisisce Yahoo! China. Il 19 settembre 2014, Alibaba si quota alla Borsa di New York raccogliendo dagli investitori la cifra record di 25 miliardi di dollari.

BIO
GRAFIA

天猫国际
TMALL GLOBAL

Tmall Global

È il punto di entrata in Cina per quei marchi che non hanno una presenza fisica e un distributore nel Paese asiatico.

Tmall Global (www.tmall.hk) viene utilizzato da un numero crescente di brand provenienti da Italia (attualmente sono oltre 100) Stati Uniti, Germania, Australia, Nuova Zelanda, Corea del Sud, Giappone, Taiwan e Hong Kong come un trampolino di lancio verso la Cina; sono circa 5.400 i brand provenienti da 25 Paesi che hanno aperto negozi su Tmall Global.



CAINIAO

È il braccio logistico di Alibaba (ne detiene il 47 per cento). Consegna 45 milioni di pacchi al giorno, tutti i giorni dell'anno. Si parla di quasi 16 miliardi di consegne ogni 365 giorni.

per citare alcuni marchi). La forza di Jack Ma sta nel non aver rivali in casa propria. Un modo di pensare che è diventato una sorta di mantra aziendale, come racconta Duncan Clark nel libro *The house that Jack Ma built* (*La casa che Jack Ma ha costruito*, ndr), l'unica biografia riconosciuta dal fondatore: «eBay può essere uno squalo in mare» spiegò una volta Ma. «Io però sono un coccodrillo nel fiume Yangzi. Se si combatte in mare, si perde. Ma se combattiamo nel fiume, vinciamo». Come dire: se vuoi vendere in Cina, devi passare dal suo network di siti di e-commerce. Sembra quasi impossibile da credere, ma il coccodrillo dello Yangzi, che solo 18 anni fa era un professore di inglese (vedere la sua storia nella pagina a sinistra) oggi, a 52 anni, è a capo di un sistema di piattaforme e-commerce con oltre 10 milioni di aziende che vendono e 100 mila brand che generano 16 miliardi di pacchi da consegnare ogni anno in Cina. Lavoro immenso di cui si occupa Cainiao, una società controllata da Alibaba. Anche il sistema di pagamenti online è gestito da Ma, o meglio dalla sua Alipay, la versione cinese di PayPal che, da sola, gestisce oltre un terzo di tutte le transazioni digitali al mondo.

Quando riflette sulla vita di Jack Ma, Duncan Clark lo fa allo stesso modo con cui Walter Isaacson ha dipinto Steve Jobs. «Il personal computer e la rivoluzione portata da internet hanno avuto inizio nel ventesimo secolo» racconta Clark. «I principali attori sono stati tutti americani: Amazon, Apple, eBay, Google, Microsoft. Nel ventunesimo secolo, però, a trainare la rivoluzione sarà la Cina». Teoria confermata ancora una volta dai numeri, che nella vita di Ma e delle sue aziende sembrano essere una costante. La quotazione alla Borsa di New York di Alibaba ha fatto segnare un record storico. Il giorno del collocamento, Alibaba ha raccolto 25 miliardi di dollari. Più di Facebook e General Motors, per avere due termini di paragone. È un bazar così ricco e vasto che sta attirando venditori e marchi da ogni parte del mondo. E ha spinto Alibaba ad aprire sedi fuori dalla Cina per agevolare l'avvicinamento delle aziende straniere a un mercato difficile da approcciare, non fosse altro per la lingua.

La prima filiale ad aprire i battenti nel Vecchio Continente è stata quella di Milano, il 25 ottobre scorso. «Siamo la porta d'ingresso per tutte le aziende italiane che vogliono vendere in Cina» spiega a *Panorama* Rodrigo Cipriani Foresio, il manager scelto da Alibaba per dirigere dal capoluogo lombardo le attività per l'Italia e anche quelle di Spagna, Portogallo e Grecia. «Su Alibaba alcuni marchi avevano già il proprio store, come

Ferrero e Barilla» precisa Cipriani Foresio, 53 anni e un passato ventennale in Mediaset in ambito advertising e digital. «Ma in poco più di un anno i marchi nazionali che abbiamo portato su Alibaba sono diventati 126, dalle auto al fashion, passando per il food». Eccone alcuni dei più noti, oltre ai già citati Ferrero e Barilla: Maserati, Tod's, Hogan, Roger Vivier, La Perla, Geox, Calzedonia, Lavazza, Illy, Coop, Cantine Mezzacorona. «Ma il nostro obiettivo è andare oltre le grandi aziende» spiega. «La mission di Alibaba è rendere semplice per chiunque fare business ovunque. Jack Ma ha scelto di aprire proprio nel nostro Paese convinto del fatto che l'Italia sia la culla delle piccole e medie aziende d'eccellenza, in particolare nei settori moda, cibo, vino e arredamento, tanto amati e richiesti dalla nuova classe emergente cinese».

Ma come si fa, quindi, ad avere accesso a un mercato potenziale di 434 milioni di clienti? «Alibaba è un marketplace che mette a disposizione delle aziende un'enorme clientela e la piattaforma tecnologica. L'azienda che vuole vendere sui nostri siti è responsabile del proprio store e del contatto diretto con il cliente, ma noi la aiutiamo mettendo a disposizione un network di oltre 10 mila partner certificati che le accompagnano nel loro ingresso sul mercato cinese, dalla logistica alla comunicazione al customer service» precisa Cipriani Foresio.

Una delle ragioni del successo del modello di Alibaba deriva da quella che gli economisti chiamano «revenue sharing». La piattaforma trattiene una commissione che può variare dal 2 al 5 per cento a seconda che si tratti di generi alimentari o beni di lusso e moda. Una cifra molto modesta che lascia ampio margine di guadagno ai produttori. Alibaba chiede una commissione di un ulteriore uno per cento per ogni transazione digitale effettuata con il sistema di pagamento Alipay di sua proprietà. Per avere un termine di paragone, per ogni applicazione venduta sul loro store Apple e Google trattengono il 30 per cento. È chiaro che non tutte le aziende possono gestire uno sbarco in Cina, anche perché bisogna avere un sistema produttivo in grado di supportare la domanda. «Basti pensare che Maserati ha venduto 100 vetture nei primi 18 secondi dopo che la sua vetrina è andata online» rivela Cipriani Foresio. «Le poste inglesi, per venire incontro a realtà più deboli, hanno consorziato tante piccole aziende britanniche e hanno aperto una vetrina comune sui siti di Alibaba. Un percorso simile coinvolgerà anche le piccole medie imprese spagnole tramite Correos (le poste iberiche)».



Getty Images

LA PIÙ GRANDE VETRINA AL MONDO*

46.200 i dipendenti
485 miliardi di dollari
 il giro d'affari 2015
15,69 miliardi di dollari
 l'utile nel 2015
434 milioni i compratori
1 miliardo i prodotti in vendita
10 milioni i venditori
100 mila i brand

* Dati aggiornati al 30 giugno 2016

Se si chiede al manager italiano di rivelare le strategie del colosso cinese si rimane a bocca aperta: «Vogliamo arrivare a due miliardi di consumatori nel Sud-Est asiatico. Un mercato immenso a cui portare prodotti occidentali» spiega Cipriani Foresio che precisa: «Oggi i prodotti occidentali sul totale delle vendite di Alibaba pesano intorno al 10 per cento, l'obiettivo è arrivare in 10 anni al 40 per cento. Per questo abbiamo speso un miliardo di dollari per acquisire Lazada.com, il sito di e-commerce più cliccato nel Sud-Est asiatico».

Secondo le stime riportate dal settimanale britannico *The Economist*, entro il 2020 il mercato dell'e-commerce in mano a Jack Ma potrebbe valere mille miliardi di dollari. Una cifra superiore alla somma di tutti gli acquisti che saranno fatti in America, Gran Bretagna, Giappone, Germania, Italia e Francia messi insieme. Una dimostrazione della crescita esponenziale del suo modello di e-commerce è rappresentato dall'«11.11 Global Shopping Festival», (quello che lo scorso ha prodotto 14,34 miliardi di dollari di fatturato) preceduto dall'evento mediatico più seguito al mondo in televisione, con oltre 400 milioni di spettatori. Uno show spettacolare trasmesso in diretta tv e anche in streaming sul web. «Quest'anno il gala tv si svolgerà nella città di Shenzhen» anticipa Cipriani Foresio «e la madrina sarà la showgirl americana Katy Perry».

