

# CASA ED ELEGANZA

CULTURA, DIMORE DI LUSO, DESIGN, ECCELLENZA

A black and white portrait of a man with glasses and a mustache, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. The background is dark and out of focus.

**FABRIZIO ZAMPETTI**  
Benvenuti a casa mia

**DIMORE ESCLUSIVE**  
Alzaia Naviglio Pavese  
Porta Nuova  
Piazzale Libia

**TENUTA CALISSONI BULGARI**  
In olea aurum

**TOURING SUPERLEGGERA**  
Touring Sciàdipersia cabriolet

**ZONIN**  
Viticoltori dal 1821

**LUCA RUBINACCI**  
Arbiter elegantiarum

**CERESIO 7**  
Pools & Restaurant sul tetto di Milano





EDIZIONE N.01 | 2020

# PREMESSA

---

## CASA ED ELEGANZA

**CASA È PAROLA CHE  
COMPARE DOVUNQUE,  
CONCETTO UNIVERSALMENTE  
CONOSCIUTO, IN SENSO  
LETTERALE.**

Incerta è l'origine della parola casa: il dizionario etimologico Devoto-Oli la liquida in cinque parole: dal

latino casa, che significa casa rustica. Ai tempi dei romani la casa come la intendiamo oggi era la domus, mentre la capanna semplice era appunto la casa. Altri studiosi fanno riferimento alla radice ska dal sanscrito c'ha inteso come copertura. Da ska deriva cadsa o scad-sa, che diventa kasa e infine il latino (e l'italiano) casa. Da questa radice derivano quindi in italiano capanna (luogo coperto), in latino castrum (fortezza) e cassis (elmo).



**ELEGANZA NASCE NEL RISPETTO DELL'ESSERE UMANO, DELL'INTIMITÀ CHE CIASCUNO HA DENTRO. ELEGANZA È DEL LINGUAGGIO, DEL GESTO, DELL'EDUCAZIONE, È QUEL NON-SO-CHE PER CUI SONO BELLI E ORIGINALI UNA PERSONA, UN ANIMALE, UN PANORAMA, UNA CASA, UN OGGETTO.**

**ELEGANZA VIENE DA 'EX LEGERE' LATINO, 'SCEGLIERE TRA', SIGNIFICA SCEGLIERE IL BELLO. CHE NON HA BISOGNO DI ESSERE SPIEGATO. BASTA GUARDARE, IN SILENZIO E CON CALMA.**

Dal latino domus invece derivano parole di uso molto frequente: donna - per esempio - è la contrazione del latino domina, padrona, che viene da domus. Se i francesi con femme e gli spagnoli con mujer indicano semplicemente l'essere umano di sesso femminile, gli italiani del dolce stil novo, molto più galanti, coniano il termine donna in quanto padrona di casa, quella che oggi chiameremmo manager. Da domus derivano anche duomo, domestico, maggior-domo, condominio, domicilio. Dal latino all'italiano e alle lingue slave la radice di casa resta dom, mentre se andiamo nel nord Europa casa diventa haus (tedesco), house, home (inglese), huis (olandese), hus (danese, svedese, norvegese).





# SOMMARIO

## CASA ED ELEGANZA

CULTURA, DIMORE DI LUSO, DESIGN, ECCELLENZA



**TOURING SUPERLEGGERA** 8

Touring Sciàdipersia Cabriolet

**FABRIZIO ZAMPETTI** 10

Benvenuti a casa mia

**TENUTA CALISSONI BULGARI** 22

In olea aurum

**RESIDENZE ESCLUSIVE** 30

Alzaia naviglio pavese

**I RUBANUVOLE A MILANO** 36

Li chiamavano così

**LUCA RUBINACCI** 40

Arbiter elegantiarum

**ALESSANDRO LEONI** 46

Amministratore delegato di Casaclass

**RESIDENZE ESCLUSIVE** 50

Porta nuova

**JAZZ CULTURE** 56

Miles Davis - Ascenseur Pour L'échafaud

**CERESIO 7** 58

Pools & restaurant sul tetto di Milano

**ZONIN** 62

Viticoltori dal 1821

**FRANK GALLUCCI** 74

Style & digital influencer

**RESIDENZE ESCLUSIVE** 78

Piazzale Libia



ECCELLENZE ITALIANE

# TOURING SUPERLEGGERA

TOURING SCIÀDIPERSIA CABRIOLET

L'INCARNAZIONE MODERNA DEL VIAGGIO ROMANTICO







### La storia di Touring Superleggera

Carrozzeria Touring Superleggera, considerata in tutto il mondo tra i massimi esponenti della scuola stilistica italiana, è nata a Milano nel 1926 e si è subito affermata nel ristretto ambiente degli stilisti internazionali per la duplice attività di costruttore di “fuoriserie”, e di progettista e costruttore di automobili ad alte prestazioni per i marchi più nobili dell’epoca d’oro delle grandi automobili: *Alfa Romeo, Isotta Fraschini, Bmw, Lancia*, per continuare nel dopoguerra anche con *Aston Martin, Ferrari* (la maggior parte della produzione fino al 1952), *Lamborghini, Maserati e Pegaso*.

Il suo brevetto del 1936, che permetteva di alleggerire al massimo la carrozzeria delle automobili più sportive, ha consentito a Touring di eccellere anche nel settore delle auto da competizione: nel palmarès dello stilista milanese trovano



## HERITAGE

posto, tra l'altro, undici vittorie assolute alla Mille Miglia, di cui nove consecutive.

Tra i modelli più famosi progettati da Touring, si possono ricordare l'Isotta Fraschini Flying Star (1931), le Alfa Romeo 2500 Villa d'Este (1949) e 1900 Sprint (1952), la Maserati 3500 GT (1957), la Ferrari 166 MM "barchetta" (1949), l'Aston Martin DB4 e DB5 (1958), la prima Lamborghini 350 GT (1963) e la Lamborghini Flying Star II su meccanica 400 GTV (1966).

### Fuoriserie oggi

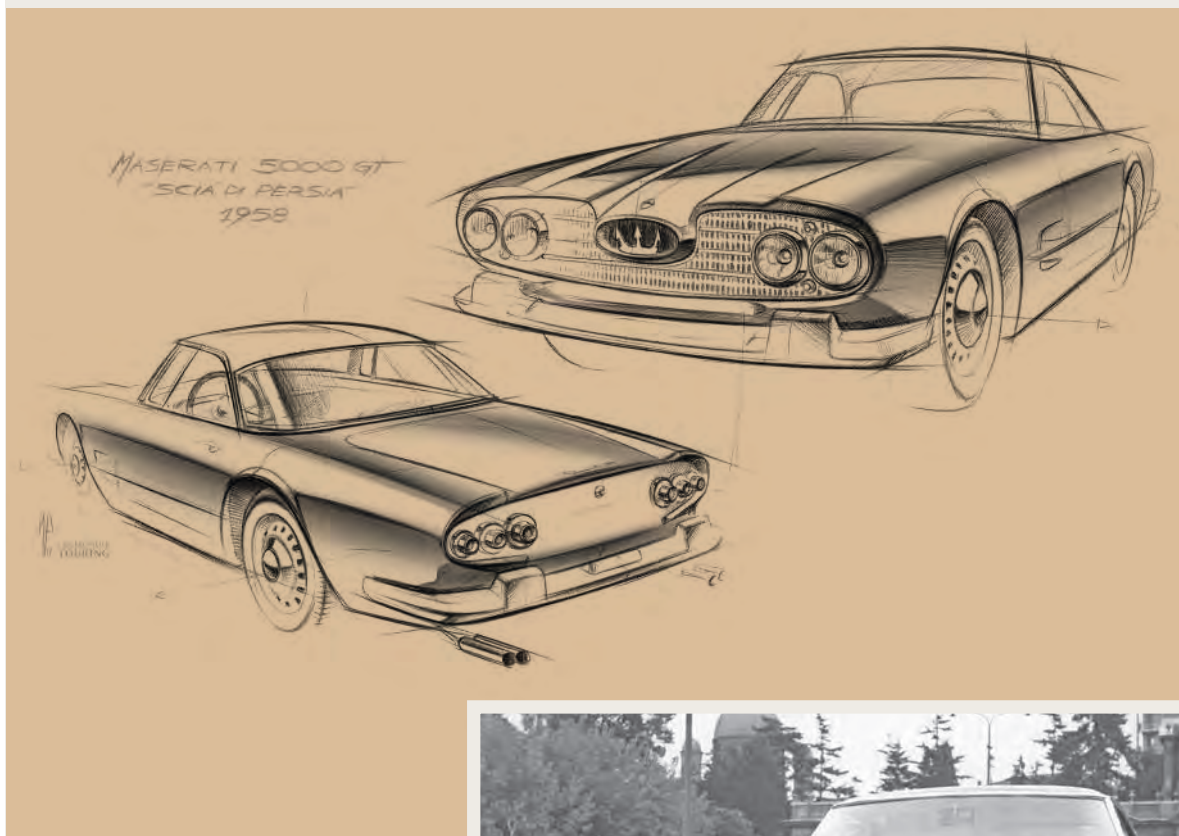
Da quando Touring Superleggera ha ripreso lo storico marchio nel 2009, ispirandosi all'immensa eredità dei fondatori si è concentrata sul design e produzione di vetture uniche o in pochissimi esemplari. È stato il particolare mix di competenze, dall'ingegneria più avanzata alle straordinarie capacità artigianali della manifattura, che ha reso possibile la rinascita delle fuoriserie scomparse nella seconda metà del secolo scorso.

Touring vede con interesse che un numero di altre imprese seguano il suo esempio, per servire questo mercato in forte crescita, e s'interroga sull'evoluzione possibile del concetto per restare all'avanguardia.

Touring continuerà a porre l'accento sul piacere sensoriale, che comprende l'estetica – opere d'arte su ruote – e il piacere di guida. La Sciàdi-persia Cabriolet compie un deciso passo avanti in questa direzione, guidando il Rinascimento del settore delle fuoriserie personalizzate.

### Design

Le proporzioni della vettura, il vero fondamento dello stile Touring, risultano



Touring Superleggera completò nel 1958 la Maserati 5000 GT "Scià di Persia" su richiesta dello Scià Reza Pahlevi e presa da allora a come modello di eleganza e sportività che caratterizza la produzione Maserati.



Touring Superleggera, nel 1957, si aggiudica la commessa per disegnare la prima Maserati di serie, la 3500 GT coupé, e costruirne le carrozzerie. È l'inizio di una lunga e solida collaborazio-

ne tra i due marchi. Nel 1958 Maserati commissiona a Touring una versione cabriolet, e la Carrozzeria milanese ne realizza tre diversi esemplari unici, di cui uno esposto a Ginevra nel 1958. I tre prototipi

rimangono a testimonianza dell'estro, della creatività e dell'abilità di Touring di anticipare lo stile e il design automobilistico più evoluto.





esaltate dalle caratteristiche della versione Cabriolet: forme filanti, allungate, perché possa dare l'impressione di scivolare senza sforzo alcuno, parte integrante di scenari mozzafiato. Il trattamento delle superfici definisce una linea che ricorda una freccia pronta a scoccare

cando il concetto della freccia scoccata dall'arco" – dichiara Louis de Fabribeckers, Head of Design. – "È particolarmente evidente in vista laterale, con il frontale assottigliato e a punta, e il disegno delle penne richiamato dai segni obliqui del posteriore."

Il dinamismo è dato dalla linea che scorre lungo tutta la fiancata, tagliandola idealmente in due, senza disturbarne l'armonia. Anticipando ancora una volta le tendenze, Touring disegna per la Sciàdipersia superfici lisce, pure, raccordate da spigoli vivi sul fianco e sulla coda.

Sono i dettagli ad esaltare la natura di fuoriserie realizzata con processi manuali in pochissimi esemplari. Le finizioni in alluminio alternano sapientemente il trattamento spazzolato e lucidato, creando inattesi colpi di luce a sottolineare la scansione dei volumi.

In una vettura aperta il design degli interni concorre a creare continuità con l'esterno, riflettendone l'impostazione e accentuandone i dettagli.

La scansione orizzontale della carrozzeria è riprodotta in cabina da una fascia orizzontale continua in alluminio spazzolato che congiunge plancia e pannelli porta, e dai rivestimenti interni, definiti come sempre su ispirazione del proprietario, un competente collezionista. La parte superiore è di un caldo marrone, mentre per i sedili e la parte bassa è stata scelta una delicata tonalità di



dall'arco, un'eleganza implicita e seducente, dinamica senza essere aggressiva. Un'eleganza innata, sottile e altera, regale in ogni sua accezione, fino allo sbalzo posteriore che riprende il concetto dell'abito a due code.

"A tetto aperto la purezza della forma è esaltata, amplifi-





beige, impreziosita da cuciture in contrasto in arancione, con Sciadipersa ricamato al centro del poggiatesta.

Ancora una volta in decisa controtendenza rispetto al trend corrente, Touring rivale con Sciadipersa tratti di stile ispirati agli anni '70. Elementi come il frontale basso,

sottilissimo, le superfici convesse tagliate da spigoli vivi, la coda ben presente, sono però rigorosamente integrati nei canoni del linguaggio Touring: proporzioni perfette per il profilo di missione, superfici e linee semplici ed armoniose, ornamenti discreti, a celebrare l'eleganza senza tempo.

