

Elisabetta Invernici - Alberto Oliva

BOTTEGA MILANO

e dintorni

I Maestri di un nuovo Rinascimento

BOTTEGA
MILANO
e dintorni



BOTTEGA**MILANO** *e dintorni*
di Elisabetta Invernici e Alberto Oliva

Fotografie di Giulia Tagliabue

Progetto grafico e impaginazione Studioquasar
Disegni Elena Montesi

www.galleriaandfriendsmilano.com

In copertina / *Cover*
milan city transportation
shutterstock.com

Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico o altro senza l'autorizzazione scritta dei proprietari dei diritti.



© Associazione Profumo di Milano

Editore booktime, 2023
Printed in Italy

ISBN 978-88-6218-026-9

Un ringraziamento speciale a Augusto Mazzolari che ha fortemente voluto questo progetto condividendone con passione ed entusiasmo le diverse fasi di lavorazione.

Grazie a Giovanni Sgariboldi per il generoso supporto esecutivo.

Riconoscenti a Diana Bracco, da sempre al fianco della creatività giovanile e dell'imprenditoria femminile, orgogliosa di sostenere il Rinascimento dell'artigianato e le Botteghe storiche lombarde.

Elisabetta Invernici - Alberto Oliva

BOTTEGA MILANO *e dintorni*

I Maestri di un nuovo Rinascimento

bottega /bo't:ega/ s. f. dal gr. ‘αποθήκη “ripostiglio, magazzino”; (fr. *boutique*, *magasin*; sp. *tienda*; ted. *Laden*; ingl. *shop*, *store*). Luogo per riporvi oggetti di ogni sorta. Officina da lavoro. Stanza dove i mercanti vendono le loro mercanzie. Il termine indicò negli anni lo studio degli artisti che costituiva il primo nucleo di apprendimento e formazione, evoluto nelle accademie e nelle scuole d’arte.

Treccani Istituto della Enciclopedia Italiana

<i>In giro con Alessandro Manzoni alla scoperta delle Botteghe Storiche</i>	6	L'ERBOLARIO <i>Dalla natura con amore</i>	52
<i>In tour with Alessandro Manzoni around the Historical Shops</i>	7	FRANCO <i>Fate la moda</i>	56
TEATRO CIVICO ROBERTO DE SILVA <i>Profumo di Teatro</i>	8	ARGENTERIA MIRACOLI <i>Miracoli a Milano</i>	60
PROFUMERIA MAZZOLARI <i>Premiato con lode</i>	14	PASTICCERIA GALLI <i>Rose violette dolci da star</i>	64
M. CILENTO E F.LLO DAL 1780 <i>Napoli a Brera</i>	20	LABSOLUE <i>Naso assoluto</i>	68
KRUMIRI ROSSI <i>Biscotti da Re</i>	24	CANTINE VITEA <i>Golf & Wine</i>	72
CENTRO DELL'INCISIONE <i>Visione d'Artista</i>	30	LIBRERIA BOCCA <i>Libro Story</i>	78
MARTIN LUCIANO E FIGLI <i>Arte in corte</i>	36	JMONTEIRO MILANO <i>Punto dopo punto verso il red carpet</i>	82
MUSEO POLDI PEZZOLI <i>La Dama e il Cavaliere</i>	40	MUSEO BAGATTI VALSECCHI <i>Piaceri rinascimentali</i>	86
ENOTECA COTTI <i>Questione di etichetta</i>	44	DROGHERIA DE PONTI <i>Di tutto di più</i>	90
SVETTINI ANTICHITÀ <i>Passione Ricerca Bellezza</i>	48	TAURUS 1908 <i>A ruota</i>	94

LEGATORIA D'ARTE GIOVANNI CODINA <i>Libro d'artista</i>	98	VIBROSTOP <i>Ciak si vibra Stop</i>	148
SUIS MOI <i>Effetto intimo</i>	102	ERBORISTERIA NOVETTI <i>Preziose erbe di famiglia</i>	152
EUROITALIA <i>Dedicato a Sir James</i>	106	DROGHERIA GROSSI <i>Sapori di una volta</i>	156
FLORICOLTURA VIGNOLI <i>Ditelo con i fiori</i>	114	II FORNO DI VIA COMMENDA <i>Peccati di gola</i>	160
OTTICA SCACCABAROZZI <i>Sotto una lente magica</i>	118	RUDY PROFUMI <i>Fragranze a regola d'arte</i>	166
ENOTECA RADRIZZANI <i>Le 5 C del droghiere</i>	122	MAGLIERIA TINA 1962 <i>Avanti con gli anni</i>	170
LA VITA FELICE <i>Lunga vita al libro</i>	126	CARTOLERIA COLOMBO <i>Ne combiniamo di tutti i colori</i>	174
FAST CARS SLOW FOOD <i>La Mille Miglia dei sapori</i>	130	MACELLERIA FARAVELLI <i>Passione vincente</i>	178
CALZATURE G.TURCI <i>Sempre insieme passo dopo passo</i>	134	TIPOGRAFIA LANDONI <i>Viva gli sposi</i>	182
VILLA NECCHI CAMPIGLIO <i>Atmosfera Anni '30</i>	140	<i>I protagonisti di Galleria&Friends Milano</i>	186
PROFUMERIA LORENZI <i>È la mia vita Bellezza!</i>	144	<i>La mappa delle antiche botteghe</i>	188

In giro con Alessandro Manzoni alla scoperta delle Botteghe Storiche.

“Quel cielo di Lombardia, così bello quando è bello, così splendido, così in pace”.

Ma esiste ancora questo scorcio manzoniano che ha reso la città di Milano immortale? Esiste ancora quel punto che un milanese doc indicava dicendo: “Ecco, è qui, proprio qui, che appare per la prima volta ai nostri occhi il Resegone”?

A centocinquant'anni dalla morte di **Alessandro Manzoni**, i suoi *Promessi Sposi* diventano per noi guida alla scoperta di nomi e luoghi che frequentiamo ogni giorno senza porgere attenzione, scorci e botteghe storiche che, di generazione in generazione, stanno lì a guardarci e a farsi guardare. A parlarci.

Con la stessa meraviglia di Renzo Tramaglino, nel suo girovagare per i **borghi lombardi**, riscopriamo insieme i **mestieri antichi**: l'argentiere, il legatore di libri, l'antiquario, il sarto, il pasticciere, l'incisore, il fornaio e la fioraia, lo speziale e il calzolaio, il profumiere, l'editore, lo stampatore e il libraio.

Con la sua stessa curiosità visitiamo le **Case Museo** di Milano scrigno di tesori artistici ed esempio di un certo stile eclettico milanese tanto caro al design contemporaneo. Anche le **Botteghe Storiche** sono luogo di cultura, esempi di art and craft e, a tutti gli effetti, musei viventi grazie allo storytelling dei proprietari, eredi e custodi di archivi storici e laboratori artigiani tuttora attivi. Con il suo stesso entusiasmo raggiungiamo il **Duomo**, istituzione che si candida nella sua complessità a diventare Patrimonio dell'Umanità Unesco con tutto il suo indotto storico-culturale.

“Bottega Milano” arriva alla **terza edizione** e apre ai dintorni della città, sulla strada che porta a **Bergamo e Brescia, capitali della Cultura 2023**, con una nuova antologia di negozi e marchi storici, laboratori artigiani, archivi dietro una vetrina, nascosti in un cortile, sorprendentemente trasformati: la vecchia farmacia divenuta sartoria, l'antica latteria nel *burg dè furmagiatt* oggi atelier d'alta

moda, l'azienda cosmetica rinata come teatro... Realtà capaci di entrare in dialogo con luoghi antichi, mantenendo la propria identità e assorbendone la storia, in uno scambio fertile che rappresenta la scommessa sul futuro dei più vecchi angoli della città.

Nel 2023 la **“grande Milano”** compie 100 anni e torna alla scoperta dei quartieri, ricordando quando, su impulso di un regio decreto, nel 1923, sono stati aggregati 11 Comuni autonomi, che all'epoca venivano chiamati borghi e che oggi fanno parte della toponomastica cittadina: Affori, Baggio, Chiaravalle Milanese, Crescenzago, Gorla Precotto, Greco Milanese, Lambrate, Musocco, Niguarda, Trenno e Vigentino. Qui più che mai la comunità ha bisogno della presenza quotidiana delle vetrine storiche, che diventano un riferimento sociale e un insostituibile presidio di cultura e identità.

Ne sono esempio virtuoso la rete di insegne storiche di Paolo Sarpi, capaci di resistere alla trasformazione profonda della via, così come gli atelier e i laboratori che animano da generazioni i cortili lungo i Navigli, o le vetrine tipiche di Brera, così ben raccontati dalle **visionarie incisioni di Gigi Pedrolì**, che arricchiscono questo volume.

Anche il **centro storico**, seppur favorito dagli itinerari turistici, necessita ora più che mai di essere sostenuto nella battaglia contro l'omologazione e il degrado che purtroppo si accompagnano al crescente numero di visitatori occasionali che invadono la città.

Tocca proprio al cuore pulsante, il sistema Duomo, raccogliere questa sfida per confermarsi, come nello sguardo ammirato e sognante di Renzo, *“quell'ottava meraviglia di cui aveva tanto sentito parlare fin da bambino”*.

In tour with Alessandro Manzoni around the Historical Shops.

“That sky of Lombardy, so beautiful when it is beautiful, so splendid, so peaceful”.

But does this Manzonian glimpse, that made Milan immortal, still exist? Does that point still exist that a genuine Milanese indicates saying: “Here, it is here, right here, that Resegone appears to our eyes for the first time”?

*One hundred and fifty years after the death of **Alessandro Manzoni**, his Promessi Sposi become for us a guide to discover names and places we frequent every day without paying attention, glimpses and historic shops that, from generation to generation, are looking to us and be looked. To talk to us.*

*With the same wonder of Renzo Tramaglino, in his wanderings through the **Lombard villages**, we rediscover **ancient trades** together: the silversmith, the bookbinder, the antique dealer, the tailor, the pastry chef, the engraver, the baker and the flower girl, the apothecary and the shoemaker, the perfumer, the publisher, the printer and the bookseller. With his same curiosity, we visit the **Case Museo** of Milan, a treasure of artistic masterpieces and an example of a certain Milanese eclectic style so dear to contemporary design. Even the **Historical Shops** are places of culture, examples of art and craft and, to all intents and purposes, living museums thanks to the storytelling of the owners, heirs and custodians of historical archives and still active artisan workshops. With his same enthusiasm we reach the Duomo, an institution candidated in its complexity to become a Unesco World Heritage Site with all its historical-cultural related activities.*

*“Bottega Milano” reaches its **third edition** and opens on the outskirts of the city, on the road that leads to **Bergamo and Brescia, capitals of Culture 2023**, with a new anthology of historic shops and brands, artisan workshops, archives behind a showcase, hidden in a courtyard, surprisingly transformed:*

the old pharmacy which has become a tailor’s shop, the old dairy in the burg dè furmagiatt today a haute couture atelier, the cosmetic company reborn as a theatre... Realities capable of entering into dialogue with ancient places, maintaining their own identity and absorbing its history, in a fertile exchange that represents a bet on the future of the oldest corners of the city.

*In 2023 the “**great Milan**” turns 100 and returns to the discovery of the districts, recalling when, on the impulse of a royal decree, in 1923, 11 autonomous municipalities were aggregated, which at the time were called villages and which today are part of the town toponymy: Affori, Baggio, Chiaravalle Milanese, Crescenzago, Gorla Precotto, Greco Milanese, Lambrate, Musocco, Niguarda, Trenno and Vigentino. Here more than ever the community needs the daily presence of historic shop windows, which become a social reference and an irreplaceable safeguard of culture and identity.*

*A virtuous example is the network of historic shops in Paolo Sarpi, which managed to overcome the profound transformation of the street, as well as the ateliers and laboratories that have animated the courtyards along the Navigli for generations, or the typical windows of Brera, so well narrated by the **visionaries engravings** by **Gigi Pedrolì**, which enrich this volume.*

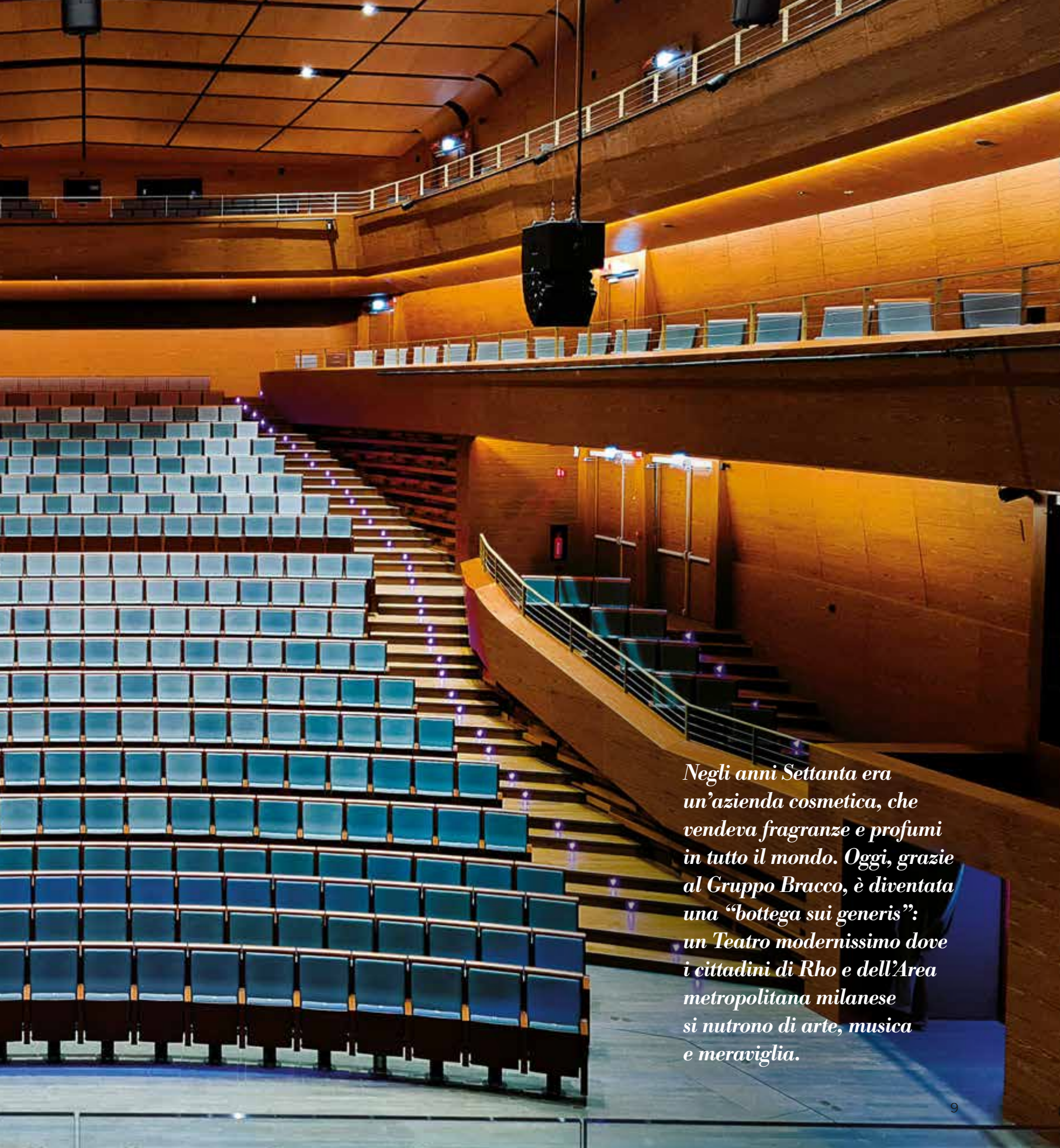
*Even the **historic center**, albeit favored by tourist itineraries, now more than ever needs to be supported in the battle against the standardization and degradation that unfortunately accompany the growing number of occasional visitors who invade the city.*

It is up to the Duomo system, to take up this challenge to confirm itself, as in Renzo’s admiring and dreamy gaze, as “that eighth wonder of which he had heard so much since he was a child”.



