

La Gazette

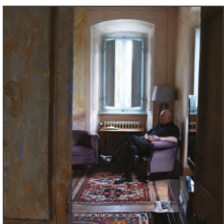
47

il giornale di **GIOVANNI RASPINI**



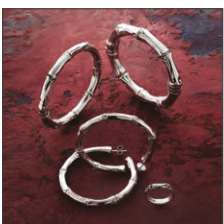
*Silver
& wine*





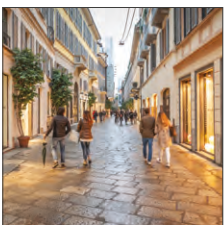
Il Punto di Giovanni e Claudio
di Giovanni Raspini e Claudio Arati

4



**La nuova collezione
autunno inverno 2019/20**
di Giovanni Raspini
di Andrea de Paolis

6



**Giovanni Raspini
raddoppia a Milano**
di Fiamma Niccolai

14



**Giovanni Raspini
apre in Coin Excelsior**
di Andrea de Paolis

20

**Seconda edizione
del "Giovanni Raspini
Food & Wine Award"**
di Fiamma Niccolai

24



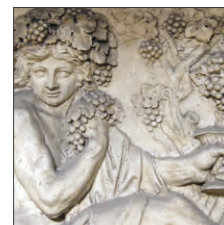
**Intervista
a Piero Antinori**
di Francesco Maria Rossi

34



**L'uomo e il vino:
una storia antica
come il mondo**
di Francesco Maria Rossi

40



**Estratto
Giovanni Raspini
Milano Mood Portrait**
di Francesco Maria Rossi

43



La Gazette 47

autunno in verno 2019/20

Il Punto di Giovanni e Claudio

di Giovanni Raspini e Claudio Arati

Una notte insonne. Abbiamo discusso a lungo se il nostro nuovo bellissimo negozio in Via della Spiga dovesse avere il consueto assortimento con gioielli e oggetti per la casa, la tavola ed il regalo. Ci saranno solo gioielli. Questo fatto ci ha tolto il sonno. Come tradire un vecchio amico. Non tifare più per la squadra del cuore. Noi siamo argentieri. Argentieri nel profondo. Siamo diventati capaci a fare gioielli. Siamo credibili, contemporanei, modaioli e tecnicamente ineccepibili nei gioielli. Li facciamo tutti in casa. Con le nostre mani. Ma non portare neanche una cornice, un vassoio, un secchio champagne, un piattino nel Quadrilatero della Moda è stata una ferita, peggio, un disagio. Più del novanta per cento del nostro giro d'affari viene dai gioielli. Il lavoro va bene. La ditta cresce e siamo contenti. Siamo felici di fare collane ardimentose, bracciali irriverenti e orecchini sbrilluccicanti. Ma il nostro cuore batte dove si ama *l'art de la table*, il fasto del ricevere, l'apparecchiatura di gala, in mezzo a cristalli, porcellane e tovaglie ricamate. Non vogliamo perdere il mestiere. Non rinunciamo a valorizzare il modellato plastico ed il suo esito più alto. La fusione a cera persa. Non vogliamo fare arrugginire i nostri bulini ed i ferri da cesello. Non accadrà. Rilanceremo. Faremo cornici ancora più belle, secchi champagne da togliere il fiato, vassoi animalier e premi unici per chi se lo merita. Quando un anno fa abbiamo visitato la Cantina di Bargino nel Chianti Classico dei Marchesi Antinori abbiamo provato quel raro brivido che ti piglia di fronte ai pochi ma veri capolavori dell'architettura contemporanea. Bravi. Altro che vino. Oltre il vino. Abbiamo pensato subito a loro come destinatari del nostro Food & Wine Award. È nata una scultura in cera che abbiamo fuso, rifinito e lucidato come meritava. Il Marchese Piero raffigurato come un vecchio gufo che protegge e vigila sullo stemma di famiglia e sulle tre figlie. Una leonessa, una pantera ed un'aquila. Si offenderanno? Figuriamoci. Hanno gradito e parecchio. Ci piacerebbe pensare questo oggetto non solo come un premio ma come il bozzetto di una grande scultura in bronzo, alta tre o quattro metri, con l'aquila che atterra sulla groppa della pantera dopo aver sorvolato le colline più belle d'Italia.

A sleepless night. We discussed at length if our new beautiful shop in Via della Spiga should have our usual assortment of jewellery and home decor items, tableware, and gifts. There will only be jewellery. This kept us awake all night. For us, it felt like betraying an old friend or no longer cheering for your favourite team. We are silversmiths. Silversmiths through and through. We have learnt to produce jewellery. And when it comes to it, we are credible, contemporary, fashionable and technically impeccable. All is done in-house, using our own hands. But failing to bring even a frame, a platter, a champagne bucket, or a saucer in the Quadrilatero della Moda hurt us - how awkward it made us feel! Over ninety percent of our turnover comes from jewellery. Business is up. The company is growing and we feel satisfied. We are happy making daring necklaces, irreverent bracelets and sparkling earrings. But our hearts beat with the love for the *art de la table*, the splendour of entertaining and gala decor amidst crystalware, porcelain, and embroidered tablecloths. We don't want to leave this craft behind. We still appreciate modelling and its highest result. Lost-wax casting. We don't want to see our engraving chisels rust. That won't happen. We'll bounce back. We will make even more beautiful frames, awe-inspiring champagne buckets, animalier themed platters and unique gifts for those who deserve them. When we visited the Bargino winery in the Chianti Classico of the Marchesi Antinori a year ago, we experienced that rare thrill felt in contemplation of the few but truly authentic masterpieces of contemporary architecture. Great work. It's more than the wine. Beyond wine. Another level. We immediately thought of them for our Food&Wine Award. We created a wax sculpture which we fused, finished and polished as it deserved. The Marquis Piero is depicted as an old owl that protects and watches over the family coat of arms and the three daughters. A lioness, a panther and an eagle. Will they be offended? No way! In fact, they loved it. We would like to think of this object not only as a prize but as a sketch for a large bronze sculpture, three or four metres high, with the eagle landing on the back of the panther after flying over Italy's most beautiful hills.





La nuova collezione autunno inverno 2019/20 di Giovanni Raspini

di Andrea de Paolis

Identità e stile di un marchio contemporaneo

Con la collezione autunno inverno 2019/20, Giovanni Raspini, leader innovativo del gioiello in argento, intende ribadire la sua forte identità presentando creazioni ove al design contemporaneo si unisce con armonia lo stile peculiare che da sempre lo contraddistingue. Cinque nuove collezioni, quattro per donna e una dedicata all'uomo, dai nomi emblematici: *Cocodrillo*, *Bambù*, *Moon Flower*, *Mini Maui* e *Bond*.

Cocodrillo si rifà a uno dei temi classici del brand, proponendo un gioiello luminoso e leggero, realizzato in elettroformatura. Le belle ed efficaci texture di cocodrillo si integrano con la semplice eleganza degli elementi tubolari non bruniti, dando vita ad un gioco di riflessi emozionante. *Cocodrillo*, in argento e argento dorato, viene declinato in tre collane, tre bracciali, sei orecchini e due anelli.

With the 2019/20 Fall Winter collection, Giovanni Raspini, innovative leader in silver jewellery, reaffirms its strong identity by presenting creations in which contemporary design combines harmoniously with the unique style that has always distinguished the brand. Five new collections, four for women and one for men, with symbolic names: *Crocodile*, *Bamboo*, *Moon Flower*, *Mini Maui* and *Bond*.

Crocodile draws on one of the brand's classic themes, offering luminous, light, electroformed jewellery. The beautiful, effective crocodile textures complement the simple elegance of the non-burnished tubular elements, creating an exciting interplay of reflections. *Crocodile*, in silver and silver gilt, is presented as three necklaces, three bracelets, six earrings and two rings.