 [touringsuperleggera](#)



*Superleggera*



IL PERSONAGGIO

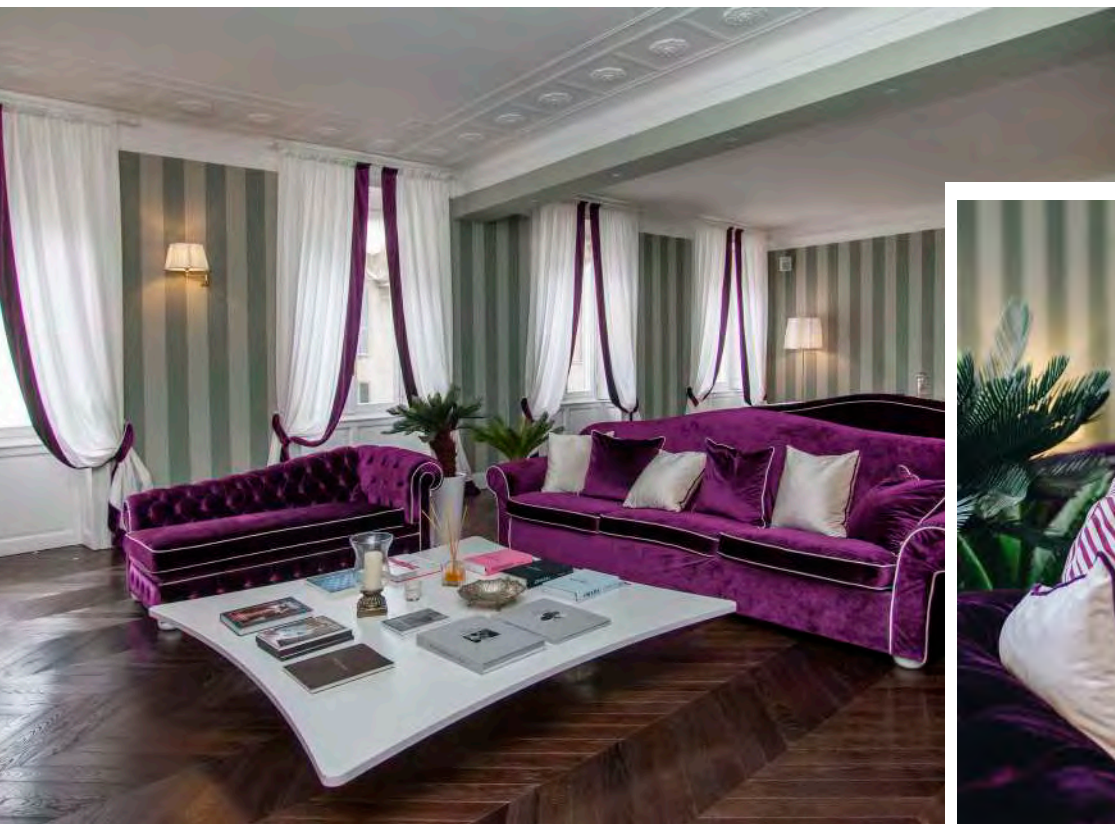
# FABRIZIO ZAMPETTI

---

BENVENUTI A CASA MIA

Testo Alessandro Feroldi - Foto Giulia Mantovani





## FABRIZIO ZAMPETTI All'insegna del bello

Alessandro Feroldi - foto: Sheila Rock

Alessandro Feroldi, scrittore e giornalista, racconta Fabrizio Zampetti, la sua esperienza e la sua Milano. Con le esclusive fotografie di Sheila Rock, vera icona della fotografia mondiale che ha ritratto Anthony Hopkins, Richard Branson, Sting, Paul Weller, Enya, Yossou N'Dour, Sinéad O'Connor, Plácido Domingo e tanti altri, e bellissime immagini storiche di Milano il libro è un racconto di vita, la storia di un uomo che ha fatto della sua carriera un vanto e che ogni giorno fa della ricerca del bello una missione.

Fabrizio Zampetti nasce e cresce a Roma. L'impronta della città caput mundi gli è rimasta addosso nonostante dentro sia diventato più milanese dei milanesi, quasi svizzero.

Ha passato la prima metà della vita a Roma e la seconda a Milano, trovandosi bene nel rigore calvinista della capitale morale. Ma, e qui ci vuole un grosso 'ma', romano rimarrà sempre, anche se sicuramente non lascerà mai Milano.

Infatti il modo di lavorare 'milanese' è stato così ben assimilato dal nostro da sembrare connaturato alla sua personalità. In realtà, da vero professionista stakanovista qual è, il nostro ha adottato tempi e ritmi del lavoro lombardo da subito, avendo capito (il ragazzo è perspicace) che per stare sulla difficile e concorrenziale piazza dei milanesi è necessario essere come loro: precisi, puntuali,

di parola, preparati, attrezzati e via dicendo.

Il colmo è che, anno dopo anno, non solo il nostro si è calato profondamente nella milanesità, ma ci ha preso gusto, come si suole dire. Motivo per cui nella variopinta umanità dell'Urbe, in cui è nato, non sarebbe più a suo agio; quando gli ho chiesto seriamente perché non lavori anche a Roma, dove uno come lui servirebbe come il pane, il nostro professionista naturalizzato milanese mi ha detto "chissà, in futuro potrebbe essere".

Il mix di animo romano ed efficienza milanese è senz'altro vincente, vuol dire avere la tenacia di trovare le risorse quando sembrerebbe impossibile, di superare un ostacolo che chiunque giudicherebbe insormontabile.

Questo è il suo carattere: l'aveva sempre avuto probabilmente, ma solo la spietata concorrenza mila-



### *La Famiglia*

Per Fabrizio Zampetti la famiglia è un'istituzione, non meno che il suo lavoro, o la sua casa. Come per l'abbigliamento ha un rispetto totale, ritenendo di presentarsi con la massima cura anche nell'aspetto, così la famiglia è una sorta di abito che indossa con orgoglio.

Zampetti è un classico, in tutti i suoi lati esistenziali, all'insegna del bello.

La sua famiglia  
– i genitori, la sorella, la moglie e i figli –  
è la cosa più bella che ha.

nese glielo ha fatto scoprire. Il nostro si conosceva, eccome, ma non si era mai saputo così come poi è diventato, cambiando città.

Per le sue prerogative è l'uomo giusto al posto giusto (anche in quello sbagliato, tanto non si perde d'animo). Better call Zampetti, parafrasando una citazione da una famosa serie tv americana.

Ci sono due parole che trovate in ogni pagina di giornale al mondo: cosa e casa. In italiano suonano così vicine, una sola vocale di differenza, quattro sole lettere. Hanno una miriade di significati, in senso letterale e in senso lato. Casa è il termine più comprensibile al mondo, da chiunque, come lo sono cibo, acqua, terra.

Ai tempi dei romani la casa come la intendiamo oggi era la domus, mentre la capanna semplice era appunto la casa.

Dal latino domus derivano parole di uso molto frequente: donna – per esempio – è la contrazione del latino domina, padrona, che viene da domus. Se i francesi con femme e gli spagnoli con mujer indicano semplicemente l'essere umano di sesso femminile, gli italiani del dolce stil novo, molto più galanti, coniano il termine donna in quanto padrona di casa, quella che oggi





chiameremmo manager.

Abbiamo fatto un salto nella storia e nel mondo, inseguendo i significati della parola casa. Che rimane il simbolo della vita umana, la distinzione tra gli esseri umani e gli animali, perché l'uomo nasce in una casa e ne cercherà una dove abitare.

Insieme con la natura che lo circonda, il bambino crescerà in una casa, che formerà il suo carattere e il suo senso estetico, nel bene e nel male.

Per Fabrizio Zampetti "All'insegna del bello" è un motto: da vent'anni – metà della sua vita – si occupa di case, facendo incontrare desideri, psicologie, attitudini, propensioni, gusti di coloro che una casa la cercano o la vendono.

Un lavoro da mille sfac-

cezzature, che richiede un equilibrio professionale e umano notevole: perché la casa non è un oggetto da vendere o comprare, ma un oggetto che contiene tutti gli oggetti. Che tutti vorremmo soprattutto bello.

Anche nelle scelte musicali va sul vintage, principalmente jazz e swing, ma quelli dei primi tempi, e ricadiamo negli Anni 30. Sulla musica non transige, sempre alla ricerca del vintage, dell'originale, non ama le imitazioni, le cover.

Se gli fate scegliere una versione del celeberrimo *'The way you look tonight'*, sicuramente preferirà la prima uscita al pubblico, nel 1936, quando nel film *'Swing time'* (*'Follie d'inverno'* nelle sale italiane) un innamorato Fred

Casa Zampetti: Il guardaboba







Casa Zampetti: La camera da letto

Astaire la canta al pianoforte a Ginger Rogers.

I vestiti di Fred Astaire sono un mito per lui, non meno dei modi delle commedie americane di quei tempi, ben lontane dalla volgarità e dalla violenza delle pellicole attuali. E a proposito di 'look', sicuramente è molto attento all'immagine, all'abbigliamento, all'accostamento di colori: non per vanità o esibizionismo, ma perché del contatto con il pubblico dei suoi clienti ha una cura maniacale, detesta l'approssimazione e la sciatteria.

Se è vero che l'abito fa il monaco, il nostro si presenta sempre come andasse a un ricevimento al Quirinale o alla Casa Bianca.

Non a caso citiamo il palazzo di 1300 stanze dei Papi – ora della Repubblica – di 110.500 metri quadrati di superficie, contro 1/20. mo di dimensioni rispetto alla White House. Non a caso, dicevamo, perché il nostro se ha qualcosa di esterofilo sarà più per gli Stati Uniti e non per l'Europa. Anche per lavoro, dopo Milano preferisce sicuramente New York o Miami a Parigi e Londra.

Le sue grandi passioni sono il calcio, i vestiti e gli Anni 30.

Predilige tutto degli Anni '30, di quel decennio all'insegna del bello, della raffinatezza, con i materiali delle migliori qualità, con un rispetto dell'educazione e dell'etichetta come fosse ancora una stagione delle corti aristocratiche. "Entre les deux guerres" era definito un tempo questo periodo sospeso tra guerre mon-

diali spaventosi per numero di morti e di danni economici, per ampiezza di distruzioni sotto i bombardamenti.

Il bianco e nero magico dei film di Hollywood, l'atmosfera del Grande Gatsby, il jazz e lo swing. È affascinato da tutto quello che ruota intorno a quegli anni, quando ogni oggetto – dal più piccolo a quello di dimensioni industriali – era costruito con materiali rigorosamente naturali, senza plastica né surrogati chimici di legno e ferro. Legno, ferro, cemento, vetro, resine, lacche, pelle: dalle scarpe ai vestiti, dalla scrivania a un grattacielo, erano tutte assolutamente e rigorosamente materie prime naturali.



fabrizio zampetti



fabriziozampetti\_



Casa Zampetti: Il salone



*Breda o Braida = Brera*

Il nome 'brera' viene dal longobardo 'breda' o 'braida' (latino proedium) che significa podere, prato. Anche la città di Bra (Cuneo) prende il nome da breda. Ai tempi Brera era un prato, al confine della città. Nella nostra casa di famiglia in Franciacorta, in provincia di Brescia, il giardino intorno a casa si è sempre chiamato breda. Da braida anche la Biblioteca Braidense.

STORIE ITALIANE

# TENUTA CALISSONI BULGARI

IN OLEA AURUM

QUATTRO PASSI FRA GLI ULIVI, SULLA COLLINA DEL BUON RIPOSO





L'Azienda è stata fondata ad Aprilia nel 1956 da Franco Calissoni e dalla moglie Anna Bulgari. Franco Calissoni si era guadagnato il ruolo d'onore di Generale dell'Esercito Italiano per il suo operato durante il Secondo Conflitto Mondiale, riuscendo, fra una licenza e l'altra, a laurearsi in Agronomia. Da tempo con sua moglie coltivava il sogno di creare una piccola oasi, lontana dalla vita caotica della Capitale. Come rilevato da recenti indagini archeologiche, l'area della tenuta, nota come collina del Buon Riposo, era stata sede della città volsca di Longula e successivamente, in epoca medievale, di un Castel-





lum edificato attorno all'anno Mille dai monaci dell'Aventino, quale luogo di sosta per i pellegrini diretti a Roma.

All'arrivo di Franco Calissoni e di Anna Bulgari, il territorio della futura tenuta risultava per lo più occupato da acquitrini e terreni incolti. L'unica coltivazione estesamente diffusa nella zona era quella del co-

tone. Fu dunque necessario un lungo lavoro di bonifica che Franco Calissoni promosse con passione ed entusiasmo, sfruttando le sue competenze di agronomo. Agli inizi degli anni 60, quasi per sfida, fu avviata la coltivazione pilota della Cultivar DOP Itrana. Si trattava di un progetto molto ambizioso perché non vi era







nel territorio di Aprilia alcuna tradizione olivicola preesistente di tale cultivar. La costante passione per le olive e il desiderio di creare un prodotto che fosse espressione originale e autentica del territorio, nel corso degli anni hanno portato Franco Calissoni ad acquistare i terreni limitrofi, ingrandendo l'area fino agli attuali 60 ettari.

Più o meno nello stesso periodo, dal 1964 al 1965, Calissoni ha ricoperto la carica di Sindaco di Aprilia, adoperandosi con passione per il bene della città e dei suoi abitanti.

Franco Calissoni ha voluto che gli 11.000 olivi fossero disposti a brevissima distanza l'uno dall'altro. Questa scelta

li fa somigliare ad una falange di soldati schierati a difesa di una tradizione olivicola che, grazie alla visione lungimirante e all'impegno quotidiano della famiglia Calissoni, ha potuto affermarsi con successo anche nel territorio apriliano.

Oggi l'Azienda, guidata dal 2008 da Laura Colnaghi Calissoni che la gestisce insieme alla sorella Francesca Feroldi Calissoni, conta 28 ettari di oliveto suddivisi in quattro cultivar: frantoio, leccino, moraiolo e itrana.




Il lago della Tenuta, grazie alla sua integrità biologica, è il luogo ideale per i cicli vitali di specie vegetali e animali di grande interesse naturalistico.



In ricordo dell'antica chiesa dove nel Medioevo si riposavano i pellegrini diretti a Roma, Franco Calissoni ha trasformato un edificio dell'Opera Nazionale Combattenti nell'attuale Chiesa della Madonna del Buon Riposo. Di spicco la splendida vetrata realizzata da Duilio Cambellotti (1876-1960), pittore e decoratore dell'Art Déco italiana. È un pannello in vetro policromo dedicato a Costantino Bulgari e denominato "La vetrata del gioielliere".



  calissonibulgari





DIMORE ESCLUSIVE

# ALZAIA NAVIGLIO PAVESE

STABILE ANNI '40

Testo Redazione - Foto Archivio Zampetti

Milano ha delle zone simbolo; i Navigli di Ada Merini, degli atelier degli artisti e della movida sono una di queste. Nell'arrivare a questa proprietà entro in un mondo dinamico, in costante fermento, dove passato e presente sono proiettati senza soluzione di

continuità verso il futuro. Viene rispettata anche la tradizione dei cortili milanesi, dove dietro un'austera facciata si nascondono perle di bellezza. Ecco: questa proprietà è un perla incastonata nella vita di Milano.

