

Storia di copertina/1 Il capoluogo lombardo meglio di Berlino e Barcellona

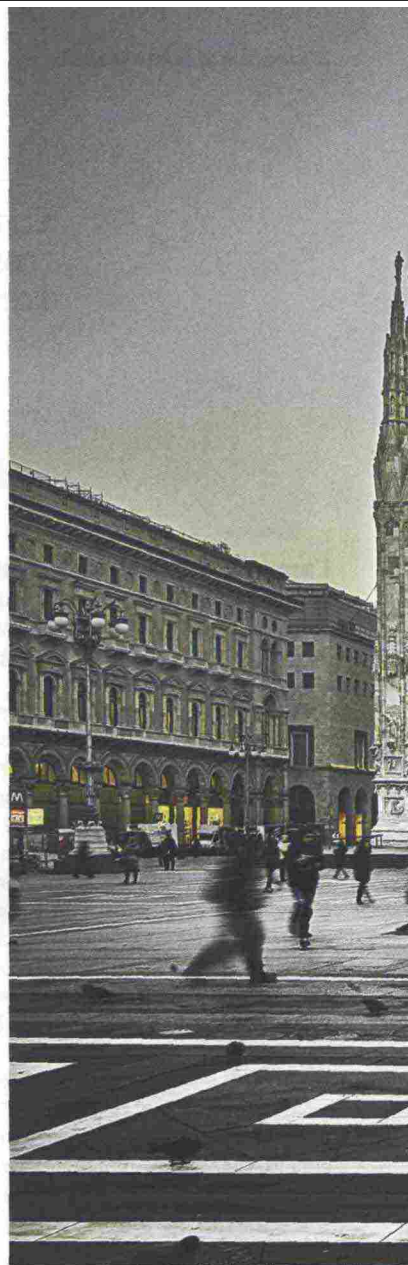
Locali trendy nelle ex fonderie, mercatini e musei pieni, l'energia dei giovani: Milano, la città più "cool" d'Europa

di Edoardo Vigna

Bici personalizzate, gufi impagliati, sneakers d'antan. All'ingresso, una vecchia 500 rossa e il carrettino, tanto "newyorkese", degli hot dog (a 2,50 euro, 50 centesimi in più per chi ci vuole i crauti). Fa caldo, nonostante i soffitti alti, visto che questa è la vecchia fabbrica delle macchine da caffè Faema. Per farti largo, in una grigia domenica d'autunno, devi sgomitare, anche se tutti avanzano con ordine e una certa eleganza. Il flusso, all'East Market, è continuo. «In un giorno passeranno di qui anche 20 mila persone», spiega Gianluca Iovine, il 32enne che organizza — senza una precisa cadenza — l'appuntamento. Le casse diffondono le melodie cubane dei Buena Vista Social Club e il rock dei Soundgarden. Se socchiudete gli occhi, sarà facile confondersi: l'atmosfera vibrante, l'energia del chiacchiericcio, il look dei visitatori del mercatino sono gli stessi che i giovani vanno cercando a Berlino, a Barcellona, le destinazioni più celebrate degli ultimi anni. Ma siamo a Milano: ormai la città più "cool" d'Europa.

Mentre Expo 2015 — il volano di ogni iniziativa avviata qui negli ultimi sei mesi — chiude, tira le somme e dibatte del proprio futuro, il capoluogo lombardo sboccia. A sancirlo, anche i numeri.

Macro e micro. Quarantamila iscritti al bike sharing, con 4.650 due ruote, e 300 mila al car sharing (per 6 operatori) hanno fatto di Milano la prima città nell'"economia condivisa". L'ultima stagione ha visto anche il contagio dell'arte andare a manetta: le entrate ai Musei del Castello, compreso quello della Pietà Rondanini di Michelangelo, sono arrivate a 412 mila (+65,4% in un anno), la mostra di Leonardo ha raggiunto 235 mila ingressi in 95 giorni, quella su Van Gogh ha chiuso a 185 mila, con Chagall a ruota (170 mila). Dai Musei Civici sono passati in 120 mila, il 50% in più dell'anno scorso, il Museo del Novecento ha conquistato il 43% di visitatori in più. Solo poche settimane fa, poi, oltre 200 mila "milanesi" — residenti e turisti — si sono riversati per le strade a far shopping e socializzare nella Vogue Fashion Night Out; tornando indietro solo di qualche mese, a maggio, erano 160 mila i cittadini che hanno popolato cortili e sale da concerto per le 300 esibizioni di Piano City. E non è solo l'intrattenimento — si vede bene, assai variegato — a pesare. Come può non colpire il +27,2% annuo delle domande di personale (registrato dall'Osservatorio Assolombarda)? E la cifra di 3,8 milioni di turisti stranieri che, tra Expo e voli low cost sempre più numerosi nei tre aeroporti milanesi, sciamano verso