Ecco un gioiello che riesce a coniugare un utilizzo quotidiano con quello delle grandi occasioni: il suo nome è *Bambù*. Citando le armonie del classico bangle in fusione d'argento, Giovanni Raspini crea qualcosa di assolutamente nuovo mixando la texture senza tempo del bambù con l'elemento tubolare elettroformato. Il risultato è un gioiello leggerissimo e luminoso, eppure di grande forza plastica. Presentato in due collane, tre bracciali, quattro orecchini e due anelli.

Here is jewellery which manages to combine everyday use with that of special occasions: its name is *Bamboo*. With a nod to the harmonies of the classic silver fusion bangle, Giovanni Raspini creates something absolutely new by mixing the timeless texture of bamboo with the electroformed tubular element. The result is very light and luminous jewellery, yet with great strength. It is presented as two necklaces, three bracelets, four earrings and two rings.





Moon Flower nasce dall'idea di un fiore immaginario e bellissimo. È una collezione di stampo naturalistico realizzata in argento, ma fra i petali in metallo brunito brillano i riflessi cangianti della labradorite arcobaleno, detta anche moonlight stone. Proprio il connubio fra il decoro floreale d'argento e la delicatezza di questa pietra naturale (che va dall'azzurro al blu e sino al grigio) rende elegantissima la collezione. *Moon Flower* viene proposto in una collana, un pendente, due orecchini, un bracciale e due anelli.

Appartenente al grande mondo *Perlage*, con le sferette luminose in argento brunito che prendono la forma del cerchio (vuoto o decorato con la madreperla e il quarzo ialino doppiati insieme), *Mini Maui* è un gioiello giovane e personale, ove i riflessi cangianti rosa, grigi e verdi che ricordano i colori dell'alba contribuiscono a regalare luce e armonia a chi lo indossa. *Mini Maui* vede un doppio pendente, una collana longuette, un girocollo, un bracciale, quattro orecchini e un anello.

Moon Flower comes from the idea of a very beautiful, imaginary flower. It is a collection of a naturalistic mould made in silver in which the iridescent reflections of rainbow labradorite, also known as the moonlight stone, shine among the burnished metal petals. It is the combination of silver floral decoration and the delicacy of this natural stone (ranging from azure to blue and up to grey) that makes this an extremely elegant collection. *Moon Flower* comes in a necklace, a pendant, two earrings, a bracelet and two rings.

Belonging to the great world of *Perlage*, with luminous spheres in burnished silver in the shape of a circle (empty or decorated with overlapping mother-of-pearl and hyaline quartz), *Mini Maui* is young, personal jewellery whose iridescent pink, grey and green reflections recall the colours of dawn and help give light and harmony to the wearer. *Mini Maui* comes in a double pendant, two necklaces, a bracelet, four earrings and a ring.



La collezione maschile *Bond*, nomen omen, propone il decoro del filo in argento avvolto intorno all'asse longitudinale del gioiello come fosse appunto un "legame". All'argento brunito si aggiungono sfere rotonde o allungate in lapislazzuli e onice nera, creando un effetto estremamente interessante. Gioiello per un uomo contemporaneo, minimalista e giovane, che però non vuole rinunciare alla bellezza delle tradizionali lavorazioni in argento a cera persa, *Bond* è declinato in cinque bracciali (di cui tre semisnodati), due anelli con pietra e un anello a fascia.

The aptly named *Bond* men's collection offers silver thread decorations wrapped around the length of the jewellery just like a "bond". The burnished silver is accompanied by round or elongated stones in lapis lazuli and black onyx, creating an extremely interesting effect. Jewellery for the contemporary man, minimalist and youthful, which nonetheless does not lack the beauty of traditional lost-wax silver work. *Bond* is presented as five bracelets (three of which are semi-articulated), two rings with a stone and a band ring.



Giovanni Raspini raddoppia a Milano

di Fiamma Niccolai

Aperto un flagship store in via della Spiga

Con l'apertura in via della Spiga, Giovanni Raspini raddoppia la sua presenza a Milano. Dopo il monomarca di corso Monforte, in zona San Babila, il quale ha appena riaperto dopo un'importante intervento di restyling, il brand toscano del gioiello ha deciso di investire ulteriormente nella città della moda, posizionandosi in una delle vie del lusso per eccellenza. Un'importante scelta strategica, compiuta nell'ottica di una sempre maggiore crescita, ma soprattutto realizzata con l'obiettivo di intercettare il pubblico internazionale e una rinnovata visibilità.

Via della Spiga – assieme a via Manzoni, via Monte Napoleone e corso Venezia – è una delle quattro strade che formano il celeberrimo “Quadrilatero della Moda”. Essa prende nome dall'antica Contrada della Spiga, e delimita un'area centralissima della città di Milano importante non solo per lo shopping e la moda (numerosi brand hanno sede proprio qui), ma anche da un punto di vista storico-culturale. Da segnalarsi alcuni prestigiosi palazzi e due importanti musei: la Casa Museo Poldi Pezzoli e quella Bagatti Valsecchi.

La nuova boutique milanese di Giovanni Raspini si affaccia con due ampie vetrine sulla via dello shopping. Un negozio colmo di luce e semplice eleganza, per il quale gli architetti del brand hanno messo in atto un importante restyling del concept originario, pur mantenendo gli elementi iconici. Il progetto evidenzia il dialogo fra luce ed ombra, bianco e nero, in un equilibrio di forte impatto contemporaneo. Nuovi e luminosi banconi “a vetrina” per gioielli e un grande lightbox con le immagini di campagna danno vita e profondità al negozio; una migliore gestione degli spazi regala al cliente una nuova esperienza percettiva.

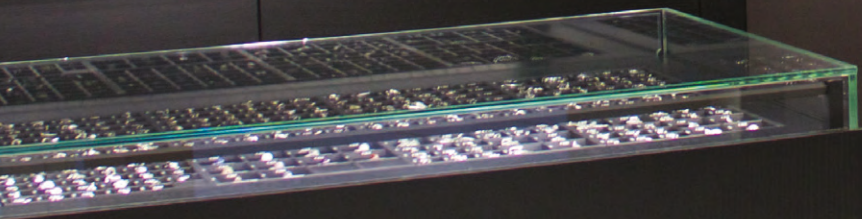
With the opening in Via della Spiga, Giovanni Raspini doubles its presence in Milan. After the flagship store in Corso Monforte, in San Babila area, which has just reopened after an important restyling, the Tuscan jewellery brand has decided to further invest in the city of fashion, positioning in one of the luxury shopping street par excellence. An important strategic choice, carried out with a view to an ever-increasing growth, but above all made with the aim of intercepting an international public and a renewed visibility.

Via della Spiga - together with via Manzoni, via Monte Napoleone and corso Venezia - is one of the four streets that make up the famous “Quadrilatero della Moda”. It takes its name from the ancient Contrada della Spiga, and delimits a central area of the city of Milan, important not only for shopping and fashion (many companies are based here), but also from an historical and cultural point of view. Worth mentioning some prestigious palaces and two important museums: the Poldi Pezzoli House Museum and the Bagatti Valsecchi House.

Giovanni Raspini's new Milanese store has two large windows overlooking the shopping street. A store full of light and simple elegance, for which the brand's architects have implemented an important restyling of the original concept, while maintaining the iconic elements. The project highlights the dialogue between light and shadow, black and white, in a balance of strong contemporary impact. New and bright “showcase” counters for jewels and a large lightbox give life and depth to the store; an improved space management gives the customer a new perceptive experience.



GIOVANNI RASPINI



Il monarca di via della Spiga sarà dedicato esclusivamente alle linee di Gioielli e Charms, mentre gli oggetti per la casa e la tavola (oltre ai gioielli) rimarranno in vendita nel negozio di San Babila. Le boutique Giovanni Raspini e la città di Milano: un binomio di eccellenza e stile per un marchio che coniuga da sempre tradizione e ricerca, identità e forme contemporanee.

The flagship store in Via della Spiga will be dedicated exclusively to jewellery and charms, while household goods (in addition to jewellery) will remain for sale in the San Babila store. Giovanni Raspini stores and the city of Milan: excellence and style for a brand that has always combined tradition and research, identity and contemporary forms.