Sulla scia della numerologia che porta bene agli affari online, Jack Ma ha appena concluso un'altra operazione di e-commerce dai risultati senza paragoni. Lo scorso 9 settembre (9.9) le sue vetrine virtuali sono state prese d'assalto per il «9.9 wine» (nine nine wine) o «jiu jiu» in cinese, il primo evento interamente dedicato al vino e agli alcolici. «Oltre 100 mila tipologie di vini e bevande alcoliche provenienti da più di 50 Paesi hanno avuto accesso al mercato di 434 milioni di consumatori cinesi» racconta Cipriani Foresio. «L'Italia era presente con 50 cantine tra cui Allegrini, Antinori, Bolla, Follina-



ALIPAY.COM

Lanciata nel 2004, Alipay è una piattaforma di pagamento paragonabile a Paypal con molte caratteristiche supplementari. È la più utilizzata al mondo, con oltre 450 milioni di utenti e più di 200 istituzioni finanziarie partner tra cui Visa e Mastercard. Oltre a pagamenti online, trasferimento denaro e saldo delle bollette, Alipay si sta espandendo verso i pagamenti offline, in Cina e all'estero. Oltre 600 mila punti vendita e un milione di taxi in Cina accettano Alipay come metodo di pagamento. Lo stesso fa Uber. Dal dicembre 2015 Alipay è stato accettato in più 50 mila negozi al di fuori della Cina e il rimborso delle tasse tramite Alipay è disponibile in 24 Paesi. In Italia non è ancora arrivato, ma Alibaba sta trattando con Setefi e CartaSi per adeguare i Pos italiani ad Alipay.

ri, Frescobaldi, Mezzacorona, Planeta e Ruffino, e più di 500 etichette, posizionandosi al secondo posto per rappresentanza. Durante le 24 ore dedicate all'evento, i consumatori cinesi hanno effettuato 100 milioni di ordini di cui il 50 per cento ha acquistato vino o alcolici per la prima volta. Tra le cantine italiane, il Gruppo Mezzacorona ha venduto 10 mila bottiglie di vino con una media di 415 bottiglie all'ora».

Jack Ma assomiglia sempre più a un tycoon americano. Questo, almeno, è quello che emerge dalle mosse che in questi anni sta mettendo in atto. Se negli Usa Jeff Bezos, suo rivale e padrone di Amazon, si è comprato il *Washington Post*, lui ha acquisito il *South China Morning Post*, quotidiano in lingua inglese pubblicato a Hong Kong e molto letto anche in Occidente. Alibaba detiene anche il 30 per cento di Weibo, il Twitter cinese, che recentemente ha raggiunto e superato Twitter con una capitalizzazione di mercato che si aggira sui 11,35 miliardi di dollari, contro quella del rivale che ammonta a 11,34 miliardi.

Prendono sempre più forma, infine, le ambizioni di Jack Ma di portare la sua Alibaba a Hollywood. Il colosso cinese dell'e-commerce ha stretto una partnership con la Amblin Partners di Steven Spielberg per produrre, finanziare e distribuire film. Le due società hanno spiegato che l'intesa consentirà al gruppo di Spielberg di distribuire i suoi film in Cina, mentre Alibaba potrà appoggiarsi su Amblin (la vecchia DreamWorks) per assumere un ruolo maggiore nel mercato della produzione e della distribuzione a Hollywood. «Possiamo portare un po' più di Cina in America e più America in Cina» ha commentato Spielberg, mentre Jack Ma ha sottolineato che «non ci sono differenze di valori umani fra Est e Ovest. L'unica differenza è che l'Ovest riesce a raccontare le storie meglio della Cina». Almeno per ora. (Twitter: @HoBisognoDiTech).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IN TUTTI I PRODOTTI COOP



OLIO DI PALMA.

Coop è la prima insegna della grande distribuzione ad avere **eliminato l'olio di palma** da tutti i suoi prodotti a marchio.



coop
LA COOP SEI TU.



di Guido Vigna

A chi arriva dal ponte di San Giorgio, sbucando dall'abbraccio lungo chilometri di bestemmie e sguaiate urbanistiche, Mantova appare come una visione, come un sogno, come una fantasia. Come una pittura perfetta del Rinascimento, neppure screziata, talvolta, da qualche gru che s'è infiltrata. Spiccano nel quadro che piomba davanti agli occhi un castello, una cupola, campanili, torri, loggiati: è il Rinascimento che prende forma in tanti suoi brani, nei suoi colori antichi, un'allusione se la nebbia, minuti cristalli d'acqua, è scattata dai laghi che incombono, un presepe quando, di notte, i fari squarciano il buio, un abbaglio se il sole si abbatte sul rosario di pietre. Potete girare il mondo, ma un profilo così bello non riuscirete a trovarlo come dice Gianni Amelio, un grande regista che di profili se ne intende; talmente bello da eccitare il dubbio che non sia vero. Un sogno, appunto. E se ci si insinua, succede, di insistere nel sospetto di essere in un sogno. Perché, superata la straordinaria pittura del profilo che più bello al mondo non c'è, si è, quasi subito, storditi dalla fastosa solennità di piazza Sordello, uno sterminato ciottolato, e mi piace pensare che ci sia più storia in ognuno dei suoi sassi, qualcuno lì forse da un millennio, che in tutta New York; da esso si staccano



MANTOVA BELLA E TRADITA

Ispirazione

Un batterista si prepara a suonare. Davanti a lui, il Lago Inferiore del Mincio, la cupola di Sant'Andrea e il campanile di Santa Barbara.

La città, di fascino straordinario, è un palcoscenico di capolavori artistici retaggio di una storia millenaria. Ma è anche un territorio disordinato, violentato dal traffico e oppresso da un inquinamento mai domato. Per fortuna non è facile uccidere i sogni.

i palazzi monumenti del potere di ieri: Bonacolsi, i primi signori di Mantova, Ducale, la reggia dei Gonzaga, del vescovo. Ho cominciato a comprendere, subito preso dall'innamoramento, questo profilo, che il tempo ha voluto perfetto, al mio primo ritorno in una vita di vagabondaggi da una città all'altra perché Mantova è sempre stata avara di lavoro per i giovani, spingendoli alla maledetta malinconia dell'emigrazione. Fu mezzo secolo fa e da allora, da qualsiasi parte io mi restituiscia alla mia città, da nord, da sud, da est, da ovest, da periferie comunque cialtrone, allungo il percorso, mi intristisco in qualche coda pur di essere toccato dallo stupore che ogni volta mi coglie quando, appena superato il cimitero ebraico, preziosa, e oggi umiliata, reliquia di una comunità che qui è stata folta, viva, subita, appare il bassorilievo scolpito dai secoli. E, ogni volta mi svelo innamorato, scopro di amare Mantova con l'identica passione che si può avere per una donna e mi chiedo se anche gli altri, chi come me è tornato a viverci, chi vi ha sempre vissuto, chi ha scelto di viverci, amino Mantova così come io credo si meriti di essere amata. Me lo chiedo perché da quel 1866, giusto un secolo e mezzo fa, l'anno dell'annessione al regno d'Italia, questa città che è stata un capolavoro, con i Gonzaga e anche dopo, è stata amministrata con insufficienza, forse per negligenza, forse per supponenza, male insomma, sino a stravolgerla in qualche suo brano, sino a confondere la sua aristocratica fisionomia suggerendole stille di volgarità, sino a violentarla nel suo intimo. Di aggressioni e invasioni, anche durante i quasi quattro secoli dei Gonzaga, Mantova ne ha conosciute e con esse le violenze, le devastazioni, le spoliazioni: sfogliando le pagine dal basso medioevo in poi, è forte la tentazione di dire che troppe scelleratezze sono state firmate, proprio dopo che il tricolore aveva sostituito la bandiera degli Asburgo, da coloro ai quali la città era stata affidata, da una classe dirigente miope, ottusa,

talvolta infida, di sicuro mai in grado di dare un'anima a Mantova, e, per questo, colpevole di violenze talvolta anche peggiori di quelle attribuite ad austriaci e francesi, invasori e a lungo dominatori. Austriaci, soprattutto, e francesi sono stati padroni di Mantova, hanno vessato i mantovani, hanno governato da mastini, hanno condannato e mandato al patibolo, li hanno anche spogliati delle ultime preziosità dimenticate, e quindi non vendute, dagli ultimi Gonzaga, come preziose tele di Paolo Veronese e la Madonna della Vittoria di Andrea Mantegna trafugate dai soldati di Napoleone. Però, per dire, gli Asburgo hanno arricchito gli splendori cittadini con gemme come il teatro del Bibiena, l'Accademia virgiliana e quella che oggi è conosciuta come la biblioteca teresiana. Tra la fine dell'Ottocento e l'immediato dopoguerra le amministrazioni che si sono susseguite, di destra, di centro, di sinistra, di centrosinistra, hanno, quasi tutte, subito l'assillo del presente, che spesso aveva il nome di miseria, e si sono rifiutate di cercare di leggere il futuro o, almeno, di sognare. Spargendo fantasia nel suo intrico di palazzi, chiese, piazze e piazzette, angoli e ambienti, poteva diventare, questa città la cui bellezza è diventata sacrale con il riconoscimento di patrimonio dell'umanità, un unico e straordinario museo, un laboratorio di cultura e di culture, nella musica, nel teatro, nella pittura, nell'architettura. Poteva; invece è successo altro e questa è la colpa di non so quante generazioni di amministratori, insufficienti a dir poco. Hanno distrutto anziché tentare di risanare; hanno permesso, e insistono nel permettere, che, in troppi brani cittadini, le auto violentino la suggestione; hanno fatto, e fanno, di piazze che il passato

