[SHAPERS]

FROM DREAMERS TO DREAMERS

ROAD

D-Air

THE **SMART JACKET**

Il sistema airbag per la moto in un capo adatto ad ogni uso.
La tecnologia Dainese della MotoGP™ ora davvero per tutti.

PRONTA AD INTERVENIRE ***1.000 VOLTE AL SECONDO***

GPS 26h

NESSUNA CONNESSIONE CON LA MOTO, *OLTRE* ***26 ORE*** *DI PROTEZIONE CONTINUA*

D-AIR®/ AIRBAG

STRUTTURA CON MICROFILAMENTI

0100-10

DAVVERO VERSATILE

RIPIEGABILE, VENTILATA, *INDOSSABILE* ***SOPRA E SOTTO*** *OGNI OUTFIT*

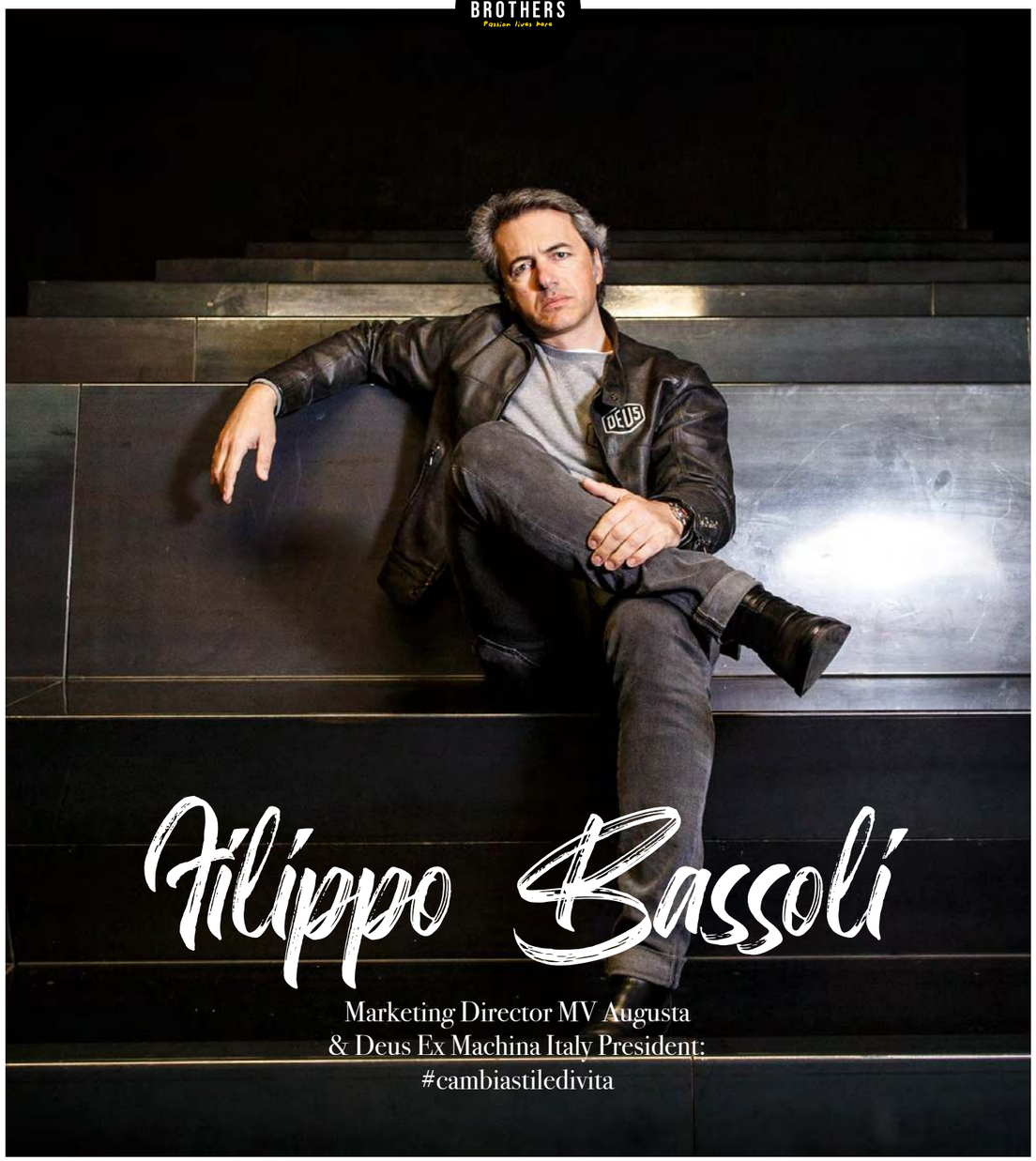
D-air

*L'**AIRBAG** PER LA MOTOGP™ IN UNA GIACCA PER TUTTI*

DAINESE

INSPIRED BY HUMANS

dainese.com



www.thecreativebrothers.com
@thecreativebrothers
Thecreativebrothers
Email: hello@thecreativebrothers.com

© 2020 The Creative Productions
Tutti i diritti riservati
designed by Martina Padovan

FILIPPO BASSOLI

Marketing Director MV Augusta e Presidente di Deus Ex Machina Italy.
Il suo motto personale è #cambiastiledivita
Scopriamo il perchè.