L'esterno, per dirla tutta, non riesce a rendere l'idea. Il





primitivo impatto mi ha fatto sorgere la domanda: «C'è un tesoro nascosto?». Come i forzieri dei pirati portati alla luce dal fondo del mare che dietro la patina del tempo racchiudono meraviglie.

Varcata la soglia si è aperto un mondo, sono stato proiet-

tato in una dimensione inaspettata, dove la casa di ringhiera con il cortile ha subito una radicale trasformazione. Il bianco è il colore dominante e aiuta a rendere tutto molto luminoso. È presente in tutte le tre unità abitative, perché questa struttura è in realtà composta da tre di-





verse case, tra loro unite da un cortile centrale dotato di una piccola, ma graziosa e funzionale piscina. C'è la casa patrinale, un loft e una dependance per gli ospiti, dove ognuno può godere della privacy necessaria. Visitandole ho potuto apprezzare la cura dei dettagli,







ogni mobile, ogni elemento di arredo, ogni spazio è stato concepito per appagare il senso estetico e l'abitabilità della proprietà. A fare da contraltare c'è il verde, presente all'esterno, nei cortili, sul balcone, nella terrazza della dependance. Un verde anch'esso curato nei minimi dettagli. Quella piscina l'ho immaginata come la fuga dalla frenesia che a volte Milano obbliga a vivere. Uno spazio di pace, tra il verde del giardino e l'azzurro





dell'acqua, dove mi sarei immerso per lasciar scivolare via i pensieri negativi.

Mi è impossibile trovare una categoria dove inserire questa proprietà, più la guardavo più era fuori scala. Se dovessi mai vivere qui sono sicuro che cambierebbe il mio stato d'animo, so che il caos cittadino, i rumori, il grigiore, la rabbia latente che emerge ai semafori la lascerei fuori dalla porta. Un'oasi personale per ricaricare spirito e corpo.



 zampetticlass  
 zampetti immobili di pregio

 info@zampetticlass.com  
 +39 02 8739 2236



# I RUBANUVOLE A MILANO

---

LI CHIAMAVANO COSÌ

Testo Alessandro Feroldi - Foto Luciana Di Rocco

*Torre Snia Viscosa a San Babila, 1937*

Rubanuvole è il soprannome che i giornali dell'epoca (1937) danno al primo grattacielo di Milano, la Torre Snia Viscosa in Piazza San Babila, alta 59,25 metri, posta all'inizio di tre strade: Via Bagutta, Via Monte Napoleone e Corso Matteotti.

*Grattacielo Svizzero a Piazza Cavour, 1952*

Il secondo grattacielo è del 1952, raggiunge gli 80 metri, è quello Svizzero che si affaccia su piazza Cavour, tra Via del Vecchio Politecnico e Via Palestro.

La tradizione – e una regola comunale milanese promulgata negli anni '30 su ordine di Mussolini – vuole che la Madonnina in cima al Duomo, con i suoi 108,5 metri, non sia superata da nessun altro edificio per cui la Torre Branca di Gio Ponti, vicino alla Triennale di Parco Sempione, e la Torre Velasca non superano i fatidici 108,5 metri per rispetto della Madonnina.

La “Esposizione internazionale triennale delle arti decorative e industriali moderne” commissiona a un gruppo di architetti, tra cui Gio Ponti, una torre con terrazza panoramica.

La Torre Littoria, rinominata poi Torre Branca, viene eretta nel parco Sem-

pione: per rispetto alla Madonnina si ferma a 108 m. di altezza. Nel 1938 lo stesso Mussolini rivede il suo limite dei 108 metri e ordina di costruire un campanile alto 164 metri a fianco del Duomo. Ma la guerra fa poi decadere il grandioso progetto.

Più che il sentimento religioso pare si temessero problemi strutturali: pochi metri sotto la superficie di Milano una falda freatica esercita forti pressioni sugli strati rocciosi del sottosuolo. Una costruzione più alta e più pesante del Duomo, a quei tempi, sarebbe potuta rivelarsi instabile.

*Duomo di Milano  
1386-1932*

La costruzione del Duomo di Milano dura circa sei secoli, dal 1386 al 1932. Nel 1774 la statua della Madonnina è posta sulla guglia più alta del duomo, all'altezza di 108,5 metri, e subito diventa per i milanesi la ‘Madonnina’ (‘mia bela Madunina’ nella canzone di Giovanni D’Anzi). Il termine sembra fuori luogo per una statua alta 4,16 metri, ma probabilmente va interpretato più come un vezzeggiativo che come un diminutivo. Durante il fascismo un’ordinanza comunale, dietro indicazione di Mussolini, dispone che non si possa costruire alcun edificio di altezza superiore alla Madonnina. Nel 1933 la Triennale, nata nel





1923 a Monza, si sposta al Parco Sempione di Milano, dove viene costruita un'apposita sede, il Palazzo dell'Arte dell'architetto Giovanni Muzio.

**Torre Velasca, 1958**

La Torre Velasca è un mastoso edificio in cemento con la parte superiore simile a un fungo e a una torre medievale. Decaduti

il fascismo e l'ordinanza sui 108 metri, rimane il rispetto tradizionale verso la Madonnina: la Torre Velasca si ferma a 106 metri.

**La copia della Madonnina sul grattacielo della Allianz a Milano City**

Anche sulla Torre Isozaki sede della Allianz, a Milano City (ex Fiera Campionaria), dal novembre 2015

causano moltissimi danni e distruggono anche gli stabilimenti e gli uffici della Pirelli nella zona della Cascina Brusada, accanto alla stazione centrale. Sullo stesso terreno Piero e Alberto Pirelli fanno costruire un grattacielo da un gruppo di architetti, tra cui Gio Ponti, e dall'ingegner Pier Luigi Nervi, negli anni 1956-1960. Il 'Pirellone' supera di quasi 20 metri la statua sul Duomo: il cardinal Montini convoca un'assemblea per ottenere giustizia dalla quale scaturisce il compromesso all'italiana. Si realizza una copia in miniatura (85 cm.) della Madonnina e la si colloca sulla sommità del grattacielo Pirelli. Nel 2010 la copia è spostata in cima al nuovo grattacielo della Regione Lombardia.



svetta una copia della Madonnina, secondo tradizione, a 207 metri di altezza.

**Il Grattacielo Pirelli, 1960**

Sede del Consiglio Regionale della Lombardia, misura 127,10 metri (più alto della Madonnina), ed è subito diventato per i milanesi il 'Pirellone'. I bombardamenti su Milano della Seconda Guerra Mondiale



Trovo sempre estremamente difficile parlare di me e forse è proprio per questo motivo che ho deciso che le immagini, sono decisamente il modo migliore per esprimermi. Dopo un anno passato negli Stati Uniti, un matrimonio durato 15 anni, mi ritrovai da sola in Italia, in una casa svuotata ma con una vita da riempire ed è stato per puro caso che, un giorno di primavera, con il sole, ma con le nuvole gonfie di panna montata, scattai una foto con il mio cellulare al Duomo di Milano, con le nuvole alle spalle e una fascia luminosa che spezzava a metà il buio che oscurava la piazza.

La foto venne post prodotta e data in pasto con leggerezza ai social network. Qui iniziai ad avere i primi consensi che mi incoraggiarono a postarne un'altra, e un'altra ancora fino a quando venne il momento di fare il salto di qualità e scattare le foto con la macchina fotografica. Ripresi in mano una reflex acquistata per capriccio e abbandonata in una scatola e rispolverai gli studi di fotografia fatti all'Istituto d'Arte della Villa Reale di Monza dove mi sono diplomata nel 1995. Ricominciai a scattare foto con una vera macchina fotografica e Milano, nelle giornate

nuvolose, mi invogliava ad uscire, infilare la fotocamera nella borsa e a partire per andare a caccia di nuvole. Scatto dopo scatto e grazie alla possibilità di esporre 5 fotografie in una famosa galleria di Milano di proprietà di Mario Giusti, ho trovato il mio stile, il mio marchio, cercando di trovare il modo di rendere le mie foto sempre più raffinate ma sempre riconducibili a me, come un bambino che assomiglia ai genitori. Ho passato giornate da sola, seduta in Piazza Duomo, attendere lo scatto perfetto esattamente come un surfista attende le onde.

Milano è sempre uguale; i suoi palazzi, le sue chiese, le sue vie, i suoi grattacieli, ma le nuvole, e la luce che gli passa attraverso sono come un cambio d'abito e io sono come un uomo, che rimane incantato nel vedere la sua donna indossare un vestito da sera.

Finché ci saranno le nuvole....



aleferoldi



luciana\_di\_rocco\_ph

Luciana Di Rocco

STILISTA SU MISURA

# LUCA RUBINACCI

---

ARBITER ELEGANTIARUM

TRADIZIONE SARTORIALE NAPOLETANA







Milano, via Gesù 1, nel cuore del quadrilatero della moda. Luca Rubinacci, rampollo della famiglia napoletana che ha fatto dell'alta sartoria una religione, ci aspetta lì, in quello che più che uno showroom sembra una vera casa di lusso. Occhi color ghiaccio, stile impeccabile e una leggera, quasi impercettibile, cadenza partenopea, ci conduce per mano tra tessuti e storia, raccontandoci come è nata la celeberrima sartoria Rubinacci. Una lunga chiacchierata, interrotta soltanto dall'arrivo di un cliente, che aveva bisogno di provare l'abito. "Hai la pazienza di aspettarmi un attimo? E' arrivato il mio cliente". La cosa ci stupisce. "Ma sei tu in prima persona a provare gli abiti?" "Certamente, li assisto in ogni fase di realizzazione del capo". Quando ritorna, ci spiega quando sia per lui fondamentale seguire il cliente, capirlo, ascoltarlo e

coccolarlo. "E' questo, a mio avviso, il lusso". La chiacchierata prosegue, poi, toccando con mano le stoffe, osservando da vicino i bagni di colore e le stampe vintage, l'entusiasmo di Luca nel raccontare, rimanendo rapiti dalla sala prova che non è un semplice camerino, ma un luogo confortevole dove rilassarsi e sentirsi a casa mentre si prendono le misure e si fanno gli aggiusti necessari perché il capo sia perfetto, e culmina nel piccolo atelier annesso, dove quattro sarti lavorano lenti e pazienti.

Luca, ci racconti di più sulla storia della sartoria Rubinacci...

Siamo una sartoria napoletana da 3 generazioni. Ha cominciato mio nonno, Genaro, nel 1932, poi ha continuato mio padre Mariano che l'ha resa famosa in tutta Italia. Adesso io sto cercando di espanderla in tutto il mondo. Siamo famosi per la nostra giacca napoletana che ha una



luca\_rubinacci

struttura molto morbida, anche se la mia influenza – ho studiato dai sarti inglesi – ha dato un tocco di modernità. Oggi riusciamo a creare una giacca più strutturata senza dimenticare la struttura leggera napoletana. giacca inglese con morbidezza napoletana. Siamo stilisti su misura, gli unici che vestono lo stile del cliente. Un tempo si andava dal sarto per seguire lo stile del sarto, oggi noi andiamo dal cliente per seguire lo stile del cliente. Abbiamo quaranta sarti tra Milano e Napoli e qualche anno fa, il Financial Time ci ha dato il titolo di sartoria più grande d'Europa.

Vestite solo gli uomini o anche le donne?

Vestiamo prettamente uomo, ma dato che negli ultimi anni è molto in voga lo stile

androgino, il menswear for women, riceviamo anche molte richieste di tailleur, giacche e cappotti anche da parte di donne, che ricercano l'alta sartoria, perché la peculiarità di un capo fatto su misura è che viene modellato esattamente sul corpo della cliente. E le nostre sono clienti molto esigenti.

Da che parte del mondo vengono i vostri clienti?

I nostri clienti provengono oggi da tutto il mondo perché, come dice mio padre, "gli italiani li abbiamo già vestiti un po' tutti", anche se continuiamo ad avere un buon 20% di clientela italiana.

Quali sono le ragioni di questo grande e conclamato successo?

L'abito su misura lo garantiamo a vita: lo si può stringere, allargare, accomodare, questo



fa sì che il guardaroba aumenti non cambi. La bellezza di avere un capo su misura è che è eterno. Magari per qualche stagione può passare di moda, ma poi ritorna ed è sempre bello, perché è fatto bene, con materiali resistenti e di alta qualità.

Da dove provengono i vostri tessuti?

Noi abbiamo 60.000 metri di tessuto in casa, questo vuol dire che possediamo una grandissima collezione di tessuti, anche vintage, degli anni '30 '40 e così via discorrendo, di cui rimangono gli ultimi tagli. Ci riforniamo dai migliori fornitori di tessuto al mondo, italiani e internazionali, l'importante è che non contengano acrilico, così che possano essere lavorati a mano. Nessuna sartoria ha in casa stock di tessuti tanto numerosi come i nostri: abbiamo un tesoro fatto di tessuti.

La Rubinacci fu fondata nel 1932 da Gennaro Rubinacci che, considerato un arbiter elegantiarum da giovani amici di buona famiglia, veniva costanteente interpellato per consigli sul taglio o le stoffe da scegliere.





LUMINOR  
MARINA

PANERAI

L SWISS MADE L



ITALIAN LEGENDS

1860

## NASCE IL LABORATORIO DI OFFICINE PANERAI

Giovanni Panerai apre il suo negozio di orologeria a Firenze, sul Ponte alle Grazie: negozio e laboratorio, ma anche prima scuola di orologeria della città; da qui comincia la storia di Officine Panerai. Il negozio si trasferirà poi nella sua sede attuale, all'interno del Palazzo Arcivescovile in Piazza San Giovanni, per prendere nei primi del '900 il nome di "Orologeria Svizzera".