Profumo di **TEATRO**





Negli anni Settanta era un'azienda cosmetica, che vendeva fragranze e profumi in tutto il mondo. Oggi, grazie al Gruppo Bracco, è diventata una "bottega sui generis": un Teatro modernissimo dove i cittadini di Rho e dell'Area metropolitana milanese si nutrono di arte, musica e meraviglia.

Spettacoli, concerti, congressi, mostre: con il nuovo teatro civico dedicato all'imprenditore Roberto de Silva - di cui forte è stata la passione per l'arte e la cultura - è nato a Rho un luogo di bellezza, di comunità e di incontro. Uno spazio ideato con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento per i cittadini di Rho e dei comuni dell'area metropolitana milanese. Una fondamentale cassa di risonanza per la ricca e variegata vita culturale della città, con alle spalle una lunga tradizione che affonda le radici nei primi del Novecento e comprende teatro, cinema, musica, arte e altro ancora. La nascita del Teatro de Silva rappresenta un esempio ideale di riconversione industriale. Dal 1975 nel cuore di Rho operava infatti la Diana de Silva Cosmétiques Spa, una delle più importanti aziende italiane nel settore cosmetico e della profumeria. Nata sotto la guida del marito di Diana Bracco, Roberto de Silva, imprenditore illuminato con una grandissima passione per l'arte, la DdS vantava marchi quali Hanorah e Breeze e la concessione in licenza di fragranze firmate da stilisti come Gianfranco Ferrè. Dopo la dismissione della fabbrica e dei laboratori di ricerca, i proprietari dell'area, Bracco Real Estate, nel 2012 hanno siglato un accordo con l'amministrazione comunale di Rho per dare vita al grande progetto di rigenerazione urbana che oggi con la costruzione del Teatro è diventato una realtà. La vocazione industriale di Rho, nell'era della rivoluzione digitale e del terziario avanzato, si arricchirà così di importanti attività culturali che proietteranno la città nel futuro. Il Teatro de Silva è dunque una "bottega" sui generis dove nutrirsi di arte e meraviglia.

Shows, concerts, congresses, exhibitions: with the new civic theatre dedicated to the entrepreneur Roberto de Silva - strong was his passion for art and culture - is born in Rho a place of beauty, community and meeting. A space designed with the aim of becoming a point of reference for the Rho citizens and the municipalities of the metropolitan Milanese area. A fundamental sounding board for the rich and varied cultural life of the city, with behind it a long tradition that has its roots in the early twentieth century and includes theatre, cinema, music, art and even more. The birth of the Teatro de Silva represents a ideal example of industrial reconversion. Since 1975 Diana de Silva Cosmétiques Spa operated in the heart of Rho, one of the most important Italian companies in the sector cosmetic and perfumery. Born under the guidance of her husband by Diana Bracco, Roberto de Silva, enlightened entrepreneur with a great passion for art, the DdS boasted brands such as Hanorah and Breeze and licensing of fragrances signed by stylists such as Gianfranco Ferrè. After the dismantling of the factory and research laboratories, the owners of the area, Bracco Real Estate, in 2012 signed an agreement with the municipal administration of Rho to give life to the great regeneration project that today become a reality thanks to the construction of the theater. The industrial vocation of Rho, in the era of digital revolution and the advanced tertiary sector, will thus be enriched of important cultural activities that will project the city into future. Teatro de Silva is therefore a sui generis "workshop" to feed on art and wonder.









Il nuovo Teatro di Rho, vero tempio della cultura cittadino, è dedicato alla memoria di Roberto de Silva, marito di Diana Bracco, importante imprenditore nel campo dei profumi e grande mecenate.

PREMIATO CON LODE



Sempre presente in bottega e sui set degli eventi più importanti: Augusto Mazzolari trasmette a chi lo circonda energia e ottimismo. Dote rara, esempio per figli e nipoti. Dal 1950.

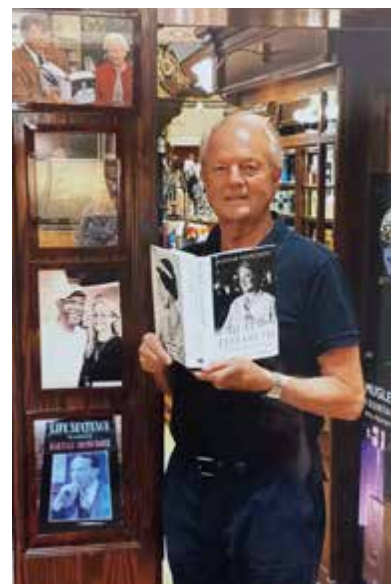




MAGGIO 2022. PREMIO VIGNA D'ARGENTO A AUGUSTO MAZZOLARI

“Una storia che da ben tre generazioni è al centro della bellezza, anima nel cuore di Milano e non solo.

Un'impresa che nasce, sicuramente, dalla lungimiranza, dall'ingegno e dalla passione; un marchio, un nome sempre amato, innovativo, ricercato e funzionale per una clientela ampia, esigente, attenta e competente. Un riconoscimento doveroso che va all'Uomo e sognatore che mai ha mollato, al suo coraggio, alla sua determinazione e alla capacità di aver saputo sviluppare, in tanti anni, un brand unico del made in Italy e un'equipe di eccellenti professionisti del settore”.





Impeccabile con l'abito tradizionale giapponese così come in T-shirt, abbronzato, a Portofino; mentre pedala sul risciò con i tre figli al seguito oppure quando scende in smocking da un motoscafo al Lido di Venezia: centinaia di istantanee immortalano Augusto Mazzolari alle pareti di quella che è considerata "La Profumeria" a Milano, in Italia, nel mondo. Sempre al fianco degli uomini più potenti e delle donne più affascinanti, attrici, cantanti, politici e imprenditori dei quali conosce virtù e fragilità cosmetiche ma "non ricordo" commenta abilmente, difendendo la privacy di una clientela internazionale. Buckingham Palace, la Casa Bianca, il Quirinale non hanno segreti per lui. Mazzolari è Mazzolari, l'ambassador della cosmetica italiana, elegante, formale, brillante. Pluripremiato. Evergreen. Mazzolari è papà per i figli che lo adorano e che lui coccola con gli occhi azzurri che si fanno ancor più luminosi. Mazzolari è il *signor Mazzolari* per lo staff che ne riconosce esperienza e autorevolezza e lo ascolta, e lo asseconda sapendo che "se lo dice lui funziona". Perché lui è sempre lì, tutti i giorni, in bottega, che osserva, consiglia, interviene. Mazzolari è *Augusto* per le cliente affezionate che in questa cattedrale della bellezza hanno visto correre gli anni un pò più lentamente grazie ai trattamenti rivoluzionari ed esclusivi, hanno testato prodotti performanti, hanno indossato profumi intriganti. Hanno superato ansie, dubbi, solitudini grazie a una parola, un sorriso, un velo di rossetto. Per le Botteghe Storiche, Mazzolari è il futuro che arriva sempre dopo un grande passato. Grazie.



Very elegant with traditional Japanese dress as well as in a T-shirt, tanned, in Portofino; while riding the rickshaw with the three children in tow or when he goes down in a tuxedo from a motorboat at the Venice Lido: hundreds of snapshots immortalize Augusto Mazzolari on the walls of what is considered "The Perfumery" in Milan, in Italy, in the world. Always surrounded by the most powerful men and women most charming, actresses, singers, politicians and entrepreneurs, he knows about virtues and cosmetic fragility but "I don't remember" comments, defending the privacy of his international clients. Buckingham Palace, the White House, the Quirinale have no secrets for him. Mazzolari is Mazzolari, the ambassador of Italian cosmetics, elegant, formal, brilliant. Award-winning. Evergreen. Mazzolari is dad for his son and daughters who adore him and whom he cuddles with blue eyes that they get even brighter. Mazzolari is Mr. Mazzolari for the staff who recognize their experience and authority and he listens, and supports him knowing that "if he says so, it works". Because he is always there, every day, in the shop, observing, advise, intervene. Mazzolari is Augusto for the clients who have seen, in this cathedral of beauty, the age running a little slower thanks to the revolutionary and exclusive treatments, they tested high-performance products, they wore intriguing perfumes. They have overcome anxieties, doubts, loneliness thanks to a word, a smile, a veil of lipstick. For the Historical Workshops, Mazzolari is the future that always comes after a great past. Thank you.





Napoli a

BREERA



Dal golfo partenopeo al quartiere bohemien meneghino: Ugo Cilento con la sua alta sartoria e cravatteria sceglie i locali dell'Antica Spezieria per portare a Milano il suo stile napoletano. Dal 1780.



Cilento 1780, storico atelier partenopeo che esprime l'eccellenza sartoriale italiana, approda a Milano nei prestigiosi locali dell'Antica Farmacia di Brera dopo una lunga e appassionata ricerca di una location che potesse accogliere un'azienda tanto antica e di grande tradizione. Ugo Cilento rappresenta l'ottava generazione di una famiglia con profonde radici nel cuore pulsante di una Napoli orgogliosa delle sue tradizioni, atmosfera che rivive nella sede milanese a due passi dall' Accademia di Brera. Cilento ha voluto valorizzare gli elementi storici nella progettazione e nella ristrutturazione dei locali che hanno ospitato la Spezieria di Brera 1591 prima, e poi l'illustre farmacia fondata da Carlo Erba nel 1837. Così, accanto ai cimeli della Farmacia, trovano spazio arredi originali e oggetti antichi di proprietà dello storico Atelier, magica cornice per i capi iconici della Cilento: dalle cravatte ai foulard, dalle sciarpe ai pullover, dalle scarpe ai tessuti per gli abiti, dalla camiceria ai capi su misura e agli accessori da uomo e da donna. Le cravatte Cilento, tutte settepieghe e realizzate rigorosamente a mano in pregiata seta, sono riconosciute in tutto il mondo come eccellenza assoluta di stile, gusto ed eleganza. Tantissime sono le istituzioni e i Capi di Stato a livello nazionale ed internazionale ad apprezzarle, fra questi il Presidente Sergio Mattarella che ha vergato di suo pugno una lettera di complimenti in cui loda l'altissima manifattura e lo stile napoletano della cravatta "Italia", simbolo di forza e unità, realizzata con il ricamo della bandiera italiana su fondo blu scuro, l'unica al mondo con un ricamo decentrato.

M. Cilento & F.^{llo} dal 1780
Napoli - Milano



Cilento 1780, historic Neapolitan atelier expressing Italian sartorial excellence arrives in Milan in the prestigious premises of the Antica Farmacia di Brera after a long and passionate search for a location that could welcome such an ancient company with a great tradition. Ugo Cilento represents the eighth generation of a family with deep roots in the beating heart of Naples proud of its traditions, an atmosphere that lives on in the Milanese headquarters near the Brera Academy. Cilento wanted to enhance the historical elements in the design and in the renovation of the rooms that housed the apothecary of Brera 1591 first, and then the illustrious pharmacy founded by Carlo Erba in 1837. Thus, alongside the memorabilia of the Pharmacy, we can see original furnishings and antiques owned of the historic Atelier, a magical setting for the iconic garments of Cilento: from ties to foulards, from scarves to pullovers, from shoes to fabrics for suits, from shirts to garments size and accessories for men and women. Cilento ties - all seven folds and made rigorously handmade in fine silk - are recognized all over the world as absolute excellence of style, taste and elegance. There are many institutions and Heads of State who appreciate them, such as the President Sergio Mattarella who wrote a letter of compliments in which he praises the very high manufacturing and the Neapolitan style of the "Italia" tie, a symbol of strength and unity, made with the embroidery of the Italian flag on the background dark blue, the only one in the world with an off-centre embroidery.









ALITA' DI CASALMONFERRATO

KRUMIRI

ROSSI

CREATORE DEL PRODOTTO - Brevetto N. 174.925

Prov. di S.M. il Re
e Reali Pri

MEDAGLIA D'ORO DEL

E. PORTINARO - SUCCESSORE
Via Lanza 17 - Tel. 0142 453030 - CASALE



*Curvati a manubrio come il baffo
sovrano, sono una prelibatezza
assoluta dalla ricetta esclusiva.*

Dal 1878.

BISCOTTI DA RE





Un po' per gioco e un po' per caso: così, nacquero i Krumiri. Una notte, dopo una serata al caffè con gli amici, Domenico Rossi invitò tutti nel suo laboratorio di pasticceria e lì, in una misteriosa alchimia tra ingredienti e magia, sfornò i primi Krumiri. Nel 1878, come attestano i giornali dell'epoca, i Krumiri, quelli originali, sono già una golosa realtà dell'arte pasticceria italiana. Chissà se l'avrebbe mai immaginato Domenico Rossi, che i Krumiri sarebbero divenuti il simbolo della sua Casale. Dal 1884 iniziarono ad arrivare importanti riconoscimenti, dalla medaglia di bronzo all'Esposizione Universale di Torino, ai Diplomi di Provveditore della Casa di Sua Altezza il Duca d'Aosta, del Duca di Genova e della Reale Casa d'Italia nella persona di Umberto I; fino al 1900 quando arrivò il Gran Diploma d'Onore dell'Esposizione di Casale. Nel 1953 è il momento di Ercole Portinaro, pasticcere dal 1920, che rilevò l'azienda, e poi con suo figlio Romolo, i Krumiri ampliarono l'originaria dimensione locale, per conquistare l'Italia e il mondo. In pochi anni, sarebbero arrivati al Quirinale, a Montecitorio e addirittura alla Casa Bianca. Senza cambiare mai. La Pasticceria della famiglia Portinaro diventa un punto di riferimento per tanti golosi illustri. Nel 1998, il presidente degli Stati Uniti, Bill Clinton, aveva ricevuto in dono una selezione dei migliori prodotti del Piemonte, ma uno in particolare catturò il suo palato, come scrisse entusiasta in una lettera, ringraziando per «the wonderful Krumiri». L'approccio ai Krumiri è emotivo,

immediato, sincero. Oggi, l'azienda è gestita da Anna e dal marito Carlo, figlia dei Commendatori Romolo e Dorotea Portinaro. Una passione che si alimenta del piacere di fare le cose così bene, come una volta. E di continuare una tradizione che è divenuta storia, infatti, nel 2021 il Ministero dello Sviluppo Economico ha concesso il riconoscimento di Marchio Storico di Interesse Nazionale e nel 2010 ha ottenuto la De. Co. dal Comune di Casale Monferrato. A Milano poi, i Krumiri Rossi sono ormai da anni partner ufficiali dell'hospitality del Forum di Assago, per quanto riguarda le partite della Pallacanestro Olimpia AX Armani Exchange Milano. Farina, uova fresche, burro, zucchero, vaniglia e, soprattutto, niente acqua. Sono soltanto le uova e il burro, infatti, ad ammorbidire l'impasto e a donare ai Krumiri quel profumo speciale e irresistibile. È così dal 1878. I Krumiri sono prodotti rigorosamente a mano, da sempre. È una lavorazione semplice ma delicata, che richiede esperienza e passione. Le uova fresche sono rotte manualmente per preservare la perfetta integrità del tuorlo unito poi a farina, burro, zucchero e vaniglia; l'impasto ottenuto è lasciato riposare al fresco per un giorno intero. La forma dei Krumiri è molto più che un vizzo. Le lunghe strisce di pasta zigurate sono tagliate manualmente e ciascuna di esse è curvata a mano secondo il tradizionale profilo "a manubrio", proprio come i baffi di Vittorio Emanuele II. Un omaggio di Domenico Rossi alla memoria del re che unì l'Italia. La disposizione sulle teglie avviene manualmente come tradizione vuole, ma non è tutto. Una volta sfornati, i Krumiri riposano per un'intera notte e solo il mattino seguente, uno per uno, sono confezionati nelle classiche e inconfondibili scatole di latta rosse. Un procedimento lento, fatto di piccoli riti come ogni forma d'arte richiede. E la magia è fatta. Nel 2023 Krumiri Rossi Portinaro può annoverare il traguardo dei 70 anni di attività da quando Ercole Portinaro ha continuato la Tradizione, con la produzione in via dei Paleologi, fino ad oggi, in via Lanza 17, ma anche nel cuore di tutti gli appassionati sparsi per il mondo.