Travolti da un'insolita voglia d'arte

Piazza Duomo, a Milano, poco dopo l'alba. In città, nella stagione di Expo 2015, l'offerta culturale, a cominciare da quella delle mostre e dei musei, ha trovato una risposta altissima: i biglietti venduti ai Musei del Castello Sforzesco sono aumentati in un anno del 65,4%, la mostra dedicata a Leonardo ha staccato 235 mila ingressi.

piazza Duomo, ogni giorno stracolma?

Tutte le strade sembrano portare a Milano, insomma. A cominciare da quelle che passano dall'East Market di Lambrate, quadrante orientale della città, nell'ex Faema, appunto, e nel capannone di fronte, un'ex fabbrica metalmeccanica che nel 1938 produceva carrelli per aerei. «Con la mia socia, Linda Ovidia, (hanno ciascuno un proprio marchio, di abiti e di occhiali da sole, ndr) condividiamo la passione per il vintage, che ci ha portato a girare in tutto il mondo», continua Iovine («da 10 anni nella moda»), che sfoggia, tatuate sulle dita delle mani accanto a un muso di tigre, le lettere «t-i-m-e/l-e-s-s» («senza tempo»). «Fino a che ci siamo detti: un mercato come quello di Williamsburg, sull'East River di New York, a Milano non c'è. Facciamolo».

Contaminazioni di ritorno. Era un anno fa. Ora sono già 70 gli espositori, di abiti come di artigianato, che, dopo una rigida selezione, portano a vendere qui i loro prodotti ogni volta che viene lanciato un appuntamento. E i clienti fanno sempre il pienone.

«Nella carta d'identità della città», dice l'assessore alla cultura Del Corno, «ora vorrei scrivere Capitale del Pensiero Creativo»

«Ha attecchito grazie al passaparola, sia fisico sia "social". Milano ha sempre avuto voglia di diventare un posto "figo" come Barcellona, ma era rimasta aggrappata soltanto al FuoriSalone (del Mobile, ndr) e alle settimane delle sfilate della moda. Ora ci siamo emancipati». Fra i molti banchetti, c'è quello della milanese Lara Monfomoso: «Abbiamo tutti viaggiato molto, visto un sacco di cose, con l'Erasmus e per le prime esperienze di lavoro. Ora siamo anche noi portatori di contaminazioni importanti». Lei, 31 anni, si è diplomata all'Accademia di Brera, ha fatto la *visual merchandiser* a Londra e la consulente in Svizzera. Ora è tornata a casa: «È il momento». Una settimana fa, con il socio Alessandro Fornaroli, ha brindato per l'opening party di May Faber, il marchio con cui propone abiti su misura e un look personalizzato. È qui che bisogna essere, oggi.

Proprio così. Certo, nessuno dimentica la disoccupazione cittadina ancora all'8,5%, le risse notturne a Porta Venezia, i quartieri che non decollano, e non solo in periferia, come la zona del commercialissimo corso Buenos Aires. L'effetto Expo, però, è innegabile:

ha catalizzato sulla città un'attenzione nazionale e internazionale superiore alle aspettative anche dei più ottimisti. Eppure se Lara è, per così dire, in ottima compagnia, non è certo solo per i sei mesi della kermesse. Basterebbe considerare l'apertura o l'ampliamento del quartier generale — con vista Italia e Mediterraneo — dei grandi player della Rete e dell'hi-tech: Google, Facebook, Netflix, LinkedIn, Alibaba, Apple, Samsung... La prospettiva è di lungo periodo.