Testo: Mauro Farina - Fotografia: Adriano Mujelli

"I giorni sono forse uguali per un orologio, non per un uomo" è la citazione proustiana che calza a pennello per chiunque sia in grado di guardare il proprio presente e futuro con occhi sempre nuovi, pronto a rischiare in proprio, a cogliere opportunità, a condividere visioni.

Filippo Bassoli può tranquillamente essere ascritto a questa categoria di persone. Milanese d'origine e parmense quando si tratta di staccare la spina e dedicarsi ad alcune delle tante passioni, durante la sua carriera Filippo Bassoli è stato (ed è) un precursore per le sue idee, il suo stile e la sua intraprendenza. Ancora studente universitario fu tra i primi in Italia a fondare una web agency quando ancora in pochi avevano compreso le enormi potenzialità della rete e, con la creazione della piattaforma blogo.it (e, tra gli altri, di motoblog.it e autoblog.it) ha dimostrato di essere sempre stato tra i pochi a capire al volo i cambiamenti nei paradigmi di comunicazione che si sono succeduti nell'ultimo decennio.

Appassionato di auto e moto fin da ragazzo, da alcuni anni Filippo Bassoli ha rimesso in gioco la sua propensione alla scommessa imprenditoriale diventando prima Marketing Director e poi presidente di Deus Ex Machina Italy, il brand di abbigliamento nato in Australia che deve il suo successo alla commistione di stili nata dalla fusione tra la cultura del surf e quella delle moto cafè racer. Alla sua attività in Deus oggi Filippo affianca il prestigioso ruolo di Marketing Director di MV Agusta, un altro marco iconico e italiano delle due ruote.

Ho incontrato Filippo prima a Milano, nella sua dimensione lavorativa di Deus, e successivamente sulle colline nei dintorni di Parma, nella cascina definita da lui stesso come «il mio Tempo dell'Entusiasmo personale».

«Mi ritengo una persona fortunata, in primis perché sono riuscito, fino ad oggi, a fare della mia passione un lavoro.

Mi sento molto fortunato perché ho incontrato la persona giusta con cui ho formato una famiglia e con cui sto condividendo anche questo mio percorso e anche perché sono molto ricco di amicizie, e questo è un altro aspetto fondamentale della mia vita.

A livello professionale sono da sempre un imprenditore. Ho iniziato nel 1994 quando ancora studiavo giurisprudenza: insieme a uno dei miei migliori amici e ad altre due persone fondammo una delle prime web agency italiane. Parlavamo di comunicazione web quando i miei coetanei nemmeno sapevano che cosa fosse.

Da lì in poi abbiamo avuto l'intuito e la capacità di cavalcare un'onda sempre più crescente costruendo diverse realtà nell'ambito della comunicazione e dell'e-commerce, quelle che adesso tutti definirebbero con il termine start-up. Sono così riuscito a crearmi una solida reputazione nel mondo del marketing e della comunicazione attraverso la piattaforma blogo.it e anche a intraprendere una strada editoriale che mai avrei pensato di percorrere, creando i siti autoblog.it e motoblog.it che mi hanno permesso di parlare e di raccontare di automobili, la mia prima grande passione, e delle moto stesse.

La sua foto di profilo di Whatsapp la raffigura con un asciugamano in testa, tipo turbante. È l'unica sua immagine che finora sono riuscito a trovare in cui sia da sola, cioè non in compagnia dell'onnipresente marito, il cuoco famoso.
Ricercando il suo nome, il nome del John McEnroe dell'uovo marinato su Google Immagini, succede che i primi cinquanta risultati restituiscono lo Chef da solo per quarantasette volte; appena tre in compagnia della moglie. Facendo il giochino al contrario, Rosa è sempre col marito, la divinità, il cuoco famoso, l'ex giudice del talent show culinario, il Michelangelo del risotto giallo col midollo croccante, ok, basta, lo ammetto, ho sempre sognato di scrivere per una rivista gourmet, ma adesso esco da questo corpo e vado avanti, ecco: dicevo che facendo il giochino al contrario, Rosa Fanti da sola non c'è mai.