Provveditore
delle
A.A. R.R.



il
Duca di Aosta
e di Genova



KRUMIRI
PREMIATI CON MEDAGLIA
all'Esposizione di Torino 1884.

Da qualche tempo vengono messo in vendita confettore denominato **KRUMIRI**.

Il sottoscritto diffida la sua numerosa clientela che i **veri e genuini Krumiri**, specialità di sua invenzione, che fabbrica fino dal 1878, sono esclusivamente in vendita nel suo negozio in Casale e nei depositi autorizzati in altre città.

Scatole da Lire 2 — 3 — 6

Diffidare delle contraffazioni ed esigere sullo scatolo il nome del sottoscritto.

ROSSI DOMENICO
(378) *1886* **Via Paleologi, n. 8, casa propria.**



REALE PASTICCERIA ROSSI
Provveditore di S. M. il RE d'Italia e RR. PRINCIPI
Via Paleologi, 8 - CASALE MONF. - Via Paleologi, 8

Serie D - N° 191 (Casale Monf. 1907-1908)

Tutti i compratori o speditori di merce per l'importo non inferiore alle Lire 2 concorreranno al sorteggio di ricchissimi premi.

- 1° - Uno splendido servizio per caffè.
- 2° - Una Cassa contenente 12 Bottiglie di due di Champagne e Liquori assortiti di marca.
- 3° - Un Orologio in artistica ceramica.
- 4° - Una Cassetta Cioccolato Moriondo & Gariglio ed una Scatola "Krumiri".
- 5° - Una Cassetta Fondants ed una di "Krumiri".
- 6° - Una Cassetta frutta candita di Genova ed una di Krumiri.

L'estrazione dei Premi sarà fatta il giorno **7 Gennaio 1908** diretta dal Ricovero di Mendicanti dai Bambini ricoverati.

CASALE, VIA PALEOLOGI, 8, VIA LANZA

Depositi: Panettoni di G. Bal, Piazza del Duomo, Milano.



DIPLOMA DI MEDAGLIA D'ORO

CONFERITO AL SIG. Rossi Domenico DI Casale Albino
PER Produttore

IL SEGRETARIO

MILANO, 30 APRILE 1891.

IL PRESIDENTE



Carlo...

1891.

Partly for fun and partly by chance the Krumiri were born. One night, after an evening at the cafe with friends, Domenico Rossi invited everyone to his pastry shop and there, in one mysterious alchemy between ingredients and magic, churned out the former Krumiri. In 1878, as the newspapers of the time attest, Krumiri, the original ones, are already a delicious reality of art Italian pastry chef. Who knows if he would have ever imagined it Domenico Rossi, that the Krumiri would become the symbol of his farmhouse. From 1884 important arrivals began awards, from the bronze medal to the Exhibition University of Turin, to the Diplomas of Superintendent of the House of His Highness the Duke of Aosta, of the Duke of Genoa and of the Royal House of Italy in the person of Umberto I; until 1900, when the Grand Diploma of Honor of the Exhibition of farmhouse arrives. In 1953 it was the time of Ercole Portinaro, pastry chef from 1920, who took over the company, and then with his son Romolo, the Krumiri expanded the original local dimension, for conquer Italy and the world. In a few years, they would be arrived at the Quirinale, Montecitorio and even at the Casa White. Without ever changing. The family pastry shop Portinaro becomes a point of reference for many gourmands illustrious. In 1998, US President Bill Clinton he had received a selection of the best products as a gift of Piedmont, but one in particular captured his palate, as he enthusiastically wrote in a letter, thanking for «the wonderful Krumiri». The approach to Krumiri is emotional, immediate, sincere. Today, the company is managed by Anna and the husband Carlo, daughter of the Commanders Romulus and Dorotea porter. A passion that feeds on the pleasure of doing things so well, as they used to. And to continue one tradition that has become history, in fact, in 2021 the Ministry of Economic Development granted the recognition of Historical Mark of National Interest and in 2010 it obtained the De. Co. from the Municipality of Casale Monferrato. In Milan the Krumiri Rossi have been official partners for years now of the hospitality of the Forum of Assago, as regards the matches of the Olimpia AX Armani Exchange Basketball Milan. Flour, fresh eggs, butter, sugar, vanilla and, above all, no water. It's just eggs and butter, in fact, to soften the dough and to give the Krumiri that special and irresistible scent. It has been like this since 1878. Krumiri are produced strictly by hand, from Always. It is a simple but delicate workmanship, which it requires experience and passion. Fresh eggs are broken manually to preserve the perfect integrity of the yolk then combined with flour, butter, sugar and vanilla; the dough obtained is left to rest in a cool place for a whole day. The shape of the Krumiri is much more than a quirk. The long ones knurled dough strips are cut manually and each of them is curved by hand according to the tradi-



tional “handlebar” profile, just like Vittorio’s moustache Emanuel II. A tribute by Domenico Rossi to memory of the king who united Italy.

The arrangement on the trays takes place manually as tradition dictates, but that’s not all. A once baked, the Krumiri rest for a whole night and alone the next morning, one by one, they are packed in classic and unmistakable red tin boxes. A slow process, made up of small rituals like any other art form requires. And the magic is done. In 2023 Krumiri Rossi Portinaro can count the milestone of 70 years of activity since Ercole Portinaro continued the Tradition, with the production in via dei Paleologi, fine today, in via Lanza 17, but also in the heart of all the fans around the world.





*Il Centro
dell'Incisione in un
giardino seicentesco
nel cuore dei Navigli
è il regno di Gigi
Pedroli, personaggio
eclettico, che dipinge
un mondo incantato
e una Milano magica.
Dal 1975.*

VISIONE



D'ARTISTA

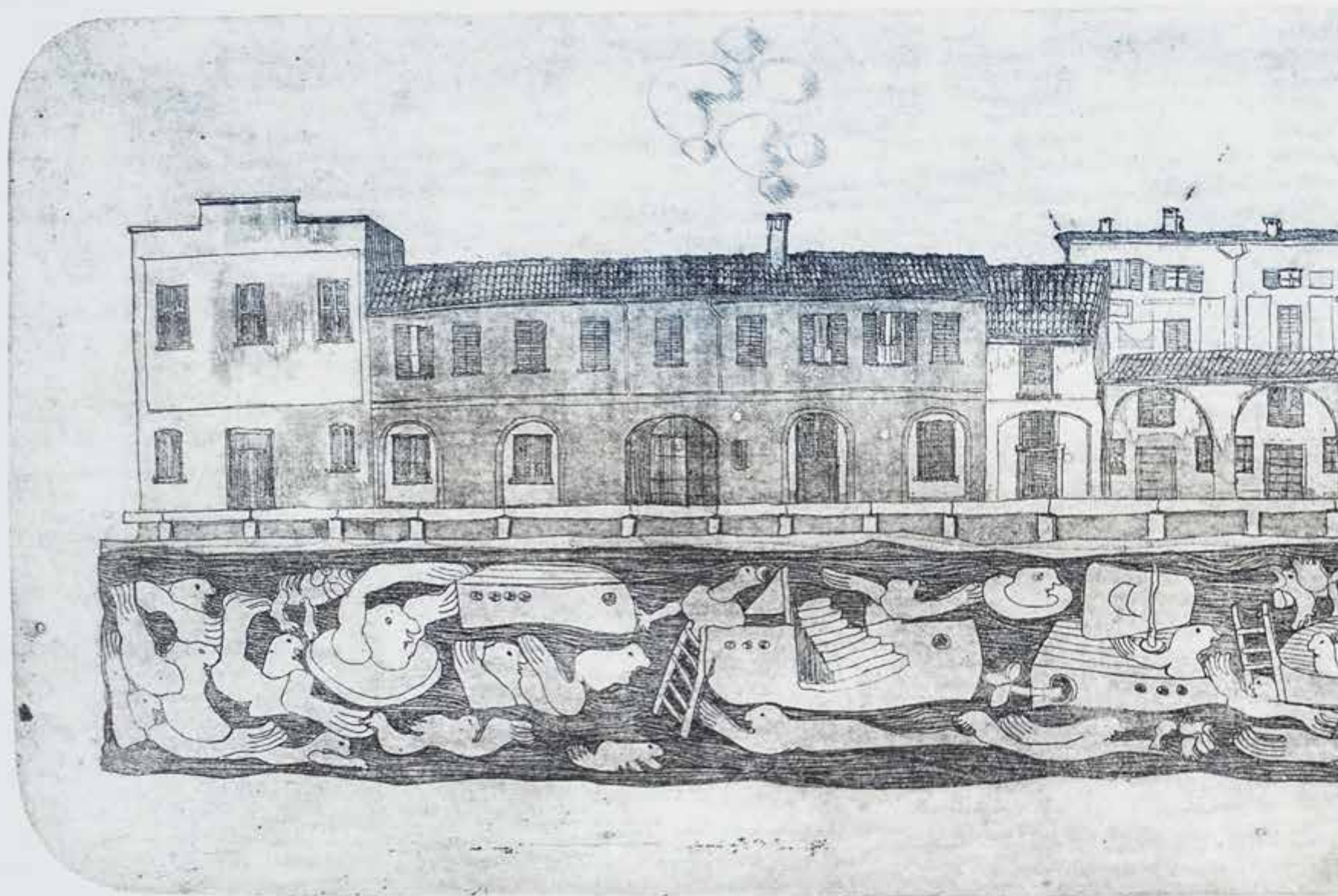


Oltre la soglia seicentesca di una delle più antiche cascine di città si può ancora ammirare una fucina d'arte: all'interno del cortile opera tuttora una stamperia che predilige l'antico torchio a mano. Si affaccia da più di quarant'anni sulle sponde del Naviglio Grande e rappresenta una sorprendente sosta nel quartiere per molti appassionati, milanesi, viaggiatori, turisti o semplici curiosi: è il mondo del Centro dell'Incisione, magia di un'arte manuale perduta. Questo è il regno di Gigi Pedrolì, artista instancabile, che si distingue per l'eleganza sofisticata del segno e il fantasmagorico gioco dei colori. Le sue incisioni raccontano, in modo fantastico e surreale, i personaggi della realtà che lo circonda: uomini, donne, bambini e animali che, all'ombra di alberi parlanti o alla guida di macchine volanti, sognano nuove avventure. Nella bottega, inoltre, tra corsi, visite scolastiche, esposizioni d'arte incisoria e serate musicali in stile vecchia Milano, la moglie Gabriella e il nipote Alessandro illustrano con passione agli incantati visitatori le opere di oltre cinquant'anni di incisione italiana.





Beyond the seventeenth-century threshold of one of the oldest farmhouses of the city, you can still admire a forge of art: inside of the courtyard still operates a printing house that prefers the ancient hand press. He has been looking out for more than forty years on banks of the Naviglio Grande and represents a surprising stop in the neighborhood for many enthusiasts, Milanese, travellers, tourists or simply curious: this is the world of the Centre of Engraving, the magic of a lost manual art. This is the realm of Gigi Pedrolì, tireless artist, which stands out for the sophisticated elegance of the sign and the phantasmagorical play of colors. The engravings of him tell, in a fantastic and surreal way, the characters of reality that surrounds: men, women, children and animals that, in the shade of talking trees or driving flying cars, they dream new adventures. In addition, in the workshop, between courses and visits schools, exhibitions of engraving art and musical evenings in old Milan style, his wife Gabriella and his nephew Alessandro passionately illustrate to the enchanted visitors the works of over fifty years of Italian engraving.



xxi/xxx

"festa"



Teddel

del naviglio n

ARTE IN CORTE

MARTIN LUCIANO e FIGLI
TUTTO PER OPERAI
★ DAL 1938 SURPLUS MATERIALI MILITARI ★



*Da luogo di culto per chi ama
la moda e la storia del costume
a bottega museo con i cimeli della
Grande Guerra. E spazio culturale
all'aperto. Dal 1938.*



Vivere e lavorare sui Navigli oggi è davvero impegnativo. Soprattutto quando si sente la responsabilità di un successo costruito sul lavoro dei genitori da portare avanti con lo stesso rigore. Nel tempo, con un'accelerazione repentina, i luoghi di arte e artigianato sono stati sostituiti da ristoranti, bistrot, bar, paninerie e locali etnici. Dopo la "Milano da bere" quella da "mangiare"? Paolo e Graziana Martin, eredi di Martin Luciano, non ci stanno e si battono per difendere l'identità storica e creativa di questo quartiere rinnovando ogni giorno le loro proposte, dalla jeanseria alle divise da lavoro agli accessori e confermandosi stella polare per gli appassionati di vintage e outdoor. Ma tutto questo non basta più, ora si raddoppia l'impegno aprendo al pubblico il cortile antistante la bottega-museo per realizzare eventi di arte e cultura dedicati a grandi e piccini. Già in passato i due fratelli hanno ospitato spettacoli teatrali, incontri divulgativi, momenti musicali, presentazioni di libri, cori e workshop di disegno, mostre fotografiche e pittoriche, festival dei fiori e ogni attività legata al rilancio del "loro" Naviglio. E alle loro celebrazioni sono intervenuti tanti amici, i ballerini Savignano e Tamellini, Vittorio Sgarbi, la poetessa Merini, l'opinionista Terzi, musicisti come Alex Britti e Ivana Spagna, senza contare che Jovanotti frequentava già il negozio negli anni '80. Nell'immediato futuro sono in calendario sfilate di moda e serate di ballo. La festa continua!





Living and working on the Navigli today is really demanding. Especially when you feel responsible for success built on the work of the parents to carry on with the same strictness. Over time, with a sudden acceleration, the places of arts and crafts have been replaced by restaurants, bistros, bars, sandwich shops and ethnic places. Paolo and Graziana Martin, heirs of Martin Luciano, are fighting to defend the historical identity e creativity of this neighborhood by renewing their proposals, from jeans to work uniforms to vintage accessories and outdoor clothes. Now they are opening the courtyard in front of the shop to the public and organizing art and culture events dedicated to adults and children. The two brothers have hosted in the past time, shows, informative meetings, musical moments, presentations of books, choirs and drawing workshops, photographic exhibitions and artistic exhibitions, flower festivals and many activities related to the relaunch of Naviglio. And they attended their celebrations many friends, the dancers Savignano and Tamellini, Vittorio Sgarbi, the poetess Merini, the columnist Terzi, Alex Britti and Ivana Spagna, not to mention that Jovanotti frequented already the shop in the 80s. The show must go on!



La **DAMA** *e il*



Un viaggio nel passato, dal Trecento all'Ottocento, fra sculture, tappeti, armi, orologi, porcellane e capolavori di pittura in una casa museo a due passi dal Duomo. Dal 1881.

CAVALIERE



Il museo apre nel 1881, fondato dal nobile collezionista Gian Giacomo Poldi Pezzoli (Milano 1822-1879). La sua casa museo è uno dei primi e più riusciti esempi di storicismo in Europa: ogni ambiente si ispira ad uno specifico stile del passato e ospita un'eccezionale raccolta di opere d'arte. Dipinti dal Trecento all'Ottocento, sculture, armi e armature, vetri, orologi, porcellane, tappeti e arazzi, mobili ed oreficerie creano un insieme straordinario, donato da Gian Giacomo ad "uso e beneficio pubblico". Durante la Seconda Guerra Mondiale, i bombardamenti del 1943 distruggono la maggior parte delle decorazioni degli interni. Oggi, accanto alle sale storiche che evocano l'atmosfera della casa del collezionista, ci sono nuovi allestimenti, come la Sala d'Armi di Arnaldo Pomodoro (2000). Nel 2017, il Museo ha aumentato i suoi spazi con l'aggiunta di tre sale e nel 2022 è stata inaugurata la Orangerie.