Un "seme" piantato in città. Per molti di loro, la scelta, sulla mappa della città, è caduta sulla zona del grattacielo Unicredit, tra piazza Gae Aulenti e i nuovi palazzi di Porta Nuova. Ormai un secondo fulcro metropolitano, gemello diverso di piazza Duomo, che ha definitivamente avviato la trasformazione dello skyline cittadino. E che ora sta diventando anche protagonista culturale della "New Milano" con l'apertura, a fine luglio, dell'Unicredit Pavilion, una struttura polifunzionale — un "seme", questa la forma, che contiene auditorium, spazi per esposizioni multimediali, aree per eventi e meeting, tutto ecosostenibile e dall'inconfondibile look ligneo — che i milanesi hanno subito cominciato a riconoscere come uno dei nuovi *landmark*, edifici-simbolo della città. «Una delle nostre priorità sarà di far crescere i talenti: diamo spazio all'innovazione degli startupper come ai giovani borsisti della Filarmonica della Scala. Ma questo è uno spazio vivo, che vuole offrire alla comunità iniziative diverse fra loro, anche perché rivolte a persone differenti per gusti ed età che passano di qui nei diversi momenti della giornata», spiega la responsabile, Serena Massimi. «E proprio i visitatori che ad agosto sono venuti a vedere la mostra "Lo sguardo di...", con opere d'arte della collezione Unicredit, ci hanno lasciato un'impressione forte: gran parte di loro, firmando il guestbook, si sono rivelati milanesi che si dicevano felici di potersi riappropriare di questi spazi cittadini. Probabilmente è stato lo stesso con la nuova sede della Fondazione Prada e la riapertura della Darsena. La novità di Milano è anche qui: per la prima volta la città, che è sempre stata orientata a supporto del mondo degli affari, si è invece aperta a eventi incentrati sulla qualità della vita di chi ci abita». Una linea di pensiero che vale anche per gli Armani Silos, l'ex deposito di

«Serve innovazione ma serve sempre anche l'inclusione», spiega il sociologo Aldo Bonomi, «per poter rammentare le tensioni della società»

ALESSANDRO GANDOLFI/PARALLELOZERO



COME FARE DELLA CITTÀ UN POTENTE LABORATORIO DI ENERGIE CREATIVE E PRODUTTIVE

Visione, cultura e capacità di rischio: il decalogo per il futuro

di **Giangiacomo Schiavi**

Sono dieci i motori che possono spingere Milano in alto nella classifica delle città *steam*, laboratorio di energie creative e produttive, in grado di competere con le grandi capitali del mondo. Alcuni sono accesi, altri hanno bisogno di un driver. Ecco il sintetico decalogo del dopo Expo, per non lasciar cadere le aspettative di crescita e rilancio della città.

● **La visione.** Milano deve tornare a fare Milano, puntando sull'economia della conoscenza, riprogettando i suoi confini, creando opportunità per i giovani.

● **Il lavoro.** La professionalità va rimessa al centro, in ogni campo. Si deve favorire la nascita di imprese ad alto tasso di specializzazione, start up e attività legate all'economia sostenibile.

● **La cultura.** È la risorsa più importante di

Milano e serve un grande investimento, per essere sempre più capitale del teatro, della musica, dell'arte, del design e della moda.

● **La ricerca.** Va realizzato un parco scientifico e tecnologico, supporto per imprese e nuove attività. L'università deve orientare lo sviluppo di aziende ad alto tasso di innovazione.

● **L'accoglienza.** Milano deve continuare ad essere città aperta, coniugando opportunità e legalità. Il dialogo deve vincere la paura, senza ignorare le richieste di sicurezza.

● **Il civismo.** Un nuovo patto civico con un'alleanza pubblico-privato per contrastare le varie forme di degrado. Dalla cittadinanza attiva arriva la richiesta di migliorare il decoro urbano.

● **L'ambiente.** Meno smog, meno auto in centro, più verde e qualità della vita. La riqua-

lificazione cominciata con la Darsena deve continuare anche nelle periferie.

● **La politica.** L'innovazione passa da Palazzo Marino: quel che pensa Milano domani lo penserà l'Italia, scriveva Salvemini. Più ascolto e più attenzione ai bisogni per passare dalle parole ai fatti.