Piacevole destino o condanna, non lo so, so che tutte le ultime interviste che ho trovato riportano nel titolo o nello strillo un riferimento ironico, sarcastico, totemico, semanticamente frizzante relativo alla professione del marito ("Gli ingredienti...", "Il sapore...", "Il gusto...", etc), anche se l'intervista è incentrata su di lei. Comunque, eccola. Non è cinese e non sta col cuoco famoso. È da sola, sebbene guardata a vista dai camerieri.
Elegante, semplice, abiti a tinta chiara, un sandalo semplice, basso, aperto, in ottemperanza al primissimo caldo milanese.

È giovane, dimostra meno anni della sua età, forse anche della mia. Più che una madre mi pare ancora piena di quella placida vaghezza da figlia. Ci accomodiamo nel dehor, io prendo un caffè che arriva sostanzialmente senza una vera e propria attesa. Parliamo un po' senza una precisa direzione. Accordiamo il pianoforte.

Le dico che si sa poco di lei, a parte il fatto d'essere una moglie, La Moglie. «Ci sta – mi fa, con leggerezza -.

L'ambiente della cucina è super-maschile: un ristorante ha orari massacranti, è un lavoro talmente di fatica che difficilmente si sposa coi ritmi femminili, soprattutto dal punto di vista della carriera, se al contempo si vuole anche avere una famiglia, dei figli.

La maggior parte delle donne Chef che conosco o non hanno figli o hanno attività famigliari. Non è questione di talento».

Anche perché — questo lo so tramite la sua autonarrazione da social — effettivamente Rosa Fanti a cucinare è negata: «Totalmente negata. Mi piace solo mangiare.

Ho sempre girato molto per ristoranti, già da bambina, anche all'estero, coi miei genitori, ma la cucina l'ho sempre vissuta da cliente. Quando mi sono trovata a viverla come lavoro, mi si è aperto un mondo: un mondo pazzesco, soprattutto dal punto di vista della comunicazione».

Laureata in Scienze della Comunicazione a Bologna, poi Master in Comunicazione e Marketing d'Azienda, qui l'incontro con il Tiger Woods dell'uovo che le ha cambiato la vita professionale (nonché umana, due figli). «Ci sono tanti elementi all'interno di un piatto: non solo il gusto.

Esistono scelte, c'è un'etica, una selezione. Abbiamo venti fornitori soltanto per il pesce. Le verdure. Ogni tipologia di pomodoro arriva da una specifica zona d'Italia. Il numero di combinazioni è pazzesco e a livello di gestione è un incubo. Io mi occupo di tenere insieme tutti questi aspetti».

(segue su **thecreativebrothers.com**)

«INIZIALMENTE NON SAPEVO COSA FARMENE DI TUTTA QUESTA LIBERTA', POI HO CAPITO E HO TRASFORMATO UNA MANCANZA, LA MANCANZA DI CARLO, IN UN'OPPORTUNITA'.».
ROSA FANTI

[STORIES]

ROSA FANTI

Manager: io, l'ingrediente segreto

Testo: Stefano Sgambati - Fotografia: Giuseppe Ippolito

Rosa Fanti è la manager che sovrintende a tutta l'attività organizzativa e di comunicazione dei tre ristoranti milanesi dello chef Carlo Cracco. L'abbiamo incontrata nel nuovo locale in Galleria Vittorio Emanuele.

La Galleria Vittorio Emanuele si costruisce e decostruisce davanti ai miei occhi in centinaia di piccoli rettangoli della dimensione di circa sei pollici, tenuti davanti alla faccia da quelli che mi sembrano sette miliardi di cinesi. Forse sono ospite in un incubo di Picasso, sto facendo un'incursione nella "Tentazione di Sant'Antonio" di Bosch.

Il primo caldo torrido, l'odore di cibo, anch'esso scomposto e non sempre gradevole, tra pasticceria fait maison e fritti fait chissà quando. Potrei camminare o per meglio dire annaspare orientandomi solo grazie agli schermi dei loro telefonini: cinesi ovunque che riprendono qualsiasi cosa, soprattutto se stessi.
Mi atterriscono.

Non hanno alcuna vergogna di condurre un'esistenza tanto bizzarra. Si mettono in posa davanti a cose stupide e triviali, la grande vetrina di Louis Vitton, o rimangono immobili, estaticamente sorridenti, mostrando all'obiettivo una dozzina di buste griffate. Ricchi e ostinatamente ineleganti come solo chi è sicuro di sé abbastanza da sbattersene del mondo intero. Vengono dalla prefettura di Hokkaido e conoscono vita morte e miracoli di Chiara Ferragni.