CASACLASS

# ALESSANDRO LEONI

---

AMMINISTRATORE DELEGATO

Testo Maurizio Ferrari - Foto Giulia Mantovani



Classe 1979. Amministratore delegato Casaclass.

Presentare Alessandro Leoni così è un po' troppo riduttivo. Lui è qualcosa in più di un amministratore. Lui che a 15 anni, dopo che aveva smesso di giocare con i lego, entra nei cantieri perché affascinato dal mondo delle costruzioni e segna così il suo futuro.

Diploma di geometra, esperienza pluriennale in importanti cantieri a Milano, poi il grande salto verso il mondo commerciale e nel 2010 l'incontro con Fabrizio Zampetti.

Un "colpo di fulmine" professionale che si è trasformato in un rapporto stabile pochi mesi dopo.

*Perché è diventato professionista immobiliare?*

A questa domanda risponde così: «Volevo fare qualcosa di bello per Milano, la mia città». Una premessa che spiega perché ha scelto di lavorare in un modo diverso, mettendo al centro di tutto il cliente, con le sue esigenze e i suoi sogni. «È importante parlare con i clienti, capire cosa desiderano. Il mio compito è quello di riuscire a farli incontrare con la casa dei loro sogni, con un luogo in grado di trasmettere l'emozione cercata». Una casa, infatti, non è solo fatta di vetro, cemento e mattoni, ma è qualcosa di più: è il luogo dove si sceglie di vivere. «Io devo portare i clienti a cercare quella che li emoziona».

Oggi, dopo 20 anni di esperienza, appena entrano vedo dai loro occhi se questa emozione c'è o non c'è». Casa Class è dunque un contenitore di emozioni che viene aperto a chi le cerca. In un mercato, dove appaiono spesso figure improvvisate, la professionalità di questa struttura si è rivelata la carta vincente per crescere









ed espandersi anche in momenti di crisi.

*Il futuro?*

«Non ho la sfera di cristallo, ma Milano è una città che premia chi lavora in modo professionale. Noi come Casa Class, come agenti immobiliari, sappiamo di avere una grande responsabilità. Sappiamo che a noi vengono affidati i risparmi di una vita, i patrimoni di una famiglia, il futuro. Il nostro compito è annullare tutti i problemi tra i clienti e la casa dei sogni».

Dal mattone alle emozioni il passo è più breve di quanto ci si possa immaginare.



leoniale

*«Un professionista vince sempre, soprattutto quando capisce le emozioni che il cliente cerca»*

DIMORE ESCLUSIVE

# PORTA NUOVA

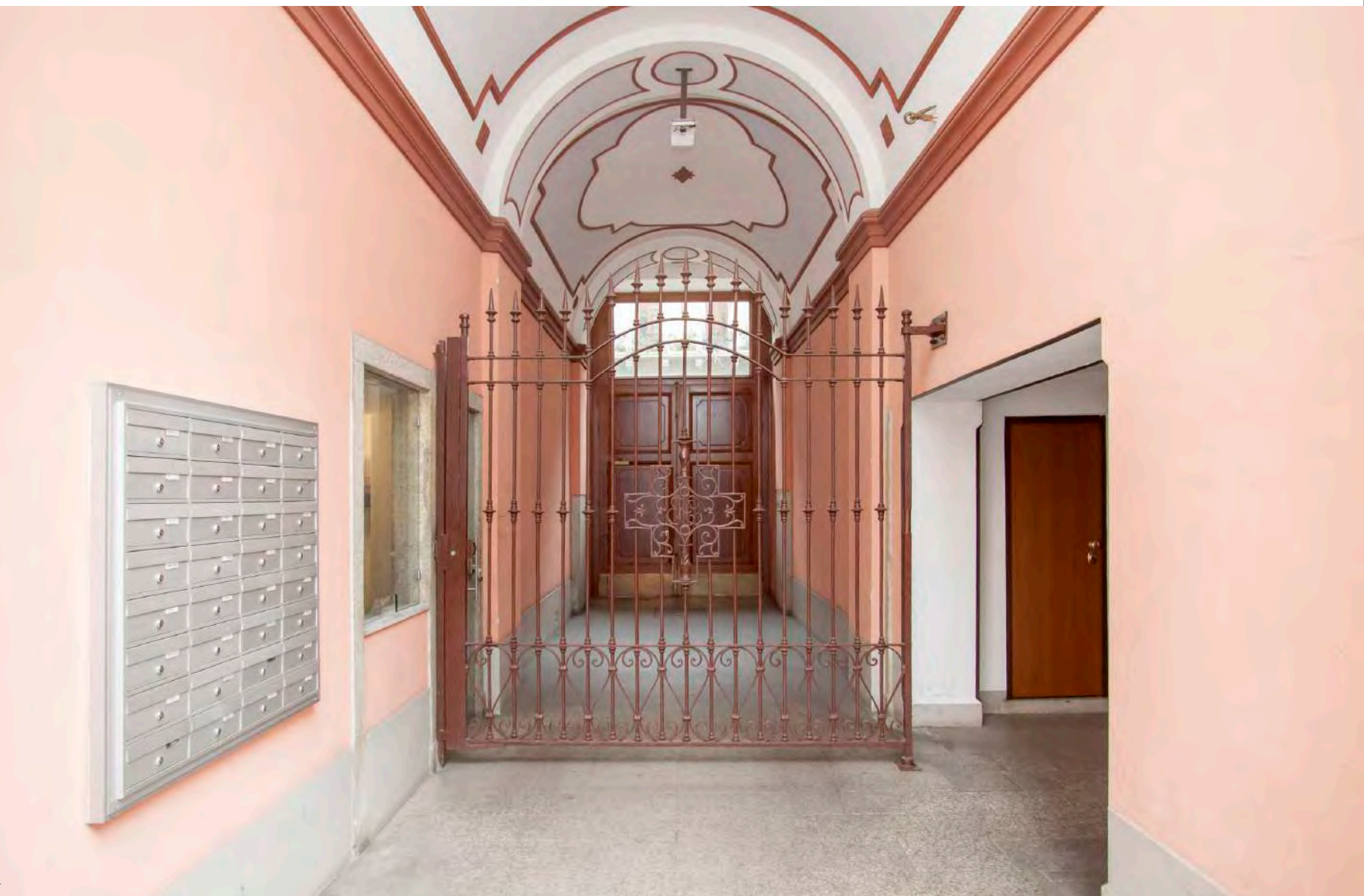
---

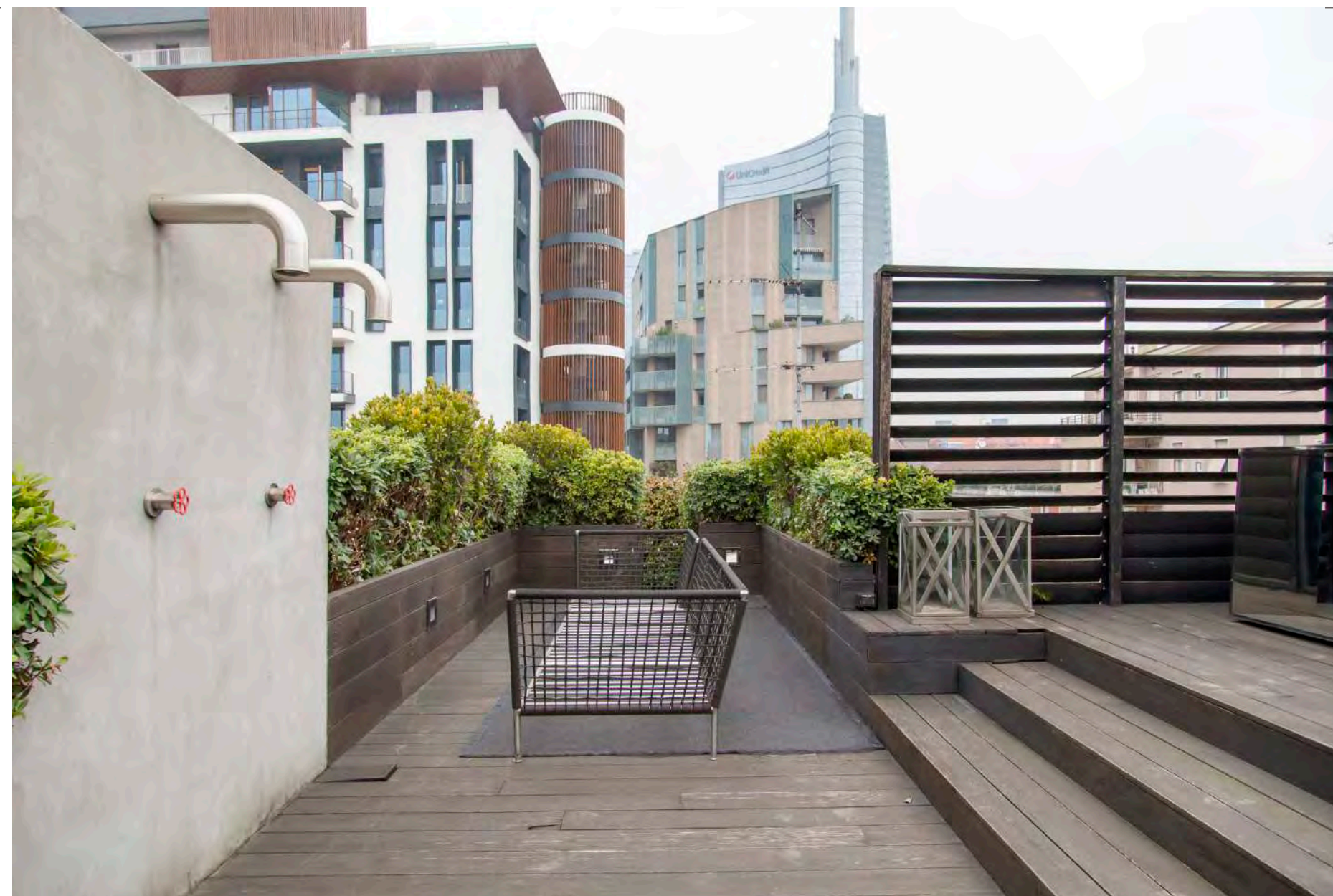
## ATTICO DI DESIGN

testo: redazione - foto: archivio Zampetti

Alcuni paragonano Milano a New York, a me pare esagerato. Della Grande Mela manca la frenesia delle 24 ore, qui, a parte qualche fast food di origine statunitense, il tempo ha confini più netti e ci sono riti da rispettare. Andando a visitare questo attico in zona

Porta Nuova pensavo a questo, a come Milano fonda in sé diverse anime, ma non smette mai di andare avanti e questo quartiere ne è un perfetto esempio. Nel giro di pochi anni questa zona ha cambiato faccia ed è diventata una delle più interessanti e vive





della città. L'edificio dove entro è del '900, elegante e classico come richiedeva lo stile dell'epoca. Raggiungo il quinto piano, dove si trova questo particolare attico, e mi accorgo subito che non è un luogo per famiglie, ma piuttosto un rifugio per single o al massimo per una coppia ben affiata. Luminoso, ampio, con interessanti spazi, caratterizzato dalla mancanza di nette separazioni, ma è un loft alla fine, fa venir voglia di togliersi l'abito da lavoro per goderselo in tuta o un altro abbigliamento comodo (siamo figli della pubblicità degli anni '80). L'arredamento attuale tradisce la natura maschile della casa, percepivo la mancanza di una mano femminile, tutto è molto ricercato, con due colori dominanti: il bianco e il nero. Girando per questo attico notavo come tutto fosse posizionato nel posto giusto, ogni soprammobile, quadro, oggetto



**UN POSTO RAFFINATO ED ELEGANTE  
DOVE RILASSARSI O LAVORARE  
A POCHI PASSI  
DAL CUORE DI MILANO.**

era lì dove doveva essere per esaltarsi. Un lavoro davvero raffinato. La cucina a vista e riccamente attrezzata mi ha fatto tornare in mente una tipica scena dei film, specialmente quelli americani, dove ai fornelli si cimenta lui, la bottiglia di vino aperta che aiutare a creare un'atmosfera più intima e poi la cena che viene ordinata al take away perché ci si è distratti e tutto è bruciato. Ma confido sul fatto che noi italiani siamo più bravi ai fornelli e la serata non finirà in nuvola di fumo. È una casa da vivere. Gli spazi a disposizione permettono di aprire le porte a un gruppo di amici per dare vita a momenti conviviali e a serate diverse. L'ampio terrazzo al sesto piano, accessibile attraverso una scala interna, diventa la sublimazione dell'ospitalità: un luogo dove godersi il panorama di Milano, dove ridere, scherza-



re in assoluta tranquillità. Una bowl con dentro birra e bibite ghiacciate sarà la clessidra delle serate. Accingendomi a uscire guardavo ancora il letto, incastrato in un lato della casa, separato dal resto da una strut-