● **Il rischio.** La ricchezza di una città è il rischio che si prende facendo le cose. Milano deve rischiare con la Grande Brera, l'Idroscalo, Santa Giulia: lo stop alle incompiute sarebbe un segnale al Paese.

● **La Grande Milano.** L'area dell'Expo sarà l'antepresa della nuova città metropolitana. C'è un'eredità di impegno e di efficienza da valorizzare. Mai come oggi Milano ha avuto un potere attrattivo così alto per gli investitori stranieri.



Il "nuovo" centro sotto la torre

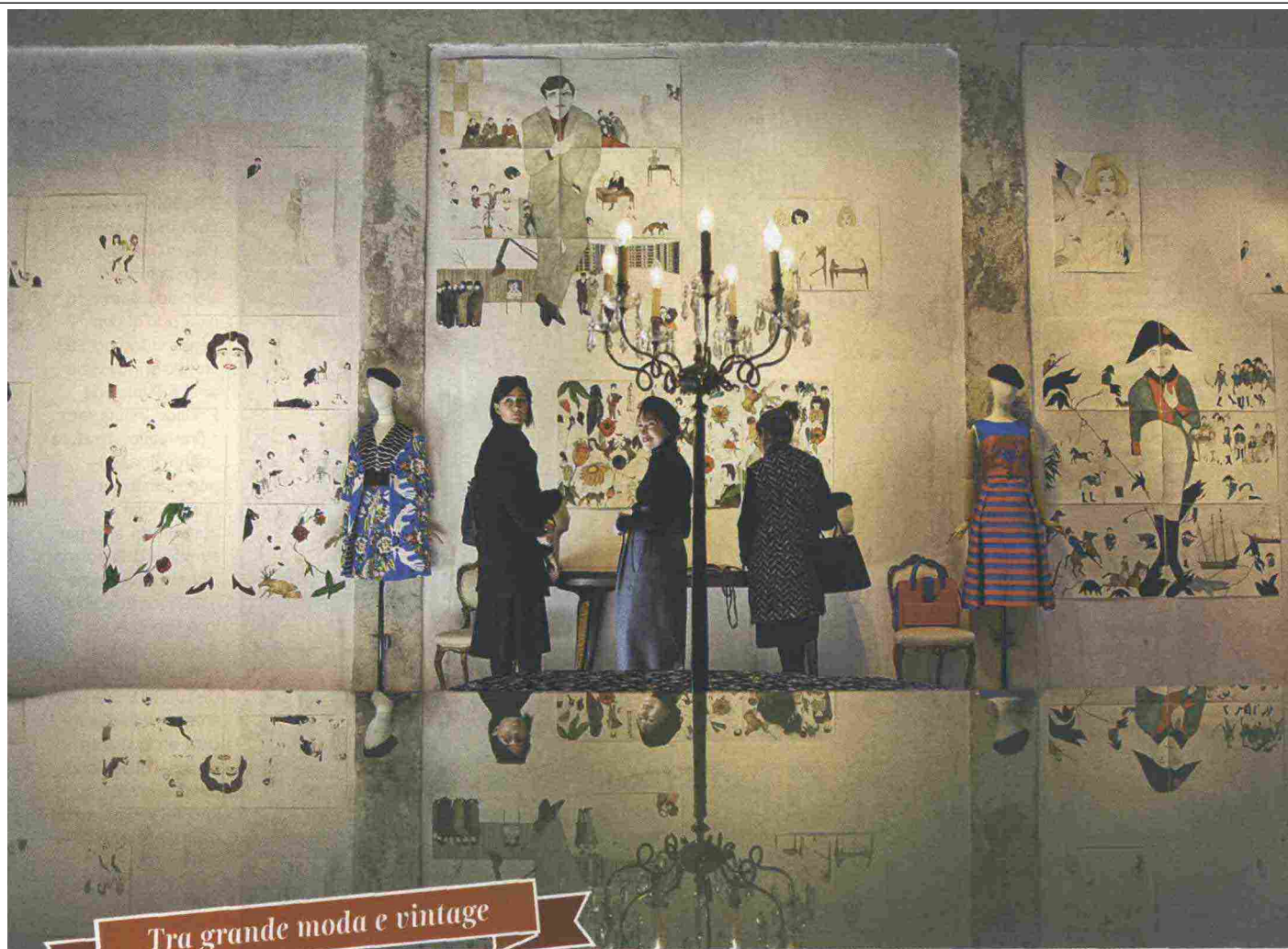
Il Pavilion della contemporaneità
Piazza Gae Aulenti, sotto la torre di Unicredit, è un vero e proprio nuovo centro cittadino. Sullo sfondo si intravede anche, l'Unicredit Pavilion, inaugurato a fine luglio: struttura polifunzionale — per esposizioni multimediali, auditorium, aree per eventi — dalla forma ispirata a un "seme" e dall'inconfondibile look ligneo, è stata progettata dall'architetto Michele De Lucchi. È una delle aree più vivaci della città, attraversata da flussi di persone molto diverse fra loro nei vari momenti della giornata e della settimana.