UNO SCRITTORE, I SUOI LIBRI E LA SUA CITTÀ

Mentre inizia la tappa mantovana di «Panorama d'Italia» (dal 9 al 12 novembre) **Panorama** ha chiesto a **Guido Vigna** di raccontare la sua città. Giornalista, 74 anni, Vigna ha lavorato in molti giornali, dal *Resto del Carlino* all'*Italia*, dall'*Avvenire* al *Giorno* di Italo Pietra, dal *Corriere d'informazione* al *Mondo*; e ha collaborato con molte altre testate. Ha ideato i premi giornalistici «Titolo e Copertina dell'anno» (per le Cantine Ferrari) e «Un Natale di Libri» (a Bolzano). Ha scritto molti libri: «Quasi tutti su commissione, perché, per pigrizia e per pudore, raramente ho fatto proposte» dice. Il primo, con prefazione di Cesare Zavattini, lo ha firmato a 22 anni. Ha pubblicato due biografie di Ezio Vanoni (per Vigna «un visionario che sognava di trasformare gli italiani da sudditi in cittadini»); di Pasquale Saraceno e di san Luigi Gonzaga. A Mantova ha dedicato un libro nel 1989 con l'editore Camunia; quest'anno è poi uscito *Storia di Mantova*. (Marsilio, 288 pagine, 18 euro).



**ECCO COME
SEGUIRE
L'EVENO
IN RETE
(E DAL VIVO)**

Live streaming, live twitting e live blogging. E poi articoli, video, foto. Il sito panoramaditalia.it segue in diretta e con servizi di approfondimento tutti i momenti e gli incontri del tour di «Panorama d'Italia 2016». Mantova è la nona tappa della kermesse organizzata da *Panorama*: da mercoledì 9 fino a sabato 12 novembre, su tutti i principali social network si possono condividere impressioni ed esperienze ([#panoramaditalia](https://twitter.com/panoramaditalia)). Gli account Twitter ([@panoramaditalia](https://twitter.com/panoramaditalia)), Facebook ([/panoramaditalia](https://facebook.com/panoramaditalia)) e Instagram ([@panoramaditalia](https://instagram.com/panoramaditalia)) commentano in tempo reale tutti i momenti più significativi coinvolgendo i protagonisti degli incontri.



La Casa di «Panorama d'Italia» a Milano, in occasione dell'ottava tappa del tour.



La magia dei monumenti

Piazza Andrea Mantegna e la Basilica di Sant'Andrea. In fondo, la Rotonda di San Lorenzo.

imporrebbe inviolabili o sconci parcheggi od osceni palcoscenici di volgarità gastronomiche; hanno accettato, e da sempre, le industrie che più inquinanti non se ne vedono; si sono, comunque, rannicchiate nella banalità o nella imitazione delle banalità. Penso al ghetto, che fu, con quattrocento famiglie e passa e sei sinagoghe, tra i più popolosi e vivi d'Italia. Penso ai parallelepipedi di cemento sorti un po' ovunque nel centro storico e così brutti da regalare aggettivi gratificanti alle impronte lasciate dal ventennio. Penso alla sublime monumentalità di piazza Sordello, lordata, una volta la settimana e spesso di più, da uno sgangherato mercato di un po' di tutto e così invadente da sconfinare negli altri santuari della grande storia mantovana. Penso alla Mantova che appare a chi non arriva dal ponte di San Giorgio e s'imbatte in periferie dipinte da un aggettivo divenuto luogo comune, anonime, però popolarissime a scapito della Mantova del passato, intristita da troppe case vuote e rassegnate alla rovina. Penso alla cintura ferroviaria che, ancora, forse unico caso

al mondo, stringe la città, là dove non sono le acque a farlo. Penso, soprattutto, all'altro profilo di Mantova, quello che si stacca dai laghi quasi di fronte al profilo che al mondo più bello non c'è: ciminiere, ciminiera, ciminiera. Penso ai veleni che non si vedono ma ci sono, ovunque, sottoterra, nell'aria, nelle acque che da sempre accarezzano Mantova. I laghi furono i primi a subire l'odiosa e invisibile violenza dell'inquinamento, davano di che vivere a non pochi pescatori poi costretti ad arrendersi dagli scarichi della cartiera, un capolavoro, firmato Nervi, che spargeva veleno e sterminava. Non è facile, però, uccidere i sogni. E io vecchio mantovano che ha smesso di fare la trottola e si è restituito alla città con il più bel profilo che ci sia al mondo insisto a sognare. Il miracolo che, eccitato da un manipolo di visionari, ha il nome di Festaletteratura ha raccontato al mondo quale sia l'anima di Mantova e sperare che spunti una generazione di amministratori che faccia propria la lezione non costa nulla. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**GRAZIE
RAGAZZI,
ECCO
300 LIBRI
PER VOI**

«Qual è il tuo libro preferito e perché vorresti lasciarlo in eredità alla tua scuola?» è il **grande concorso** riservato agli studenti medi superiori delle dieci città di «Panorama d'Italia»: per partecipare, basta rispondere alla domanda inviando un testo al massimo di 30 righe all'indirizzo email: **panoramaperlescuole@mondadori.it**. Ecco i testi dei tre studenti premiati a Mantova.

Lucrezio Tito Caro compose, intorno alla metà del I secolo a.C., il **De Rerum Natura**. La mente dell'autore si destreggia in leggiadri voli tra fisica ed etica, antropologia e cosmologia, ammantandosi di un'eleganza che addolcisce anche le verità più amare. Benché la maestria e la passione con le quali Lucrezio dipinge affreschi di una natura mutevole e policroma creino una meraviglia capace di far tremare i cuori, è però un altro l'aspetto per il quale quest'opera ancora oggi offre motivi di riflessione: la sua terrificante modernità. La sua poesia è lo straziante lamento della dignità umana, deturpata dai feroci morsi di un'impietosa superstizione. È il dolce pianto di Ifigenia. Ma è anche lo squillante grido di rivolta degli uomini che, abbruttiti dalle crudeli leggi di una religione empia e sanguinaria, levano al cielo il fiero sguardo, non più intimiditi dalle fosche sagome delle nubi temporalesche. Questo libro è un invito a riflettere sulla nostra condizione, sull'inquinamento di violenza e morte che diffondiamo ogni giorno nel mondo attraverso mezzi che, come la religione, dovrebbero essere un baluardo della nostra civiltà, facendo sbocciare in noi i fiori della compassione e dell'affetto per il prossimo, e non alimentare la fornace delle sofferenze.

Raffaele Fiorini
V Liceo scientifico - Istituti Redentore



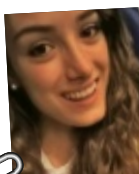
Titolo avvincente, trama intrigante, personaggi intrappolati nella loro vita: sono solo alcune caratteristiche di **Monoceros** di Suzette Mayr, un libro con al centro un ragazzo con cui nessuno vuole avere a che fare, un ragazzo omosessuale che decide di prendere la strada del suicidio poiché sopra di lui piovono insulti e offese gratuite. L'omosessualità viene affrontata come la causa di sofferenza e cattiveria che dilagano sempre di più tra i giovani. Nel libro vengono presentate due storie parallele, intrise di contraddizioni e pregiudizi che i personaggi non riescono ad affrontare. Da una parte la relazione tra due studenti, uno consapevole della propria omosessualità, l'altro intimorito dalla sua vera identità; dall'altra la relazione di due docenti cinquantenni che vivono in bilico tra la voglia di rivelarsi a tutti e il terrore di perdere famiglia, amici e lavoro. Vorrei lasciare **Monoceros** in eredità alla mia scuola poiché contiene una pluralità di situazioni e sentimenti che ci insegna a guardare oltre noi stessi, a capire che alcune situazioni sono più grandi di noi e che non sempre è possibile trovare la soluzione per superarle. E ci insegna anche che a volte l'amore non è come lo pensiamo perché è qualcosa di più difficile, che supera le nostre capacità e può anche distruggerci.