The Museum opened in 1881, founded by the noble art collector Gian Giacomo Poldi Pezzoli (Milan 1822-1879). His house museum was one of the first and most successful examples of historicism in Europe: each room was inspired by a style from the past and hosted an exceptional selection of artworks.

Paintings from the 14th to the 19th century, arms and armour, glass, clocks, porcelain, carpets and tapestries, furniture and jewellery created an extraordinary ensemble donated by Gian Giacomo 'for public use and benefit'. During World War II, the 1943 air raids destroyed most of the house's interior decoration. Today, alongside the historic rooms, evoking the atmosphere of the collector's house, there are new settings such as the Armory by Arnaldo Pomodoro (2000). In 2017, the museum expanded its spaces with the addition of three rooms, and in 2022, the Orangerie was inaugurated.



questione di **ET**



ICHETTA

ENOTECA COTTI

dal 1952



MILANO



Oltre mille proposte di vini pregiati e una sala interamente dedicata alle grappe: benvenuti nel regno di Cotti, da oltre settant'anni eccellenza enogastronomica in Brera. Dal 1952.

L'Enoteca Cotti nasce nel 1952 quando Luigi si innamora del locale e decide di intraprendere l'attività di enoteca. L'arredamento è in autentico stile Liberty e risale al 1906. Il banco di mescita è rimasto fino al 1987, quando ancora non era esplosa la moda dei Wine Bar e nel locale si fermavano a bere e a chiacchierare molti personaggi famosi, illustri giornalisti del vicino Corriere della Sera, pittori, scultori, poeti e musicisti. Quando Luigi e Tina sono venuti a mancare, l'attività è proseguita con il figlio Giorgio e la moglie Michela con la loro figlia Eleonora, quinta generazione nel settore del vino. Accanto a loro c'è Marina, fedele collaboratrice da oltre trent'anni. L'Enoteca ha sempre cercato di promuovere il vino italiano e soprattutto i vitigni autoctoni. Da oltre settant'anni propongono una selezione di vini di varie regioni che vengono imbottigliati all'origine da diversi produttori con etichetta personalizzata Enoteca Cotti. Grande spazio viene dedicato alle specialità gastronomiche dolci e salate - fra cui i Krumiri Rossi - ai liquori italiani, a quelli provenienti da tutto il mondo ed agli Champagne. Giorgio Cotti è felice di ricordare che "fra i vari riconoscimenti ricevuti, ci rende particolarmente orgogliosi l'Ambrogino assegnatoci dal Sindaco Letizia Moratti nel 2007".







The Cotti Winehouse starts in 1952 when Luigi falls in love with the place and decides to start the wine business. The furniture is in authentic Liberty style and dates back to 1906. The serving counter is remained until 1987, when it was not yet the fashion of Wine Bars and clubs has exploded many stopped to drink and chat famous people, illustrious journalists of the near Corriere della Sera, painters, sculptors, poets and musicians. When Luigi and Tina passed away, the activity continued with his son Giorgio and his wife Michela with their daughter Eleonora, fifth generation in wine sector. Next to them is Marina, faithful collaborator for over thirty years. The wine shop has always tried to promote Italian wine and above all the vines indigenous. They have been offering for over seventy years a selection of wines from various regions that they are bottled at the origin by different manufacturers with custom label Cotti wine shop. Great space is dedicated to sweet and savory gastronomic specialties - including Krumiri Rossi - with Italian liqueurs, to those from all over the world and to Champagnes. Giorgio Cotti is happy to remember that "among the various awards received, makes us particularly proud the Ambrogino assigned to us by Mayor Letizia Moratti in 2007".





PASSIONE *ricerca* BELLEZZA

*Dalle porcellane giapponesi
ai tappeti orientali:
un percorso eclettico
nel tempo e nello spazio.
Così Galleria Svettini si
candida luogo del cuore
del collezionismo milanese.
Dal 1995.*





Tanti oggetti, ognuno con la propria storia. Osservando una maiolica italiana, una porcellana d'Oriente, una scultura o un dipinto, l'occhio esperto risale subito a quel certo periodo storico e ne coglie il valore. Intuito personale, tanta cultura e un saper fare acquisito con l'esperienza sono le doti di Adele Svettini, quelle necessarie per diventare un mercante d'arte capace di attirare i collezionisti. Ecco perchè sin dal 1995 Adele, proprietaria dell'omonima galleria al piano terra di un palazzo storico milanese, ha avuto successo nella sua attività di antiquaria, seguendo la propria sensibilità capace di scegliere direttamente da prestigiose collezioni d'arte private, ceramiche, tappeti orientali antichi e rari, mobili, dipinti e sculture, senza tralasciare in questa ricerca sofisticata capolavori di arte contemporanea e opere di artisti emergenti. Ma Galleria Svettini non è soltanto questo, è anche un salotto buono, un luogo di cultura dove spesso si organizzano, anno dopo anno, mostre a tema come le memorabili rassegne "L'importanza del rito del caffè" nel 2014 il e "Il magico mondo del vasellame conviviale" nel 2015 riguardanti le maioliche italiane del XVIII secolo. Nel 2013 ne "Il viaggio del collezionista" vennero esposti in particolare tappeti dell'Asia Centrale e manufatti di tribù seminomadi.



Many objects, each with its own story. Observing an Italian majolica, a Chinese porcelain, a sculpture or a picture, the expert eye immediately dates back to that certain period history and captures its value. Personal intuition, a lot of culture and a know-how acquired through experience are Adele Svettini's qualities, necessary to become an art dealer capable of attracting collectors. That's why since 1995 Adele, owner of the homonymous gallery on the ground floor of a historic building in Milan, has been successful in its business of antiques, following his own sensitivity capable of choose directly from prestigious private art collections, pottery,

antique and rare oriental carpets, furniture, paintings and sculptures, without neglecting in this sophisticated research masterpieces of contemporary art and works by emerging artists. But Galleria Svettini is not only this, it is also a wonderful living room, a place of culture where they often organize, year after year, themed exhibitions such as memorable reviews "The importance of the coffee ritual" in 2014 and "The magic world of convivial tableware" in 2015 concerning the 18th century Italian majolica. In 2013 in "The journey of the collector" carpets in particular were exhibited of Central Asia and artifacts of semi-nomadic tribes.



DALLA NATURA CON AMORE

*Una realtà lombarda che
ha portato la bellezza della
natura nel mondo. E che trova
a Milano i suoi due interpreti
migliori. Dal 1978.*

L'ERBOLARIO





“Siamo lieti di festeggiare quest’anno il nostro 45° anniversario. Siamo nati nel 1978 come piccola erboristeria artigianale, e da allora abbiamo sempre tenuto fede ai valori che guidano il nostro operato: Rispetto per le Persone, gli Animali e l’Ambiente. Durante l’evoluzione della nostra azienda, abbiamo sempre unito la tradizione erboristica alle più avanzate tecniche in ambito cosmetico, per offrire ai nostri Clienti un prodotto di derivazione

vegetale, di qualità eccellente, e con un ottimo rapporto qualità/prezzo. I nostri cosmetici vengono formulati, prodotti e confezionati a Lodi, e da qui raggiungiamo oltre 4.000 punti vendita in Italia, e oltre 40 Nazioni in tutto il mondo. Inoltre, dal 2021 siamo diventati con orgoglio Società Benefit, per confermare anche nel nostro statuto sociale quell’impegno verso una cosmetica responsabile, trasparente, sostenibile e inclusiva”.

L'ERBOLARIO



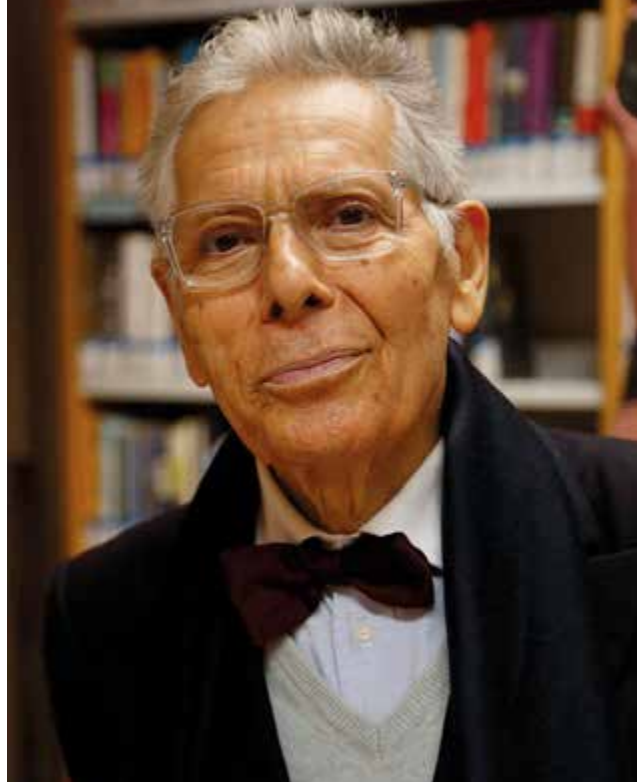
L'ERBOLARIO Via dell'Orso, 18 - Milano +39 02 804577 www.erbolario.com



Erbolario: una suggestione linguistica relativa a laboratorio, lavoro, operare creata da Franco Bergamaschi e da sua moglie Daniela Villa che fin dall'adolescenza avevano condiviso la passione per il mondo delle piante officinali, trascorrendo le giornate nei campi della campagna lodigiana alla ricerca di erbe spontanee. Un neologismo che è diventato brand tra i più famosi nella cosmetica e nell'erboristeria internazionale e indica gli innumerevoli negozi italiani nel mondo. Sono Paolo e Valeria che gestiscono da anni la bottega storica di Brera a Milano. "Siamo noi i franchisee, proveniamo da realtà lavorative diverse (Valeria dalla Sanità privata e Paolo dal mondo della Finanza) e molti anni fa abbiamo deciso di cambiare vita affiancandoci a una azienda della quale fin dagli albori del marchio lodigiano abbiamo sempre apprezzato la filosofia, il rispetto per la natura, per l'ambiente e soprattutto la correttezza personale della Famiglia Bergamaschi. Con noi lavorano due splendide ragazze, Emanuela e Lisa, che ormai dopo tanti anni consideriamo di famiglia e insieme alle quali abbiamo fatto diventare il nostro negozio "un abbraccio al Mondo" in quanto, con le quattro lingue straniere parlate tra tutti noi, facciamo sentire a casa chiunque entri in Bottega, dall'Asia al Sudamerica".

Erbolario: a linguistic suggestion related to laboratory, work, operate created by Franco Bergamaschi and his wife Daniela Villa who ended since adolescence they had shared a passion for world of medicinal plants, spending the days in the fields of the Lodi countryside looking for herbs spontaneous. A neologism that has become one of the most popular brands famous in international cosmetics and herbal medicine and indicates the countless Italian shops in the world. Paolo and Valeria have been running the historic shop for years of Brera in Milan. "We are the franchisees, we come from different working realities (Valeria from private healthcare and Paolo from the world of Finance) and many years ago we have decided to change his life by joining a company of the which we have had since the dawn of the Lodi brand always appreciated the philosophy, respect for nature, for the environment and above all the personal correctness of the Bergamaschi family. Two wonderful people work with us girls, Emanuela and Lisa, who now after so many years we consider family and together with whom we have done become our shop "a hug to the world" because, with the four foreign languages spoken among all we make, everyone who enters the Bottega feel at home, from Asia to South America".

La sociologia della moda si pratica insegnando ai giovani il lavoro di sarto. Da Bari a Milano, ecco la storia vincente di un artista innamorato della bellezza. Imprenditore instancabile. Dal 1968.



FATE *la* MODA

C'è un modo antico di mettere ordine nel disordine: affidarsi alla geometria. E alla geometria si affida Francesco Fracchiolla in arte "Franco", esteta prima che sarto, avvocato-filosofo e pittore quando prepara la sua prima sfilata nel suo inedito atelier in via Spiga 22, progettato dall'architetto Piero Pinto. E lo showroom si trova proprio al centro di quello che sarebbe poi divenuto il Quadrilatero e dove lo avrebbero soprannominato "uomo del GT bianco" per la spider con la quale sfrecciava nel centro di Milano. Era il maggio 1968: data profetica. Franco, affiancato dalla moglie Angela come pierre e dalla sorella Maria première, presenta una collezione dalle linee essenziali, pulite ma sofisticate, che a lui sembra classica ma in realtà è rivoluzionaria per colori, tessuti e proporzioni. Il suo claim: "Fate la moda, non fate la guerra". Trentenne, si sente parte della beat generation o, quanto meno, condivide quel vento di cambiamento che soffia su tutti, anche sulle sue clienti; propone uno stile che piace ai "matusa" ma anche ai loro figli "capelloni". Uno stile che conquista la borghesia milanese, destinato a diventare lo stile tout court e che cattura la clientela internazionale per la sua versatilità: abiti pratici e funzionali la mattina,



sobri ed eleganti il pomeriggio, raffinati e seducenti la sera, grazie a un sapiente uso di paillettes, di scollature e di oblò che preludono al nude look. Ma sono i tagli asimmetrici, i pannelli geometrici, certe soluzioni spaziali nei tessuti double che firmano lo stile Franco per tutti gli anni Settanta e ispirano Cardin. E poi quei colori cosmetici, polverosi come cipria...

Soprattutto si percepisce quell'eleganza frutto di alta tradizione sartoriale, preludio di grande vestibilità. Franco modifica linee e volumi tradizionali per vestire la nuova donna agile e scattante, quella che si vuole emancipare e si rivolge anche all'uomo e al bambino, con una serie di collezioni che diventano nel tempo total look. Nel frattempo, sfilate a Roma, Firenze, Milano, mostre e premi. Le sue proposte rivivono nel tratto originale di Brunetta, accendono i reportage di Camilla Cederna, occhieggiano su "Il Corriere della sera", si lasciano sedurre dall'obiettivo di Bob Krieger... Quando nel febbraio del 1990 Franco si trasferisce nell'attuale sede di Via Senato 2, da lui stesso progettata, porta con sé una fama che è già tradizione. E continua il suo rapporto con la clientela che ancora oggi si rivolge a lui per una "rimessa a modello".

FRANCO

brunetta

“FRANCO”







There is an ancient way to bring order to disorder: rely on geometry. Francesco Fracchiolla, “Franco”, is an esthete, tailor, lawyer, philosopher and painter. His first fashion show was in his atelier in via Spiga 22, designed by architect Piero Pinto. And the showroom lies right in the middle of “Quadrilateral”. It was May 1968: a prophetic date. Franco, flanked by his wife Angela as pierre and his sister Maria première, presents a collection from essential lines, clean but sophisticated, which he thinks classic but in reality is revolutionary in terms of colors and fabrics and proportions. His claim: “Make fashion, don’t make it war”. Thirty years old, he feels part of the beat generation, he shares that wind of change blows on everyone, even on his clients. A style that conquers the milanese women, destined to capture the international clientele for its versatility: practical and functional clothes in the morning, stiff and elegant in the afternoon, refined and seductive in the evening, thanks to a clever use of sequins, necklines and portholes that prelude to the nude look. But they are the asymmetrical cuts, the geometric panels, certain spatial solutions that sign the Franco style for all years Seventy and inspire Cardin. And then those cosmetic colors, dusty as powder... Above all, everyone perceives that elegance resulting from high quality sartorial tradition, a prelude to great comfort. Franco modifies traditional lines and volumes for the new smart woman, man and children, with a series of collections that become total look over time. Meanwhile, fashion shows in Rome, Florence, Milan, exhibitions and interviews. His proposals are revived in the original sketches of Brunetta. When Franco moved in Via Senato 2, in February 1990 designed by himself, brings a fame that is already tradition.