Giovanni Raspini apre in Coin Excelsior

di Andrea de Paolis

A Roma e Milano i primi due shop del brand toscano

Giovanni Raspini entra nel mondo dei department store e lo fa varcando la porta maestra di Coin Excelsior. Il brand toscano del gioiello, infatti, ha inaugurato lo scorso mese di luglio due importanti shop: uno presso Coin Excelsior Milano City Life e l'altro presso Coin Excelsior Roma Cola di Rienzo.

Quello dei department store è un fenomeno di grande rilevanza in paesi come USA, Inghilterra, Francia e Spagna, con grandi numeri di pubblico e fatturato. Coin, la più diffusa catena di department store in Italia, è guidata dal Presidente Giorgio Rossi e da una cordata di manager e imprenditori italiani che hanno scelto di investire su questa importante realtà e sul retail brand Coin Excelsior. Coin Excelsior è il contemporary department store che si caratterizza per l'accurata selezione di brand italiani e internazionali di moda, beauty e home decoration e che si presenta come una moderna agorà, un luogo di incontro e di esperienze.

La presenza di Giovanni Raspini in Coin si concretizza ora in questi primi due shop - realizzati secondo i più attuali concept progettuali del brand - ove sono presenti sia i gioielli che i charms. Quello del department store è un format che attrae molto il pubblico internazionale: Giovanni Raspini lo ha già sperimentato all'estero e adesso cerca di consolidare il progetto nel proprio Paese, partendo da Roma e Milano.

Giovanni Raspini enters the world of department stores by opening in Coin Excelsior. The Tuscan jewellery brand opens in July 2019 with two major outlets: one at Coin Excelsior Milano City Life and one at Coin Excelsior Roma Cola di Rienzo.

Department stores are big business in countries like the USA, Britain, France and Spain, attracting large numbers of visitors and with high turnovers. Coin, the most widespread chain of department stores in Italy, is led by President Giorgio Rossi and by a consortium of Italian managers and entrepreneurs who have chosen to invest in this important reality and in the Coin Excelsior retail brand. Coin Excelsior is the contemporary department store characterized by the careful selection of Italian and international fashion, beauty and home decoration brands and that looks like a modern agora, a place of encounters and experiences.

Giovanni Raspini's presence in Coin is now consolidated with the opening of its two stores - conceived in accordance with the brand's current design concepts - where both the jewellery and charms lines will be available. The department store format is extremely appealing to the international customer base; Giovanni Raspini has already experimented abroad and is now ready to consolidate the project on its own turf, starting in Rome and Milan.

“Tutto nasce da un comune sentire”, ci dice al riguardo Giovanni Raspini. “Coin è un gruppo italiano, ed è subito emersa un’identica visione del fare impresa. Un feeling importante su quello che è l’alto di gamma e sul modo di promuovere i nostri mondi creativi. Con Giorgio Rossi è nato il desiderio di lavorare insieme, aprendo i nostri due primi shop in Coin Excelsior. Spero vivamente che la collaborazione continui e possa ulteriormente svilupparsi con reciproca soddisfazione”.

COIN

La catena italiana di department store Coin è presente su tutto il territorio nazionale, all’interno dei più importanti centri storici e nelle principali vie dello shopping, con 40 negozi diretti e 100 store a insegna Coincasa tra Italia ed estero. Conta 35 milioni di visitatori e 9 milioni di scontrini emessi, un portfolio di più di 800 brand e una superficie di vendita di circa 115.000 mq. Sotto l’insegna Coin Excelsior, il brand include i premium contemporary department store di Roma Cola di Rienzo, Milano CityLife Shopping District e Trieste Corso Italia.

“It all started with a common sentiment,” says Giovanni Raspini. “Coin is an Italian group and it emerged straight away that we shared the same vision of how business is done. A great feeling about what constitutes high-end and how our creativity should be promoted. With Giorgio Rossi we knew we could work together, and we opened our first two shops in Coin Excelsior. I sincerely hope that the collaboration will continue and our mutually-rewarding partnership will develop further.”

COIN

Coin, the Italian chain of department stores, is present throughout the national territory, within the most important historical centres and in the main shopping streets, with 40 direct stores and 100 Coincasa stores in Italy and abroad. It has 35 million visitors and 9 million receipts issued, a portfolio of more than 800 brands and a sales area of approximately 115,000 square meters. Under the brand Coin Excelsior, the brand includes the premium contemporary department stores of Rome Cola di Rienzo, Milan CityLife Shopping District and Trieste Corso Italia.





Seconda edizione del “Giovanni Raspini Food & Wine Award”

di Fiamma Niccolai

Premiata la famiglia Antinori, simbolo di eccellenza nel mondo

Il paesaggio unico del Chianti, una cantina avveniristica ormai considerata capolavoro d’architettura, centocinquanta ospiti importanti e una scultura-premio creata da Giovanni Raspini. Giovedì 13 giugno 2019, nella meravigliosa cornice della cantina Antinori nel Chianti Classico, presso Bargino di San Casciano in Val di Pesa, in occasione della seconda edizione del “Giovanni Raspini Food & Wine Award”, il designer toscano del gioiello ha scelto di assegnare il premio alla famiglia Antinori, storica azienda toscana rinomata per la produzione di vini di altissima qualità, da oltre sei secoli (1385) sinonimo di eccellenza e grande tradizione.

Il premio si inserisce nell’articolato progetto di eventi dedicati da Giovanni Raspini ai protagonisti del food&wine, della cultura, dell’arte e dello spettacolo. Per ognuno di loro, l’argentiere toscano ha creato un trofeo diverso e unico, una vera e propria scultura in argento o bronzobianco che li racconti e li rappresenti. Ne citiamo alcuni: Martin Scorsese, David Lynch, Mario Martone, Zygmunt Bauman, Antonino Cannavacciuolo, Salvatore Accardo, Mogol, Dario Fo, Nicola Piovani, Andrea Bocelli, Sabrina Ferilli, Stefano Bollani, Athina Onassis.

La scultura dedicata alla famiglia Antinori rappresenta il marchese Piero con le tre figlie Albiera, Allegra ed Alessia. In basso appare l’antico stemma di famiglia, originariamente creato da Giovanni della Robbia a inizio del ‘500; sopra di esso il marchese, ritratto a guisa di gufo, saggio e colmo di memorie. A fianco, l’una sormontata dalle altre, le tre sorelle sono rappresentate nelle vesti di una leonessa, una pantera e un’aquila. Il marchese Antinori ha ricevuto il premio dalle mani di Giannina Raspini, manifestando tutto il suo entusiasmo per un’opera che lo ha sinceramente commosso.

The unique landscape of Chianti, a futuristic winery now considered a masterpiece of architecture, one hundred and fifty important guests and a sculpture-award created by Giovanni Raspini. Thursday, June 13, 2019, in the wonderful location of Antinori winery in Chianti Classico, in Bargino di San Casciano in Val di Pesa, on the occasion of the second edition of the “Giovanni Raspini Food & Wine Award”, the Tuscan jewellery designer has chosen to award the prize to the Antinori family, the historic Florentine firm renowned for the production of high quality wines, synonymous with excellence and great tradition for over six centuries (1385).

The award is part of the structured project of events dedicated by Giovanni Raspini to the protagonists of food&wine, culture, art and entertainment. For each of them, the Tuscan silversmith has created a different and unique trophy, a real sculpture in silver or bronze that tells their story and represents them. To mention a few: Martin Scorsese, David Lynch, Mario Martone, Zygmunt Bauman, Antonino Cannavacciuolo, Salvatore Accardo, Mogol, Dario Fo, Nicola Piovani, Andrea Bocelli, Sabrina Ferilli, Stefano Bollani and Athina Onassis.

The sculpture dedicated to the Antinori family represents Marquis Piero Antinori with his three daughters Albiera, Allegra and Alessia. At the bottom is the ancient family crest, originally created by Giovanni della Robbia at the beginning of the 1500s; above it Marquis Piero, portrayed as an owl, wise and full of memories. To one side, one surmounted by the others, the three sisters are represented in the guise of a lioness, a panther and an eagle. The Marquis Antinori has received the prize from Giannina Raspini’s hands, expressing his enthusiasm for a work that has honestly moved him.