Alice Filippini
IV EL, Liceo classico Virgilio



Lolita di Vladimir Nabokov racconta una bella, se pur travagliata, storia d'amore. Il professor Humbert, voce narrante del racconto, si trasferisce in una piccola cittadina del New England per dedicarsi alla scrittura e lasciarsi alle spalle un matrimonio fallito e un esaurimento nervoso. Ben presto però cade vittima del fascino innocente della piccola Dolores, figlia della proprietaria della casa in cui ha affittato una stanza. La morte improvvisa della donna trasforma in realtà i sogni di Humbert di partire insieme alla dodicenne per una viaggio che durerà anni attraverso l'America. Una macchina, infiniti squallidi motel, il rumore delle caramelle in bocca a Lolita, i suoi capricci e le attenzioni morbose di Humbert sono ciò che rimane impresso nella mente, anche una volta che si è concluso il libro. Ciò che sorprende è l'abilità di Nabokov nel trasformare e mascherare una storia drammatica e alquanto licenziosa mediante il frequente utilizzo di metafore e perifrasi che permettono alla prosa di elevarsi fino a sfiorare la poesia. Questo romanzo è un esempio per eccellenza di eufemismo: si leggono atti osceni senza neanche rendersene conto. Lolita dimostra come con le parole si riesca a manipolare i contenuti e far diventare una storia oscena un capolavoro della letteratura.

Michela Conti
IV B del Liceo scientifico delle Scienze applicate E. Fermi



Come partecipare

Sei uno studente di scuola media superiore? Vuoi arricchire la biblioteca della tua scuola? **Panorama**, in collaborazione con la Mondadori, mette a disposizione **100 libri** in un grande concorso riservato agli istituti delle dieci città dove si svolge «Panorama d'Italia». Basta scrivere una lettera, rispondendo alla domanda: «Qual è il tuo libro preferito e perché vorresti lasciarlo in eredità alla tua scuola?». Il testo, non più di 30 righe, dovrà essere inviato all'indirizzo email: **panoramaperlescuole@mondadori.it**. La redazione sceglierà la risposta più significativa e originale. **Per gli studenti di Trapani**, ultima tappa del tour di «Panorama d'Italia», **gli scritti dovranno pervenire entro lunedì 14 novembre**.

**IL TESTO INTEGRALE
DELLE LETTERE
SU PANORAMADITALIA.IT**

*in*LOMBARDIA

UNA DESTINAZIONE DA COLLEZIONARE

Richiedi #ilPassaporto e inizia il tuo viaggio!



Capitolium #inLombardia

La Lombardia offre infinite destinazioni da vivere e scoprire: gioielli naturalistici, città d'arte, Siti Patrimonio dell'Unesco e le sue eccellenze di moda, design, artigianato ed enogastronomia.

Esplorala con **#ilPassaporto #inLombardia**, un modo per raccogliere e collezionare i tuoi viaggi in giro per la regione, recati presso gli infopoint o nei luoghi autorizzati e ogni tua visita sarà "vidimata" con timbri tematici o legati alla destinazione.

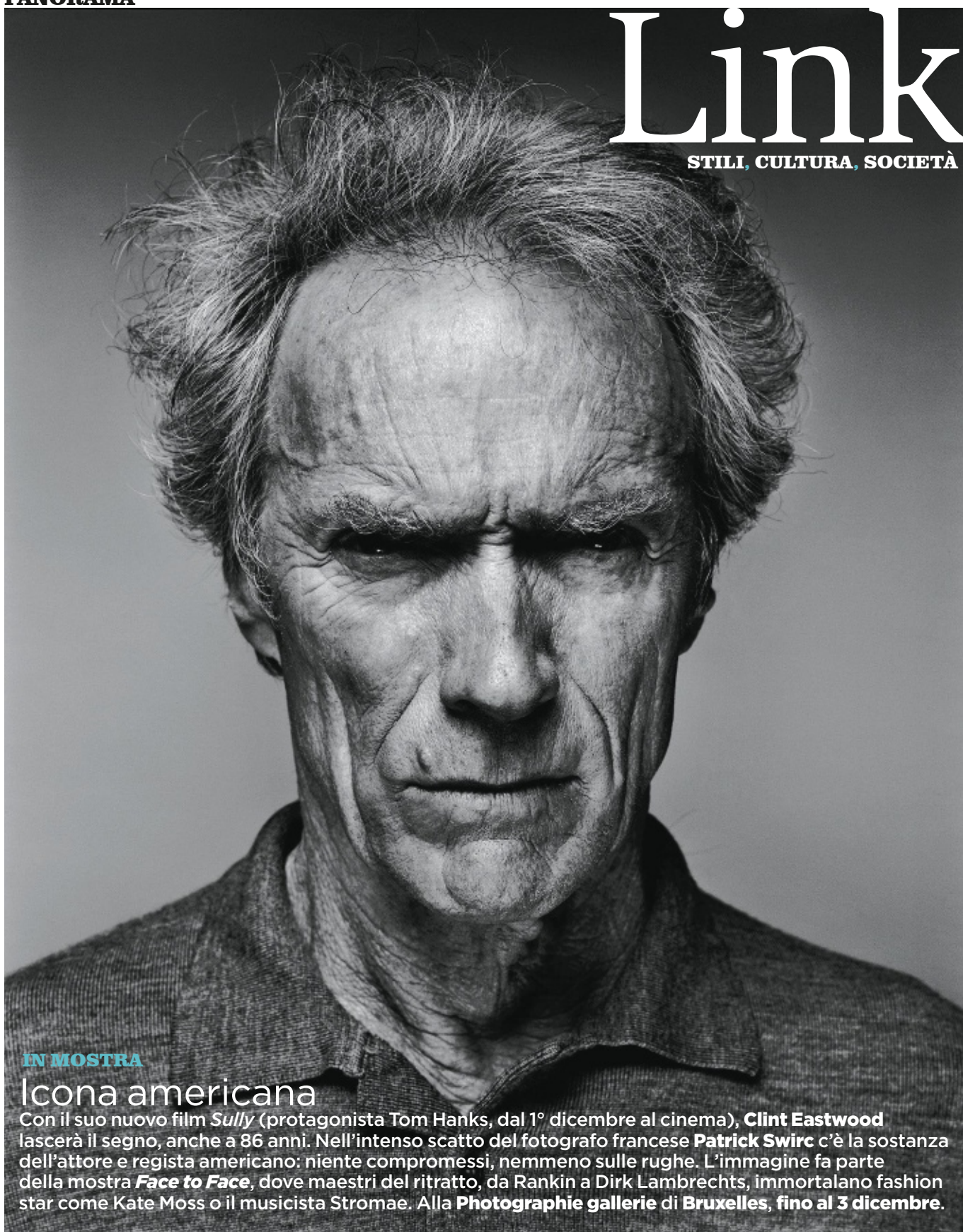
Sei pronto a iniziare il tuo viaggio #inLombardia?
Vai sul sito: in-lombardia/passaporto



Regione
Lombardia

Link

STILI, CULTURA, SOCIETÀ



IN MOSTRA

Icona americana

Con il suo nuovo film *Sully* (protagonista Tom Hanks, dal 1° dicembre al cinema), **Clint Eastwood** lascerà il segno, anche a 86 anni. Nell'intenso scatto del fotografo francese **Patrick Swirc** c'è la sostanza dell'attore e regista americano: niente compromessi, nemmeno sulle rughe. L'immagine fa parte della mostra **Face to Face**, dove maestri del ritratto, da Rankin a Dirk Lambrechts, immortalano fashion star come Kate Moss o il musicista Stromae. Alla **Photographie galleries di Bruxelles**, fino al 3 dicembre.

(c) Patrick Swirc



Getty images

OLD STYLE

Febbre da country nel look e nella musica per Lady Gaga. Il suo ultimo album è *Joanne*.

OGGETTO DEL DESIDERIO

Va a ruba il nuovo cappello rosa da 680 dollari di Lady Gaga, ideato dalla stilista Gladys Tamez.



Dalla moda alla musica, dalla televisione al design: **il mito del Far West** è di nuovo tra noi. Ma non è solo una questione di iconografia. Dietro il ritorno del cuoio, delle frange e dei cappelli da cowboy si nasconde un'intera filosofia di vita. Che profuma di antico e di ritorno al bucolico.

di Antonella Matarrese e Gianni Poglio

NEO CENTAURI

La Indian Chief Vintage (27.500 euro), oltre al sedile in vera pelle, ha le borse laterali che citano quelle delle selle da cowboy.



country mania



COME UNA SELLA

Si chiama Nuno il portarivista e pouf in cuoio di Kensaku Oshiro per Zanotta.