cereali trasformato dalla griffe in spazio espositivo, e per la "riattivazione" di palazzi storici cittadini attraverso le mostre da parte di Fondazione Trussardi: quasi che il mondo della moda volesse così restituire a Milano il molto ricevuto nel tempo.

Riappropriarsi della città. Riprendersi il passato, proiettandolo nel futuro. In fondo, è così che è nata una parte della magia di Berlino — con i quartieri della zona Est vivificati da artisti e locali alternativi —, di Barcellona — partita dal recupero della città vecchia, Ramblas in testa —, o anche di New York, dove al Meatpacking District, il vecchio mercato della carne, le macellerie si alternano ai ristoranti trendy. Milano è una miniera di spazi d'epoca scalcinati quanto affascinanti. Che non a caso, stanno prendendo nuova vita. «Il corpo centrale del locale era una vera fonderia», racconta Monica Emanuelli, indicando un vecchio forno di mattoni ancora conservato. «Fonderie Milanesi» è fra i locali più frequentati della «Milano Cool»: per arrivarci, bisogna attraversare un paio di cortili, fra case di ringhiera ristrutturate e la Carrozzeria Rutilia ancora attiva. «L'abbiamo arredato con i mobili della casa di campagna del mio socio», precisa. Allo stesso modo, i container bonificati e trasformati in negozi di street food e showroom di «The Tank» hanno fatto rivivere lo scalo di Porta Romana, mentre gli ex ma-

gazzini della ferrovia di Porta Genova sono diventati il «Mercato Metropolitano», un farmer market di 15 mila metri quadrati basato sulla filiera a chilometro zero. E poi ci sono i locali della cooperativa Sempre Uniti di Affori, nata nel 1906, che ospitano l'«Osteria del Biliardo», e la Balera dell'Ortica, che ha riaperto dopo 15 anni... I luoghi «storici» al centro della vita cittadina sono ormai una costellazione che si è dilatata in ogni direzione.

Proprio una di queste «riconversioni» è emblematica dello spirito di questa nuova Milano. Non a caso si chiama «Spirit de Milan». È alla Bovisasca, quartiere popolare della zona nord oggi rivitalizzato dall'insediamento di una parte del Politecnico, ed è stato uno dei fenomeni dell'estate 2015: in una vecchia cristalleria è nato un luogo di ritrovo popolarissimo. Pista da ballo, teatro, ristorante: «Cercavo uno spazio per organizzare il festival dello Swing, ma anche un luogo in cui far rivivere l'anima di questa città, dove si potesse cantare, ballare e parlare mentre si mangia, proprio come accadeva prima della guerra», dice Luca Locatelli, 53 anni, amministratore dell'agenzia Claxon, «un ventennio nel mondo degli eventi». Da tempo la produzione della Fratelli Livellara «è all'estero», spiega Locatelli, e l'edificio decò degli anni 20 — nato in realtà come oleificio — serve solo per l'attività commerciale. Nel cortile e nelle



Tra grande moda e vintage

I mercatini vintage così europei

L'atelier dello stilista Antonio Marras. Il mondo della moda Made in Italy, da sempre protagonista qui, ora viene affiancato da nuovi spazi vintage molto "europei": come l'East Market di Lambrate.

sale dove nascevano brocche e bicchieri, si fa musica dal vivo sotto file di lampadine bianche. Sessantacinque serate, 400 visitatori per volta: più di 25 mila milanesi sono passati di qui. «La famiglia Livellara ha sposato il progetto», conclude Locatelli, «appena possibile, in un mesetto, riapriremo per l'inverno. La burocrazia è tanta, c'è da mettere a posto la questione della tenuta anti-sismica dell'edificio». Che continuerà, comunque, a funzionare anche da sede della cristalleria.