FRANCO Via Senato, 2 - Milano +39 02 795332

MIRACOLI A MILANO

*Da cinque generazioni, una famiglia
di argentieri autori di collezioni
pregiate di oggetti per la casa
e per appassionati di wild life.
Dal 1912.*



MIRACOLI
MILANO DAL 1912



Vittorio de Sica lo intendeva in senso metaforico, ma i “Miracoli a Milano” ci sono davvero, da ben cinque generazioni. È il 1912 quando Romeo apre il laboratorio con negozio insieme al papà Rinaldo, che lo aiuta nei primi tempi. La bottega porta ancora il nome di Romeo, che è stato un grande artigiano, capace di lavorare l’argento e gli altri metalli preziosi con una manualità che ha fatto scuola, tramandandosi di generazione in generazione fino al giovanissimo Riccardo, che ne ha appresa la maestria, in un’epoca in cui la sua capacità è più unica che rara. La stirpe delle cinque “R” è iniziata con Rinaldo e proseguita con Romeo, Roberto e Renato, mancato pochi anni fa. Insieme alla famiglia Miracoli si è formata la danese Hanne Larsen, che oggi porta avanti la bottega storica con passione e determinazione. La linea di argenteria Wild Life è un’eccellenza della produzione Miracoli, con sculture in argento che raffigurano animali, uccelli, pesci, selvaggina, in tutte le dimensioni e con una dovizia di dettagli davvero impressionante. E poi ci sono scatole, candele, candelabri, bracciali, soprammobili e oggetti d’uso pratico per la casa, tutto in argento, per una clientela di grande eleganza.

Vittorio de Sica meant it in a metaphorical sense, but the “Miracles in Milan” have really been around for five years generations. It is 1912 when Romeo opens the laboratory with the shop together with his father Rinaldo, who helps him in the first courses times. The workshop still bears the name of Romeo, that is was a great craftsman, capable of working silver and the other precious metals with a dexterity that he did school, handed down from generation to generation to the very young Riccardo, who learned its mastery, in an era in which his ability is more unique than rare. The lineage of the five “Rs” began with Rinaldo and continued with Romeo, Roberto and Renato, missed by a few years ago. Together with the Miracoli family, the Danish Hanne Larsen, who today carries on the workshop history with passion and determination. The line of Wild Life silverware is an excellence of production Miracles, with silver sculptures depicting animals, birds, fish, game, in all sizes and with a truly impressive detail. And then there are boxes, candles, candlesticks, bracelets, ornaments and objects of practical use for the home, all in silver, for one elegant clientele.



ROSE VIOLETTE DOLCI DA STAR



I marrons glacés più famosi di Milano da oltre cento anni, insieme ai sapori della tradizione nella pasticceria in cui Visconti scoprì Lucia Bosè. Dal 1911.







Qui si mangiano i più celebri marrons glacés sulla piazza milanese. Luchino Visconti, affezionato cliente, veniva ad assaggiare le sue adorate noci di pasta di mandorle tutte le volte che passava da Milano. E fu qui, che tra una pasta candita e una castagna, scoprì la “ciliegina sulla torta” del suo cinema, Lucia Bosè, che lo serviva dietro al bancone. Nel 1942, durante i bombardamenti che distrussero il negozio fondato nel 1911, la ditta ricevette il brevetto di fornitori della Real Casa di Savoia. Dalle macerie il figlio Ferruccio (successore del fondatore Giovanni) riuscì a salvare il bancone di legno e le vetrine, tuttora presenti nella sede. Nel 1945 fu aperto il laboratorio di Vannucci e il secondo punto vendita in Via Victor Hugo al 2. I due negozi sono tuttora presenti e solo attraverso di essi vengono commercializzati i prodotti Giovanni Galli. Oltre alle castagne e alla frutta candita, una specialità assolutamente imperdibile sono le violette e le rose candite. I macchinari di ultima generazione convivono con quelli storici in un connubio che punta a garantire il massimo della qualità nell'azienda che oggi è gestita dai figli di Ferruccio, Giovanni ed Edoardo.

Here you can eat the most famous marrons glacés on the square Milanese. Luchino Visconti, a loyal customer, came to taste his beloved marzipan nuts all the times he passed through Milan. And it was here, that between a pasta candied fruit and a chestnut, he discovered the “icing on the cake” of the cinema of him, Lucia Bosè, who served him behind the counter. In 1942, during the bombings that destroyed the shop founded in 1911, the company received the patent of suppliers of the Royal House of Savoy. From the rubble the son Ferruccio (successor of the founder Giovanni) managed to save the wooden counter and the windows, still today present in the office. In 1945 the laboratory of Vannucci and the second store in Via Victor Hugo al 2. The two shops are still present and only through they are marketed the Giovanni Galli products. In addition to chestnuts and candied fruit, a specialty absolutely not to be missed are the violets and roses candied. The latest generation machinery coexists with the historical ones in a union that aims to guarantee the maximum quality in the company that today is managed by sons of Ferruccio, Giovanni and Edoardo.





NASO SOLTTO



LABSOLUE
PERFUME LABORATORY

Da Laboratorio e Assoluta, dalla fusione di competenza tecnologica e alleanza con la natura, nascono opere di bellezza olfattiva. Per vivere in un luogo speciale, unico al mondo, la storia dell'arte profumiera, quella di una famiglia di creatori. Da tre generazioni. Dal 1945.

Il nome del brand di profumeria artistica e artigianale LabSolue nasce dalla fusione di due parole: Laboratorio e Assoluta, due aspetti fondamentali dell'arte essenziera. L'Assoluta è l'estrazione più pregiata degli ingredienti in profumeria: una materia prima naturale, ricca e nobile, ottenuta dalla diluizione in alcol delle concrete e dei resinoidi. Il Laboratorio è il luogo in cui nascono le idee, il fulcro dell'innovazione e della creazione, è qui che si concretizza il know-how dell'azienda maturato nel corso dei decenni. Così nascono e sono custodite opere di bellezza olfattiva, frutto di competenza tecnologica e alleanza con la natura. LabSolue è stato creato nel 2007 dalle sorelle Giorgia e Ambra Martone, a Milano. Alle spalle, quasi un secolo di esperienza: tutto è iniziato nel 1945, con lo storico marchio farmaceutico e cosmetico di famiglia, Marvin, fondato dal nonno Vincenzo Martone. La fabbrica si è espansa, sotto la guida del padre Roberto Martone, divenendo ICR - Industrie Cosmetiche Riunite - un'azienda di fama mondiale produttrice di profumi di lusso. Una storia di profonde radici familiari, che di generazione in generazione continua ad abbracciare i valori dell'arte, dell'alta qualità e dell'artigianalità. All'interno il visitatore può passeggiare attraverso le tre isole olfattive del laboratorio: Frutti e Aromatici, Fiori, Legni e Resine alla ricerca dell'essenza preferita. Tutto all'insegna dell'albero, elemento sempre al centro dell'ispirazione e dei riferimenti olfattivi di LabSolue. Ma l'albero è anche il simbolo che rappresenta la storia della famiglia Martone, dalla fabbrica di profumi del nonno alla realtà di oggi: generazioni che hanno tramandato e sublimato l'arte della profumeria. L'albero diventa infine un segno grafico per identificare il Magna Pars, l'Hotel à Parfum di famiglia, che sorge sul sito dell'antica fabbrica di profumi di famiglia in via Forcella 6 a Milano. Il Laboratorio di Profumi si trova anche a Roma in via di Monserrato 42, fulcro dello shopping artistico ed espressione del lifestyle italiano.



The name of the brand of artistic and artisanal perfumery LabSolue was born from the fusion of two words: Laboratory and Absolute, two fundamental aspects of essence art. The Absolute is the finest extraction of the ingredients in perfumery: a natural raw material, rich and noble, obtained from the dilution in alcohol of the concretes and dei resinoids. The Laboratory is the place where ideas are born, the hub of innovation and creation, where the company's know-how grew over the decades. This is how works of beauty are born and kept, the result of technological expertise and alliance with the nature. LabSolue was created in 2007 by the sisters Giorgia and Ambra Martone, in Milan. Behind, almost a century of experience: it all started in 1945, with the historic family pharmaceutical and cosmetic brand, Marvin, founded by grandfather Vincenzo Martone. The factory expanded, under the guidance of his father Roberto Martone, becoming ICR - Industrie Cosmetiche Riunite – a

renowned Company global producer of luxury perfumes. A story of deep family roots, which of generation after generation continues to embrace the values of art, high quality and craftsmanship. Inside the visitor can walk through the three olfactory islands of laboratory: Fruits and Aromatics, Flowers, Woods and Resins in search of the favorite essence. All under the banner of the tree, element always at the center of inspiration and the olfactory references of LabSolue. But the tree is also the symbol that represents history of the Martone family, from the factory of grandfather's perfumes to today's reality: generations that they have passed down and sublimated the art of perfumery. The tree finally becomes a graphic sign to identify the Magna Pars, the family Hotel à Parfum, which rises on the site of the old perfume factory of the family in via Forcella 6 in Milan. The Perfume Laboratory is located also in Rome in via di Monserrato 42, hub of artistic shopping and expression of the Italian lifestyle.



GOLF AND WINE

In vino veritas: viticoltori da generazioni, i Faravelli si fanno ambasciatori del made in Italy con prodotti ad alto gradimento e rispettosi dell'ambiente. Ma il colpo lo mette a segno il patriarca con il suo progetto sportivo unico al mondo. Dal 1895.




CANTINE
VITEA


GOLF AND WINE
— 1895 —



In cantina Faravelli i due figli Gaia e Stefano con il marchio **Vitea** e una produzione da manuale: oltre agli Spumanti prodotti da 100% uve Pinot nero in bianco e Rosé, il nuovo **Bonarda Historia** dai profumi speziati e piacevolmente lusinghevole e il nuovo **Buttafuoco Ca' del Cervo** definito rapsodico dal grande Daniel Thomas. Dal **Pinot Grigio Trame's** al **Bonarda Galesio** censiti da Italy's Finest Wines nei migliori d'Italia, dal **Riesling Viteus** definito elegante di grande freschezza con delicati ritorni floreali, al **Pinot Nero Moretto**, al **Barbera 1895 Grand Cru**, alla **Croatina** in purezza, al **Sangue di Giuda Molinazzo**, al **Moscato Declive**, allo **Chardonnay podere San Carlo**. I Vini di Cantine Vitea hanno avuto riconoscimenti internazionali e inoltre sono stati premiati con due medaglie d'oro in Asia, una medaglia d'oro in Germania, due medaglie d'argento e due medaglie di bronzo da Decanter a livello Mondiale.





“Rilancio del made in Italy coinvolgendo il territorio e i suoi prodotti con il marchio Golf and Wine 1895, collegato allo sport e al turismo che ne faccia da volano”. Questo è il mantra di Antonio Faravelli ideatore di un brand enologico che dalla fine degli anni Novanta è presente in ogni competizione golfistica grazie alla sua ostinazione. Porta l'energia di un uomo nato in vigna e che dalla vigna trae la sua forza quotidiana. “Golf e turismo rappresentano un binomio vincente, in grado di valorizzare le eccellenze del nostro territorio - commenta questo ambassador dell'Oltrepò - unendo alla componente sportiva la ricettività, la cultura e l'enogastronomia che sono da sempre i nostri punti di forza”. Questo progetto visionario ha fatto sì che Antonio Faravelli si confrontasse negli anni con i protagonisti della scena internazionale: presidenti e golfisti, politici e giornalisti, attrici e conduttrici, a tutti, instancabilmente, ha portato la sua visione di un made in Italy con i piedi per terra e lo sguardo nel futuro. Un futuro che oggi, nella mente di chi ci governa, è diventato presente. Una visione che si è fatta realtà nella cartolina che ogni giorno l'industria dei media propongono, quella di un'Italia “da viaggiare, visitare, mangiare”. “Finalmente! - commenta Faravelli - Ho ereditato azienda e passione dal 1968, ho traghettato i difficili anni della contraffazione e dell'abbandono delle campagne, ho buttato il cuore oltre l'ostacolo puntando sullo sport e sull'etica del lavoro. Ma anche sulla difesa e il rilancio del territorio. I nostri vigneti sono curati attraverso una viticoltura salubre, che si avvale di tecniche di difesa, definite lotta integrata: siamo impegnati in progetti per la biodiversità e la valorizzazione del territorio e quindi adottiamo pratiche agricole a basso impatto ambientale, per favorire la mitigazione dei cambiamenti climatici e ridurre l'emissione di inquinanti in atmosfera”. Sul green in attesa della Ryder Cup di Roma c'è sempre lui, Antonio Faravelli.





“Relaunch of Made in Italy involving the territory and its products under the Golf and Wine 1895 brand, linked to the sport and tourism that acts as a driving force”.

This is the mantra of Antonio Faravelli creator of a wine brand, present in every Golf competition since the end of the nineties thanks to his stubbornness. It carries the energy of a man born in the vineyard and who comes from the vineyard draws its daily strength. “Golf and tourism represent a winning combination, able to enhance the excellence of our territory - comments this Oltrepò ambassador - combining the sporting component with receptivity and culture and food and wine which have always been our points of reference Force”. This visionary project made Antonio Faravelli was confronted over the years with the protagonists of the international scene: presidents and golfers, politicians and journalists, actresses and presenters, to all, tirelessly, he brought his vision of a made in Italy with his feet on the ground and looking into the future. A future that today, in the mind of those who govern us, has become present. A vision which has become reality in the postcard that the industry every day of the media propose, that of an Italy “to travel, visit, eat”. “Finally! - comments Faravelli - I inherited company and passion since 1968, I ferried the difficult years of counterfeiting and the abandonment of campaigns, I threw my heart over the obstacle by aiming on sport and work ethic. But also on defense and revitalization of the territory. Our vineyards are tended through a healthy viticulture, which makes use of defense techniques, defined integrated pest management. On the green waiting for the Ryder Cup in Rome there is always him, Antonio Faravelli.