Perfetto per contenere giornali e per sedersi. Magari a cavalcioni.
Costo: 1.900 euro.

COMFORT

Si chiama Prince la poltrona anni Sessanta di Rodolfo Dordoni per Minotti. Costo: 3.100 euro.



PASSERELLE MILANESI

A destra e in basso, due momenti della sfilata di Antonio Marras per l'inverno 2017.



S

cordatevi i cowboy, dimenticatevi i ranch e il rodeo e pensate a una chitarra acustica tempestata di Swarovski in mano a una delle autrici più pagate del momento: è la rivincita del country rivisitato e corretto. Quello della neo milionaria popstar, Taylor Swift, originaria della Pennsylvania e nata come interprete country, che nel 2016, anche grazie ai concerti, ha già incassato 170 milioni di dollari, surclassando Adele, l'artista che vende più dischi al mondo.

A contribuire all'ascesa del country come suono del momento ci si è messa anche Lady Gaga, che ripulita dal make up e alleggerita nei travestimenti, ha sdoganato il suono di Nashville contaminandolo con il pop e la dance nel suo ultimo album best seller, *Joanne*. E, indossando un cappello texano bon ton in feltro rosa, creato dalla modista losangelina, Gladys Tamez, ha viralmente diffuso il copricapo simbolo del West per la cifra di 680 dollari. Rimanendo in tema fashion, per l'autunno-inverno 2016-2017, in tanti hanno proposto pezzi, se non intere collezioni, come nel caso di Antonio Marras e di Fay (brand di Diego Della Valle), dedicati al country.

Nel music business si tratta di una vera e propria rivoluzione sonora ed estetica. Nella moda, invece, si potrebbe parlare di due tendenze: da una parte si assiste all'evoluzione del grunge in chiave meno trasgressiva e, dall'altra, a un bisogno più borghese di ritorno alla campagna. In questo senso, a livello di stile, coesistono gonnellone fiorate, camicie tartan e dolcevita di cashmere con tanto di lavorazione a trecce.

Più in generale, il fenomeno si inserisce in un bisogno di vita all'aria aperta e di un contatto con la natura che per lungo tempo è stato tralasciato. «Pagliai, legni naturali, tessuti grezzi, velli di pecora e cuoi profumati saranno introdotti nelle nostre case e conviveranno con gli strumenti hi-tech, magari in loft industriali». Così sentenziò, già un anno fa, Li Edelkoort, olandese, massima esperta di tendenze, nonché direttrice della Design Academy di Eindhoven. Non a caso, infatti, lo scorso aprile, durante il Salone del mobile a Milano, molti brand hanno presentato



URAGANO SWIFT

Taylor Swift (26 anni) è diventata la donna più ricca del music business contaminando pop e country. Nei primi dieci mesi del 2016 ha incassato 170 milioni di dollari.

collezioni ispirate alla vita agreste. Basti ricordare il divano Belt di Moroso realizzato con tessuto ruvido e arricchito da lacci di cuoio che ricordano le briglie per i cavalli. Oppure lo sgabello J + i Zig + Zag del designer nipponico Sakura Adachi, prodotto dallo storico marchio italiano Riva. O, ancora, la scelta dell'architetto Rodolfo Dordoni di ricoprire una poltrona Anni Sessanta con un tessuto-plaid a scacchi tipico delle case di campagna.

Che l'universo country, nell'ambito dell'entertainment, stesse per uscire dagli stretti confini del Tennessee e degli stati della white America, lo aveva anticipato il successo su scala mondiale della serie tv *Nashville* (giunta alla quinta stagione), intrigante resoconto del backstage di una metropoli che respira e produce musica, dove convivono consuetudini bigotte, trasgressioni, senso della famiglia e tradimenti sfacciati. Senza dimenticare, poi, la recente e sorprendente apparizione di un'icona globale come Beyoncé ai Country Music Awards in compagnia di una delle band simbolo del genere, le Dixie Chicks. All'affermazione del country come fenomeno più



IL BOOM DI NASHVILLE

Un'immagine dalla serie tv *Nashville*, ambientata nei live club e nelle case discografiche del Tennessee.

PEZZO CULT

Tracolla in pelle istoriata con decori in rilievo e frange della collezione Fay. A partire da 890 euro.



ROSSO PASSIONE

Guance ben sottolineate da un fard rosa aranciato, capelli rossi e labbra color mattone: è il «country look» di Framesi.

che mainstream contribuiscono anche i numeri: 25 milioni di album venduti in un anno e 113 i milioni di brani scaricati a pagamento negli ultimi 12 mesi.

Dalla tv alla musica, fino alla moda e all'arredamento, il passo è breve. Però, giustificare questa riscoperta del West come semplice tendenza passeggera sarebbe riduttivo. La stessa Edelkoort parla di un ritorno alle origini occidentali: dai pascoli tedeschi agli stivali dei camperos yankee. Quindi, non solo suoni, abbigliamento e spettacolo, ma la ricerca di uno stile di vita che ci appartiene e che fa parte della nostra storia e della nostra cultura. Dalle Alpi all'Oceano. Persino

Lady Gaga parla della sua riscoperta del country come di un ritorno in famiglia, agli anni in cui il padre la invitava a ballare nella tavernetta di casa sulle note di *I've got friends in low places*, il tormentone del re del genere, Garth Brooks. E, in attesa che vengano rispolverate mazurka e valzer, con i rispettivi link modaioli e filmici, chi è fulminato sulla via del country sappia che può attingere persino a un look bucolico, tingendosi i capelli di rosso, spolverando le guance di arancione e colorando le labbra di un color mattone, come suggerisce la linea Country di Framesi.

Con questi addobbi la destinazione perfetta potrebbe essere la Soho Farmhouse nell'Oxfordshire, una residenza a cinque stelle realizzata con legni profumati in piena campagna inglese. Oppure il Locusts on Hudson, meta dei newyorkesi stufi dei ritmi e del bling bling dell'Upper East Side. Sul versante italiano, l'indirizzo di un agriturismo stellato, che poi in realtà è una vera e propria casa patronale nella campagna toscana, a Palaia, in provincia di Pisa, è Villa Lena. Tutti luoghi da raggiungere magari in sella all'Indian Chief Vintage, un cavallo bicilindrico da 27 mila euro con tanto di sella e borse frangiate in cuoio cucite a mano secondo la migliore tradizione western.

Certo, manca il tema cibo che, a dirla tutta, è forse all'origine della countrymania. Basti pensare ai pionieristici inviti degli chef con il pallino della materia prima acquistata direttamente dai contadini e delle farine integrali, della pasta madre e di tutta quella riappropriazione dei sapori vintage. Tra un nostalgico profumo d'infanzia e un riscatto antropologico contro la barbarie del cibo insapore, ma bello da vedere. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Soho Farm House

METE AGRISTI

Elegante e molto ben frequentata, la Soho Farmhouse nell'Oxfordshire (Gb) è la meta ideale per gli appassionati del neo bucolico.

COME NATURA CREA

J+J Zig+Zag, disegnato da Sakura Adachi per Riva 1920, è uno sgabello in legno massello da mettere in salotto come una scultura. Costo: 660 euro.



CON TAVERNELLO OGNI MOMENTO È *GUSTO!*



ARMANDO TESTA



Tradizionali vini da tavola e vini in bottiglia dai nostri migliori vigneti
OTTIMA SCELTA TAVERNELLO

**N°1
IN
ITALIA**

TAVERNELLO

tavernello.it seguici su  

BEVI RESPONSABILMENTE

In tutti i punti vendita, nello scaffale dei vini quotidiani. Tavernello è leader di mercato: Fonte dati IRI AT dicembre 2015 - aggregato per brand.

Affrontare una chiacchierata di bon vivre con un uomo così è oggettivamente un privilegio. Sì, perché Gaetano Marzotto, esponente della numerosa e nota famiglia veneta che ha fatto storia in molti settori industriali del nostro Paese, anche da una rapida colazione al bistrot dimostra di incarnare l'emblema del gentiluomo all'italiana che ci si immagina. Presidente del colosso vinicolo Santa Margherita, fondato dal nonno Gaetano nel 1935, oltre che di Pitti Immagine, il conte, capofila della quinta generazione Marzotto, è un signore affabile, che parla a bassa voce, che si intende di cucina, vini, moda, viaggi, automobili d'epoca e che tende inconsciamente a usare il plurale quando parla delle sue esperienze, visto che quasi sempre comprendono l'adorata moglie Albertina. Roba d'altri tempi. Di sé dice: «Mi piace essere un ambasciatore della convivialità e del vivere bene all'italiana che significa, in sostanza, mangiare, bere e viaggiare».