Una grassa creatura, delle dimensioni più o meno di una Volvo, si fotografa da sola, seduta a un tavolino di un ristorante lugubre, con la bocca aperta e un triangolo di pizza mollo tenuto tra le fauci: non lo morde, non dà neanche l'idea di volerlo mangiare, non è quello il punto. Appena scatta, rimette giù il triangolo, in un piatto in cui per il resto la pizza mi sembra intonsa, e controlla il risultato;
ripete due o tre volte l'operazione, sempre identica a se stessa, infine carica su Instagram, godendosi il fiotto di dopamina del primo "like", probabilmente di Kim Kardashian.

Tutti sembrano vivere il momento più alto e intenso della loro vita e forse è così. Mancano cinque minuti a mezzogiorno. Un brusio in cinese mi attanaglia.

Quando arrivo davanti all'ingresso di "Cracco in Galleria", devo riprendermi. Ho attraversato corpi umani come un sondino per la gastroscopia e ho bisogno di tempo, prima di telefonare a Rosa Fanti e dirle eccomi, parlare, stabilire un rapporto umano per così dire normale. Sono terrorizzato dal vedermela comparire davanti e scoprire che in realtà è cinese pure lei.

Ma chi è Rosa Fanti?

Questa donna pressapoco della mia età, con un profilo Instagram da più di cinquantamila follower, che ogni tanto compare in compagnia di un cuoco famoso, chi è?

Ci siamo scambiati finora una decina di messaggi, tutti rispettosi, per carità, al punto da ricevere il placet di mia moglie. È stata gentilissima e ogni tanto ironica.

Scrivere delle proprie passioni e fare l'opinion leader come puro e semplice appassionato e non come tecnico mi ha permesso di toccare un settore editoriale che mi ha poi portato nel vivo di questo mondo e che mi ha consentito di incontrare le persone con cui ho potuto creare i presupposti di questo bellissimo progetto che è Deus Ex Machina.

**Negli articoli che ho scovato in rete e che parlano di te vieni sempre definito come un imprenditore dalla personalità pionieristica.
Ti ritrovi in questa definizione?**

«Più che un pioniere mi definirei un coraggioso, perché ho avuto il coraggio di investire in un periodo di forte crisi. Coltivo da sempre il gusto della scommessa, ma soprattutto ho estrema fiducia sia nelle mie idee sia nelle persone che, insieme a me, hanno accompagnato la crescita di Deus.

In effetti, mi sento anche una sorta di pioniere perché sono stato tra i primi a capire le potenzialità del web e perché insieme ai ragazzi di Deus ci siamo presi fin dall'inizio la libertà di dare sempre delle direzioni nuove nel modo di comunicare quello che più che un brand amiamo definire come un "movimento culturale". l brand Deus è molto di più di un marchio di abbigliamento nato su una spiaggia australiana dalla passione per il surf e le moto custom dei suoi creatori.

Per far passare questo messaggio investo e investiamo tanto tempo, energia e denaro. Ecco, se collego insieme tutti questi aspetti e li associo al coraggio delle proprie azioni ottengo un'immagine pionieristica di me e di tutti coloro che collaborano con me».

Deus ex Machina, appunto. Puoi raccontarci la genesi di questo brand e come è scaturita l'idea di portarlo in Europa?

«Deus ex Machina è un brand nato in Australia nel 2005, fondato da Carby Tuckwell e Dare Jennings, ed è stato capace di coniugare fin dagli esordi lo stile del mondo motociclistico con quello, assai più variegato, del surf, dando al risultato finale una connotazione completamente nuova ed elevandolo a vero e proprio fenomeno di costume.

(segue su **thecreativebrothers.com**)

«HO INIZIATO NEL 1994: INSIEME A UNO DEI MIEI MIGLIORI AMICI E AD ALTRE DUE PERSONE FONDAMMO UNA DELLE PRIME WEB AGENCY ITALIANE. PARLAVAMO DI COMUNICAZIONE WEB QUANDO I MIEI COETANEI NEMMENO SAPEVANO COSA FOSSE.».

FILIPPO BASSOLI

ANDREA PACELLA

Director of Global Marketing & Communication – Leica

LE PIETRE MILIARI DI LEICA: LEICA M3 E M2

Immagini da archivio Leica

Dal 1914 a oggi le leggendarie macchine fotografiche Leica a telemetro hanno scritto la storia della fotografia, ed alcune di esse ne sono diventate vere pietre miliari.

Il 1914 è l'anno in cui Oskar Barnak, un ingegnere delle officine ottiche Leitz di Wetzlar allora specializzata nella costruzione di microscopi e binocoli, costruì il primo prototipo della prima Leica, il cui nome è l'acronimo di LEItz-CAmera, per riuscire a fotografare senza portarsi dietro le pesantissime fotocamere in legno dell'epoca.
Decise di utilizzare in orizzontale la pellicola cinematografica dando vita al formato 24x36mm che ha dominato la storia della fotografia e ancora oggi è lo standard per le macchine fotografiche digitali professionali.