28/99

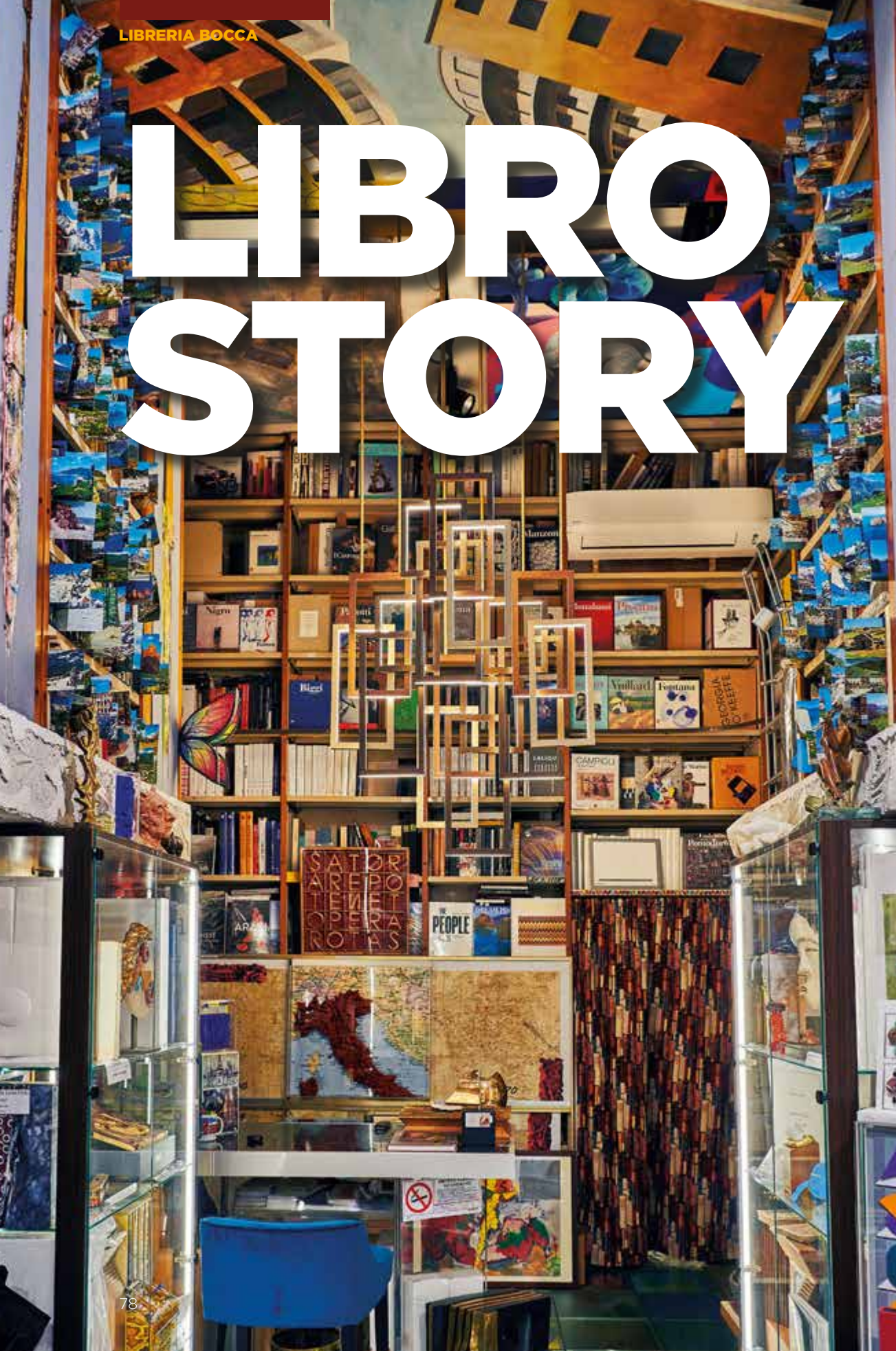
Robati

"Milano una volta"

*E sa il cielo quante porte s'immaginava che Milano
dovesse avere. Arrivato dunque sotto le mura,
si fermò a guardar d'intorno, come fa chi,
non sapendo da che parte gli convenga di prendere,
par che n'aspetti, e ne chieda qualche indizio
da ogni cosa.*

I Promessi Sposi, Cap. XXXIV

LIBRO STORY





ARCHIVIO STORICO

di una Famiglia di Librai Milanesi

Libreria Bocca dal XVIII secolo

Historical Archive of a Milanese Bookseller Family

Bocca bookshop since XVIII century

Il mio approssimarsi ai cinquant'anni, di cui più della metà trascorsi quotidianamente all'interno della Libreria Bocca, mi ha spinto con la comparsa della pandemia, a rendere un doveroso, concreto omaggio alla storia di questa secolare attività.

Una storia che ha la sua lontana origine ad Asti, nella prima metà del '700, con il presunto fondatore Antonio Secondo Bocca. Mancando di fonti intermedie, essa riprende le fila delle vicende dell'albero genealogico della Famiglia dalla fine di quel secolo con la nascita del terzo genito, di una Famiglia di editori e librai*, Giuseppe Bocca Senior, 12 aprile 1789** e da allora procede ben documentata fino alla fine del XIX secolo, registrando la conclusiva nascita del nipote Giuseppe Bocca Junior, ultimo detentore dell'attività col cognome famigliare, deceduto nel 1951.

Molto numerosi sono i volumi stampati dai Bocca nel corso di due secoli; il presente volume si concentra su due collane editoriali importanti sia per il rilievo degli Autori, sia per la rilevanza dei titoli e la sostanziale validità degli argomenti, dimostrando l'autorevole competenza e la lungimiranza editoriale di questa straordinaria Famiglia.

Le due collane, PBSM Piccola Biblioteca di Scienze Moderne e BSM Biblioteca Scienze Moderne, qui per la prima volta raccolte in modo sistematico e completo, godono anche del pregio, almeno fino agli anni trenta del Novecento, di possedere affascinanti copertine artistiche disegnate dai importanti illustratori Italiani.

Un'ulteriore utilità offerta dal nostro archivio, indubbiamente tra i più esaustivi sull'argomento, consiste nel rappresentare un prezioso, esclusivo catalogo ricco di prime edizioni Italiane, relative al periodo editoriale 1898-1957.

* Lodovico Branda,
Il Commercio delle idee,
Olcio editore 1978.
** Nome presunto
del libro della
Antica, Diocesi di Asti

Giorgio Lodetti

Giorgio Lodetti
riporta alla luce la
storia della famiglia
Bocca e raccoglie in
un volume 250 anni
di editoria libraria.
Dal 1775.



Getting close to my fifties, more than half spent inside the Bocca bookshop, and with the pandemic, I felt the need to pay a dutiful and concrete homage to the history of this secular business. A history that has its far origin in Asti, in the first half of the 1700s, with the supposed founder Antonio Secondo Bocca. Missing the intermediate sources, it resumes from the end of that century with the Bocca family's vicissitudes found in their genealogical tree. It begins with the birth of Giuseppe Bocca Senior (12th April 1789), third son of the printer and publisher family and, since then, carries on well documented until the end of the XIX century, with the birth of the last grandson Giuseppe Bocca Junior, the business's last manager who holding the family name, who died in 1951. The Boccas printed very numerous volumes over the course of two centuries: this volume concentrates on two important editorial collections, salient for the importance of its authors, for the significance of its titles and for the substantial value of its topics. It demonstrates the respected knowledge and the editorial foresight of this extraordinary family. The two collections, PBSM Little Modern Science and BSM Modern Science, have been collected here for the first time in a systematic and complete order. Furthermore, and undoubtedly at least until 1930, they benefit from fascinating front covers designed by the most recognized Italian illustrators. An additional benefit offered by our archive, which is surely among the most exhaustive on the topic, consists in the representation of a valuable and exclusive catalogue, full of Italian first editions, regarding the editorial period 1898 - 1958.

Giorgio Lodetti



LIBRERIA BOCCA Galleria Vittorio Emanuele II, 12 - Milano
+39 02 86462321 www.libreriabocca.com

PUNTO DOPO PUNTO

*verso il
red_carpet*

JMONTEIRO
MILANO

Tra le case di righiera sul Naviglio l'atelier di alta moda che veste top model e influencer di tutto il mondo. Senza dimenticare la salvezza del pianeta con una collezione di accessori dedicata all'Amazzonia.







Nel “burg dè formaggiatt” il borgo dei formaggiai tra il Naviglio Pavese e Corso San Gottardo nascono gli abiti in partenza per la notte degli Oscar di Hollywood. Li cuce uno ad uno Jenny Monteiro. Terza generazione di sarti, Jenny cresce in Brasile divertendosi e giocando tra i tessuti nel laboratorio di famiglia specializzato in abiti da sposa. Giorno dopo giorno vive la tradizione della sartoria come sua passione. Osserva ogni donna che entra nell’atelier con la sua unicità e che come tale va valorizzata con idee design e dettagli esclusivi per il giorno che ha sempre sognato. E fa una promessa alla mamma: rendere grande il cognome Monteiro in Italia, paese simbolo della moda. Ventiquattro anni fa si trasferisce a Milano, dove collabora inizialmente con laboratori sartoriali e successivamente presso Prada, Armani e Dolce & Gabbana. La Sartoria Brancato ha un importante ruolo nel suo percorso: qui in mezzo ai voluminosi tulle degli abiti da scena, collabora nelle creazioni per i palchi più famosi al mondo, come quello del Teatro alla Scala di Milano, ispirata anche dai vivaci ambienti internazionali dell’Istituto Marangoni e dell’Istituto Secoli di Milano che ha frequentato per diversi anni. Nel 2012 decide di fondare il proprio brand, JMonteiro Milano, con abiti da Tappeto Rosso e collezioni di Pret-à-Porter proposte durante la Settimana della Moda milanese, la Mostra Internazionale d’Arte Cinematografica di Venezia e pubblicate su Vogue, Elle, L’Officiel e Vanity Fair. “Sono da 24 anni in Italia, ma sono nata nella regione amazzonica - racconta Jenny - da tempo avevo in mente un progetto per renderle omaggio.” La foresta amazzonica è uno degli ecosistemi più minacciati del pianeta e la sua sopravvivenza dipende dai suoi abitanti. I popoli della foresta sono i suoi guardiani e usano la terra senza danneggiare le piante e gli animali che ci abitano. Amazônia Onlus sostiene i nativi dell’Amazzonia nella lotta contro la deforestazione e per la conservazione della foresta tropicale e della sua biodiversità. Per loro ho disegnato la collezione “Ritorno alle Origini” foulard e t-shirt tutto made in Italy e con tessuti fino al 100% naturali ispirati ai fiori fucsia dell’albero del Jambo, alle seducenti foglie dell’albero del pane, e all’ara, uccello simbolo dell’Amazzonia”.



In the “burg dè furmagiatt”, the village of cheese makers between the Naviglio Pavese and Corso San Gottardo, the clothes are born for the evening of the Hollywood Oscars. Jenny Monteiro sews them one by one. Third generation of tailors, Jenny grew up in Brazil having fun and playing with fabrics in the family workshop specializing in wedding dresses. Day after day he lives the tradition of tailoring as his passion. He observes every woman who enters the atelier with her uniqueness and who as such should be enhanced with design ideas and exclusive details for the day she has always dreamed of. And he makes a promise to his mother: to make the Monteiro surname great in Italy, the country that symbolizes fashion. Twenty-four years ago she moved to Milan, where she initially collaborated with tailoring workshops and later with Prada, Armani and Dolce & Gabbana. Sartoria Brancato plays an important role in her journey: here, amidst the voluminous tulle of the stage dresses, she collaborates in the creations for the most famous stages in the world, such as that of the Teatro alla Scala in Milan, also inspired by the

lively international environments of the Istituto Marangoni and the Istituto Secoli in Milan which he attended for several years. In 2012 he decided to found his own brand, JMonteiro Milano, with Red Carpet dresses and Pret-à-Porter collections proposed during Milan Fashion Week, the Venice International Film Festival and published in Vogue, Elle, L'Officiel and Vanity Fair. “I’ve been in Italy for 24 years, but I was born in the Amazon region - says Jenny - I’ve had a project in mind for some time to pay homage to her.” The Amazon forest is one of the most threatened ecosystems on the planet and its survival depends on its inhabitants. The peoples of the forest are its guardians and use the land without harming the plants and animals that live there. Amazônia Onlus supports the natives of the Amazon in the fight against deforestation and for the conservation of the tropical forest and its biodiversity. For them I have designed all made-in-Italy scarves and t-shirts with up to 100% natural fabrics inspired by the fuchsia flowers of the Jambo tree, the seductive leaves of the breadfruit tree, and the macaw, the bird symbol of ‘Amazon’.



PIACERI *rinascimentali*

Tutti ospiti dai Bagatti Valsecchi, nella Casa Museo milanese che, recuperando le abitudini conviviali dei proprietari, apre le porte al pubblico per serate di musica, letteratura, arte e teatro. Dal 1880.







Il Museo Bagatti Valsecchi emerge nel cuore del quadrilatero della moda, tra via Gesù e via Santo Spirito, come luogo evocativo della Milano rinascimentale. Il palazzo conserva al suo interno un'eterogenea collezione quattro-cinquecentesca coerentemente contestualizzata in affascinanti ambienti neorinascimentali ideati dai baroni Fausto e Giuseppe Bagatti Valsecchi.

Attivando una vera e propria fucina creativa, i due fratelli progettano gli interni della propria dimora e collaborano con abili artigiani specializzati nella produzione di modelli desunti dal passato al fine di rincorrere il sogno di vivere in una casa che rievocasse le forme di un'abitazione cinquecentesca. Orgogliosi del grandioso risultato ottenuto, i Bagatti Valsecchi accolsero nella propria casa una folta schiera di amici e studiosi trasformandola in un piacevole luogo di incontro in cui dilettarsi tra arte, musica e teatro. In continuità con l'idea di condivisione promossa da Fausto e Giuseppe, ad oggi il Museo celebra i momenti di convivialità con numerose proposte culturali. Oltre a un ricco programma espositivo, il Bagatti Valsecchi amplia la propria offerta con iniziative poliedriche: serate tematiche come Stasera al Museo, un ampio cartellone di concerti e spettacoli teatrali, e In Arte Veritas, visite interattive pensate per rivivere l'atmosfera intima e conviviale che i Bagatti Valsecchi condividevano con i loro ospiti.





The Bagatti Valsecchi Museum stands in the heart of the fashion district, between the streets Gesù and Santo Spirito, as an evocative place of the Renaissance Milan. The Palace holds a heterogeneous collection of priceless works from the fifth-sixteenth century, coherently placed in neo-Renaissance settings designed by the Barons Fausto and Giuseppe Bagatti Valsecchi. Creating an actual creative forge, the two brothers conceived the interiors of their home and collaborated with talented artisans specialized in the reproduction of patterns from the past, in order to chase the dream of living in a home that evoked the models of a sixteenth-century house. Proud of the magnificent outcome they achieved, the Bagatti Valsecchi Family welcomed many friends and scholars over the years, turning their home in a delightful meeting place where they could enjoy art, music and theatre. In continuity with the concept of sharing initiated by Fausto and Giuseppe, the Museum is currently the setting of moments of conviviality and several cultural activities. In addition to a rich exhibition program, the Bagatti Valsecchi Museum expands its offer with multifaceted initiatives: themed evenings such as Stasera al Museo, an extensive program of concerts and theatrical performances, and In Arte Veritas, interactive tours designed to experience the intimate and convivial atmosphere of the Bagatti Valsecchi Family.