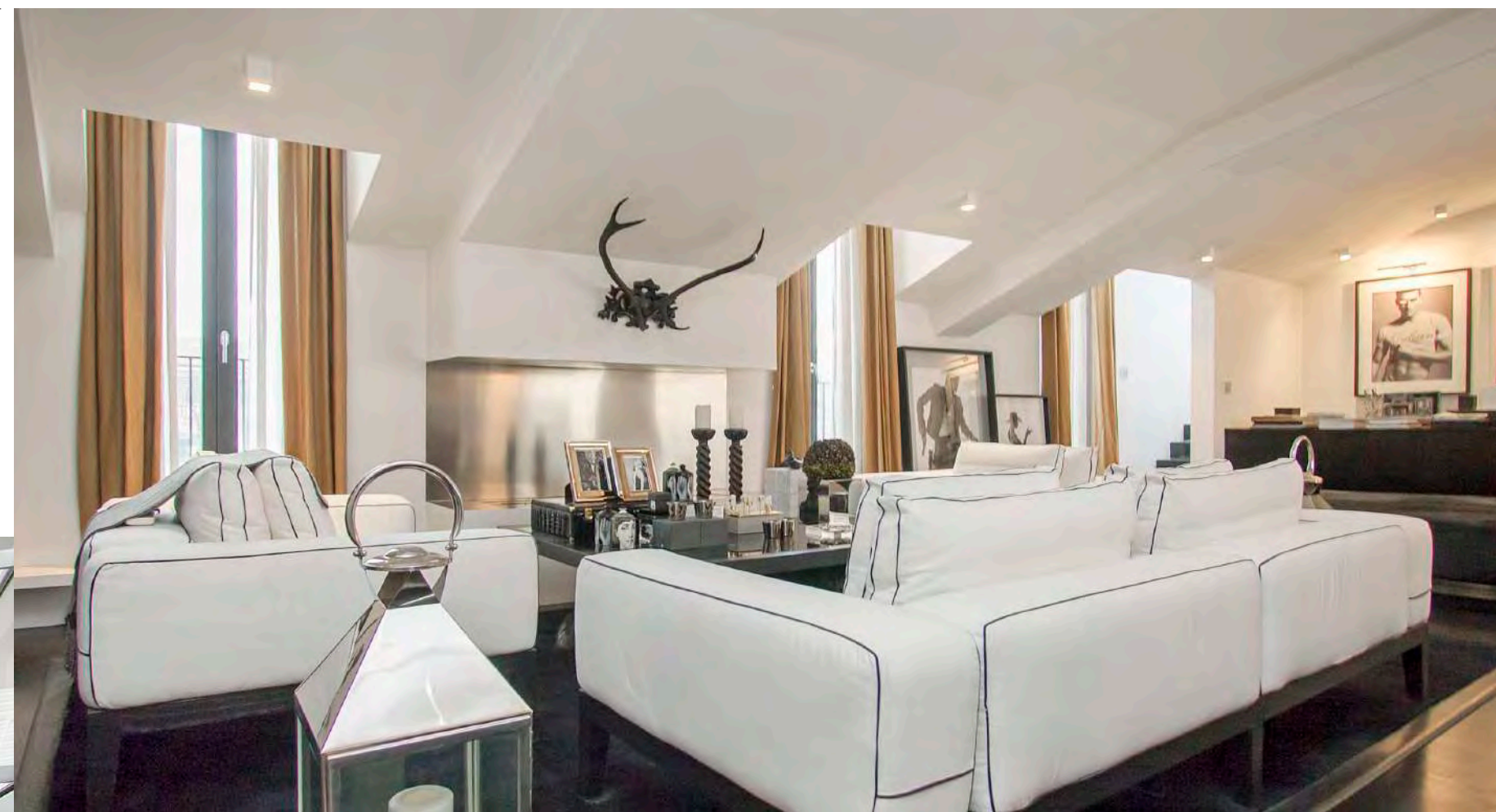
tura girevole dove è posta la televisione e altre apparecchiature elettroniche. Essendo la separazione non completa per me la cabina armadio e il bagno diventano spazi importanti per disimpegnarsi senza







generare disordine, ma io so di essere diversamente ordinato. Il camino a tre fuochi a bioetanolo è l'ultima cosa dove poso lo sguardo: sedersi sul divano di fronte alla fiamma, avvolti in

un plaid, con un libro in mano può essere un buon motivo per stare a casa certe sere d'inverno, soprattutto a Milano quando la nebbia si ricorda di essere protagonista da queste


parti. In altri momenti, invece, si può scegliere di rispettare uno dei riti milanesi e andare nei vicini locali per un aperitivo o sfruttare questa casa per far venire l'aperitivo qui.



 zampetticlass  
 zampetti immobili di pregio

 info@zampetticlass.com  
 +39 02 8739 2236




**MILES DAVIS** 

ORIGINAL SOUNDTRACK

# Ascenseur pour l'échafaud

(Lift to the scaffold)

COMPLETE RECORDINGS



Side 1		Side 2	
1. GÉNÉRIQUE	2:45	1. NUIT SUR LES CHAMPS-ÉLYSÉES (take 1)	3:25
2. L'ASSASSINAT DE CARALA	2:30	2. NUIT SUR LES CHAMPS-ÉLYSÉES (take 2)	3:30
3. SUR L'AL TOROUTE	2:48	3. FINAL (take 1)	3:08
4. JULIEN DANS L'ASCENSEUR	2:18	4. FINAL (take 2)	3:10
5. FLORENCE SUR LES CHAMPS-ÉLYSÉES	2:51	5. LE PETIT BAL (take 1)	3:40
6. DINER AU MOTEL	1:58	6. SÉQUENCE VOITURE (take 1)	3:30
7. ÉVASION DE JULIEN	2:55		
8. VISITE DE VIGILE	3:00		
9. AU BAR DU PETIT BAC	2:30		
10. CHEZ LE PHOTOGRAPHE DU MOTEL	3:00		

Side 3 - All material previously unreleased.  
Side 2 - titres inédits jusqu'à l'album.

All compositions by Miles Davis  
Recorded December 4-5, 1957 at the Bois, Paris in Paris.  
Miles Davis: trumpet - Barney Wilen, tenor sax - René Urfretzer, piano -  
Perry Michelot, bass - Kenny Clarke, drums.



Proprietà e riproduzione riservata. Tutti i diritti sono riservati. Fontana, il marchio, il logo e il nome sono marchi registrati di Fontana S.p.A. in Italia e in altri paesi. Fontana è un marchio registrato di Fontana S.p.A. in Italia e in altri paesi. Fontana è un marchio registrato di Fontana S.p.A. in Italia e in altri paesi.

Fontana S.p.A. - Via Salaria, 1000 - 00198 Roma - Italia  
Tel. 06/49381 - Telex 32033 - Fax 06/49381  
E-mail: fontana@fontana.it - www.fontana.it

Fontana S.p.A. - Via Salaria, 1000 - 00198 Roma - Italia  
Tel. 06/49381 - Telex 32033 - Fax 06/49381  
E-mail: fontana@fontana.it - www.fontana.it






## 1958, MILES DAVIS ASCENSEUR POUR L'ÉCHAFAUD

LA COLONNA SONORA CHE IL TROMBETTISTA STATUNITENSE  
REGISTRÒ IN UNA NOTTE GUARDANDO IL FILM

È un personaggio iconico Miles Davis. Nella sua lunga carriera, oltre 40 anni con la tromba in mano, ha inciso più di 100 dischi, influenzando in modo profondo il mondo del jazz e delle sette note in generale, tanto che dal 2006 è nella Rock and Roll Hall of Fame. Tra i tanti lavori di questo poliedrico musicista ce ne è uno legato alla realizzazione di una colonna sonora, registrata in una sola notte dal vivo. Il "principe delle tenebre", il soprannome di Davis, prima di creare il suo capolavoro per antonomasia, *Kind of Blue*, era in Europa in tournée a dicembre del 1957, quando il regista francese

Luis Malle terminava le riprese del suo film d'esordio: *Ascenseur pour l'échafaud* (in Italia con il titolo: *Ascensore per il patibolo*), tratto dall'omonimo romanzo di Noël Calef. Le componenti di un film, oltre alla regia, sono molte: gli attori, la fotografia, la sceneggiatura, i costumi e la colonna sonora. E per quest'ultima entrò in scena Miles Davis. Il suo tour europeo prevedeva una tappa a Parigi, dove avrebbe suonato nel locale dello scrittore Boris Vian. Fu grazie a quest'ultimo che l'artista statunitense e il regista francese si incontrarono e, così, poté nascere un piccolo capolavoro musicale.

Davis ebbe una proiezione privata di *Ascenseur pour l'échafaud* assieme al regista, per Malle fu l'occasione per spiegare al musicista che non voleva una colonna sonora normale, ma una vera e propria jam session di Miles Davis e del gruppo che lo stava accompagnando. Inizialmente titubante, non pensava di trovare il giusto feeling, ma dopo due proiezioni accettò la sfida. Due settimane da quell'incontro entrò in sala di registrazione, il 4 dicembre 1957, per dare vita alla colonna sonora. Miles Davis, Barney Wilen, René Urtreger, Pierre Michelot e Kenny Clarke in una sola notte di lavoro crearo-

no tutti i 18 minuti di musica che serviranno a Luis Malle per terminare il suo film. Nel 1958 esce per la Fontana Records il disco *Ascenseur pour l'échafaud* con le musiche di Davis. Nel 1988 questo lavoro è stato ristampato in Cd dalla PolyGram (oggi Universal Music), oltre ai 10 brani originali fanno parte di questo lavoro anche le altre registrazioni fatte quella notte. Un disco da ascoltare e riascoltare per cogliere la magia di quella registrazione, dove la settima arte e la musica si fondevano attraverso le note della tromba di Miles Davis.

COOL PLACES

# CERESIO 7

---

POOLS & RESTAURANT

SUL TETTO DI MILANO





Milano, zona Garibaldi, a due passi dal Cimitero Monumentale, un ex palazzo storico di Enel oggi sede del gruppo di moda Dsquared2; entrando nella struttura una reception, una sala d'attesa, qualche scalino, un ascensore, 4° piano - Ceresio7. Le porte dell'ascensore si aprono e il locale si rivela lentamente: luci, vetrate, acqua, skyline e ancora tavoli, foto, design, opere d'arte, eleganza, intimità, cocktail, piatti, musica e composta vitalità. Questo è CERESIO7, un accurato mix di buon gusto, materia prima, design, sostanza e abilità. Un luogo unico, esclusivo, in cui sentirsi bene e dove viene voglia di trascorrere del tempo, lontani dall'hustle and bustle della metropoli milanese. Parola d'ordine: qualità.

Era il 2013 quando Edoardo Grassi, Luca Pardini e Marco Civitelli, professionisti dell'alta ristorazione e dell'o-




ospitalità di lusso, insieme agli stilisti canadesi Dean e Dan Caten (Dsquared2) e allo chef Elio Sironi, diedero vita, nel cuore di Milano, a questo primo esempio italiano di Cocktail Bar & Restaurant, inteso nell'accezione più internazionale che si possa pensare.

Grazie allo studio di architettura Storage e a allo studio di design Dimore Studio, che hanno curato ogni dettaglio del concept degli interni e dei complementi, si ha la sensazione di entrare in un locale degli anni Quaranta ma dove il vibe retrò lascia subito spazio alla contemporaneità: cocktail d'autore, piatti di grande impatto visivo e gustativo, servizio attento ma mai invasivo e mise en table minimal, da bistrot parigino, con fiori freschi e colorati che completano il quadro e lo addolciscono.

L'idea da cui nasce Ceresio7 è creare un luogo dove vivere l'intera giornata, dalla colazione al dopo cena; un ambiente di design, sofisticato ma confortevole, dove sentirsi a casa, con il plus di una cucina firmata da uno chef di grande calibro e un bar con bartender di alto profilo.

#### Il Design, gli Spazi

Le diverse zone del locale sono sapientemente divise da elementi di design e arredi dal gusto ricercato: mobili retrò in perfetto stile anni Quaranta separano i tavoli del ristorante, dando una perfetta sensazione di privacy e intimità, senza però limitare la vista e l'effetto "open space". La zona ristorante è armoniosamente integrata a quella del lounge bar, ogni tavolo una nicchia, con luci di design unico by Dimore Studio a illuminare i tavoli che possono ospitare fino a 8 persone.

 [ceresio7](#)





“Sironi con il tempo ha smerigliato un menu perfetto per un luogo dall’eleganza indiscutibile: italianissimo, lineare, perfettamente comprensibile eppure senza semplificazioni”

Andrea Cuomo in una recensione nella guida di Identità Golose.

STORIE ITALIANE

# DOMENICO, FRANCESCO E MICHELE ZONIN

VITICOLTORI DAL 1821

Testo Redazione - Foto Archivio Zonin



Zonin 1821 rappresenta una delle più importanti aziende vinicole private italiane ed una delle prime anche in ambito internazionale.

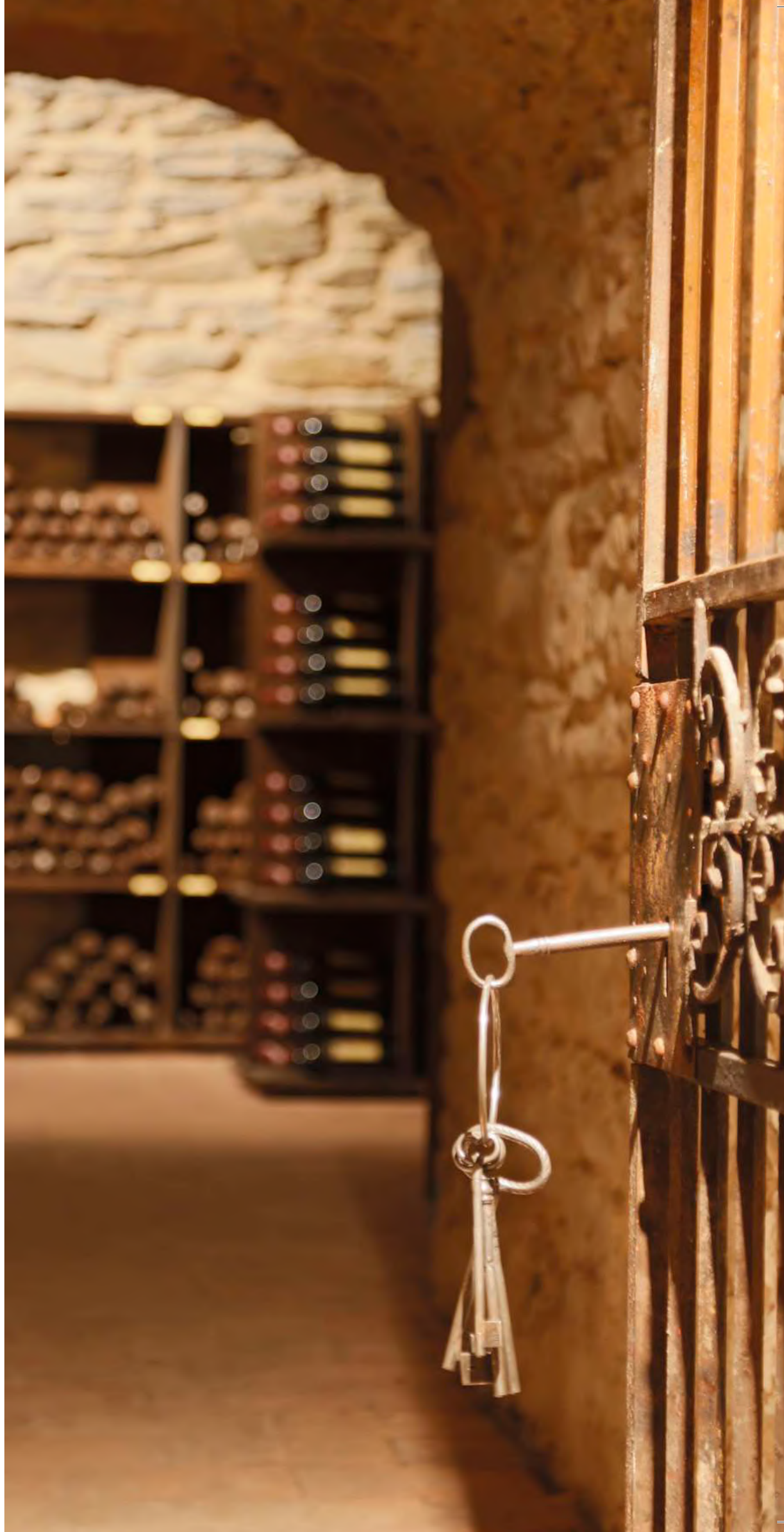
E' un'azienda che distribuisce e commercializza vini e spumanti pregiati a marchio Zonin e delle dieci Tenute di famiglia. Ispirandosi al principio "ad ogni regione la sua tradizione, ad ogni regione il suo vino", fin dalla fine degli anni '60 son stati selezionati territori d'eccellenza portando la realtà di Zonin 1821 all'attuale estensione vitata di circa 2.000 ettari, condotti da un team di 32 enologi e agronomi, su 9 Tenute dislocate nelle 7 regioni italiane a più alta vocazione vitivinicola, oltre alla tenuta americana di Barboursville Vineyards in Virginia (USA).