Nel 1925 fu presentata la Leica I, che divenne da subito uno straordinario successo dando vita di fatto alla fotografia moderna come oggi la conosciamo. Fu vedendo le fotografie scattate da Martin Munckàcsi con la Leica I che un giovane fotografo di nome Henri Cartier-Bresson decise di acquistare la sua prima Leica.
E di farla diventare una leggenda.

La seconda data chiave nella storia di Leica è il 1954, anno in cui nacque la Leica M3, capostipite del sistema fotografico M a telemetro, ancor oggi considerata un esempio di design e funzionalità come ebbe a dire il noto designer Carlo Alessi: "la Leica M3 è uno dei pochi design del XX° secolo talmente perfetto che non immaginerei mai di modificarlo...". E quando Steve Jobs presentò l'allora innovativo iPhone 4, lo descrisse con queste parole: "Questo è, al di là di qualsiasi dubbio, la cosa più precisa, ed una delle più belle che abbiamo mai prodotto. Vetro davanti e dietro, e acciaio sui bordi. È come una bellissima vecchia macchina fotografica Leica...".

[THE CREATIVE TRAVELLER]

NAPOLI

Napoli è le gambe
dei bimbi che corrono
ovunque e che calciano
una palla contro tutto.

Testo: Azeb Lucà Trombetta
Fotografia: Lenny Pellico - @lennypellico

Piazze, angoli, muri, salite e discese.
A qualsiasi ora.
Napoli è chiudere gli occhi e sentire i suoni di un'infanzia fatta di rigoli di sudore e ginocchia sbucciate

Napoli è nei volti rugosi appoggiati ai balconi dei Quartieri Spagnoli.
Loro, che trasmettono la memoria dimenticata di strade e scale, vie e mattoni di un quartiere che ha dimenticato il tempo pur vivendolo intensamente

Napoli è quella gente che non sopravvive ma agisce e spera. É negli artisti che restano.

Napoli è commozione e risata. E' geometrica nei passi e morbida nelle sue curve, profuma di pesce fresco e sfogliatelle calde, pizza fritta e babà.

Napoli è musicisti, pittori, fabbri e artigiani. Fornai e pasticcieri
Napoli è cibo di cui senti il sapore per strada come se cucinassero in balcone mentre ci passi sotto.

Napoli è mare che lascia senza fiato. Visto da vicino o da lontano, dall'alto di un castello o tra le dita dei piedi

Napoli sono i napoletani che la vivono intensamente notte e giorno, che affidano a santi di oggi e di ieri le loro preghiere, le loro gioie e i loro dolori. Santi e Maradona che hanno trovato casa agli angoli di ogni via, sulle bancarelle in centro e appesi ai portoni.

Napoli, siamo tutti Noi ogni volta che la scegliamo e ce la promettiamo.

1957

Il nome dato al sistema, M, deriva dall'iniziale del termine tedesco "Messsucher" che vuol dire "telemetro", un meccanismo di altissima precisione che accoppiato ad un mirino galileiano (ovvero a visione diretta) permette la messa a fuoco del soggetto inquadrato mediante sovrapposizione dell'immagine che appare sdoppiata nel mirino.

Con la Leica M3, che permetteva di inquadrare nel mirino con obiettivi da 50 a 135mm, fu introdotto l'attacco a baionetta M, che rimase inalterato negli anni e che ancora oggi permette l'accoppiamento di qualsiasi obiettivo prodotto dal 1954 in avanti su tutte le fotocamere prodotte fino a oggi, inclusa la nuova Leica M10 digitale.
La M3 fu affiancata nel 1958 dalla Leica M2, una delle Leica più leggendarie in assoluto. È una derivazione della M3, da cui differisce fondamentalmente perché incorpora un mirino con un campo di visione più ampio.

Questa modifica nacque anche e soprattutto grazie alle richieste dei fotografi di reportage che consideravano troppo stretta la visione dell'obiettivo 50mm e avevano necessità di poter montare almeno un grandangolare 35mm.

In realtà la M2 differiva dalla M3 anche per alcuni altri particolari, come ad esempio il conta pose esterno invece che interno (che non si azzerava automaticamente aprendo il fondello ma che andava azzerato manualmente), ed altri accorgimenti destinati in realtà a contenere i costi e farne una versione anche più economica rispetto alla M3. A questo proposito è interessante notare come il prezzo di listino della Leica M2 nel 1959 fosse pari a 155.000 lire, che corrispondono pressappoco a 4.000 euro odierni.

1956

Fotografia: Christer Strömholm
Copertina della pubblicazione
EYES WIDE OPEN
per celebrare
il centenario di Leica.