Mario Mainino

DI TUTTO DI PIÙ



*“Fundeghé” da novant’anni,
tre generazioni di droghieri
sempre attenti al rapporto
genuino con la clientela
affezionata, in un locale che
si è ingrandito negli anni.
Dal 1934.*

DE PONTI

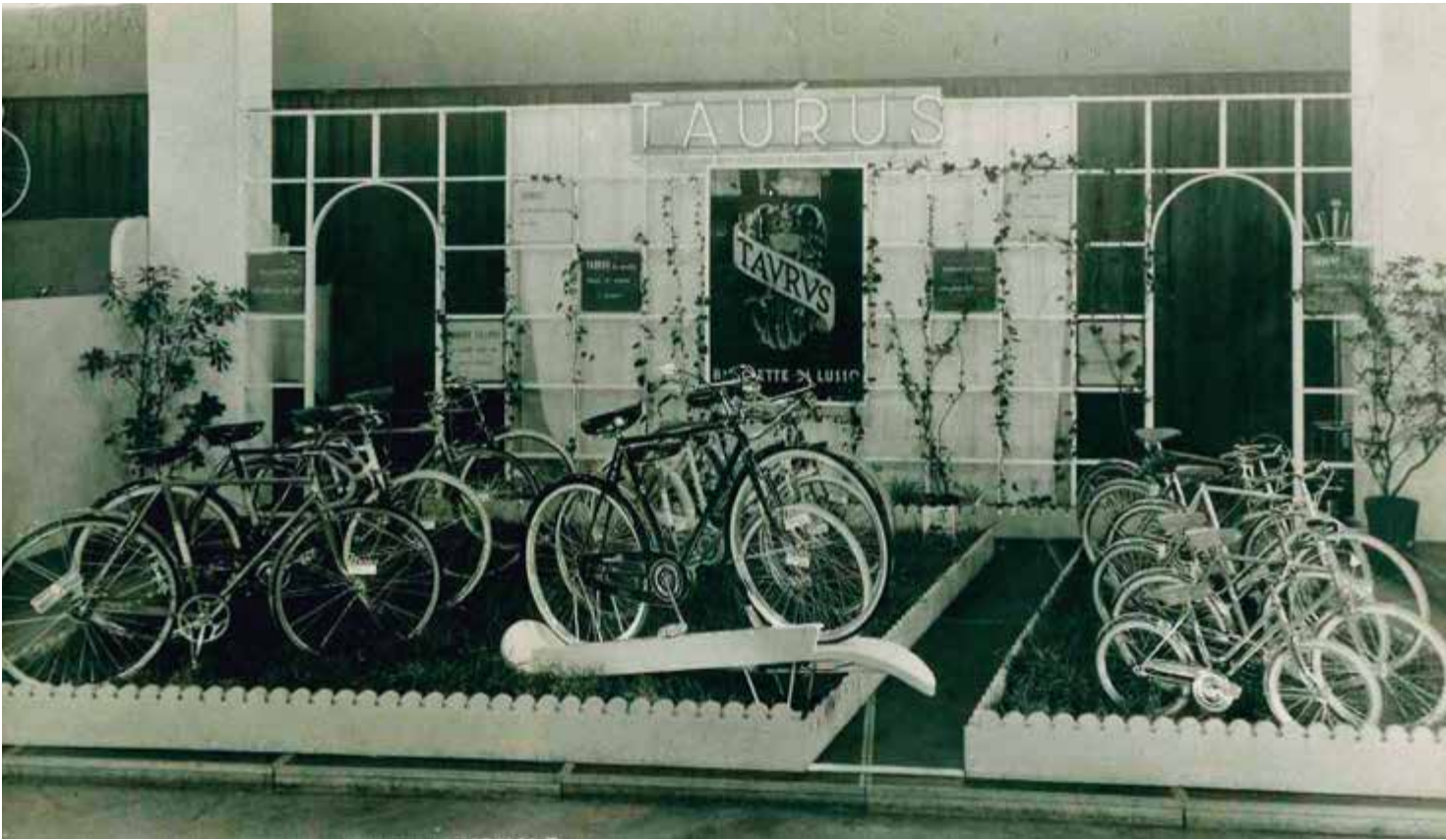




In dialetto milanese, il droghiere era il “fundeghè”, entrando si respirava un profumo unico, un misto di caffè, liquirizia, cioccolato, biscotti, ma anche saponi e detersivi. C’era l’imponente bancone in legno, gli alti scaffali, le vetrinette dei caffè, le caramelle dai mille colori che facevano sgranare gli occhi ai bambini. Dietro il bancone, nel 1934, c’erano i fratelli De Ponti, Angelo e Luigi. Dal 1934 al 1948 la drogheria constava di due occhi di vetrina, dal 1949 si è arricchita di un locale di torrefazione del caffè. Angelo e Giuseppina hanno tramandato la loro esperienza ai loro figli Ernestina, Glicerio ed Emilio. Dal 1975 l’enoteca prende il posto della torrefazione e negli anni novanta la bottega s’ingrandisce progressivamente fino a contare ben undici vetrine. Guido rappresenta la terza generazione, figlio di Glicerio, cui deve la passione e la curiosità per il vino e le specialità alimentari. Da quasi un decennio Andrea e Samuele lo affiancano nella ricerca e selezione di eccellenze. Ciascuno segue le proprie passioni, i vini, i distillati, le birre e i sakè, con grande attenzione alle specialità dolciarie e salate, nonché ai cambiamenti del gusto e delle sensibilità eno-gastronomiche. Una sintesi fra storia e modernità, gusto e consapevolezza.

In Milanese dialect, the grocer was the “fundeghè”, upon entering you breathed a unique scent, a mixture of coffee, licorice, chocolate, biscuits, but also soaps and detergents. There were the imposing wooden counter, the tall ones shelves, the windows of the cafes, the sweets from the thousand colors that made children’s eyes widen. Behind the counter, in 1934, were the De Ponti brothers, Angel and Louis. From 1934 to 1948 the grocery consisted of two showcase eyes, since 1949 it has been enriched with a coffee roasting place. Angel and Josephine they passed their experience down to their children Ernestina, Glicerio and Emilio. Since 1975 the wine shop takes the place of roasting and in the nineties the shop grows progressively up to count as many as eleven showcases. Guido represents the third generation, son of Glicerio, to whom he owes the passion and the curiosity about wine and food specialties. Andrea and Samuele have been working alongside him for almost a decade in the search and selection of excellence. Everyone follows their own passions, wines, distillates, beers and sake, with great attention to specialties sweet and savory, as well as changes in taste and food and wine sensitivities. A synthesis between history and modernity, taste and awareness.





Oltre cento anni di artigianalità italiana per un marchio che fa della sostenibilità e dell'attenzione al dettaglio i segni distintivi con cui innova il mondo delle due ruote. Dal 1908.

Taurus
1908



Oltre cento anni di storia di artigianalità e autentico made in Italy fanno di Taurus una garanzia di assoluta qualità nel mondo delle due ruote. Dal 1908 le biciclette italiane Taurus sono pensate per soddisfare chi fa della bellezza e dell'attenzione per i dettagli i fondamenti del proprio stile di vita. Fondata dagli ingegneri Vittorio ed Umberto Fabbri, la Taurus viene completamente realizzata in Italia, nello stabilimento milanese situato in Zona Vigorelli. I primi modelli spiccavano per qualità ed eleganza, con caratteristiche tecniche fortemente connotative, come i freni a bacchetta e i pedali curvilinei caratterizzati dai tipici sei blocchetti, segno distintivo dei modelli più lussuosi e d'avanguardia per l'epoca. Al primo negozio storico di Milano, situato in Piazza della Repubblica, viene affiancato nel 1945 il nuovo punto vendita di Via Maiocchi. A metà degli anni '50 i fratelli Fabbri cedono l'azienda ed il marchio al signor Fassi, che già da decenni si occupava di biciclette. Sono gli anni del boom economico e Taurus amplia la sua offerta, dedicandosi anche alla produzione di motociclette e trasferendo la produzione nello stabilimento di Vanzaghella, alle porte di Milano. Dopo aver attraversato da protagonista la storia del '900, nel 2017 Taurus si rinnova, passando dalla meccanica dei freni a bacchetta alla sostenibilità del movimento elettrico, per proporre creazioni dal tratto contemporaneo, capaci di innovare il mondo delle due ruote senza mai dimenticare le proprie radici.

A RUOTA





Over one hundred years of history of craftsmanship and authentic made in Italy make Taurus a guarantee of absolute quality in the world of two wheels. Since 1908, Taurus Italian bicycles are designed to satisfy those who make beauty and of attention to detail the foundations of one's style of life. Founded by engineers Vittorio and Umberto Fabbri, the Taurus is completely made in Italy, in the Milan factory located in the Vigorelli area. The first models stand out for quality and elegance, with features highly connotative techniques, such as rod brakes and the curvilinear pedals characterized by the typical six blocks, hallmark of the most luxurious and avant-garde models for the era. At the first historic shop in Milan, located in Piazza of the Republic, the new point was added in 1945 sale of Via Maiocchi. In the mid-1950s the brothers Fabbri sell the company and the brand to Mr. Fassi, who he had already been dealing with bicycles for decades. These are the years of economic boom and Taurus expands its offer, dedicating itself also to the production of motorcycles and by transferring the production in the Vanzaghella plant, near Milan. After going through the history of the protagonist '900, in 2017 Taurus is renewed, moving from mechanics of rod brakes to the sustainability of the movement electric, to propose creations with a contemporary trait, capable of innovating the world of two wheels without ever forget one's roots.





*Il piacere della creazione.
L'amore per l'oggetto di carta.
L'arte della rilegatura.
Capolavori, pezzi unici
da guinness dei primati
in un laboratorio
artigiano.
Dal 1951.*

LIBRO *d'*ARTISTA

Legatoria d'Arte Giovanni Còdina

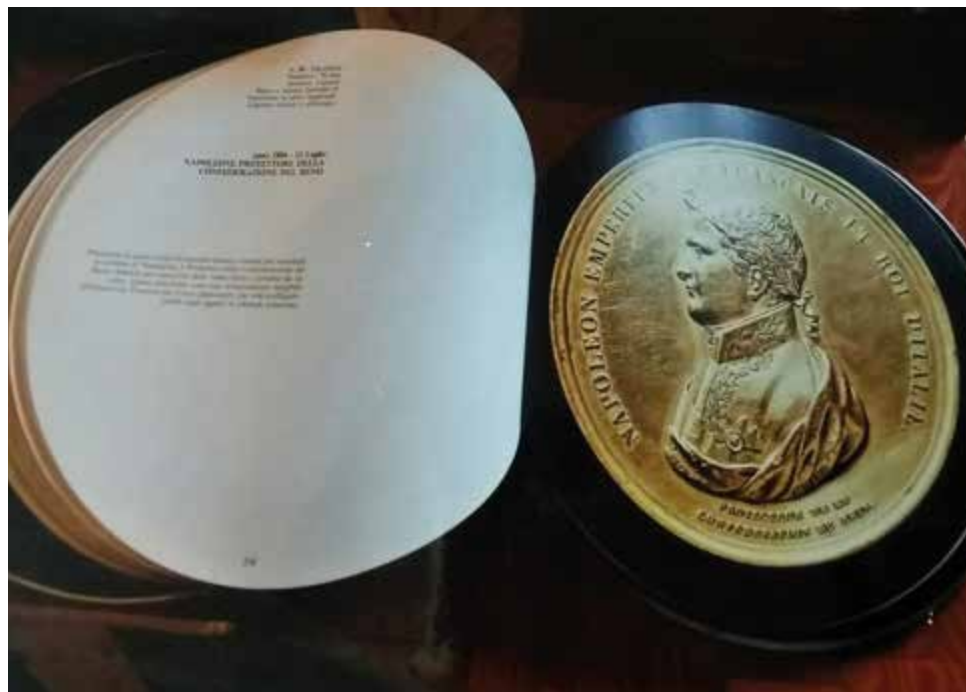
il piacere di un bel libro, anche al tatto





La Legatoria d'Arte Giovanni Còdina, fondata nel 1951 da Giovanni Codina e da sua moglie Anna Lapenna, da oltre settant'anni mette a disposizione dei servizi di altissima qualità in ogni foggia e stile d'epoca, elegante ed armoniosa nelle decorazioni classiche, essenziale e sobria nella linearità moderna. La lunga esperienza permette alla ditta di creare prodotti a livello artistico e non solo nel rilegare il singolo volume, ma anche nell'ideazione, progettazione ed esecuzione di collane editoriali, realizzate da Tiziano, Michelangelo e Natale, oggi titolari. La qualità si vede nelle lavorazioni di pelli pregiate e pergamene, intarsi e sbalzi a secco, incisioni ornamenti titolature, doratura dei tagli a mano in oro zecchino, virtuosismi artistici, boite alla francese, cofanetti a libro, carte marmorizzate a mano, restauri di conservazione e riparazioni, creative design e campionature. È difficile il mestiere dell'artigiano, sostiene Natale, perché occorre "sapere, saper fare e far sapere". Come ama sempre ripetere a chi entra in laboratorio citando la dedica al padre Giovanni: "l'artigiano, prima di muovere sapientemente le mani e creativamente la testa, ha già mosso la parte migliore di sé, che è il Cuore, per la passione che nutre per il proprio lavoro".





Giovanni Còdina Art Bookbinding, founded in 1951 by Giovanni Codina and his wife Anna Lapenna, for over seventy years it has been providing the services of very high quality in every shape and period style, elegant and harmonious in the classic decorations, essential and sober in modern linearity. The long experience allows the company to create products on an artistic level and not only in binding the single volume, but also in the conception, planning and execution of series editorials, created by Tiziano, Michelangelo and Natale, owners today. The quality is seen in the workmanship of precious leathers and parchments, dry inlays and embossing, engravings ornaments titles, gilding of edges a hand in pure gold, artistic virtuosity, French boîte, bookcases, hand-marbled papers, conservation restorations and repairs, creative design and samples. The craft of the craftsman is difficult, argues Natale, because it is necessary to “know, know how to do and let people know”. As he always loves to repeat to those who enter the laboratory quoting the dedication to his father Giovanni: “the craftsman, first to move your hands wisely and creatively head, he has already moved the best part of himself, which is the Heart, for the passion he has for his work”.





Il negozio di nonna Domenica trasformato in un concept store dove ispirare le proprie clienti al gusto e alla bellezza. Così il sogno di Matilde Zani, fashion designer pirotecnica diventa realtà.

S U I S M O I

Sui Moi. Dal francese “seguimi”. È questo l’invito che Matilde Zani rivolge agli abitanti di Caravaggio e a tutti i turisti che ogni giorno raggiungono questa località sulla scia dell’arte di Michelangelo Merisi e sull’onda mistica di una visita al Santuario Santa Maria del Fonte. “Seguimi” prosegue Matilde “perché all’interno della bottega tramandata da nonna Domenica Renata Pavesi nel centro storico, ho selezionato lingerie, costumi da bagno, articoli activewear per unire più stili ad un’unica attitudine: la ricercatezza”. Ma anche comfort e praticità, due qualità che scandiscono i successi fashion di questi ultimi anni. Soprattutto dopo il covid la parola d’ordine è “sentirsi bene nella propria pelle, vestire in scioltezza”. “Ma senza perdere in originalità e eleganza” precisa Matilde, studi da fashion designer con un’esperienza maturata a Milano, nell’atelier dell’amico e mentore De Wan, al fianco dell’eclettico titolare Roberto. Proprio ciò che vuole esprimere Matilde con la selezione di marchi e nuove proposte nel segno dell’ecosostenibilità dei materiali. A partire dall’intimo che, da capo underwear, è diventato elemento protagonista dello street style”. Profumi e fiori coronano questa piccola oasi dove il cliente può sentirsi come a casa propria.





Sui Moi. From the French “follow me”. This is the invitation that Matilde Zani addresses to the inhabitants of Caravaggio and to all the tourists who reach this town every day in the wake of the art of Michelangelo Merisi and on the mystical wave of a visit to the Sanctuary of Santa Maria del Fonte. “Follow me” continues Matilde “because in the shop handed down by grandmother Domenica Renata Pavesi in the historic center, I have selected lingerie, swimwear, activewear items to combine multiple styles with a single attitude: refinement”. But also comfort and practicality, two qualities that mark the fashion successes of recent years. Especially after covid, the watchword is “feeling good in your own skin, dressing loosely”. “But without losing originality and elegance” specifies Matilde, who studied as a fashion designer with experience gained in Milan, in the atelier of her friend and mentor De Wan, alongside the eclectic owner Roberto. Exactly what Matilde wants to express with the selection of brands and new proposals in the sign of eco-sustainability of materials. Starting from the underwear which, from underwear, has become the protagonist of street style”. Perfumes and flowers crown this little oasis where the customer can feel at home.





DEDICATO A SIR JAMES

*È nato in EuroItalia l'ultimo di casa Atkinsons,
marchio storico presente nelle onorificenze reali.
Dal nome antico ma dal piglio contemporaneo
questa fragranza è ispirata al fondatore. Dal 1799.*



ATKINSONS
LONDON 1799





James, la nuova eau de parfum di Atkinsons, è la prima fragranza lanciata da EuroItalia e ispirata al fondatore del brand.

È una creazione olfattiva che ricorda i Gentlemen's club inglesi, con i sentori dei tavoli in legno e dei sofà, ma reinventata con piglio contemporaneo e inedito dai nasi Yann Vasnier e Olivier Pescheux. Un jus agrumato, ambrato e legnoso le cui eccedenze speziate incantano il pubblico femminile. “È il british contemporaneo - spiega Alessandra Re, brand manager - quel carattere ibrido che mescola note musk a vetiver e patchouli”.