All'evento di Bargino ha preso parte un pubblico selezionato di giornalisti, imprenditori autorevoli del mondo food&wine, ospiti vip e amici. La premiazione si è svolta durante una cena conviviale ospitata negli affascinanti spazi open della cantina, fra le vigne e la struttura contemporanea in acciaio Corten, ove l'epifania della natura incontra il lavoro dell'uomo. Un menù apprezzatissimo accompagnato dai grandi vini Antinori, fra i quali un Bramasole 2015 della tenuta cortonese della Braccessa in onore ai natali aretini di Giovanni Raspini.

Questo è lo stile di vita che stiamo vivendo, in una società sempre più legata al concetto di qualità del cibo, del vino e dell'ambiente. Un mondo di cui Giovanni Raspini si sente fortemente partecipe: tradizione, eccellenza e innovazione creativa dal cuore della Toscana.

A selected audience of journalists, influential entrepreneurs from the food&wine world, vip guests and friends took part in the Bargino event. The award ceremony took place during a convivial dinner hosted in the fascinating open spaces of the winery, among the vineyards and the contemporary structure in Corten steel, where the revelation of nature meets the work of man. A highly appreciated menu accompanied by the great Antinori wines, including a 2015 Bramasole from the Cortona estate of Braccessa in honour of Giovanni Raspini birthplace Arezzo.

This is the lifestyle we are living, in a society increasingly linked to the concept of quality of food, wine and the environment. A world of which Giovanni Raspini feels strongly involved: tradition, excellence and creative innovation from the heart of Tuscany.









*Giovanni Raspini e le motivazioni
del premio alla Marchesi Antinori:*

“Per la II edizione del Giovanni Raspini Food&Wine Award, abbiamo deciso di premiare l’azienda vinicola Marchesi Antinori, o meglio la famiglia Antinori, perché parlando di vino, di eccellenza, di territorio e tradizione, di storia e toscانيتà nessuno si pone al loro livello come obiettivi raggiunti e progettualità futura. Vogliamo premiarli perché abbiamo toccato con mano la qualità, ma, soprattutto, la capacità di essere grandi imprenditori contemporanei pur avendo una storia familiare di oltre sei secoli (1385). Il marchese Piero Antinori, mostrando un coraggio e una lungimiranza straordinarie, ha sempre investito negli impianti vinicoli e in progetti innovativi, firmando alcuni dei vini più famosi del secolo, quali Tignanello, Solaia, Guado al Tasso e Cervaro della Sala. Oggi la Marchesi Antinori, guidata dalle tre sorelle Albiera, Allegra ed Alessia e dall’amministratore delegato Renzo Cotarella, è un’azienda internazionale con tenute in Toscana, in Italia, ma anche in Napa Valley e Cile. Ricordiamo infine la cantina Antinori nel Chianti Classico - nuova sede dell’azienda a Bargino di San Casciano in Val di Pesa, considerata un capolavoro di architettura sostenibile - ormai location di prima importanza del turismo enogastronomico mondiale”.

*Giovanni Raspini and the reason
of the award to Marchesi Antinori:*

“For the second edition of the Giovanni Raspini Food&Wine Award, we decided to award the Marchesi Antinori firm, or rather, the Antinori family because – when speaking of wine, excellence, territory and tradition, history and Tuscany – no one is at their level in terms of achievements and future projects. Our award goes to them because we have seen first-hand the quality, but, above all, the ability to be great contemporary entrepreneurs despite having a family history of over six centuries (1385). Showing extraordinary courage and far-sightedness, Marquis Piero has invested in wine planting and innovative projects, signing some of the most famous wines of the century, such as Tignanello, Solaia, Guado al Tasso and Cervaro della Sala. Today Marchesi Antinori, led by the three sisters Albiera, Allegra and Alessia and by the managing director Renzo Cotarella, is an international company with estates in Tuscany, Italy, but also in Napa Valley and Chile. Finally we remember the Antinori winery in Chianti Classico - new company headquarters in Bargino di San Casciano in Val di Pesa, considered a masterpiece of sustainable architecture - now a prime location of world food and wine tourism.”



FOOD&WINE
FOOD&WINE









L'intervista a Piero Antinori

di Francesco Maria Rossi

Si può essere “rivoluzionari” anche creando un grande vino

Il marchese Piero Antinori, classe 1938, è stato a capo dell'azienda di famiglia dal 1966 al 2016, quando ha lasciato il testimone alla figlia Albiera, con le sorelle Allegra ed Alessia. La Marchesi Antinori vanta una tradizione di 26 generazioni di “vinattieri”: da sempre il marchese ha lavorato e innovato in ogni ambito dell'azienda investendo in opere di lungo respiro come la cantina Antinori nel Chianti Classico, e prima nelle storiche tenute di Tignanello e Guado al Tasso, seguite da altre aree estremamente vocate alla produzione vinicola in Italia e nel mondo, o ancora nel mantenere vivo lo storico palazzo di famiglia in Firenze, espressione del proprio genius loci. Le figlie Albiera, Allegra ed Alessia continuano con successo l'opera del padre, occupandosi con passione e competenza del rapporto fra vino e lifestyle contemporaneo, all'insegna dell'innovazione creativa e dell'eccellenza.

“Troppo giovane per partecipare alla guerra o entrare nella Resistenza, troppo vecchio per catapultarmi nel Sessantotto, ho potuto intervenire in una sola rivoluzione: quella del vino!”. Sono parole sue, e al di là della battuta, questa dichiarazione racconta una grande verità. A fine anni Sessanta la situazione del settore vitivinicolo era estremamente difficile: o cambiare mestiere, o cambiare trend. Così lei nel 1970 ha creato il Tignanello...

Un vino che mi sta particolarmente a cuore perché rappresenta una pietra miliare nella storia recente del vino Toscano e, forse, Italiano. È il vino “simbolo” della fine di un'epoca e l'inizio di quella che io chiamo la “rivoluzione del vino Italiano”.

Marchese Piero Antinori, born in 1938, served as head of the family business from 1966 to 2016, after which he passed the baton to his daughter Albiera, along with her sisters Allegra and Alessia. The Marchesi Antinori company boasts a tradition reaching back to 26 generations of “vintners”. Marchese has always worked in and innovated every area of the company by investing in long-term projects such as the Antinori nel Chianti Classico winery, and even earlier in the historic Tignanello and Guado al Tasso estates. These were followed by other areas extremely suited to wine production in Italy and throughout the world, or in preserving the historic family palazzo in Florence, the expression of its genius loci. His daughters, Albiera, Allegra and Alessia, successfully continue their father's work, passionately and competently focussing on the relationship between wine and contemporary lifestyle, under the banner of creative innovation and excellence.

“Too young to participate in the war or join the Italian Resistance Movement, too old to catapult myself into the protests of 1968, I was only able to intervene in one revolution: the wine revolution!” These are your words, and jokes apart, this statement holds a great truth. At the end of the nineteen-sixties, the condition of the wine sector was extremely difficult, offering only two choices: either change jobs or change the trend. So, you created Tignanello in 1970...

That wine is especially close to my heart because it represents a milestone in the recent history of Tuscan wine and, perhaps, Italian wine. It is the wine that “symbolises” the end of an era and the beginning of what I call the “Italian wine revolution”.



La famiglia Antinori è iscritta all'Arte Fiorentina dei Vinattieri dal 1385, e nell'arco di ben 26 generazioni ha sempre gestito direttamente la produzione e le cantine con scelte innovative e spesso coraggiose, anche in momenti difficili per il comparto. Oggi la Marchesi Antinori è un'azienda internazionale, e quella che anni fa sembrava un'utopia, era invece l'espressione concreta del suo intuito nell'anticipare i tempi e comprendere i bisogni di una nuova società, sempre più legata al concetto di qualità del cibo, del vino e dell'ambiente. Le cose sono andate proprio come aveva previsto?

In un certo senso sì, anche se forse la “rivoluzione” si è svolta in tempi anche più brevi del previsto, ed è stata più radicale.