Cominciamo dal bere, visto che produceate vini in Veneto, Trentino-Alto Adige, Franciacorta, Toscana e Sicilia. Di quale bicchiere non si scorderà?

Di uno Château d'Yquem aperto cinque anni fa per la cena che organizziamo sempre per il mio compleanno, durante la quale sottopongo la mia famiglia a un blind tasting. Con quel vino fu un successo.

Un sommelier cui è grato?

Sono due. Uno è il principale del Principe di Savoia, a Milano, che nel 1980 fece assaggiare il nostro Pinot grigio al grande importatore Usa Anthony Terlato. Anche grazie a lui, ora siamo là primi nella fascia medio-alta. L'altro è Jerry, dell'Enoteca di Cortina: nel 1985 mi fece provare uno dei primi Ca' del Bosco, di cui nel '94 abbiamo acquisito la maggioranza.

Un abbinamento cibo-vino che le piace.

Prosecco con questo veloce antipasto che preparo sempre io: crostino con pomodorino fresco, bottarga di muggine e una foglia di basilico.

La bottiglia preferita?

Amo le piccole cantine della Borgogna, su tutti la Romanée-Conti. Dei nostri, il Moscato rosa Kettmeir che mette di buon umore le signore.

Marzotto significa Veneto: la sua famiglia in questa regione ha «creato» addirittura delle città. A quale posto è più legato?

Suggerisco di visitare Portogruaro: un vecchio borgo medievale molto suggestivo, intorno al quale, negli anni Quaranta, mio nonno ha costruito una città sociale per tutti i dipendenti del gruppo.

LA DISCESA Sciatore esperto, ricorda quella in neve fresca sulla Caribou Mountain, British Columbia, come la più bella.



Voglio essere l'ambasciatore del buon vivere

Presidente di un grande gruppo vinicolo, **Gaetano Marzotto** ama la convivialità in tutte le sue fasi, antipasto compreso.

di Lucia Scajola



LA BOTTIGLIA
Il Moscato Rosa Kettmeir è il preferito tra i vini del gruppo Santa Margherita perché piace alle signore.

IL POSTO DEL CUORE Portogruaro, in Veneto, è una delle sedi produttive storiche del gruppo Marzotto.





BIOGRAFIA

GAETANO MARZOTTO Nato a Valdagno (Vi) nel 1952, è capofila della quinta generazione imprenditoriale della famiglia. Laureato in Economia alla Bocconi di Milano, dal 1980 ha lavorato all'interno del Gruppo Marzotto, di cui è vicepresidente. Dal 2000 è vicepresidente della J. Hirsch & Co. Management & Consulting S.r.l. di Milano. Dal 2002 è presidente di Pitti Immagine. Tra le altre cose, è presidente di Zignago Santa Margherita spa.

L'HOTEL
A New York
Gaetano
Marzotto
dorme sempre
al The Mark,
su Madison
Avenue.



LE SCARPE
Nella valigia
non
mancano
mai un paio
di sneaker
Golden
Goose.



IL RISTORANTE
Amante
delle
«trattorie
evolute»,
Marzotto
consiglia
La cucina
del Garga,
a Firenze.



Esperto viaggiatore. La sua città preferita?

New York, mi elettrizza. Là, dormo al The Mark. Consiglio anche di salire all'ultimo piano del Met per la vista su Central Park: un'immersione nel verde.

Ovunque vada, che cosa mette sempre in valigia?

Camicia, pigiama, costume da bagno e scarpe comode: uso le Golden Goose.

Consigli di stile agli uomini?

Meglio essere coerenti con la propria personalità: se si è tipi sportivi, per dire, meglio restare smart casual. E poi, puntare sulla qualità: chi più spende meno spende. Una bella giacca, se vissuta, è pure più chic.

L'ultima bella vacanza?

Con la famiglia al completo a Gili Lankanfushi, alle Maldive, dove il claim recita «no news, no shoes».

Cuoco e gourmand: il ristorante preferito?

Amo le «trattorie evolute». Nelle città in cui vivo, Milano, Firenze e Venezia, suggerisco rispettivamente: l'Antica Trattoria della Pesa, La Cucina del Garga e la Corte Sconta. Tra gli stellati: Da Vittorio a Brusapor-

to: cucinano divinamente anche per mille persone.

Lei pensa che ogni stagione abbia uno sport e ora è tempo di caccia e camminate. Le migliori?

Vicino Milano, consiglio la passeggiata a Rocca de' Giorgi, in Lomellina, nell'Oltrepò Pavese. La caccia più bella a cui ho partecipato è stata nello Yorkshire, dal duca di Roxburghe: a fine giornata si fa anche la battuta di pesca al salmone nel loro fiume privato.

Poi arriva lo sci. La discesa più bella?

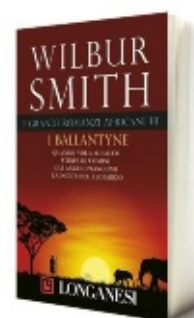
Quella a cui sono più affezionato è la Plose, sopra Bressanone, dove si vede il meglio delle Dolomiti. La più straordinaria, sulla Caribou Mountain, in British Columbia: una sciata, in fresca, nella powder canadese, con mio figlio Giacomo.

L'ultimo libro letto?

Sono rapito dai *Ballantyne*, di Wilbur Smith.

Il più bel regalo ricevuto?

L'amore di mia moglie che mi ha dato e fatto crescere tre figli, Lavinia, Giacomo e Matilde, di cui sono fiero. ■



LA LETTURA
L'ultima
passione,
tra natura
e avventura,
è la saga
dei Ballantyne,
di Wilbur
Smith.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Corro verso l'Oscar con *le ali* *ai piedi*

È il figlio del creatore della Nike. Eppure, invece di seguire le orme paterne, **Travis Knight** ha scelto l'animazione e il cinema. Vincendo la scommessa: il suo studio, in Oregon, sfida i colossi di Hollywood e il suo primo film da regista punta alla statuetta.

di Marco Giovannini - da Los Angeles

«Non faccio film animati che servano da babysitter surrogate. Non voglio calmare i bambini, ma spronarli, farli ragionare, aprirgli la mente e il cuore» dice Travis Knight, 43 anni, il più atipico dei filmmaker in circolazione. Per cominciare è il più giovane capo di uno studio cinematografico, la Laika, che guida da quando aveva 36 anni (il mitico Steven Spielberg ha dovuto aspettare i 48 per fondare la Dreamworks). Poi c'è la sua rara «schizofrenia»: dei film che



PRIMATI Travis Knight, 43 anni, è il più giovane capo di uno studio cinematografico.

produce è anche animatore, cioè ogni giorno ci lavora manualmente, con forbici e colla, secondo la tecnica ultracentenaria della stop-motion, pupazzi mossi a mano, filmati un fotogramma alla volta (ce ne sono 24 al secondo).

Ora, dopo una lunga gavetta, esordisce anche come regista, con *Kubo e la spada magica*, il classico viaggio dell'eroe, ambientato nell'antico Giappone popolato di samurai, dei, mostri e spiriti; un'avventura così epica e piena di

sorprese, che ha rivolto una preghiera alla stampa: «Apprezzeremmo che non rivelaste i segreti che Kubo scopre sulla sua famiglia. Molte grazie».

I primi tre film Laika (*Coraline e la porta magica*, *ParaNorman*, *Boxtrolls-Le scatole magiche*), hanno ottenuto tutti la nomination all'Oscar (nemmeno la mitica Pixar può vantare questa media). Una specie di miracolo che oltretutto avviene a Portland, in Oregon, 1.350 chilometri lontano da Hollywood. «Sono

il primo artista della mia famiglia» ammette. Ma non certo il primo imprenditore: suo padre, Phil Knight, è il creatore della Nike, scarpe e abbigliamento sportivo. Alle ultime olimpiadi di Rio de Janeiro, gli atleti di tutto il mondo che indossavano Nike hanno vinto 200 medaglie complessive, e tutte le 34 medaglie d'oro americane dell'atletica leggera.

Quando ha detto a suo padre che invece di lavorare con lui, voleva fare l'anima-



Focus Features/Courtesy Everett Collection

EMOZIONI Una scena di Kubo e la spada magica.

tore, come l'ha presa?