La territorialità, le peculiarità climatiche e morfologiche delle aree di produzione, l'esperienza e la professionalità degli agronomi ed enologi e l'individuazione di strategie commerciali dinamiche sono i valori più importanti su cui si fonda la filosofia della casa vinicola.

La famiglia Zonin è legata alla coltivazione della vite ed alla produzione di vino dal 1821, ma è nel 1921 che inizia una vera e propria rivoluzione: il commendator Domenico Zonin valorizza i terreni e le vigne di famiglia, dando vita a Zonin 1821.

Nei primi anni '60 un'altra grande svolta: lo zio Domenico - vissuto a cavallo di tre secoli e due millenni (1899 - 2001) - viene affiancato in azienda dal nipote Gianni, che nel 1967 assume la Presidenza della società.

Da subito il giovane Presidente si pone come obiettivo quello di creare un mondo formato da vigne e tenute nelle regioni italiane a più alta vo-











cazione vitivinicola, per poter garantire la qualità delle uve e del vino attraverso il controllo diretto e totale della filiera.

Il sogno inizia a realizzarsi nel 1970, con l'acquisto dell'azienda vitivinicola Ca' Bolani, in Friuli, la regione italiana più rinomata per la produzione di vini bianchi di eccellenza. "Ricordo ancora quando acquistammo Ca' Bolani in Friuli - racconta Gianni Zonin. Era il 1970 e c'era qualche dubbio in famiglia sul fatto di uscire dai confini del nostro Veneto. Ma ero convinto della mia idea: per produrre vini di eccellenza è necessario possedere vigneti, scegliendo i migliori terroir e i vitigni più tipici. Andai avanti".

Successivamente la collana di aziende si arricchisce di gioielli con l'acquisizione dell'azienda vitivinicola Castello di Albola (1979), emblema dell'inconfondibile fascino del Chianti Classico.

L'anno dopo anche la fat-

toria Abbazia Monte Oliveto, a San Gimignano, nella patria della Vernaccia, entra a far parte di questo grande progetto.

Il vigneto di famiglia si espande successivamente fino al Piemonte con l'acquisto dell'azienda vitivinicola Castello del Poggio (1985), nell'area eletta per la produzione di Asti e Barbera, ed alla Lombardia con l'annessione della Tenuta Il Bosco (1987), nell'Oltrepò Pavese, patria elettiva del leggendario Pinot Nero.

Alla continua ricerca di nuovi terroir e vitigni autoctoni, negli anni Novanta Gianni Zonin individua il Sud Italia come terra ideale per produrre i grandi vini del futuro: acquista il Feudo Principi di Butera (1997) nella magnifica Sicilia e la Masseria Altemura (2000) nella penisola salentina, in Puglia. Anche un angolo incantevole fra la macchia mediterranea lambita dal mare e le colline metallifere lo affasci-

na e quindi torna per la terza volta in Toscana, per acquisire la tenuta Rocca di Montemassi (1999) e lanciare l'eccellenza qualitativa della Maremma.

Gianni Zonin è anche il pioniere della viticoltura di qualità nella East Coast degli Stati Uniti. Nel 1976, acquista la tenuta di Barboursville Vineyards, realizzando il sogno del Presidente americano Thomas Jefferson il quale sosteneva che in Virginia si sarebbero potuti produrre vini di classe mondiale.

Barboursville Vineyards. Azienda vitivinicola di Zonin 1821

Nel 2008 Gianni Zonin ha festeggiato le Nozze d'Oro con il vino: queste cinquanta vendemmie hanno dato vita ad un progetto che ha pochi eguali in Europa.

PASSIONE E AMORE PER LA TERRA, PER LA VIGNA E PER IL VINO DA SETTE GENERAZIONI.

Una storia secolare che si

tramanda da sette generazioni, con radici a Gambellara, nel cuore del Veneto, in una terra ad altissima vocazione vitivinicola. I tre fratelli rappresentano la settima generazione della storia aziendale: Domenico Zonin Presidente, Francesco Zonin e Michele Zonin Vice Presidenti di Zonin 1821. A loro è affidato l'impegno di continuare con successo l'attività di famiglia, portando avanti, con visione contemporanea ed innovativa, le tradizioni e le conoscenze preziose che si tramandano dal 1821.

*"I vitigni nel mondo sono tanti. L'Italia in questo campo è di gran lunga il Paese che ricopre il ruolo di protagonista e quindi non tradisce affatto il suo antico nome di Enotria."*

DOMENICO ZONIN  
PRESIDENTE







“AD OGNI REGIONE LA SUA TRADIZIONE, AD OGNI REGIONE IL SUO VINO”.

Tutti i vini prodotti dalla Zonin 1821 si ispirano a questo principio, sono rappresentativi dei singoli territori e ne custodiscono fortemente l'identità. I numerosi riconoscimenti ottenuti in questi ultimi decenni premiano la validità di questa filosofia aziendale.

Le tenute della famiglia Zonin si estendono complessivamente su oltre 4000 ettari di terreno, di cui circa 2.000 coltivati a vigna. Altri 500 ettari, di cui 90 vitati, si trovano negli Stati Uniti, a Barboursville Vineyards, Virginia. Le tenute sono dislocate nelle sette regioni italiane a maggiore vocazione vitivinicola: Veneto, Friuli, Piemonte, Lombardia, Toscana, Sicilia e Puglia. Si tratta di aziende modello, presidi di qualità e civiltà rurale, di rilievo paesaggistico e architettonico, perfettamente integrate con il territorio e atte a preservarlo: oasi di tradizione che si sposa con l'innovazione e con la modernità.

Zonin 1821 ha adottato il sistema valoriale della fami-

glia e lo ha esteso a tutte le tenute, trasformando uno stile familiare in una filosofia aziendale. La famiglia Zonin ha un legame quotidiano con il territorio e le sue tradizioni, un profondo rispetto per la natura e l'ambiente. L'obiettivo è da sempre quello di garantire la massima qualità dei propri vini portando nel mondo la cultura del vino italiano.

*I Valori fondamentali che, attraverso l'esperienza secolare e il supporto dell'innovazione tecnologica, vengono trasmessi di vigneto in vigneto, di tenuta in tenuta sono:*

*Integrità:* la possibilità di seguire passo dopo passo tutta la produzione, dal frutto alla bottiglia, è una garanzia in più per il consumatore finale. L'incessante ricerca del miglioramento qualitativo si avvale della più moderna tecnologia, sia in vigna che in cantina.

*Passione:* una storia secolare di vignaioli che si tramanda da sette generazioni, animata da una grande esperienza e da una profonda conoscenza del settore e rafforzata da una solidità che si conferma di gior-





no in giorno.

*Identità:* il rispetto della storia, delle tradizioni e del patrimonio territoriale, culturale e umano di ogni tenuta e di ogni vigneto.

*Ecosostenibilità:* il controllo accurato dell'intero ciclo di produzione in una logica gre-

en che preserva e valorizza il paesaggio in un processo integrato e sicuro per l'ambiente, socialmente equo ed economicamente sostenibile.

*Fiducia:* l'attenzione alle esigenze di mercato ha creato un patto di fiducia con il consumatore al quale viene garanti-

ta costantemente una proposta completa di vini di massima qualità al giusto prezzo.

Il totale rispetto di questi valori permette all'Azienda di capitalizzare il patrimonio di anni di attività nel mondo del vino e allo stesso tempo di aprirsi con successo alle nuove sfide

della globalizzazione. Tutto questo consentirà alle nuove generazioni di continuare a raccogliere le sfide del futuro. Ecco perché la *Continuità* è senza dubbio il valore chiave del successo di questa filosofia aziendale.







SOCIAL MEDIA PEOPLE

# FRANK GALLUCCI

STYLE & DIGITAL INFLUENCER

Testo Maurizio Ferrari - Foto Archivio Gallucci





Il viaggio dalla Sicilia a Milano è stato lungo, per arrivarci è passato dall'Australia. Frank Gallucci ha seguito il suo sogno, lo ha raggiunto e ne ha pronti altri da inseguire, sempre più ambiziosi.

*Parlaci un pò di te, come sei arrivato a Milano?*

Nasco a Catania ma con la famiglia ci trasferiamo sin da subito a Crotone, in Calabria. Fino alla maggiore età ho abitato al Sud, con una forte passione per il calcio. Avrei voluto farne una professione, pur conoscendo perfettamente i miei limiti in prospettiva. Dopo le superiori mi trasferisco a Perugia per conseguire la laurea triennale in Scienze Politiche e in seguito la specialistica con indirizzo economico. Al termine di questo percorso, molto

bello e intenso, mi prendo un periodo sabbatico e volo in Australia per alcuni mesi. Vado laggiù per imparare la lingua. Ero carente in inglese e ho voluto così migliorarlo, andando a vivere in un Paese così distante geograficamente e culturalmente, cosa che ha cambiato la percezione che avevo della vita. Scaduto il visto torno in Italia per frequentare un master, ma si prospetta un'opportunità lavorativa e da lì inizio il mio cammino nel mondo della moda: la mia passione. Entro a far parte di un team di una multinazionale come commesso e dopo pochi mesi mi promuovono visual merchandiser. In quel periodo portavo avanti due lavori contemporaneamente, un pò a fatica per via dei ritmi che una città come Milano impone. Di giorno lavoravo in





store e la notte la impiegavo nella costruzione di un blog di lifestyle con diverse sezioni in cui si parlava di stile, viaggi, fitness, hôtellerie, accessori, nuove tendenze... Chiaramente mi ero costruito un team di amici a cui piaceva l'idea di

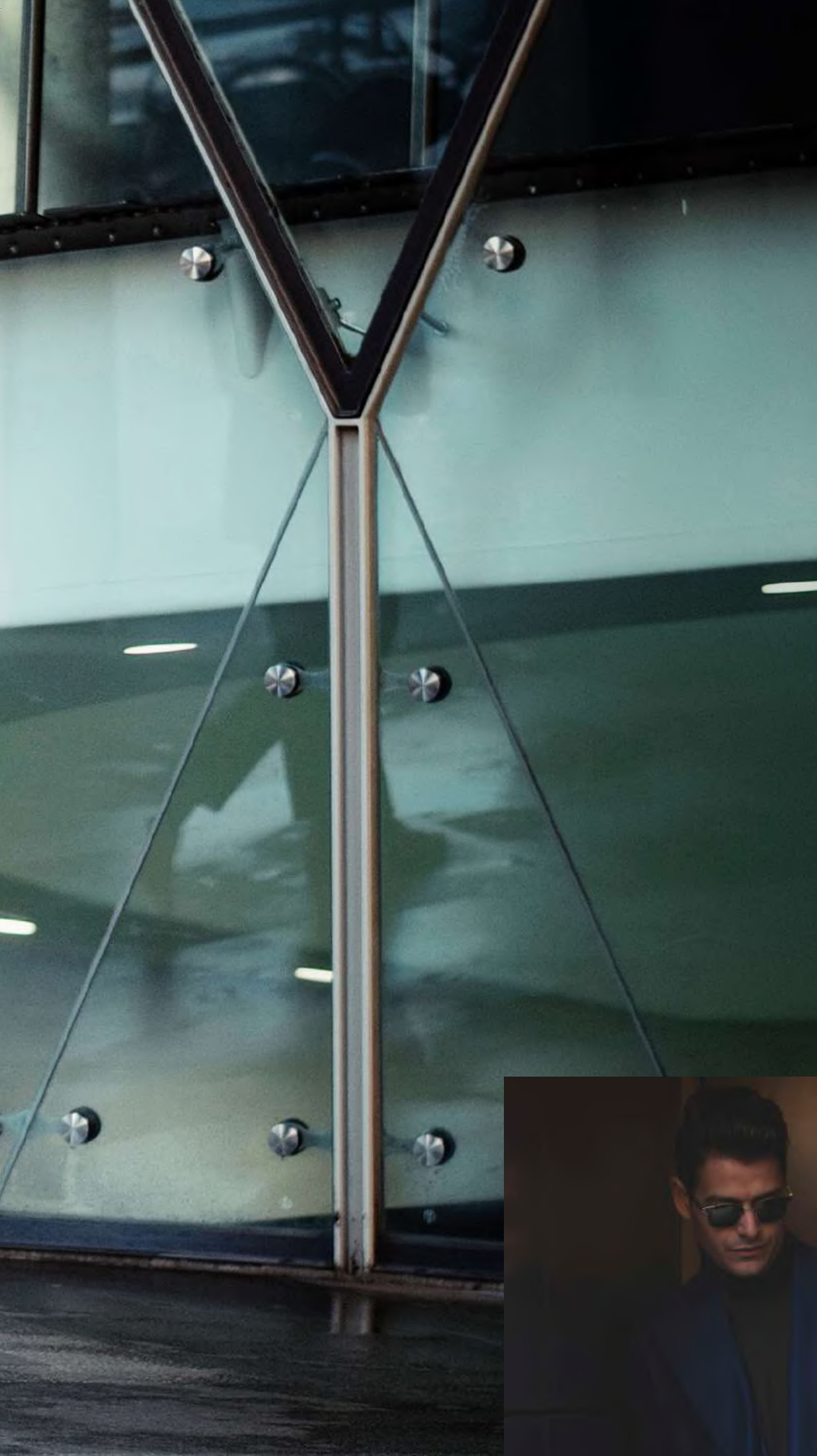
poter scrivere secondo quella che era una logica e un gusto comune. Tutto questo è stato solo l'inizio.