Nel 1993 avete istituito un trust familiare. A chi indicava la Borsa come alternativa, lei ha risposto con una frase significativa: “La Borsa non si addice al nostro mondo. Noi abbiamo i tempi lunghi della Natura...”. Ci spieghi meglio.

Il nostro è un settore che, per definizione, impone tempi lunghi. Si pianta un vigneto oggi ed i primi risultati, anche in termini economico/finanziari, si realizzeranno dopo 7/10 anni. La Borsa chiede invece tempi brevi, risultati più rapidi. Il Trust familiare ha lo scopo di tenere uniti nel tempo famiglia e azienda.

Dicevamo delle vostre 26 generazioni: siete fra le aziende attive più antiche al mondo. Nel 2016 lei ha passato la presidenza a sua figlia Albiera, coadiuvata dalle sorelle Allegra e Alessia e dall'amministratore delegato Renzo Cotarella (anche enologo e agronomo). Però non mi dica che è andato in pensione...

Il nostro lavoro mi appassiona ancora e seguo l'azienda con costante partecipazione cercando di occuparmi delle cose che mi “divertono” di più.

Qui a Bargino, in mezzo alla terra di famiglia, avete costruito una cantina avveniristica da oltre 100 milioni di euro (progettata da Marco Casamonti). Una sorta di palazzo Antinori del futuro, un capolavoro del design che sta riscuotendo un enorme successo nel campo del turismo enogastronomico. Oltre a vendere il vino in tutto il mondo, voi state portando il mondo qui, sviluppando quindi un marketing circolare e virtuoso.

The Antinori family has been a member of the Arte Fiorentina dei Vinattieri since 1385. For 26 generations, your family has always directly managed the production and the wineries with innovative and often courageous choices, even in difficult periods for the sector. Today, Marchesi Antinori is an international company, and what some years ago seemed a utopia was instead the concrete expression of the company's intuition in anticipating the times and understanding the needs of a new society, increasingly linked to the concept of quality of food, wine and environment. Did things go exactly as you planned?

Yes, to a certain extent, even though the “revolution” may have taken place in a shorter timeframe than expected, and in a more radical way.

In 1993 you set up a family trust. To anyone who suggested the stock exchange as an alternative, you replied with a meaningful phrase: “The stock exchange does not suit our world. We are bound by the lengthy times of Nature...”. Could you please explain?

Our sector, by definition, demands long times. The first results of a vineyard planted today, also in economic/financial terms, will be seen after 7/10 years. Instead, the stock exchange asks for brief times and faster results. The Family Trust aims to keep the family and company united over time.

We mentioned the 26 generations of your family: yours is one of the oldest active companies in the world. In 2016, you passed the presidency to your daughter Albiera, assisted by her sisters Allegra and Alessia and the managing director Renzo Cotarella (who is also a winemaker and agronomist). However, I doubt that you have retired...

I am still passionate about our work and I continue to participate in the company, trying to focus on the things that I “enjoy” more.

Here in Bargino, in the middle of your family's land, you have built a futuristic winery, costing over 100 million euros (designed by Marco Casamonti). A sort of palazzo Antinori of the future, a masterpiece of design that is enjoying enormous success in the field of food and wine tourism. In addition to selling wine all over the world, you are bringing the world here, thus developing a virtuous marketing circle.

L'interesse per visitare i luoghi dove il vino viene prodotto è andato crescendo negli ultimi tempi. Con la nuova cantina Antinori nel Chianti Classico abbiamo cercato di arricchire il nostro meraviglioso territorio che è, questo sì, la vera opera d'arte.

Giacomo Tachis (1933 – 2016), grande enologo e suo collaboratore di fiducia, diceva che “il gran vino nasce comunque nella vigna”. Il terroir è fondamentale. Molti nel corso del tempo se ne erano dimenticati: si può affermare che alla fine il concetto “toscano” di qualità ha prevalso?

La Toscana è simbolo di bellezza, eleganza, armonia e buongusto e i prodotti che nascono in questa regione, in qualche modo, esprimono questi valori. Giacomo Tachis lo aveva ben compreso.

Tradizione, eccellenza e innovazione creativa dal cuore della Toscana: questo è il lifestyle contemporaneo che stiamo vivendo, di cui anche Giovanni Raspini si sente fortemente partecipe. La scultura trofeo per la famiglia Antinori rappresenta l'antico stemma di famiglia; sopra di esso il marchese Piero, ritratto a guisa di gufo, saggio e colmo di memorie. A fianco, l'una sormontata dalle altre, le tre figlie sono rappresentate nelle vesti di una leonessa, una pantera e un'aquila. Che sensazioni le ha dato ricevere questo premio che proviene dal mondo creativo di un argentiere aretino?

Ricevere un riconoscimento fa sempre piacere. Se poi questo consiste in un'opera di un grande artista toscano, sensibile alla tradizione ma anche all'innovazione creativa, il riconoscimento acquista un valore ed un sapore ancora maggiore che si traduce in una vera e propria “emozione”.

Interest in visiting wineries has been growing in recent times. With the new Antinori nel Chianti Classico winery, we have tried to enrich our wonderful territory, which is the true work of art.

Giacomo Tachis (1933 - 2016), a great oenologist and your trusted collaborator, said that “great wine is, in any case, created in the vineyard”. The terroir is absolutely essential. Many have been forgotten over time: can we say that the “Tuscan” concept of quality has prevailed in the end?

Tuscany is a symbol of beauty, elegance, harmony, and good taste. The products that are created in this region express these values in some form. Giacomo Tachis understood this concept well.

Tradition, excellence and creative innovation from the heart of Tuscany: this is the contemporary lifestyle that we are living, in which Giovanni Raspini also feels strongly involved. The sculptural trophy for the Antinori family represents the ancient family crest; above is the Marchese Piero portrayed as an owl, wise and full of memories. Alongside, one surmounted by the others, the three daughters are represented in the guise of a lioness, a panther, and an eagle. What did you feel upon receiving this award, coming from the visionary world of a silversmith from Arezzo?

It is always nice to receive an award. And if the award consists of an artwork by a great Tuscan artist, who is sensitive to tradition, as well as to creative innovation, the recognition acquires an even greater value and flavour that translates into a true “emotion”.



L'uomo e il vino: una storia antica come il mondo

di Francesco Maria Rossi

Fra poesia e amore, bellezza e oblio

Del vitigno
Sì benigno
che fiammeggia in Sansavino;
O di quel che vermigliuzzo,
Brillantuzzo
Fa superbo l'aretino [...]
E 'l tuo Signor nell'età sua più vecchia
Possa del vin tuo ber colla secchia.

Francesco Redi
Bacco in Toscana

And drink of the wine
of the vine benign
That sparkles warm in Sansovine;
Or of that vermilion charmer
And heart-warmer
and lifts the head so of the toasters of Arezzo [...]
And may thy master, when for age he's crooked
Be able to drink of thee by the bucket