Mi ha raccontato di quando lui a 24 anni comunicò a suo padre, avvocato ed editore di giornali, che anziché sfruttare la laurea in economia presa a Stanford, voleva dedicarsi alle scarpe sportive. Le vendeva porta a porta tirandole fuori dal bagagliaio della macchina. Il suo consiglio? Mai accontentarsi di un lavoro, trova una passione.

La sua passione è sempre stata il cinema?

Non subito. Prima sono stato un rapper, nome d'arte Cilly Tee. Amavo scrivere le liriche, meno interpretarle. Non sono mai stato un esibizionista, sono più a mio agio dietro un sipario che davanti.

Qual è la filosofia della Laika?

Niente evasione, ma storie rilevanti, che esplorino la condizione umana, siano senza tempo, e non inseguano mode pop. A differenza dei nostri concorrenti non facciamo sequel né remake, anche quando sarebbe conveniente. Non amiamo ripeterci.

Quanto è importante essere in Oregon?

È una terra di pionieri e di hippy, si sente l'odore della pioggia e del patchouli. A differenza della Pixar e della Disney gli animatori non vengono da sotto casa, dal California institute of the arts dove c'è la più famosa scuola di cartoon, ma da tutto il mondo. Per cui il melting pot è superiore a ogni altro studio e la nostra cultura non è monolitica, né influenzata dall'esterno. Visione, identità e punto di vista sono personali, e non c'è proprio niente di hollywoodiano.

Una domanda per l'amministratore delegato. Come si concilia il proverbiale

motto «il tempo è denaro» con la lentissima tecnica della stop-motion, appena 3,31 secondi di girato a settimana di media per animatore?

È la più pura, la usava George Melies per andare sulla luna. Ma non siamo dei passatisti anti progresso, perché la ibridiamo con effetti computerizzati e per primi abbiamo introdotto una stampante 3D: in questo modo, per ognuno dei 30 pupazzi di Kubo alti 23 centimetri, potevamo scegliere fra più di undicimila diverse bocche e 4.429 sopracciglia, per 23.187 prototipi di facce con 48 milioni di possibili espressioni. La Laika è un laboratorio, un mix di arte e artigianato, scienza e tecnologia.

Perché proprio Kubo, per il suo esordio da regista?

Per strano che sembri, c'è molta autobiografia. Pago il mio debito di riconoscenza alla mia famiglia e al Giappone che ho scoperto a otto anni, l'età che ha Kubo, accompagnando mio padre in uno dei suoi viaggi d'affari alla ricerca di fabbriche di scarpe. Dalla scoperta dei manga è cominciata una fascinazione che poi si è estesa a tutta quella cultura: architettura, cibo, moda, e ovviamente registi, da Akira Kurosawa a Hayao Miyazaki.

Quindi, Kubo è lei?

È un virtuoso della tecnica dell'origami, una sorta di animazione. Ed è uno storyteller, come me.

E a sua madre invece cosa deve?

L'amore per il fantasy. Mentre era incinta, 43 anni fa, sul comodino aveva *Il signore degli Anelli*. Ed evidentemente io lo leggevo con lei...

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VISTO PER VOI
di Claudio Trionfera

STEINBECK VERSIONE ANNO 2016

Prendi John Steinbeck, trasferiscilo a Londra

e mettilgli attorno un habitat degradato con protagonista il giovane busker James Bowen (Luke Treadaway, *foto*), eroinomane sotto metadone, in giro per la città con la sua chitarra, il suo contemporary folk e un magnifico gatto rosso quale empatico e insuperabile compagno. Ecco, prendi tutto questo e attraverso *A spasso con Bob* avrai una versione sbilenca, asimmetrica e postmoderna del *Viaggio con Charley*, il romanzo di Steinbeck firmato Roger Spottiswoode, regista canadese ossuto ed eclettico di sensibilità a volte superiore che qua riprende il libro autobiografico del vero Bowen, utilizza il vero gattone Bob dagli occhi verdi e scodella un film dal profumo primaverile perché sa di ritorno alla vita e di rigenerazione psicologica. La storia del musicista di strada, che dall'abisso della droga si arrampica verso il rifugio redentore accompagnato dalle sue belle canzoni, dalla presenza talismanica e protettiva di un gatto e, perché no, dal manifestarsi di una fanciulla tutta fiocchetti e sbatter di ciglia è soffice, paradigmatica, edificante. È favola, anzi realtà.



© Andreas Lambis

A SPASSO CON BOB

Regia **Roger Spottiswoode**

Uscita in Italia **9 novembre**

Investi senza pensieri

È difficile trovare serenità quando si parla di investimenti, per questo c'è Moneyfarm.

Inizia oggi il tuo percorso di investimento online, Moneyfarm ti guiderà per cogliere le occasioni e gestire i momenti difficili. Investire senza pensieri è oggi possibile, visita **moneyfarm.com** oppure chiamaci al **800 984 275**.



moneyfarm

È sempre un buon giorno per investire.



Ti ricordiamo che tutti gli investimenti comportano un rischio. Per fare una scelta informata e capire come gestiamo i livelli di rischio, consulta i Documenti Informativi sul nostro sito.

di Gianni Poglio

Super eroi nella super battaglia

Meglio di un film in 3D, più pirotecnico di un concerto di Lady Gaga: questo è *Marvel Universe Live!*, il più visionario action show dedicato ai supereroi portato in scena finora. Dal 2 al 4 dicembre, il palco del Mediolanum Forum di Assago (Milano) diventerà il campo d'azione di 25 personaggi cult dei fumetti (interpretati da altrettanti attori-stuntmen). Tra voli acrobatici, effetti speciali, laser e proiezioni tridimensionali, *Marvel Universe Live!* ricrea on stage la «madre di tutte le battaglie», quella per il Cubo Cosmico, suprema fonte di potere, uno dei tesori più ambiti nell'immaginario universo Marvel. «Negli Stati Uniti, ma anche nelle esibizioni più recenti a Londra e a Parigi, si è respirata l'atmosfera del concerto rock, con la gente che si alza in piedi e incita i «buoni» (cioè Iron Man, Capitan America, Hulk, Thor e l'Uomo Ragno) contro il malvagio Loki» racconta Phil Soulides, attore-acrobata che nello spettacolo impersona il Dio del Tuono. «Il successo del format nasce dall'incontro tra l'iconografia Marvel e l'esperienza della Feld, la società che ogni anno porta 30 milioni di persone nelle arene organizzando eventi di intrattenimento per famiglie» prosegue Soulides. «Ci siamo sottoposti per nove mesi ad allenamenti olimpionici in un deposito della Florida, grande quanto quello che ospita lo Space Shuttle. Lo show è ovunque: al centro del palasport, ma anche sulle gradinate. Il pubblico non assiste alla battaglia, è nella battaglia». Parola di Thor. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Loki (a sinistra)
e Spiderman
sul palco.

A Milano approda dal 2 al 4 dicembre, portato da 38 camion. È il più atteso di tutti gli show: tra laser ed effetti speciali, anche il pubblico potrà giocare con i miti dei fumetti.

Capitan Marvel

Dietro questo nome si cela l'identità segreta di alcuni supereroi Marvel. In *Marvel Universe Live!* è Carol Danvers, eroina e pilota dell'aeronautica.

Nick Fury

L'agente scelto di un'agenzia di spionaggio del governo americano, denominata Shield.

Maria Hill

Apparsa per la prima volta nel 2005, è considerata la spia con la più efficace capacità di infiltrazione.

Capitan America

Esiste dal 1941. Sulla copertina del primo numero, il supereroe assesta un pugno sul volto di Adolf Hitler.

Hawkeye

La prima apparizione di «Occhio di falco» risale al 1964: ha una mira infallibile e una sovrumana prontezza di riflessi.



Vedova Nera

È il nome in codice della superspia Natasha Romanoff, armata di pericolosi pungiglioni ed esperta di arti marziali.

Iron Man

«Uomo di ferro» è stato creato da Stan Lee nel 1963. Secondo il magazine *Forbes*, il brand del personaggio ha prodotto finora incassi per 12 miliardi di dollari.

2,5

sono i milioni di spettatori che hanno assistito allo show negli Stati Uniti.

Thor

Il suo debutto su fumetti Marvel risale al 1962. Per renderlo invincibile, venne ideato da Stan Lee forte come un Dio, il Dio del tuono.

Bruce Banner

L'alter ego di Hulk. Il gigante verde appare dopo che Banner viene esposto per errore all'esplosione di una bomba a raggi gamma.

Falcon

Il primo supereroe afroamericano di Marvel: è un ex criminale redento da Capitan America. Parla con gli uccelli e sa volare grazie ad ali artificiali.