Divertimento e lavoro. È in questa duplice dimensione che si può cogliere meglio perché Lapo Elkann abbia deciso di riprendere in mano la stazione di servizio di piazza Accursio, icona post-Art Decò disegnata negli anni 50 da Mario Baccocchi per volere del capo dell'Eni Enrico Mattei e che ora, dopo 15 anni di rovina, tornerà a nuova vita con un progetto di garage che "customizzerà" — personalizzerà — auto, moto e quant'altro, oltre a un ristorante griffato Carlo Cracco. A progettare, uno degli architetti che tante opere sta firmando a Milano: Michele De Lucchi. «La città, soprattutto i giovani, sta mostrando una nuova sensibilità verso la contemporaneità, che sia la *sharing economy* o la sostenibilità», ragiona l'autore del Padiglione Zero e di The Waterstone, il Padiglione di Banca Intesa, in Expo, del Pavillon Unicredit, dell'allestimento delle Gallerie d'Italia, della riaperta Casa Manzoni e del nuovo spazio che ospita la Pietà milanese di Michelangelo. «Del resto, è nelle

città che nasce il 90% delle idee, dove le opinioni si scontrano e si mettono insieme, riproducendo il momento magico del brodo primordiale che diede vita al primo aminoacido, fonte della vita. Anche l'architettura partecipa delle riflessioni, con il dibattito, oggi primario, fra ciò che è permanente e ciò che è temporaneo. La bellezza della città è nel suo essere effimera, in continuo cambiamento: palazzi settecenteschi si alternano a depositi ed edifici anni 60. Così oggi progetto strutture senza fondamenta, che appoggiano solo sul terreno, e possono essere smontate o spostate».

Con la poliedricità di Leonardo Le origini e la forma: la base dell'identità. «Se invece dovessi scrivere la voce "professione" prossima ventura sul documento della nostra città, metterei "Capitale del Pensiero Creativo"», ragiona l'assessore alla Cultura della giunta Pisapia, Filippo Del Corno: uno di quelli che più si è speso in questo vivacissimo semestre. «È una dimensione che si era offuscata, ma Milano è già stata assai fertile, nella sua Storia, da questo punto di vista. Ora l'idea che, da qualsiasi parte del mondo tu venga, qui puoi trovare il terreno giusto che ti può aiutare a sviluppare un'idea creativa, che sia artistica, imprenditoriale o scientifica, sta tornando a essere percepita. Magari altrove puoi trovare sistemi più organizzati... Ma gli intrecci, le relazioni fra vari linguaggi e discipline che questa città, anche con le sue università, ha sempre offerto, sono unici: in fin dei conti, quando arriva a Milano, Leonardo si propone prima come ingegnere, poi come architetto, musicista, scultore. E alla fine, da pittore, lascia l'*Ultima Cena*». La città è pronta a vestire questo abito? «Credo che uno dei successi di cui fare tesoro, oggi, stia nel fatto che abbiamo creato un modello che tornerà utile», continua Del Corno. «Expoincittà (il pro-

Il recupero della vecchia città

La trasformazione in luogo di tendenza

Il laboratorio degli artigiani del Teatro alla Scala all'interno delle ex acciaierie Ansaldo. Il recupero e il rilancio delle strutture della vecchia Milano, che diventano balere, locali trendy e studi di artisti, è diffuso in molti quartieri, così come è avvenuto per le altre città di tendenza degli ultimi decenni, da Barcellona a Berlino.