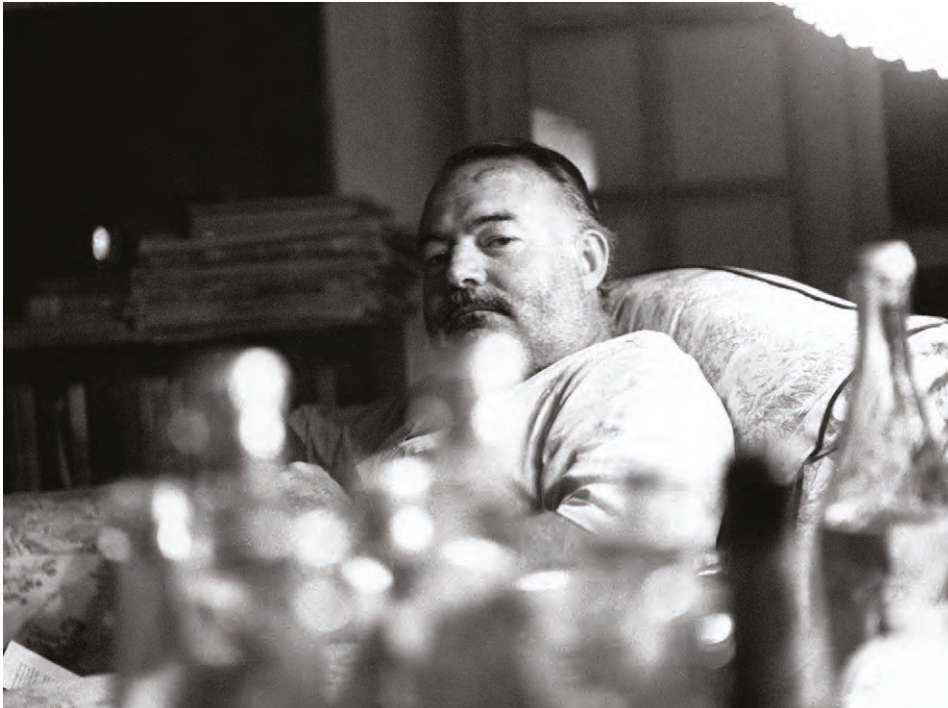
Francesco Redi
Bacchus in Tuscany

Accademico della Crusca, archiatra di Ferdinando II dei Medici, padre della biologia sperimentale: eppure Francesco Redi (Arezzo, 1626 – Pisa, 1698) è passato alla storia come autore del poema giocoso più imitato fra Sette e Ottocento, ovvero del ditirambo *Bacco in Toscana*, pubblicato a Firenze nel 1685 e dedicato alla vite e al vino in tutte le sue straordinarie forme e tipologie. Sapere e fascino della divina spremitura alcolica.

La storia del rapporto fra uomo e vino è antica come quella del mondo, e la coltivazione della vite viene citata in tutti i maggiori testi classici e nella Bibbia. Come sappiamo, il vino è divenuto ben presto esperienza assoluta, quasi specchio dell'infinito, rispecchiando con le sue ambivalenti caratteristiche l'ambiguità dell'uomo stesso. Ma a differenza della riflessione filosofica, concettuale, il vino è sempre apparso come materia viva: cioè colore, profumo e soprattutto gusto. E ha persino toccato la sfera del Sacro.

He was a fellow of the Accademia della Crusca, physician to Ferdinando II dei Medici and the founder of experimental biology, yet Francesco Redi (Arezzo, 1626 - Pisa, 1698) has gone down in history as the poet who wrote the dithyrambic *Bacchus in Tuscany*, a witty poem that became the most reproduced verse of the 18th and 19th centuries; a poem dedicated to the vine and wine in all its extraordinary forms and varieties, which first appeared in Florence in 1685. The taste and charm of the divine alcoholic pressing.

Man's relationship with wine has existed since the world began; vine cultivation is mentioned in the Bible and in all the principal classical texts. As we know, wine quickly became the ultimate experience, a mirror on infinity almost - its divergent character reflecting man's own ambiguity. But unlike philosophical, conceptual reflections, wine has always appeared as a living thing with its colour, its aroma and above all its taste. It even touched the sphere of the sacred.



Nel corso del tempo, l'arte della "giusta misura" ha trasformato la cultura del vino in una sorta di metafora della vita, creando la coppia dialogica che ha generato la civiltà: Dioniso e Apollo. Il primo (chiamato Fuflluns dagli Etruschi e noto ai romani come Bacco) è stato spesso visto come il ribelle, il vandalo, il propugnatore della libido più sfrenata, ma anche colui in cui finito e infinito coesistono creativamente. Il secondo, Apollo, dio della poesia e delle Muse, è divenuto il tiranno evoluto della civiltà occidentale, e nella millenaria lotta senza quartiere fra sacro civile e profano selvaggio sembrava aver vinto in modo inequivocabile: la cultura, il concetto avevano prevalso sulla natura primordiale e sull'emozionalità incontrollabile. O almeno ciò appariva.

Il vino si faceva così poesia, anzi diveniva "cavallo" del poeta e della bellezza. Dai greci Anacreonte e Alceo a Rumi e Omar Khayyam in Persia, da Poliziano e Cecco Angiolieri per arrivare a Baudelaire, Trilussa e i contemporanei Fitzgerald, Hemingway, Neruda, Prévert, Bukowski, sino alla nostra Alda Merini. Vino e alcol che scorre a fiumi nelle vene di molti grandi scrittori e poeti, tanto che il russo Venedikt Erofeev nel 1973 compone addirittura il *Poema ferroviario Mosca - Petuski*, completamente attraversato da uno stato di ebbrezza superalcolica. Col vino, naturalmente, si canta l'amore - spesso impossibile, fallito o perduto - come a dire che, davanti ad un bel bicchiere, il dolore viene sopraffatto dall'oblio cosmico e dalla nostalgia.

Oggi, però, rispetto alla "strana coppia" tutto è tornato in discussione. Fra Dioniso e Apollo non sembrano esserci più vincitori o vinti. Oramai ogni cosa cambia e si trasforma alla velocità della luce e la virtualità innerva le nuove generazioni in modo sostanziale. Forse, come ci ha spiegato Zygmunt Bauman, ha vinto proprio il cosiddetto "mondo liquido". Cosa esso sia esattamente nessuno lo sa, e morto Bauman noi possiamo soltanto citarlo con rispetto. Indubbiamente, dopo gli anni "gloriosi" dell'aperitivo e dell'happy hour, il vino ha ripreso forza e vigore, come alimento e come concetto culturale. Oggi si parla spesso di vino "bio", ma già i produttori più illuminati propugnano metodi completamente naturali, ove si possa realizzare una relazione autentica e profonda fra territorio e agricoltore, mediante un rapporto simbiotico e sostenibile che produrrà il "green wine", il vino di un futuro molto prossimo, forse altrettanto antico.

Over time, the art of finding the 'right measure' has transformed wine culture into a sort of metaphor for life, creating the dichotomy that generated civilisation: Dionysus and Apollo. The former (whom the Etruscans called Fuflluns and was known to the Romans as Bacchus) was often seen as a rebel, a vandal, the most unrestrained propagator of the libido, but also the one in whom the finite and the infinite coexisted creatively. The latter, Apollo, god of poetry and the Muses, became the civilised tyrant of western civilisation, and in the unbridled thousand-year-old struggle between pious living and profane savagery seems to be the unequivocal victor: culture and concept had prevailed over primitive nature and uncontrolled sentimentality. Or at least, that's how it seemed.

Wine was thus transformed into poetry, becoming the vehicle of poets and of beauty. From Anacreon and Alcaeus in ancient Greece to Rumi and Omar Khayyam in Persia, Poliziano, Cecco Angiolieri and finally Baudelaire, Trilussa and modern writers like Fitzgerald, Hemingway, Neruda, Prévert, Bukowski and even our own Alda Merini. The wine and the alcohol flowing freely in the veins of many great writers and poets, such as Russian writer Venedikt Yerofeyev who in 1973 penned the poem *Moscow - Petushki, the End of the Line* in a state of total inebriation. Wine, of course, gives voice to love songs - often impossible, failed or lost love, as if to say that pain is overcome by cosmic oblivion and nostalgia when confronted with a glass of fine wine.

Regarding the "odd couple" though, everything is now up for debate again. Between Dionysus and Apollo we cannot easily say who is the victor and who is the vanquished. Everything is changing and transforming at the speed of light, and new generations are greatly influenced by virtuality. Perhaps, as Zygmunt Bauman explained, the so-called 'liquid world' has won after all. What that means exactly, nobody knows; Bauman is dead, we can only quote him respectfully. Certainly, after the 'glorious' years of the aperitif and the happy hour, wine has once more regained its power and vigour as a natural concept and staple item. These days we talk of 'organic' wine, but the most enlightened producers already adopt processes that are completely natural, where a profound and genuine rapport exists between the land and the grower, through a sustainable, symbiotic relationship that produces 'green wine' - the wine of a future that is very close, yet perhaps an ancient wine too.