Tempesta

È una supereroina mutante, in azione dal 1975. Controlla il clima e gli elementi della natura. In origine, faceva parte degli X-Men.

Spiderman

Ideato da Stan Lee e Steve Ditko nel 1962: i suoi superpoteri sono l'effetto del morso di un ragno investito da radiazioni nucleari.

Wolverine

Esiste dal 1974: è un mutante, con il Dna contraddistinto dal gene X, che lo guarisce rapidamente da ogni ferita.

Ciclope

È un supereroe mutante. La potenza dei suoi raggi ottici è pari a quella di un grande reattore nucleare.



Lo sport che cambia il mondo

La Fondazione Laureus aiuta gli adolescenti. Con un «sano agonismo».

«Lo sport ha il potere di cambiare il mondo». Ci credeva fermamente Nelson Mandela e, erede di questa affermazione di speranza, la Fondazione Laureus supporta attraverso lo sport i bambini a rischio di devianza.

Presente in nove Paesi, la onlus arriva in Italia nel 2005 e oggi sono circa 1.300 i bambini seguiti e 14 i progetti attivi a Milano, Roma e Napoli all'interno di quartieri difficili, dove frequenti sono gli episodi di marginalizzazione e di abbandono scolastico. «Individuiamo i soggetti bisognosi e le società sportive da inserire nel programma» racconta il direttore Daria Braga. «Ci occupiamo della formazione di insegnanti e allenatori, che vengono affiancati da un team di psicologi ed educatori».

Così lo sport funziona da strumento di recupero, anche attraverso la trasmissione di valori come il rispetto delle regole, il senso di appartenenza, la capacità di prendersi cura di sé. «Piccoli cambiamenti con un impatto significativo; non solo



sui bambini ma sull'intera comunità».

Un investimento che deve però essere costante e che dipende principalmente dalla Charity night che si tiene ogni anno presso la sede di Mercedes-Benz (global partner di Laureus con Iwc) durante la quale intervengono gli ambasciatori della fondazione. Ci sono leggende dello sport, ma anche personaggi come lo chef Davide Oldani che ha voluto condividere la sua esperienza di sportivo mancato che ha saputo riconvertire la passione per il calcio (stava per passare in serie A, ma venne fermato da un incidente) nella cucina: «Lo sport insegna a non mollare».

La condivisione resta una chiave fondamentale, spiega Beppe Ambrosini, brand manager Iwc Italia e vicepresidente di Laureus: «I ragazzi ci chiedono di ridar loro speranza e finiscono spesso per volere restituire quel che hanno ricevuto; come il caso di Alessia (diciassettenne di Forcella a Napoli, con un vissuto difficile: ha perso due amiche a causa di proiettili vaganti in strada, ndr) che aspira a diventare allenatrice di pallavolo».

Ed è proprio Alessia che in un video, con gli occhi lucidi, dice: «A non fare sport si perde il bello della vita».

(M.G.)

CONDIVISIONE

In alto, da sinistra: Beppe Ambrosini, Daria Braga e un'ambasciatrice Laureus. Sotto, le ragazze del San Gaetano di Napoli.

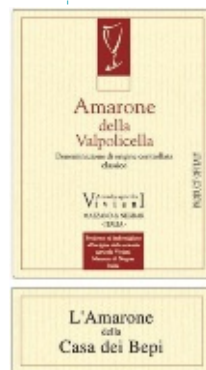


STORIE DI VINI di Bruno Vespa

UN AMARONE AUTOREVOLE E DI CHARME

Ha ottant'anni giusti e li porta alla grande. L'azienda Viviani dell'Alta Valle del Negrar, in provincia di Verona, ha migliorato progressivamente la qualità dei suoi vini e utilizza i suoi dieci ettari vitati per produrre ottantamila bottiglie di alta qualità. Claudio Viviani fa tutto: è proprietario, agronomo, enologo. Il peso dell'azienda ricade interamente sulle sue spalle e i risultati sono oggettivamente eccellenti. Campione indiscusso, per unanime giudizio delle Guide, è l'Amarone della Casa dei Bepi 2010. Consistenza, profumo, colore, ne fanno un vino di grandissimo charme e autorevolezza. Ma fossi in lui starei ben attento all'inseguimento dell'Amarone della Valpolicella Classico 2011 che non ha nulla da invidiargli per classe e morbidezza. In entrambi i casi il 70-75 per cento dell'uva è fatto di Corvina Veronese, lasciando il resto al Rondinella. Bepi resta 36

mesi in barrique nuove, l'altro 24 in botti e barrique. Ammiccante e signorile il Valpolicella Classico Superiore Campo Morar 2012, mentre il Recioto Classico 2010 è un magnifico concentrato di frutti di bosco e di erbe aromatiche. **viviani@cantinaviviani.com**



PREZZI INDICATIVI

Amarone della Casa di Bepi 2010	€ 65
Amarone della Valpolicella Classico 2011	€ 40
Valpolicella Classico Superiore Campo Morar 2012	€ 24
Recioto 2010	€ 39



Meditate gente meditate, ma con lo *champagne*

**Nata dai vini di una grande vendemmia,
Pommery lancia la Cuvée Louise del 2004.**

Fred Laures

Quando si offre un grande champagne, prima della temperatura esatta a cui servirlo e dell'eleganza nello stapparlo e nel versarlo, il pensiero deve andare alla scelta del calice che ne esalterà la personalità. Non allora bicchieri lunghi e stretti, ma alti e panciuti, raccolti verso il bordo per convogliare al naso tutte le sfumature aromatiche che salgono attraverso l'ininterrotta collana del perlage.

Così è stata servita in degustazione «en première» la Cuvée Louise grand cru millesimé nature Pommery 2004, a un ristretto numero di ospiti invitati a celebrare un triplice evento: i 180 anni della maison, l'omaggio a madame Pommery, grande donna dello champagne, alla quale si deve la creazione del primo brut millesimato della storia, e l'apertura a Milano di Le Club Pommery, uno spazio lounge con bar, cucina, tavolo dello chef, spazi conviviali per accogliere cene ed eventi.

Thierry Gasco, chef de cave della Pommery, ha visto nell'annata 2004 l'espressione massima dello stile della maison. Uno champagne nato dai vini di una grande vendemmia, prodotti dalle zone più vocate dei vigneti di proprietà, maturato oltre dieci anni sui lieviti fino ad evolversi in un nettare giallo brillante, con riflessi verde oro e una spuma alta e soffice, sostenuta dal perlage sottile e continuo che si apre in

suadente equilibrio tra potenza, note di agrumi e fiori bianchi, forza minerale, freschezza. Quasi un vino da meditazione.

Se non fosse che lo champagne evoca subito il piacere di tavole in festa. In questo caso la Cuvée Louise 2004 in versione brut e nature è stata interpretata da Carlo Cracco in unione a gamberi con pistacchio e barbabietola, ravioli ai crostacei, con basilico e arancia, e cubi di milanese con petali di pomodoro con zucchine e menta. Una serie di contrasti dolce-acido ben calibrati, quasi una prova generale dell'intesa cordiale tra lo chef e Pommery, che proseguirà nel ristorante Cracco in Galleria Vittorio Emanuele a Milano, atteso nel 2017.

Ma a dimostrazione che un grande champagne è aperto alle interpretazioni più diverse, durante il pranzo al Palagio, dell'Hotel Four Seasons di Firenze, il Louise nature è stato abbinato al piccione fondente al pistacchio di Niko Romito, chef del ristorante Casadonna Reale, di Castel di Sangro, premiato dalla maison come miglior piatto dell'anno della *Guida de l'Espresso*. Carne rossa e champagne: un binomio che esige interpreti eccellenti.

Suggerimenti, suggestioni, ispirazioni. Non resta che esercitarsi a casa.

(Fiammetta Fadda)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'IMPORTANZA
DEL BICCHIERE**
Una bottiglia
di Cuvée Louise
grand cru
millesimé nature
Pommery 2004.





BOOKCITY
MILANO



#BCM16

17/20 NOVEMBRE 2016

bookcitymilano.it



Associazione BOOKCITY MILANO



Dall'alto, le creazioni del ristorante Da Vittorio a Brusaporto (Bergamo), della pasticceria milanese Sant Ambroeus e della sala da tè Babington's, a Roma (i particolari nelle pagine 116 e 117).

La scatola *magica*

Personalizzabile, prezioso, ecosolidale, grande, piccolo. Il tradizionalissimo **cesto di Natale** vive un momento di gloria. Ecco qualche idea sui migliori (e i più originali) in commercio.

di Marta Galli - foto di Enrico Suà Ummarino