*Oggi come si sviluppa il tuo lavoro?*

Rispetto a prima è cambia-

to moltissimo. È il risultato di un mondo digitalizzato nel quale tutto muta molto velocemente. Penso, oggi più che mai, che si riesca a rimanere competitivi solo se si è disposti ad accettare questa velocità e mettersi perennemente in gioco. Oggi

lavoro come influencer e da un pò di tempo ho iniziato una attività di consulenza che mi appaga moltissimo sotto vari punti di vista. Una consulenza di due tipi: da una parte vi è quella legata allo stile, supportando le aziende an-



dando a lavorare direttamente sul prodotto; dall'altra una più strategica legata al mondo digital. Mi siedo a tavolino con le aziende per capire quali siano nello specifico le problematiche da risolvere nella comunicazione. Tutto ciò posso farlo grazie all'esperienza accumulata sul campo, avendo gestito in prima persona tutti i passaggi per creare un progetto: dalla contrattazione ai contenuti. Chiaramente mi avvalgo delle competenze di un team. Oggi non potrei fare a meno di loro. Sono convinto che per raggiungere risultati positivi bisogna lavorare in gruppo con dei validi professionisti.

*Sogni nel cassetto?*

Essendo molto pragmatico, parto col dire che la prima cosa che vorrei rafforzare è il lavoro di consulenza, ma non nascondo che l'idea di firmare alcune collezioni, con l'auspicio di vedere dei miei capi nei department store, mi alletta e sto lavorando e studiando moltissimo in quella direzione.



DIMORE ESCLUSIVE

# PIAZZALE LIBIA

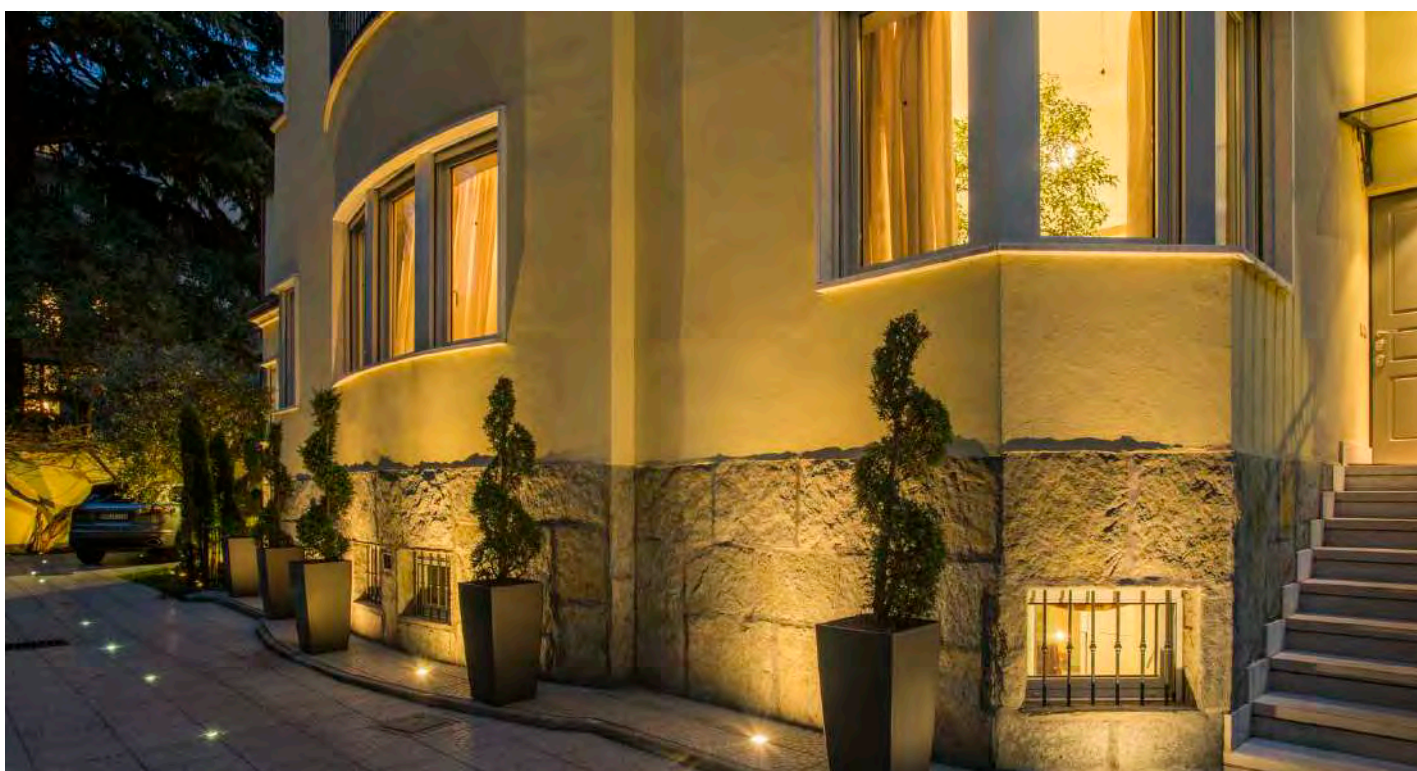
## VILLA IN STILE MODERNO

Testo Redazione - Foto Archivio Zampetti

“ La casa è il luogo dove risiede l'amore, vengono creati i ricordi, arrivano gli amici e la famiglia è per sempre. ”

Porta Romana è il quartiere delle terme di Milano e piazzale Libia è una zona attigua che fa del verde il biglietto da visita. Quando sono andato in questa zona a visitare questa villa mi sono accorto di aver sbagliato abbigliamento appena sono entrato. Avrei dovuto indossare uno smoking e presentarmi con una bottiglia

di Jacquesson 743, uno champagne di personalità ed estrema eleganza, dove ogni sorso è una sorpresa per il palato. Questa abitazione è come questo champagne, classica, frizzante e ricca di sorprese. Mentre giro tra le stanze non posso fare a meno di trasformarla in un set cinematografico e ambientarci delle scene









di un film di spionaggio alla 007: eleganti signore in abito da sera, illuminate dai ricercati lampadari, intrattengono conversazioni tra loro, mentre gli accompagnatori, rigorosamente in smoking, tessono trame per dominare il pianeta. L'eroe farà il suo ingresso,

ma non posso svelare tutta la trama. È una villa che potrebbe trovarsi in qualunque città del mondo e avrebbe sempre un fascino senza età, ideale per accogliere amici e ospiti, anche senza architettare diabolici piani di conquista, in un ambiente raffinato e di gran

classe. Le stanze che ho trovate calde e confortevoli, sarà stato il parquet o il marmo, ma muoversi tra gli oltre 500 metri quadrati di questa villa è stato come entrare in un set di un film. L'arredamento scelto riflette in modo perfetto l'aspetto classico dell'edificio, le nume-

rose vetrate garantiscono una perfetta illuminazione durante il giorno e la zona di Milano dove sorge è caratterizzata dall'essere tranquilla. Questa villa l'ho vista come una abitazione camaleontica, capace di ospitare feste e momenti conviviali, oppure diventare



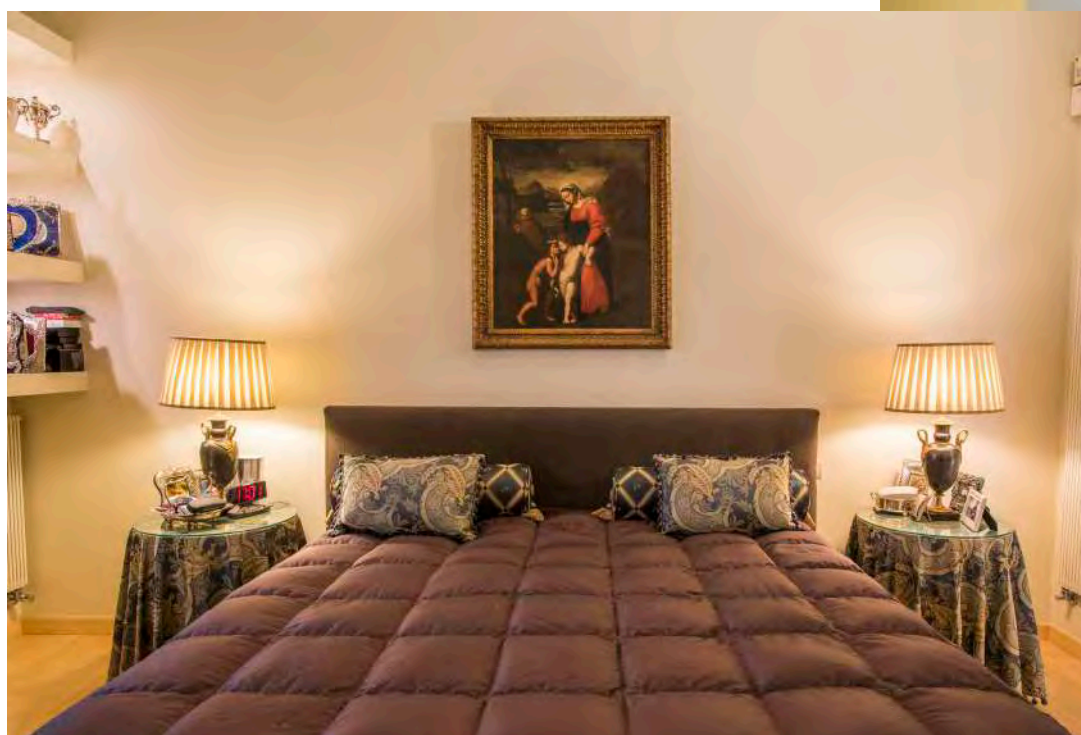




un rifugio personale e per la famiglia, in ogni caso chi entra lascia un mondo per un altro. Ha una vena epicurea, nel senso esteso del termine, ne è la prova la cantina con le bottiglie a vista e la taverna. Due ambienti più informali, ma per un appassionato di vini e della buona tavola questo può diventare un santa sanctorum dove trascorrere momenti di



piacere enogastronomico in compagnia di amici o della famiglia. Siccome non si vive solo di cemento sono uscito ad ammirare il giardino, oltre 200 metri quadrati, con spazio per box, posti auto e una veranda, protetta da un tetto, in grado di garantire la giusta privacy quando si vuole stare all'aperto. Nel piano interrato ho trovato, oltre alla cantina dei







vini e alla taverna, anche la camera per gli ospiti, dotata di un bagno indipendente, e anche altri locali di servizio come la lavanderia. Personalmente ho apprezzato molto la camera da letto patronale, dotata di uno studio privato, ottimo per lavorare da remoto in assoluta tranquillità. In tutto sono tre le camere da letto nella zona notte, con relativi servizi e cabine armadio dove riporre abiti, scarpe e, nel mio ipotetico film, un arsenale per difendersi. La scena finale, in perfetto stile James Bond, l'avrei fatta svolgere nella vasca idromassaggio con una atmosfera creata con luci di candela, due bicchieri e una buona bottiglia di champagne o bollicine tricolori. In compagnia di una bondgirl, naturalmente. Prosit.



 zampetticlass  
 zampetti immobili di pregio

 info@zampetticlass.com  
 +39 02 8739 2236

MADE IN ITALY

# GIANSANTE GIOIELLI

FATTI A MANO A VALENZA

## *I nostri valori*

Sono i valori che contraddistinguono da sempre ogni azione dell'azienda, identificando e caratterizzando il progetto imprenditoriale di Giansante.

## *Tradizione ed esperienza*

L'azienda ha saputo rendere omaggio alla tradizione orafa valenzana tramite un progetto unico e solido, in grado di coniugare le ultime novità e l'esperienza acquisita in tema di lavorazione dei preziosi, con l'esigenza di rimanere fedeli alla storia, alla passione e all'artigianalità tipica di questo mestiere.

## *Affidabilità ed autonomia*

La solidità di Giansante Gioielli si fonda sulle capacità di essere versatile e di interpretare al meglio le esigenze della clientela nazionale e internazionale. La forza dell'azienda risiede nelle collaborazioni illustri all'attivo e nelle capacità e competenze del capitale umano dell'impresa, addestrato da professionisti del settore e in costante formazione. Tutto il progetto è sviluppato dall'azienda che, a partire da un'idea del cliente, dà vita al sogno di indossare un gioiello unico e personalizzato.

## *Passione ed emozione*

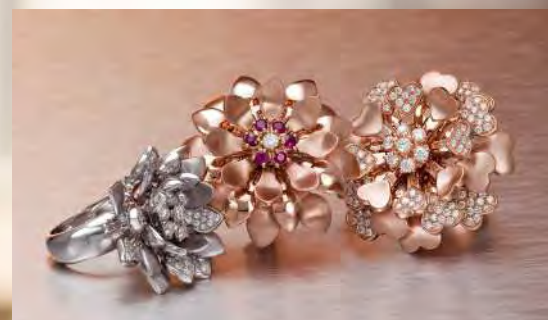
La passione e la creatività sono il motore di ogni collezione e di ogni gioiello che è in

grado di suscitare un'emozione diversa a seconda di chi lo indossa. La vena artistica e la genialità trovano espressione anche nella scelta dei materiali e nel design esclusivo. I gioielli Giansante sono veri e propri capolavori d'arte orafa che si pongono l'ambizioso obiettivo di far vivere un sogno e di costruire un racconto fatto di eleganza e raffinatezza.