Milano e la fotografia

un estratto del testo introduttivo di Francesco Maria Rossi

Dal libro Giovanni Raspini
Milano Mood Portrait

Non cerco la bellezza, ma la nitidezza.
Emmanuel Carrère

I luoghi e le città hanno un'anima, che occorre scoprire e proteggere. Ne va della stessa nostra identità, del legame insopprimibile col Genius Loci, lo spirito del luogo. L'anima di Milano è ancora più complessa e articolata di ogni altra città italiana, proprio in virtù di una dinamicità sociale che soprattutto dal dopoguerra in poi l'ha resa "cosmopolita" e ricca di un tessuto umano di grande condivisione. Una città fondata dai Celti, poi divenuta capitale dell'Impero Romano d'Occidente col nome di Mediolanum. La Milano comunale, quindi viscontea e sforzesca. Spagnola, austriaca e di nuovo capitale del Regno d'Italia napoleonico. E dopo la gloriosa parentesi risorgimentale, finalmente centro economico e finanziario della nostra penisola, a guidarne con Torino e Genova lo sviluppo industriale. Ancor oggi Milano è sinonimo di dinamismo economico, di innovazione e di moda, settore per cui viene considerata una delle capitali mondiali.

Milano è soprattutto un grande set fotografico e pubblicitario. Mentre Roma diventava città degli studi ci-

I am looking not for beauty, but for clarity.
Emmanuel Carrère

Places and cities have a soul, which must be discovered and protected. It has to do with our own identity, of the irrepressible link with the Genius Loci, the spirit of place. The soul of Milan is even more complex and detailed than that of any other Italian city, precisely because of a social dynamism which, particularly from the post-war period onwards, has rendered it "cosmopolitan" and rich in its great, shared human tapestry. A city founded by the Celts, which later became the capital of the Western Roman Empire under the name of Mediolanum. The common Milan, then that of Visconti and Sforza. And Spanish, Austrian and, once again, capital of the Napoleonic Kingdom of Italy. And, after the glorious parenthesis of the Renaissance, it finally became the economic and financial centre of our peninsula, leading its industrial development alongside Turin and Genoa. To this day, Milan continues to be synonymous with economic dynamism, innovation and fashion, a sector in which it is considered to be one of the world capitals.

Milano is, above all, a great photographic and commercial set. Whilst Rome was establishing it-



nematografici, il capoluogo lombardo si specializzava nello sviluppo e realizzazione dell'advertising, del documentario industriale, delle produzioni televisive. Lo sviluppo straordinario del mondo della moda e del design la ponevano su un doppio binario: da un lato la creatività produttiva degli stilisti, dei progettisti e delle aziende; dall'altro tutto un nuovo indotto promozionale e pubblicitario da inventare e sviluppare. Vi ricordate *La vita agra* (1962), l'ineffabile romanzo di Luciano Bianciardi, ove si narrano le vicende di un anarchico maremmano che viene a Milano per mettere una bomba e finisce invece, molto più prosaicamente, a lavorare nel sottobosco pubblicitario? Già lì si raccontano le "location" peculiari della città di allora: le latterie, i navigli, la Pelota, le case di ringhiera, Brera, la Torre Velasca, l'idroscalo, le periferie nebbiose. E oggi? Le location sono sempre tantissime, ma si sono evolute, a volte specializzate, oppure rese più istituzionali. In ordine di preferenza: il Duomo, la Galleria, la Scala, il Palazzo Reale, i navigli, corso Como, sino a giungere alle vie della moda e del design. Ecco poi i nuovi skyline di Milano: torri e grattacieli, giardini verticali, nuove urbanizzazioni e recuperi industriali, ovvero il progetto Porta Nuova, il sito Expo 2015, e naturalmente Citylife. Tutti luoghi assolutamente up-to-date, almeno sino a quando non ne sorgeranno altri nuovissimi. Questo è il destino di ogni grande città, sempre in perenne trasformazione, che sia New York o Pechino, Londra o Mumbai.

Milano ha avuto i suoi fotografi. Sono tanti, noti e meno noti, nati in città o giunti qui per avere un'opportunità professionale. Rifuggendo ogni volontà di lista, ne vorremmo citare alcuni: che conosciamo, che ci piacciono, che hanno fatto la storia della fotografia e non solo a Milano. Uno è stato certamente Fedele Toscani, padre del notis-

self as the city of film studios, the Lombard capital specialised in the development and production of advertising, industrial documentaries and television productions. The extraordinary development of the world of fashion and design placed it on a dual track: on the one hand, the productive creativity of stylists, designers and companies; on the other, a whole new promotional and commercial activity to be invented and developed. Do you remember *La vita agra* ("The Sour Life") (1962), the ineffable novel by Luciano Bianciardi, which tells the story of an anarchist from Maremma who comes to Milan to plant a bomb and, instead, ends up, far more prosaically, working in the undergrowth of advertising? This, already, tells of the "locations" peculiar to the city at that time: the dairies, the canals, the Pelota, the balustrade houses, Brera, the Velasca Tower, the seaplane base, the foggy suburbs. And today? The locations are still numerous, but they have evolved, and sometimes become specialised, or more institutional. In order of preference: the Duomo, the Gallery, La Scala, the Royal Palace, the canals Navigli, Corso Como, right up to the avenues of fashion and design. Then, there are the protagonists of the new Milan skyline: towers and skyscrapers, vertical gardens, new urban development and industrial recovery, in the forms of the Porta Nuova project, the Expo 2015 site and, of course, Citylife. All these landmarks are absolutely up-to-date, at least until brand new ones should emerge. This is the fate of every great city, always in a perennial state of transformation, be it New York or Beijing, London or Mumbai.

Milano has had its share of photographers. They are many, some famous and others less so, born in the city or having come here for the professional opportunity. Without wishing to list them, we would like to mention a few, whom we know and like, who have made the history of photography, and not just in Milan. One of these was, most certainly, Fedele Toscani,

simo Oliviero (merita pure lui una citazione per le sue coraggiose campagne pubblicitarie), fra i primi fotoreporter del Corriere della Sera a correre da una parte all'altra inseguendo la cronaca nera. E poi Lanfranco Colombo, fotografo e pioniere della fotografia italiana, creatore della prima grande galleria di immagini apparsa nel nostro paese, ovvero *Il Diaframma*. A Milano nacque pure Mario Dondero, una delle figure più importanti del fotogiornalismo culturale in Europa. Ancora un grande maestro: quel Federico Patellani che raccontò il dopoguerra e la ripresa economica, ma anche il costume e il tempo libero. Poi Mario Cattaneo, proveniente dal fotomaterialismo, che si occupò con intelligenza di reportage sociale; Paolo Monti, autore e tecnico, che documentò la trasformazione urbanistica del dopoguerra; Ugo Mulas, frequentatore del mitico Bar Giamaica in Brera, a cui il mondo dell'arte deve moltissimo; Alfa Castaldi, celebrato fotografo di Vogue Italia e marito di Anna Piaggi; Uliano Lucas, fotografo di una Milano inconsueta e principale riferimento per le immagini delle lotte studentesche e gli anni di piombo. Citando l'interessante mostra realizzata nel 2017 presso lo Spazio Tadini, *Milano negli anni '60 e la fotografia di movimento / Lo sguardo di Ernesto Fantozzi, Virgilio Carnisio e Valentino Bassanini*, vogliamo invece evidenziare la potenza del mezzo fotografico come "missione narrativa". I tre fotografi hanno realizzato una vera e propria mappatura della città, documentando la realtà con particolare attenzione ai quartieri periferici, e lo hanno fatto tra gli anni '60 e i primi anni '70, una stagione della fotografia milanese assolutamente irripetibile. Ancora una menzione per Gabriele Basilico, grande fotografo d'architettura che si è sempre occupato con straordinaria passione delle modificazioni del paesaggio urbano contemporaneo, specialmente della sua Milano. Infine i nomi di Giovanni Gastel,