Il successo della M2 fu immediato: il 35mm è considerato da moltissimi fotografi l'obiettivo standard ideale, e soprattutto perfetto per il reportage e la street photography, due dei principali campi di applicazione delle Leica a telemetro. In dieci anni di vita furono prodotte circa 88.000, di cui circa 2.400 in finitura laccata nera, che oggi hanno raggiunto prezzi davvero notevoli nel mondo del collezionismo. La M2 comprata nel 1961 da Walker Evans (in foto) verrà battuta all'asta il 13 giugno 2020 a Vienna durante la 36 Leitz Photographica Auction, con una base d'asta di 20.000 euro e un prezzo di battuta atteso di oltre 50.000.

Un'altra derivazione della Leica M3 che è diventata un oggetto di culto per gli appassionati di collezionismo fotografico è la Leica MP, prodotta in poche centinaia di pezzi nel 1957 per i fotografi professionisti (da cui la sigla). La MP aveva il mirino della M3, anche se in seguito alcuni esemplari furono convertiti in fabbrica con il mirino della M2 su richiesta dei proprietari, e permetteva di montare il Leicavit, un fondello dotato di un sistema di avanzamento rapido della pellicola. La maggior parte delle MP furono prodotte in finitura cromata, mentre solo 160 circa furono realizzate con una finitura laccata nera, rendendole ancora più rare.

1959

[EDITORIALE]

MARIO ALVISI

VP Deus Ex Machina North America

LA PASSIONE È LA BENZINA CHE SERVE PER VIVERE

Testo: Mario Alvisi (@marioalvisi) & Mauro Farina (@mauro_farina)
Illustrazione: Alin @phols_official

«Dottor Minoli, è da sei mesi che questo Alvisi mi chiama senza sosta.
O Lei lo richiama o giuro che mi licenzio».

Mio babbo non è un motociclista, ma un filosofo, quindi la mia precoce passione per i motori non ha niente a che vedere con i geni paterni. A sedici anni, come tanti miei coetanei, con i primi soldi messi faticosamente da parte, mi comprai una Vespa Special. Una bellissima Special, oserei dire, bianca con sella Yankee.
Il padre di cui sopra, insieme a mia madre, non prese benissimo questa novità convincendomi con le buone a riportarla dove l'avevo acquistata. Ma quella Special, insieme al tempo passato con gli amici a truccare i Malaguti Fifty per migliorarne le prestazioni, fu la molla che mi spinse a iscrivermi a Ingegneria Meccanica.

«Dottor Minoli, è da sei mesi che questo Alvisi mi chiama senza sosta...».

Pur volendo studiare ingegneria, la mia indole creativa mal si sposava con l'atteggiamento metodico tipico di un ingegnere, per cui la modalità di studio convenzionale iniziò in poco tempo a starmi molto, molto stretta. Così, con alcuni compagni di corso fondai un club di meccanica e motori con lo scopo di interagire con le aziende in prima persona attraverso eventi e convegni tematici. L'obiettivo comune era capire meglio non solo quello che studiavamo sui libri ma anche il working model che avremmo affrontato una volta usciti dagli studi con il sudato pezzo di carta.

In uno di questi convegni ci fu l'occasione di avere come oratore, tra gli altri ospiti, anche Federico Minoli, allora Amministratore Delegato di Ducati. Ai tempi si stava avvicinando il momento della tesi, e sentire il suo intervento in quell'occasione fu come una folgorazione per me. Finito il suo intervento, mentre si accingeva a lasciare la sala attorniato dai giornalisti, mi parai di fronte a lui e senza indugiare oltre gli chiesi due cose: di poter realizzare una mostra con i modelli storici di Ducati e preparare la mia tesi con lui.

(segue su **thecreativebrothers.com**)

THE CREATIVE MIXSOUNDS #09

Marco Aurelio Fontana - @fontanaprorider

"Sono un uomo appassionato di bici, di manubri e di volanti." Inizia così il nostro racconto di Marco Aurelio Fontana, Olimpionico di Mountain Bike e bronzo olimpico a Londra 2012,ora impegnato nel campionato E-Mtb
Minimalismo, suoni acustici che sembrano elettronici e ritmi innovativi: il jazz britannico è il leit motiv della playlist scelta da Marco Aurelio per noi. Senza dimenticare uno sguardo ai grandi classici contemporanei stranieri come Eddie Vedder o nazionali come Tiromomancino.

La giusta colonna sonora che lo accompagna nell'affrontare i trail sterrati con la sua E-Bike.

Buon ascolto!