FOTO: G. ZAPPALÀ / CONTRASTO



getto voluto dal Comune e dalla Camera di Commercio per gestire il palinsesto di 46 mila eventi organizzati nei mesi di Expo, ndr) è stato un acceleratore per far sì che a Milano accadesse ciò che normalmente avviene altrove. La chiave è stata la sua grande inclusione: l'amministrazione pubblica, anziché avviare un proprio programma d'iniziativa, ha messo a disposizione una piattaforma; coloro che desideravano farne parte, facevano domanda online e potevano essere protagonisti. Questo ha aperto le porte a realtà che sono le stesse che agiscono nelle altre città "cool". Un esempio? «Ne faccio uno che ho vissuto da privato cittadino. Il collettivo berlinese Rimini Protokoll, che l'ha creato, l'ha già realizzato in tutta Europa: un giovane e innovativo gruppo di produzione e animazione teatrale milanese, Zona K, ha dialogato con noi per renderlo possibile qui. Il progetto si chiama "Remote Milano": 50 persone, ciascuna isolata con una propria cuffia, vengono guidate a vivere l'esperienza urbana in una maniera completamente diversa; a un certo punto si arriva anche alla stazione di Porta Garibaldi e quelli con la cuffia vengono istruiti a guardare i viaggiatori che arrivano con i treni come se fossero attori, facendo loro perfino un grande applauso finale». La vera sfida è come mantenere questa positività. «Prendo a prestito ciò che dice il ministro Franceschini: Milano ha l'opportunità — l'opportunità, non la certezza — di diventare la capitale europea di tendenza del prossimo decennio, dopo quelli di Barcellona prima e di Berlino poi. Expo e Expoincittà hanno dimostrato che possiamo svolgere questo ruolo di leadership».

«A Milano si è creata la "tempesta perfetta". Le migliori urbane dovute a Expo; l'aria più pulita per l'Area C; l'amministrazione che rende più facile il lavoro ai soggetti già attivi sul territorio; la crisi che porta una ridefinizione dei valori togliendo centralità ai vecchi salotti», rilancia Dino Lupelli, che, con Expoincittà, ha dato nuova vita a un'altra "meraviglia" dimenticata della città: l'albergo "Diurno" creato nel 1924 da Cleopatra Cobiainchi nei sotterranei laterali alla Galleria Vittorio Emanuele, dove in origine chi andava a teatro passava a prepararsi, e ormai da un trentennio semi-abbandonato. Qui, la sua associazione Elita ha realizzato presentazioni, eventi, il Cold Cinema Club («Proiezioni estive con l'aria condizionata...») ma soprattutto tanta, tanta musica. Perché Lupelli, 46 anni, arrivato 15 anni fa da Bari, dal 2005 fornisce alla città il "format" musica-

le più di successo del momento, dai disco-bar agli eventi business aziendali: i "dj set", gli spettacoli che hanno come protagonisti i disc jockey e la loro selezione musicale. «Ora Milano deve smettere di cristallizzarsi e avere il coraggio di trasformarsi in una grande piazza di appuntamenti, cercando di dare più spazi a tutte le realtà, anche dell'underground. È così che possono arrivare investimenti. Dico solo un dato: a Barcellona hanno calcolato che ogni euro investito in eventi musicali ne porta 5 al territorio». «La vera eredità dell'Expo sta nella percezione della città», aggiunge Magda Antonioli, direttrice del master in Economia del Turismo all'Università Bocconi, che curò la parte del dossier di candidatura sul tema. «Sapevamo che Milano aveva asset fondamentali, ed è riuscita a farsi valere, anche se poco è stato fatto sul fronte della promozione all'estero. Gli stranieri, pure per il fatto di essere una destinazione dei voli low cost, la stanno scegliendo non solo per il business, ma anche per il tempo libero. L'importante è non puntare più solo sul turismo di élite, ma su tutti i segmenti della popolazione». A cominciare dai giovani, con eventi che parlino a loro.

Insomma, il problema non è tanto se Milano sia "cool" ora, ma per quanto tempo riuscirà a rimanerlo. «Per leggere la realtà che cam-

DOPO 50 ANNI, IL NUOVO LIBRO DI CARLO ORSI 2015: semplicemente Milano



Identico nel formato (30x40cm), identica la confezione. Remake d'autore. Carlo Orsi, il fotografo che 50 anni fa ritrasse le contraddizioni del capoluogo lombardo, aggiorna il suo punto di vista. Le osservazioni di Aldo Nove sostituiscono quelle di Dino Buzzati, compagno di strada di Orsi nell'edizione del 1965. 112 pagine per ammirare le 54 tricornie. (Skira Editore, 88 euro)