father of the renowned Oliviero (he, too, deserves a mention for his brave advertising campaigns), one of the first Corriere della Sera press photographers to run from side to side chasing crime stories. Then there was Lanfranco Colombo, photographer and pioneer of Italian photography, creator of the first great gallery of images that appeared in our country, known as *Il Diaframma* ("The Diaphragm"). Mario Dondero was also born in Milan, one of the most important figures of cultural photojournalism in Europe. Yet another great maestro was Federico Patellani, who illustrated the post-war era and the economic recovery, but also captured customs and leisure time. Then there was Mario Cattaneo, from the amateur photography scene, who dealt intelligently with social reportage; Paolo Monti, author and technician, who documented the urban transformation of the post-war era; Ugo Mulas, patron of the legendary *Bar Giamaica* ("Jamaica Bar") in Brera, to whom the art world is greatly indebted; Alfa Castaldi, celebrated photographer of Vogue Italia and husband of Anna Piaggi; Uliano Lucas, photographer of an unusual Milan and the main point of reference for the images of the student struggles and the turbulent years of lead. Citing the interesting exhibition held in 2017 at the Spazio Tadini, *Milan in the 1960s and the photography of movement / The vision of Ernesto Fantozzi, Virgilio Carnisio and Valentino Bassanini*, we wish to highlight the power of the photographic medium as a "narrative mission". The three photographers have really mapped out the city, documenting reality with particular attention to the suburbs, and they did it between the 1960s and early 1970s, a season of Milanese photography that is absolutely unrepeatable. Another mention goes to Gabriele Basilico, a great architectural photographer who has always demonstrated extraordinary passion in dealing with the changes in the contemporary urban landscape, especially in his own Milan. Last, but not least, Gio-

uno dei fotografi di moda più eleganti e dotati del panorama internazionale, e di Maurizio Galimberti, grande sperimentatore fotografico, celebre per i suoi mosaici di immagini Polaroid.

Molte delle opere dei fotografi milanesi (di nascita o d'adozione) sono conservate presso il MUFOCO, ovvero il Museo di Fotografia Contemporanea aperto nel 2004 a Villa Ghirlanda di Cinisello Balsamo. Un museo internazionale, ma anche fortemente radicato nel territorio metropolitano di Milano. Dicevamo della città meneghina come di un set in continuo divenire, essenza stessa della modernità che si trasforma. Questo fu anche il lavoro di diversi fotografi di scena che documentarono la realizzazione di importanti film come *Miracolo a Milano*, *La notte*, *Il posto* e *Rocco e i suoi fratelli*. Proprio in riferimento a quest'ultima straordinaria pellicola, diretta da Luchino Visconti, non si può fare a meno di menzionare l'opera del fotografo di fiducia del regista, il francese Paul Ronald. Egli era uno dei pochi fotografi di scena che pretendevano di leggere il copione prima di scattare le foto, non accontentandosi dell'aspetto estetico o reportagistico, ma cercando sempre il senso più intimo del racconto filmico. Sia nei ritratti più intensi e drammatici che nelle foto ambientate o negli scorci architettonici cittadini emerge sempre una grande forza espressiva e compositiva. Notevole, ad esempio, la foto della "casa di ringhiera" che è un vero spaccato di vita, una sorta di microcosmo della Milano popolare di quel periodo.

Si dice che l'arte oggi sia prioritariamente comunicazione e racconto concettuale: questo significa che la fotografia, il cinema, la pittura e la letteratura rimangono ancora i media privilegiati per raccontare una città come Milano. Una metropoli stratificata, che prima di essere capita va amata, non

vanni Gastel, one of the most elegant and gifted international fashion photographers, and Maurizio Galimberti, great photographic experimenter, famous for his Polaroid image mosaics.

Many of the works of Milanese photographers (by birth or adoption) are preserved at the MUFOCO, the Museum of Contemporary Photography, opened in 2004 at Villa Ghirlanda in Cinisello Balsamo. An international museum, which is also strongly rooted in the metropolitan area of Milan. We were talking about the city of Milan as a set in a state of continuous evolution, the very essence of a transforming modernity. This was also the work of several stage photographers who documented the making of important films such as *Miracolo a Milano* ("Miracle in Milan"), *La notte* ("The Night"), *Il posto* ("The Place") and *Rocco e i suoi fratelli* ("Rocco and his brothers"). Precisely in reference to this last, extraordinary film, directed by Luchino Visconti, one cannot help but mention the work of the director's trusted photographer, the Frenchman, Paul Ronald. He was one of the few set photographers who insisted on reading the script before taking photos, not contenting himself with the aesthetic or reportage aspect, but always searching for the most intimate sense of the story told by the film. A great expressive and compositional force always emerges, be it from the most intense and dramatic portraits, from the set photos or from the architectural glimpses of the city. A noteworthy example is the photo of the "balustrade house", which is a true slice of life, a sort of microcosm of the popular Milan of that period.

It is said that art today is primarily conceptual narrative and communication: this means that photography, cinema, painting and literature are still the privileged media for telling the tales of a city like Milan. A multi-layered metropolis that must be

sempre di facile lettura, soprattutto per chi crede di poterla affrontare in modo rapido e superficiale. Con l'avvento del virtuale e degli smartphone, poi, tutto si è meravigliosamente amplificato. Oggi le foto sono geolocalizzate, entrano in connessione con le carte geografiche virtuali, tanto che presto potremo affermare che (finalmente) la mappa è divenuta il territorio. Pensate anche solo ad un social network come Instagram. Esso ha reso possibile la condivisione di milioni e milioni di foto, creando una sorta di mondo parallelo ove il demiurgo è ognuno di noi, e dove la saturazione iconica diventa concetto ipotizzabile.

Lo spagnolo Joan Fontcuberta, uno dei massimi esponenti della fotografia contemporanea, critico e maestro della manipolazione di immagini, in *La furia delle immagini / Note sulla postfotografia* (Edizioni Einaudi) ci racconta che non solo le foto si sono smaterializzate, ma probabilmente anche gli autori di esse, così che i concetti di originalità, verità, proprietà – ma soprattutto memoria – rischiano di dissolversi e confondersi fra le infinite onde del mondo liquido. L'immagine, allora, non appartiene più a chi la realizza, ma a chi la usa, la mette in circolo, la rende importante. Ovvero, la circolazione dell'immagine prevale sul suo contenuto, e l'autore si disperde in una "nuvola" condivisa.

Anche il nostro libro fotografico su Milano è un'opera condivisa, però di carta. Stampato per promuovere la memoria della materia e la vita iconica di una città che merita tutto l'affetto di cui siamo capaci. Una sorta di Vanitas contemporanea, sospesa fra eternità e fugacità. Forse è proprio vero che la fotografia è "arte che scompare". Come guardare in uno specchietto retrovisore: una battaglia persa contro il tempo che scorre inesorabile. Cercare di fermarlo è l'impegno vitale di chi ama davvero la fotografia.

loved before it can be understood, not always easy to read, especially for those who believe they can confront it swiftly and superficially. With the advent of virtual and of smartphones, then, everything became wonderfully amplified. Today, photos are geolocated; they connect with virtual maps, to such an extent that we will, soon, be able to affirm that (finally) the map has become the territory. Just think of a single social network, like Instagram. It has made it possible to share millions and millions of photos, creating a sort of parallel world where each of us is the demiurge, and where iconic saturation becomes a conceivable concept.

The Spaniard, Joan Fontcuberta, one of the leading exponents of contemporary photography, critic and master of image manipulation, in *The fury of images / Notes on post-photography* (Edizioni Einaudi) tells us that not only have the photos been de-materialised, but probably also their authors, so that the concepts of originality, truth, property - but, above all, memory - risk dissolving and blending into the infinite waves of the liquid world. The image, then, no longer belongs to the person who creates it, but to those who use it, circulate it and render it important. That is, the circulation of the image prevails over its content, and the author is dissolved into a shared "cloud".

Our photographic book on Milan is also a shared work, but one made of paper. Printed to promote the memory of the material and the iconic life of a city that deserves all the affection we are capable of. A sort of contemporary Vanitas, suspended between eternity and transience. Perhaps it really is true that photography is a "disappearing art". Just like looking in a rear-view mirror: a losing battle against the relentless flow of time. Trying to stop it is the vital commitment of those who truly love photography.