## *Qual è dunque il "sogno" di Giansante?*

Quando ho pensato alla Linea Gioielli in Movimento, volevo dare alla donna quel tocco di Eleganza che la contraddistingue. Ho ideato dei gioielli che possano rendere unica la donna che li indossa, personalizzabili, ma allo stesso tempo un buon affare per chi li acquista. I gioielli Giansante sono il frutto di un connubio perfetto tra meccanica e sapienza orafa impreziositi da gemme di grande valore. In occasioni importanti la donna vuole essere al centro dell'attenzione e quale miglior modo se non quello di indossare un gioiello importante ed unico.

Ho pensato anche all'uomo che vuole far innamorare con un regalo che durerà per sempre. Le mie creazioni sapranno stupire chi vi circonda...Attraverso le mie creazioni voglio dare il via ad un nuovo concetto di rinascimento, che diventi un tutt'uno con la donna di oggi, dandole il massimo splendore, proprio come la vita e la natura stanno facendo da sempre, creandole dei gioielli vivi con un'arte estetica meravigliosamente unica.







ITALIAN JEWELS

1960  
GIANSANTE GIOIELLI

La storia imprenditoriale di Giansante Gioielli inizia nel 1960 a Valenza, sede della più grande gioielleria e arte orafa del mondo. La nascita dell'azienda è dovuta all'artigianalità di Marcello Giansante, che unisce la tradizione italiana nella lavorazione di gioielli, creatività e innovazione, oltre alla perfezione quasi chirurgica nella lavorazione di materiali nobili come il platino, il palladio, l'oro, bianco e l'argento. La necessità di operare con tanta precisione ha permesso all'azienda di acquisire un know-how che consente la creazione di gioielli unici, rigorosamente fatti a mano e, per diventare un punto di riferimento per il mercato del lusso a livello nazionale e internazionale. Questi prodotti sono creati con meticolosità e precisione: come un sarto cuce punti uno ad uno, così gli artigiani della compagnia, un tocco alla volta, danno vita a veri gioielli d'autore.







PER LA CASA

# GIORGIO GRAESAN

COLORE ED EMOZIONI

La Giorgio Graesan & Friends esiste sul mercato da oltre 30 anni, siamo diventati famosi grazie ad un uno stucco a grana fine: Spatula Stuhhi che abbinato a dei prodotti ad alto impatto emotivo ci ha permesso di diventare grandi.

Abbiamo iniziato il nostro percorso tra i colori all'insegna delle Emozioni ma un concetto sicuramente stabile nella nostra storia è quello della Creatività.

Per noi la Creatività è legata ad una idea di gruppo, all'interno del quale c'è amicizia e rispetto, dove tutti possono partecipare: i dipendenti, i clienti e addirittura anche i fornitori, ma il segreto per raggiungere questo scopo è divertirsi. Quindi per divertirci ogni giorno, dobbiamo creare qualche cosa di nuovo e questo si manifesta attraverso i nostri prodotti. Infatti, i nostri prodotti non sono "seri" perché non vogliono la ripetibilità ma vogliono la personalizzazione, e l'unicità.

Ad esempio Segui il Tuo ISTINTO (questo è il nome di un nostro prodotto) è uno stucco a spessore composto da calce e polveri di marmo, totalmente naturale e come dice il suo nome, dà la possibilità di creare opere uniche e personalizzate grazie alla sua fisicità e composizione e alla maestria dei nostri Pittori Creativi che attraverso ogni applicazione possono creare vere e proprie opere d'arte.

La nostra missione è far divertire personalizzando la casa con unicità e rispondente

al modo di essere e di chi la vive.

Per poter orientare al meglio le scelte dei nostri clienti, abbiamo creato degli spazi adeguati dove poter cogliere l'essenza dei nostri prodotti e della nostra creatività, attraverso aree assicuranti, dove sia Architetti che Pittori Creativi hanno la possibilità di incontrarsi e far capire e emergere alla propria clientela le esigenze dei loro clienti evidenziando l'amore e il gusto per la propria casa.

Tutto questo, grazie alla nostra esperienza trentennale e alla condivisione degli spazi dedicati: in azienda con oltre 3.000 metri quadrati di esposizione e a Milano, in centro di fronte alla stazione Centrale in Via Vittor Pisani, uno Show-Room con una esposizione su tre piani.

Oggi, tutto questo si può condividere anche con i nostri Clienti, all'interno dei negozi dei nostri rivenditori, con la creazione di oltre 60 Show-Room in Italia ed in alcune città nel mondo, dove poter cogliere attraverso la sensibilità del colore e all'armonia degli spazi il gusto all'estetica e al divertimento, per rendere migliore la casa dei nostri clienti.

Ogni giorno facciamo piccoli passi per rendere felici le persone nelle proprie case e sicuramente sono anche piccoli passi per vivere in un mondo migliore.

 [giorgiograesanshowroom](https://www.instagram.com/giorgiograesanshowroom)



# CASA ED ELEGANZA

CULTURA  
DIMORE DI LUSSO  
DESIGN, ECCELLENZA

EDIZIONE N.01 | 2020

DIRETTORE CREATIVO

Gianluca Piroli

RESPONSABILE DI REDAZIONE

Glenda Cataramè

UFFICIO GRAFICO

Ilenia Carloni  
Cassandra Sena

GESTIONE DIGITALE

Cassandra Sena

TESTI

Alessandro Feroldi  
Maurizio Ferrari

FOTOGRAFI

Luciana Di Rocco  
Giulia Mantovani  
Henry Conwell  
Archivio Zonin  
Archivio Calissoni Bulgari  
Archivio Rubinacci

Agenzia

Acmesign.it

STAMPA

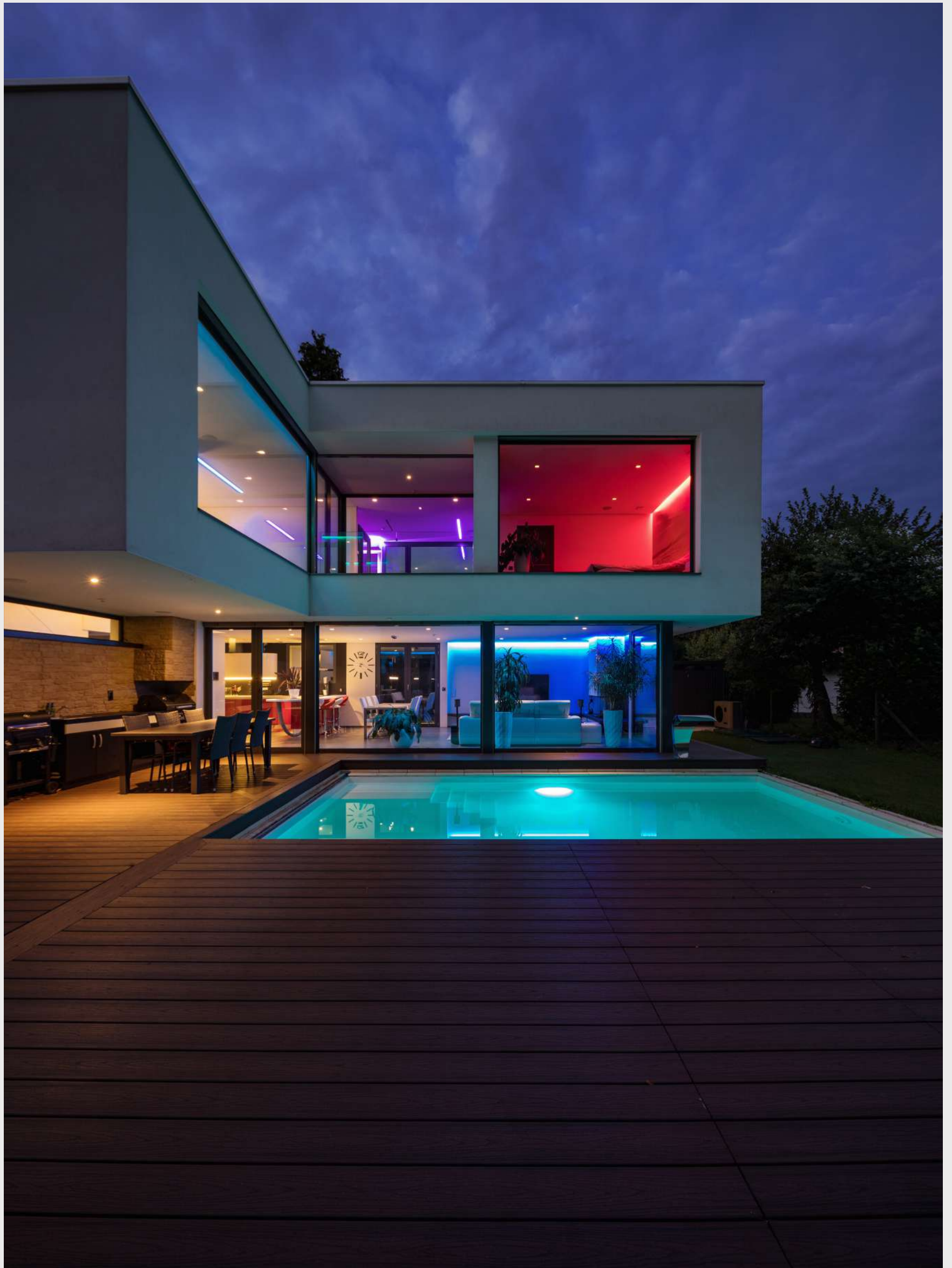
fotolito



stampato su carta  
ecologica certificata

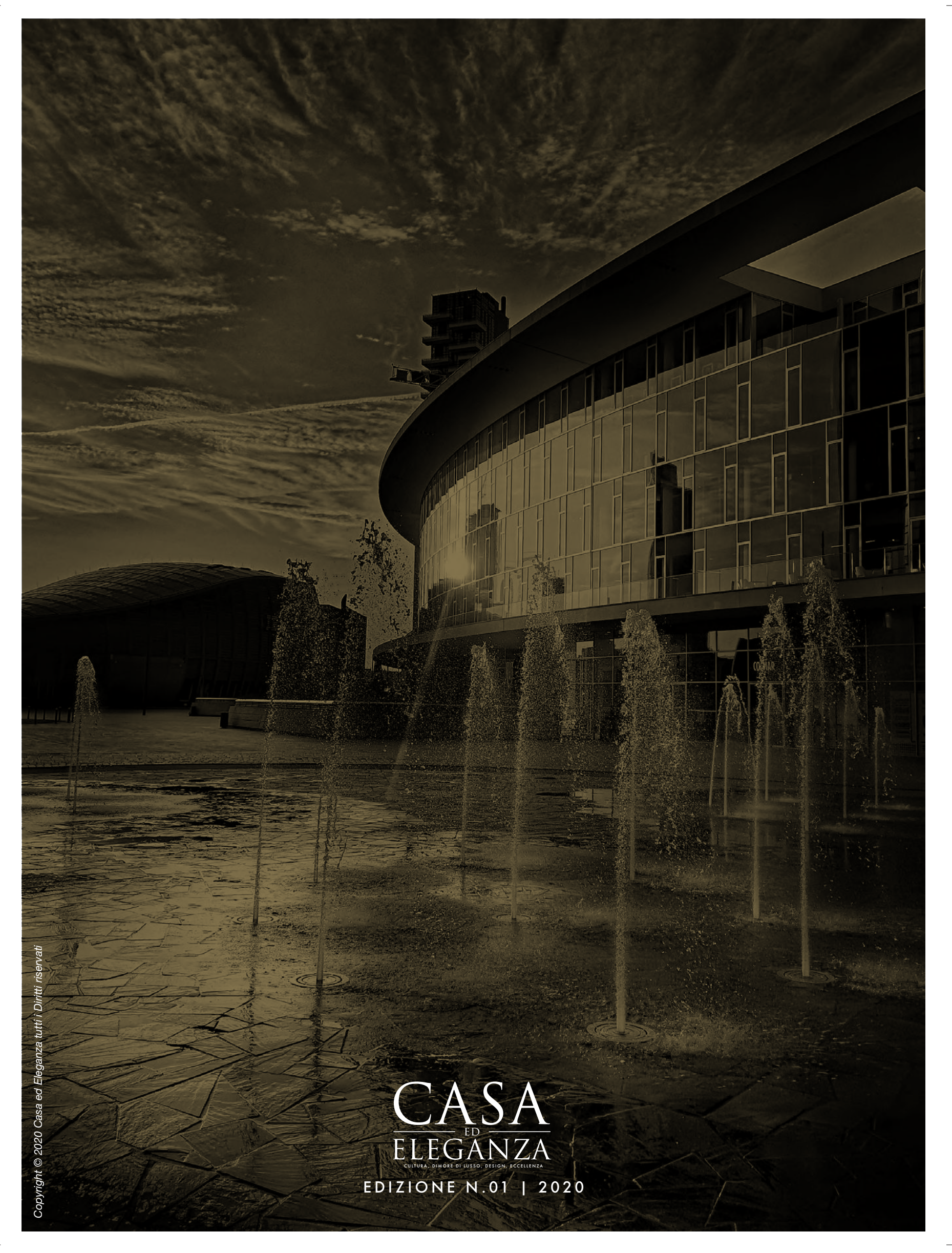


Edito da  
Zampetti immobili di pregio Srl  
Via Giacomo Leopardi, 10 - 20123 Milano  
Tel. +39 02 8739 2236 - info@zampetticlass.com









Copyright © 2020 Casa ed Eleganza tutti i Diritti riservati

# CASA ED ELEGANZA

CULTURA. DIMORE DI LUSO. DESIGN. ECCELLENZA

EDIZIONE N.01 | 2020