- Thieves in the temple - Herbie Hancock
- Rural Renewal - The Crusaders, Eric Clapton
- Peel me a grape - Diana Krall
- La descrizione di un attimo - Tiromancino
- Hard sun - Eddie Vedder
- Creep - Karen Souza
- Paris - Karen Souza
- Little green bag - Pete Green Selectio
- Stuck in the middle with you - Jim Hornsby
- Kyiv - Tom Misch, Yussef Dayes
- Winding snake - Portico Quartet

Ascolta la playlist

IL CANTO DEL GRILLO

Ci sono lembi di terra che ho impressi nella memoria anche e soprattutto per il racconto liquido che traspare in alcuni calici.

Stefania Pompele - @stefaniapompele

Il Grillo di Antonino Barraco è diventato una sorta di feticcio di viaggio, un filo di Arianna che a me racconta un pezzetto di Sicilia attraverso le scelte di quel vignaiolo che -fresco di laurea in Scienze Politiche- decise di dedicarsi alla viticultura "perché fare il vignaiolo in Sicilia è pur sempre un modo di fare politica, significa occuparsi del territorio".

Un racconto liquido che ho visto cambiare negli anni -mentre scorgevo il vignaiolo intrecciare il suo dialogo in divenire con territorio e approcci produttivi- ma che ha sempre saputo ricondurmi a quel lembo di terra e a quell'uva.

Un'uva, il Grillo appunto, con cui "Nino" ha evidentemente un rapporto di maggiore confidenza. Questa etichetta in particolare è quella che spesso sceglie per raccontare sé stesso. Un nettare che parla attraverso nasi ampi e cangianti in cui frutte mature, agrumi, alloro e sentori salmastri accompagnano un sorso salino, strutturato e dal lungo ricordo.

Un vino che sa resistere al tempo e riportarti ogni volta su quel lembo di terra in modo diverso.

barraco®

[THE CREATIVE READER]

"FEBBRE" DI JONATHAN BAZZI

Testo: Stefano Sgambati - @s.sgambati

Jonathan Bazzi, "Febbre", già libro dell'anno di Fahrenheit, poi finalista al Premio Strega, con un twist inaspettato che ha regalato energia a una trama letteraria altrimenti soporifera.

Su quel palco, vestito Valentino, Bazzi ha rimpicciolito gli altri colleghi maschietti a guisa di quattro bidelli di un liceo di Brembate; bellissimo e catarifrangente, questo Bazzi, piombato come una meteorite o un meteorite, vagamente indistinto anche nel sesso, direttamente dal futuro, con passo da etoile ha estinto i dinosauri. E se qualcuno lì fuori, magari convinto (non è un delitto) che la letteratura italiana sia solo Carofiglio, si fosse chiesto E questo chi è?, ebbene deve sapere — e da oggi ignorarlo non può — che quel tizio è la letteratura italiana contemporanea, che la letteratura italiana di oggi è anche questo, è anche Jonathan Bazzi da Rozzano, con le sue storie e il suo immaginario, la sua fame nera e i suoi occhi che un po' sembrano buonissimi e un po' dici Ok ora mi uccide con un laccio.

Benissimo lui, benissimo il suo romanzo autobiografico, uscito in sordina per Fandango e poi deflagrato.

"Tre anni fa mi è venuta la febbre e non più andata via", comincia così il libro, che non è un thriller ma sembra un horror per ipocondriaci.

Febbre, o meglio febbriciattola, quella sensazione debilitante e duratura che tutti ci ha spinto, confessate marrani!, almeno una volta nella vita a digitare su Google la sintomatologia, sperando di poter dribblare con cipiglio da Messi le diagnosi più efferate e tragiche.

Ugualmente il Bazzi vero e ugualmente il Bazzi del romanzo, che addirittura in un primo momento si rivolge a un medico online. Mononucleosi, gli dice. Invece è HIV. E Jonathan Bazzi da Rozzano, omosessuale, sieropositivo e balbuziente, da quel momento scopre due cose nuove: la prima è il sollievo, e qui sta il paradosso del malato, ma anche del vessato, del bullizzato, e la seconda è la forza, perfino una certa rabbia. Dice: "Davanti al pregiudizio alzare la posta: meglio tacere? Lo sapranno anche i muri".