Dove batte il cuore dell'hi-tech

Lo skyline da cartolina che dà casa ai big della Rete

Molti dei grandi player della Rete hanno scelto di insediarsi fra le torri del quartiere di Porta Nuova, intorno al grattacielo di Unicredit (sullo sfondo, visto dalla terrazza del ristorante Ceresio 7). Alle loro spalle, in direzione del nuovo palazzo della Regione Lombardia, verrà completata, fra circa un anno, una nuova area verde.

bia», premette il sociologo Aldo Bonomi, «bisogna tener conto di un paradigma: la città — Milano in primo luogo — è il luogo dove impattano i flussi. Finanziari, di trasporti, migratori, delle Reti internet... Governare significa essere al centro, fra i luoghi e i flussi, e qui è stato capito». Un buon punto di partenza. «Sì, ma la cosa è più complessa. Per me, Milano è una città "anseatica": fondata, come quelle del Nord Europa, sulle reti e sul commercio e per questo, capace di assorbire come una spugna, e di conservare ciò che vale conservare del proprio passato. Così, per capire la realtà fino in fondo, bisogna tornare indietro, e individuare le quattro fasi storiche che la città ha attraversato dal tardo Novecento a oggi: l'epoca delle grandi fabbriche e della sua forza lavoro, poi il primo post-fordismo dei piccoli e medi imprenditori della "città infinita" proiettata verso la Brianza; quindi il secondo post-fordismo, con la terziarizzazione e la conoscenza globale in rete; e infine la fase attuale dell'"economia leggera". Occorre far convivere ciò che discende di queste diverse anime». Un compito difficile. E la città che sta emergendo ora, dove si pone? «A Milano c'è un blocco sociale che lavora comunicando. Il cui mezzo di produzione è la conoscenza. È tutto un brulicare delle loro iniziative: BookCity, FuoriSalone, Eventology... Li chiamo quelli della "vita nuda". Dall'altra parte», continua Bonomi, «c'è la "nuda vita" di coloro per cui conta la casa, mangiare e vestirsi. Non si può certo nascondersi sotto il tappeto. Le enclaves, i ghetti. Ci deve essere sempre un equi-

librio fra questi due blocchi». Altrimenti? «Semplice: scoppiano i problemi. In altri termini, serve innovazione e serve inclusione. Il compito della politica è fare rammendo, ricucire le faglie della società: come in un arazzo, la bellezza esteriore va di pari passo del la riparazione posteriore di trama e ordito. Ecco, Milano deve saper essere ancora "luogo-soglia", d'ingresso, di collegamento».

La città intanto corre. Si trasforma. Il palazzo della Fondazione Feltrinelli, a Porta Volta, progettato da Herzog & de Meuron, conta alla rovescia i giorni per il varo; gli altri due grattacieli dell'area di CityLife salgono rapidamente; le ex acciaierie Ansaldo che a primavera riaprono, con il nome Base, per ospitare imprese creative e spazi di coworking; la app collegata alle luci del grattacielo Unicredit a cui sta pensando Manfredi Catella per registrare, tra il blu e il rosso, l'umore della città. Perfino il sogno di alcuni — la riapertura dei Navigli, della via d'acqua che tutti conoscevano in Europa — si concede qualche chance. E, come in ogni città "cool", la musica sale dalle strade e dalle piazze. Antonello suona *Summertime* con il suo sax soprano sotto il portico dell'Arena napoleonica. Mette i brividi. «Passo di qui la domenica pomeriggio o al mattino prima del lavoro». Dove? «Diciamo in ambito scientifico», dice timidamente. Bici verde usata, zainetto di cuoio, chiodo di pelle: suona solo per il piacere di farlo. Pare proprio di essere al Central Park. O, più semplicemente, a Milano, nel cuore del Parco Sempione.

Edoardo Vigna

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Capitale della "share economy"

Condividiamo tutto: ufficio, bici e auto

Impact Hub, lo spazio di co-working in via Paolo Sarpi, nella centralissima Chinatown. Molte le realtà del genere in città: del resto, i numeri del bike sharing (40 mila iscritti) e del car sharing (300 mila per sei operatori) sanciscono il successo a Milano dell'economia condivisa.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.