ItaliaOggi

Quotidiano

Data 29-09-2017
Pagina 1+15
Foglio 1 / 2

Ora i grandi quotidiani francesi, *Figaro* e *Le Monde*, incoronano Milano capitale della bellezza e del futuro

Francesca Sottilaro a pag. 15

Moda, mostre e musei: la metropoli incoronata dai quotidiani francesi a nuova destinazione

Milano, capitale della creatività

Nyt: *il Gucci Hub è come Google per la Silicon Valley*

Pagina a cura
DI FRANCESCA SOTTILARO

«C'*è la fashion week, la mostra di Caravaggio, i nuovi alberghi...La capitale della Lombardia si impone come una delle quattro destinazioni più visitate d'Italia».* Mentre sulle passerelle sfilava il meglio del made in Italy, controllato anche dai francesi di Kering o Lvmh (Gucci, Bottega Veneta, Fendi su tutti), e lo show commemorativo per Gianni Versace, riproponeva le supertop fasciate d'oro, ricordando al «Chi è chi» della moda i protagonisti che l'hanno davvero dettata, Milano è stata incoronata meta assoluta della creatività e del lifestyle.

Ci hanno pensato i francesi di *Le Figaro* «La fulgurante ascension de Milan», e poi *Le Monde* «Splendeurs Milanaises», la folgorante ascensione, lo splendore milanese, a sottolineare «l'eredità creativa dei luoghi». A ruota, la snobbissima inviata del *New York Times*, **Vanessa Friedman**, che giorni prima aveva bocciato la Signora del salotto buono della moda meneghina, **Miuccia Prada**, per uno stile, a suo dire, «poco attraente per i Millennials» si è arresa all'evidenza. «*La Silicon Valley può avere Facebook e Google, Seattle Amazon* (e Starbucks, aggiungiamo noi). *Ma Milano ha Gucci*», ha scritto la reporter nel terzo giorno del calendario organizzato dalla Camera nazionale della moda, sottolineando il nuovo ruolo della città.

La griffe fiorentina diretta da **Alessandro Michele** ha aperto infatti nella via Mecenate, alle spalle di Linate, il «Gucci Hub». È un campus industriale a mattoni rossi, che va a completare la geografia del brand: se insomma la proprietà è parigina (Kering), l'origine è a Firenze e la sede di Michele è a Roma, nella metropoli lombarda si assemblano trend, arte e sregolatezza, a un passo dagli studios di *MasterChef* e *X Factor*.

Gucci non è il solo ad aver scelto la cerchia della città «fuori le mura», per dirla da chi abita i luoghi: **Giorgio Armani** «imperatore di Milano», secondo *Le Monde* svetta con il suo Armani Silos, di fatto un personale museo della moda, in Zona Tortona; Prada, mecenate d'arte, ha portato nell'omonima Fondazione alle spalle dello Scalo di Porta Romana le sue collezioni, chiamando addirittura **Wes Anderson**, regista del film *The Grand Budapest Hotel* per immaginare gli interni del bar. Solo per citare i più noti.

Quello che sbalordisce di Milano non è più solo il design, per cui la metropoli è riconosciuta come patria indiscussa, per presentazioni e debutti; e non solo la moda, che torna a folgorare. Piuttosto è il percepito della città a essere stravolto, complice anche Expo2015 e l'evoluzione di uno skyline (a City Life e in Gae Aulenti) che rimbalza dalla vita reale ai racconti sui social.

Persino i milanesi che ne conoscono storia e cortili segreti devono accomodarsi in poltrona, talvolta infastiditi, per assistere al nuovo spettacolo: la città è diventata meta turistica oltreché di business (le presenze ad agosto negli alberghi hanno segnato un incremento del 10%); il cuore pulsante dello shopping, Montenapoleone, è quello dove si spende più e meglio (1.761 euro lo scontrino medio); Galleria Vittorio Emanuele II, che ha festeggiato 150 anni con un gala benefico e uno speciale firmato *MF Fashion* (in italiano, cinese e inglese, distribuito a tutti gli invitati e negli alberghi durante le sfilate), fa notizia assieme ai musei; i palazzi sono una sorpresa «*dans le fraîcheur du soir*» nel fresco della sera, spiegano i quotidiani stranieri. Ed è sempre più difficile resistere al «tour de force» tra Pinacoteca di Brera, Palazzo Reale (per Caravaggio, la mostra al via oggi), Santa Maria delle Grazie (con l'*Ultima Cena* di Michelangelo), il Castello Sforzesco (dove è tornata illuminata da Artemide e ripensata da **Michele De Lucchi**, la *Pietà Rondanini*). Fino a Palazzo Morando. Oltre a essere Museo del costume e della moda, all'estero lo riconoscono ora per la sua pinacoteca di vedute antiche della città e delle sue curiosità. Tra gli altri il dipinto ottocentesco di un'immensa piscina pubblica (100 metri), ritratta a Porta Venezia da Andrea Pizzala. Si chiama «Il Bagno di Diana», e serve a spiegare i fasti di ieri e gli aperitivi di oggi: lo stabilimento pubblico nel '900 è diventato l'hotel Kursaal Diana e oggi è lo Sheraton Diana Majestic, ma senza l'imponente vasca le cui acque affluivano dal bacino della Gerenzana.

Proprio gli alberghi sono un punto da primato per la città. Il Quadrilatero della moda è un distretto di cinque stelle e superiori: Park Hyatt, Mandarin Oriental (*si veda box a fianco*), Seven Stars, Bulgari, Grand Hotel et de Milan, Armani, Four Seasons). La sera si vedono arrivare nelle hall i commessi delle

Codice abbonamento: 144725

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ItaliaOggi

Quotidiano

Data 29-09-2017
Pagina 1+15
Foglio 2 / 2

boutique per le consegne porta a porta ai clienti in visita.

Non si conta ancora il rilancio di Cordusio con Starbucks e Uniqlo in arrivo, la nuova Apple, il mall di Citylife eletto da Huawei a sede del primo negozio europeo, la nuova sede della Rai al Portello e il Fintech District, inaugurato al quartiere Isola da Banca Sella e Copernico, presente il ministro dell'economia **Pier Carlo Padoan** e il sindaco **Giuseppe Sala**.

Il consiglio dei francesi, nell'epoca in cui tutto è fast, è arrivarci in Tgv, in prima classe: 7 ore e petit déjeuner incluso, sbucando sotto i grattacieli di Porta Garibaldi. La campagna promozionale del treno, nemmeno a dirlo, è la Monna Lisa con i capelli svolazzanti.

© Riproduzione riservata



Piazza del Duomo e la Galleria Vittorio Emanuele II. A destra, un momento della sfilata Versace





Codice abbonamento: 144725

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.