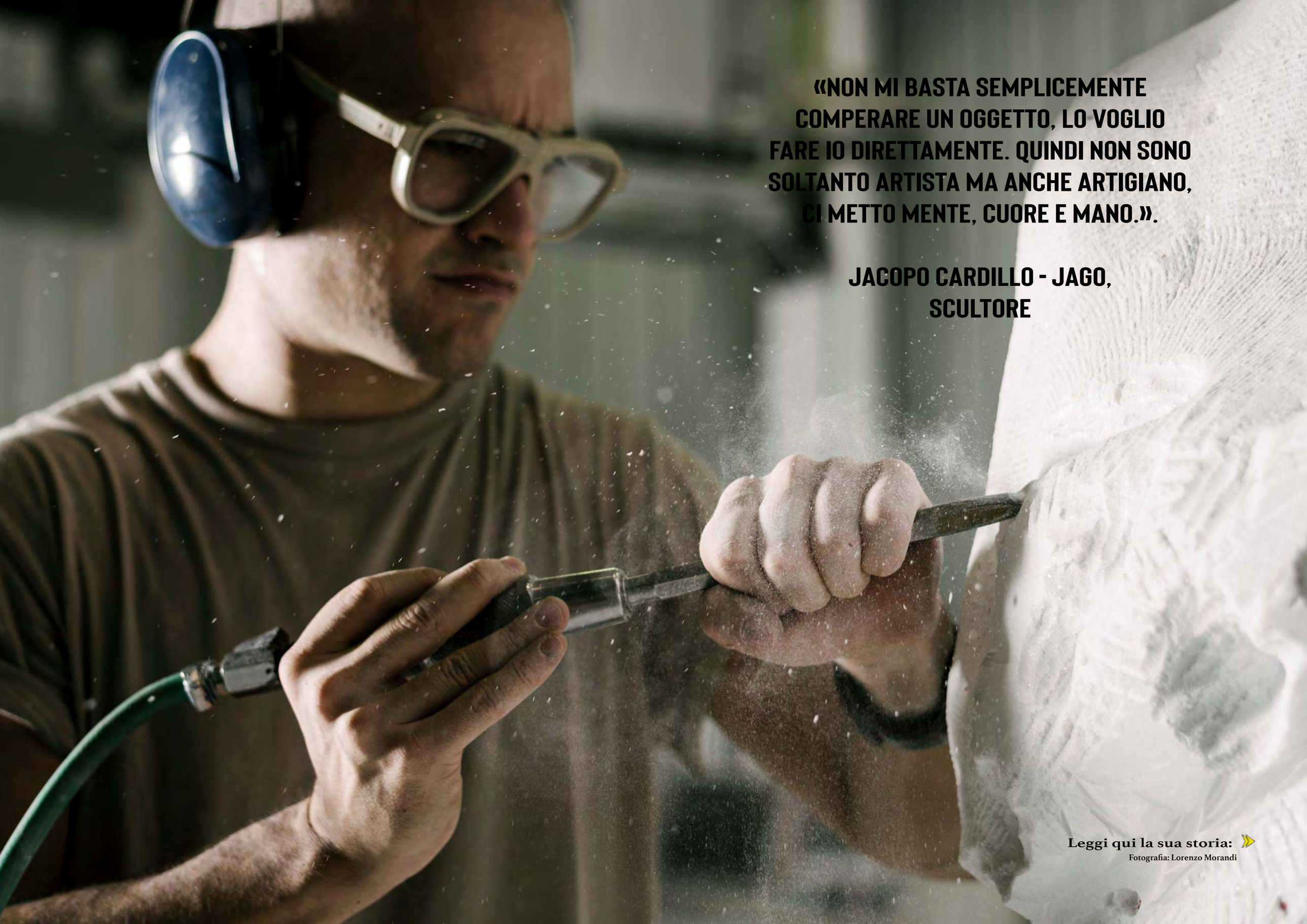
Missione compiuta.

1954

Parlando di rarità, nel 1958 la Leitz realizzò 27 esemplari di una fotocamera denominata MP2, che montava un prototipo di motore elettrico per avanzare la pellicola, di cui solo 6 in finitura nera. Una di queste è stata battuta all'asta a Vienna nel 2010 realizzando un prezzo record di 402.000 Euro.

Le Leica M3, M2 e MP sono gli strumenti con cui alcuni tra i più grandi fotografi del secolo. Sono le macchine con cui Jim Marshall ha fotografato Jimi Hendrix al Monterey pop festival e a Woodstock, quelle con cui Walker Evans ha raccontato l'America del dopoguerra, e Nick Ut la tragica immagine di Kim Phuc, la bambina che fugge terrorizzata dai bombardamenti di napalm in Vietnam. Quelle con cui Elliot Erwitt, Bruce Davidson e Lee Friedlander hanno raccontato le strade di New York, e Henri Cartier-Bresson e Robert Doisneau quelle di Parigi.

Fotografia: Martina Padovan



«NON MI BASTA SEMPLICEMENTE COMPERARE UN OGGETTO, LO VOGLIO FARE IO DIRETTAMENTE. QUINDI NON SONO SOLTANTO ARTISTA MA ANCHE ARTIGIANO, CI METTO MENTE, CUORE E MANO.».

JACOPO CARDILLO - JAGO,
SCULTORE

Leggi qui la sua storia:

Fotografia: Lorenzo Morandi