Magie dell'alta profumeria: questo sentore è dato dal bergamotto in apertura! “La contemporaneità della proposta si conferma con la sua identità ecosostenibile: più del 67% degli ingredienti sono biodegradabili e il 30% di derivazione naturale” racconta Maria Teresa Greco, communication & digital Pr. Il flacone opaco “London smoke grey” si fregia di un'etichetta lucida incisa in argento ma “James” veste arancione, colore iconico di Atkinsons che ricorda le pareti di mattoni degli edifici in Mayfair. Per le addict le eleganti fiale da tenere in borsa, nel taschino o in valigia.

Per i collezionisti i 2 set di miniature con le fragranze iconiche. Una golden suit rende unico il flacone.





Daide Soncin



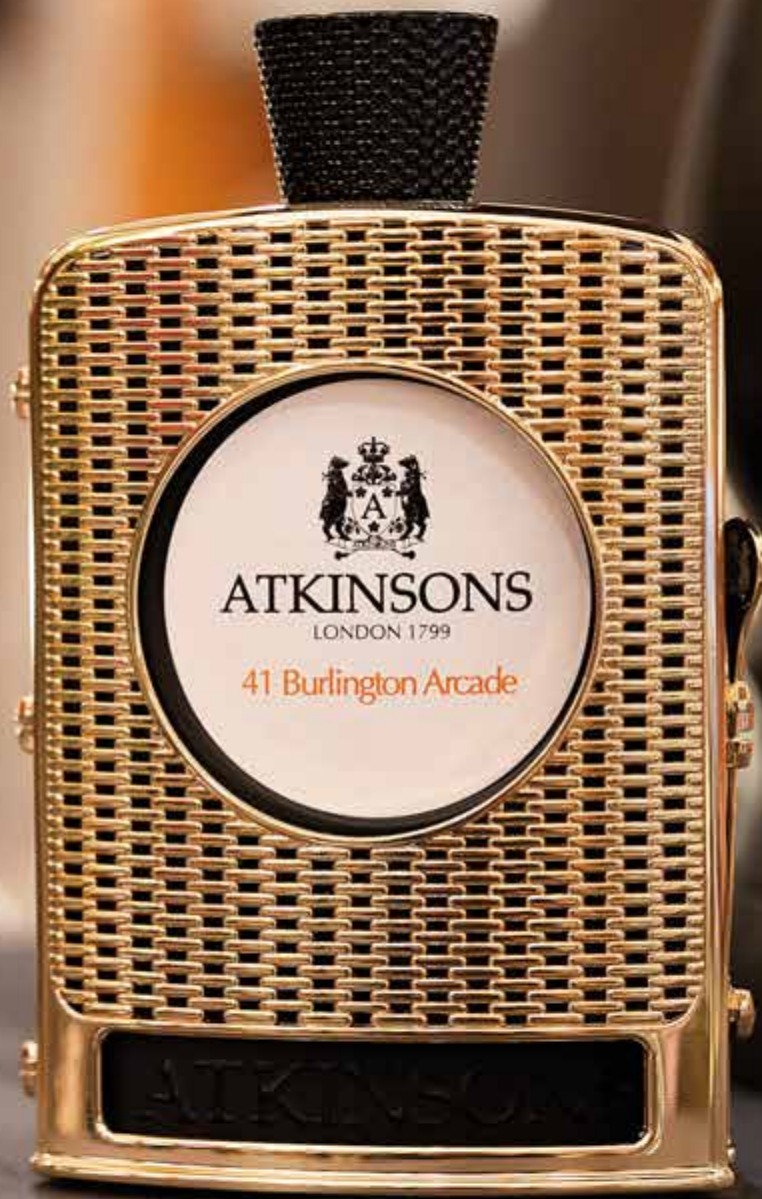
Daide Soncin



Daide Soncin



Davide Soncin





Davide Soncin



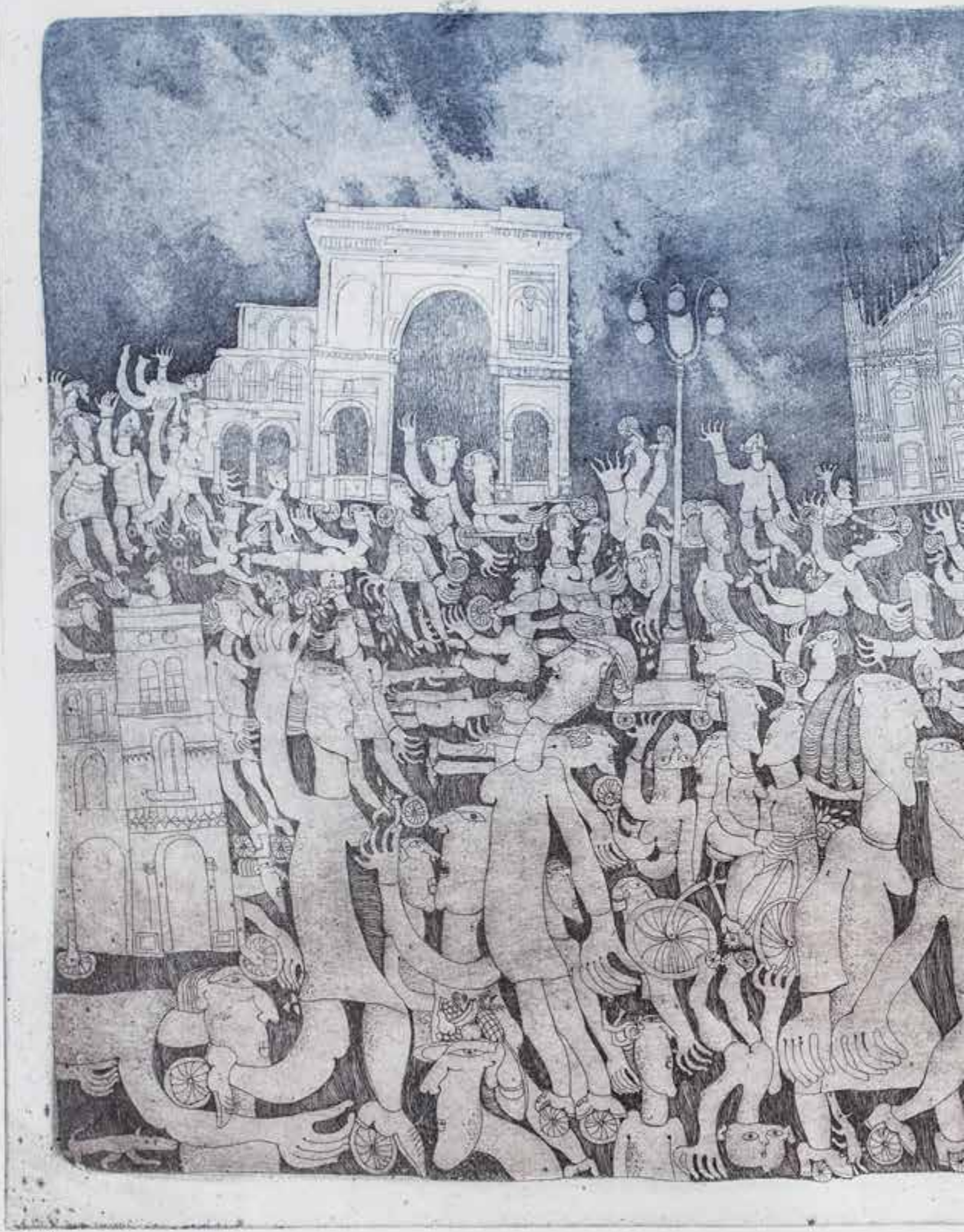
Davide Soncin

James, the new eau de parfum, is the first fragrance launched by EuroItalia and inspired by the founder of the brand. It is an olfactory creation reminiscent of the Gentlemen's English clubs, with scents of wooden tables and sofas, but reinvented with a contemporary and unprecedented look by noses Yann Vasnier and Olivier Pescheux. A citrus juice, amber and woody whose spicy excesses enchant the female audience.

"It's the contemporary British - explains Alessandra Re, brand manager - a hybrid character mixing musk notes with vetiver and patchouli". Magic of haute parfumerie: this scent is given by opening bergamot!

"The contemporaneity of proposal is confirmed with its eco-sustainable identity: more than 67% of the ingredients are biodegradable and 30% of natural derivation" says Maria Teresa Greco, communication & digital Pr. The opaque "London smoke grey" boasts a glossy label engraved in silver but "James" wears orange, the iconic color of Atkinsons reminiscent of the brick walls of the buildings in Mayfair. For addicts, elegant vials to keep in your bag, in your pocket or suitcase.

For collectors the 2 sets of miniatures with fragrances iconic. A golden suit makes the bottle unique.



52/99

"notte h



Pedro

avon

DITELO

con i FIORI

*Dalla corona
di laurea ai
giardini verticali,
installazioni d'arte
ed eventi design.
In una parola:
green art. Dal 1963.*

Floricoltura Vignoli

“Siamo molto meticolosi nel ricercare e selezionare i fiori più belli” spiega Giada Vignoli, titolare dell’omonimo laboratorio. Tutto inizia nel 1953 a Grignasco, quando Dante Vignoli, discendente di una famiglia di agricoltori con vivai di viti e piante da frutta, decide di aprire il primo negozio di fiori della zona, coltivando piante e gladioli. Dieci anni dopo si sposa con Graziella e apre a Milano in viale Coni Zugna 58 il punto vendita destinato a diventare unico, affiancato da serre per la coltivazione delle rose in Piemonte. Alla fine degli anni Ottanta il negozio si amplia e viene ristrutturato grazie alla dedizione del nipote Fulvio, che si ritira nel 2001. Successivamente la gestione passa a Giada: “per le nostre composizioni utilizziamo fiori freschi che ci vengono consegnati quotidianamente, piante vive anche da fusto e fiori artificiali di prima scelta, che abbiniamo a oggettistica, vasi, sculture artistiche in legno e molto altro. Ed è per questo che partecipiamo a concorsi e manifestazioni floreali. Occasione in cui mettiamo in mostra la nostra arte e ci confrontiamo con altri professionisti del settore. La preparazione data dai corsi professionali, la passione, il continuo aggiornamento, l’esperienza e la serietà ci contraddistinguono da oltre 60 anni”. Il servizio di consegna a domicilio in tutta Milano e, tramite il servizio Interflora, in tutto il mondo, è sempre garantito.



Silvia Rebutti



Silvia Rebutti



Silvia Rebuizi

"We are very meticulous in sourcing and selecting beautiful flowers" explains Giada Vignoli, owner of the homonymous laboratory. It all began in 1953 in Grignasco, when Dante Vignoli, descendant of a family of farmers with nurseries of vines and fruit trees, decides to open the first flower shop in the area, growing plants and gladioli. Ten years later he marries Graziella and the store opens in Milan in viale Coni Zugna 58, destined to become unique, flanked by greenhouses for the cultivation of roses in Piedmont. At the end of the 1980s the shop expands and is restructured thanks to the dedication of his nephew Fulvio, who retired in 2001. Subsequently the management passes to Giada: "for our compositions we use fresh flowers daily delivered, live plants too from stem and top quality artificial flowers. We match them with objects, vases, artistic wooden sculptures... And that's why we participate in competitions and floral displays. Occasionally we put showcase our art and compare ourselves with others industry professionals. The preparation given by the courses, passion, continuous updating, experience and seriousness has been distinguishing us for 60 years". Home delivery service throughout Milan and, through the Interflora service, all over the world, it is always guaranteed.



Silvia Rebuizi







SOTTO UNA LENTE MAGICA

*Cento anni di attività, capace di
coniugare la tradizione con la tecnologia
di laboratorio. Sempre all'avanguardia
anche nella scelta delle montature.
Dal 1927.*

SOTTICA
SCACCABAROZZI









L'Ottica ScaccabaroZZi apre i battenti nel 1927 in via Paolo Sarpi 63, dove si trova ancora oggi, felice di festeggiare un secolo di gloriosa attività, accanto ad altre botteghe storiche che hanno resistito all'arrivo dei cinesi. Fondata da Carlo ScaccabaroZZi, poi affiancato dalla moglie Angela Fradegrada, questo laboratorio familiare vende occhiali e articoli per fotografia sino al 1944, quando Carlo viene deportato in un campo di concentramento tedesco, dove purtroppo soccombe alla tortura nazista.

La moglie Angela continua nell'attività con il figlio Arturo ancora undicenne, che nel frattempo conclude gli studi di ottica, per riprendere il lavoro del padre. Arturo conduce l'attività con carisma e competenza fino al 1981, data della sua prematura scomparsa, quando lascia in negozio la moglie Norma Stella Maria, da tutti però chiamata Paola.

Dei suoi quattro figli, solo Paolo ha scelto di rimanere in negozio, con Enrico Samarati, ottico professionista.

In laboratorio, dietro il bancone, con un sistema computerizzato e avanguardistico, si fanno ancora le lenti su misura per i pazienti. Ma l'innovazione riguarda tutti i prodotti, comprese le lenti a contatto di ultima generazione, idratate e leggerissime.



Ottica ScaccabaroZZi opens its doors in 1927 in via Paolo Sarpi 63, where yes still finds today, happy to celebrate a century of glorious activity, next door to other historic shops that have resisted the arrival of the Chinese. Established by Carlo ScaccabaroZZi, later joined by his wife Angela Fradegrada, this family workshop sells glasses and items for photography up to 1944, when

Carlo is deported to a German concentration camp, where he sadly succumbs to torture Nazi. His wife Angela continues in the business with his eleven-year-old son Arturo, who in the meantime concludes his studies of optics, to resume the work of father. Arturo runs the business with charisma and competence until 1981, date of his premature death, when he leaves his wife in the shop Norma Stella Maria, by everyone though called Paula. Of his four children, only Paolo has chose to stay in the shop, with Enrico Samarati, professional optician. In the lab,

behind the counter, with a system computerized and avant-garde, they are still being made patient-specific lenses. But innovation covers all products, including contact lenses from latest generation, hydrated and very light.

OTTICA SCACCABAROZZI Via Paolo Sarpi, 63 - Milano +39 02 33101917





DROGHERIA
RADRIZZANI
ENOTECA
MILANO 1910

LE 5C del DROGHERIA



IERE

*Dallo champagne
al cioccolato: qui non
si viene a fare la spesa,
ma a vivere un'esperienza
gustativa. Dal 1910.*



L'insegna mantiene i caratteri tradizionali della bottega, la data storica del 1910 e il tipico colore verde scuro che si usava una volta, ma è moderna e luminosissima, per testimoniare un'attività che prosegue senza sosta da 113 anni. Il motto che gira in città è "prova a cercarlo da Radrizzani, se non ce l'ha lui, sarà dura trovarlo". In origine fu Camillo Robbiani ad aprire l'attività e a condurla fino allo scoppio della guerra. Sventrata dai bombardamenti del 1943, ne restano in piedi due vetrine, da cui, nel maggio 1945, Gaspare Radrizzani costruisce, con materiali di fortuna, un locale dove riprendere la vendita fino al 1950 quando inaugura il nuovo negozio, rivoluzionario per l'impiego di scaffali a vista in formica, materiale innovativo per l'epoca, e l'illuminazione a faretti. Nel 1965 la Drogheria passa al figlio Giovanni Fausto con la collaborazione della moglie Ilia e del figlio Emilio, che ha ereditato dal padre le tre C che caratterizzano le sue eccellenze - champagne caviare candeggina - e ne ha aggiunte due: cioccolato e carta casa. Ma anche tartufi, pasta, grissini, formaggi, selezionati personalmente fra i prodotti artigianali più rinomati e gustosi. L'ormai storico e prestigioso negozio con il suo ampio reparto enoteca, continua ad essere un riferimento per la clientela milanese. Emilio Radrizzani, insieme con la moglie Patrizia, afferma con orgoglio: "Qui non si viene a fare la spesa, ma un'esperienza gustativa".

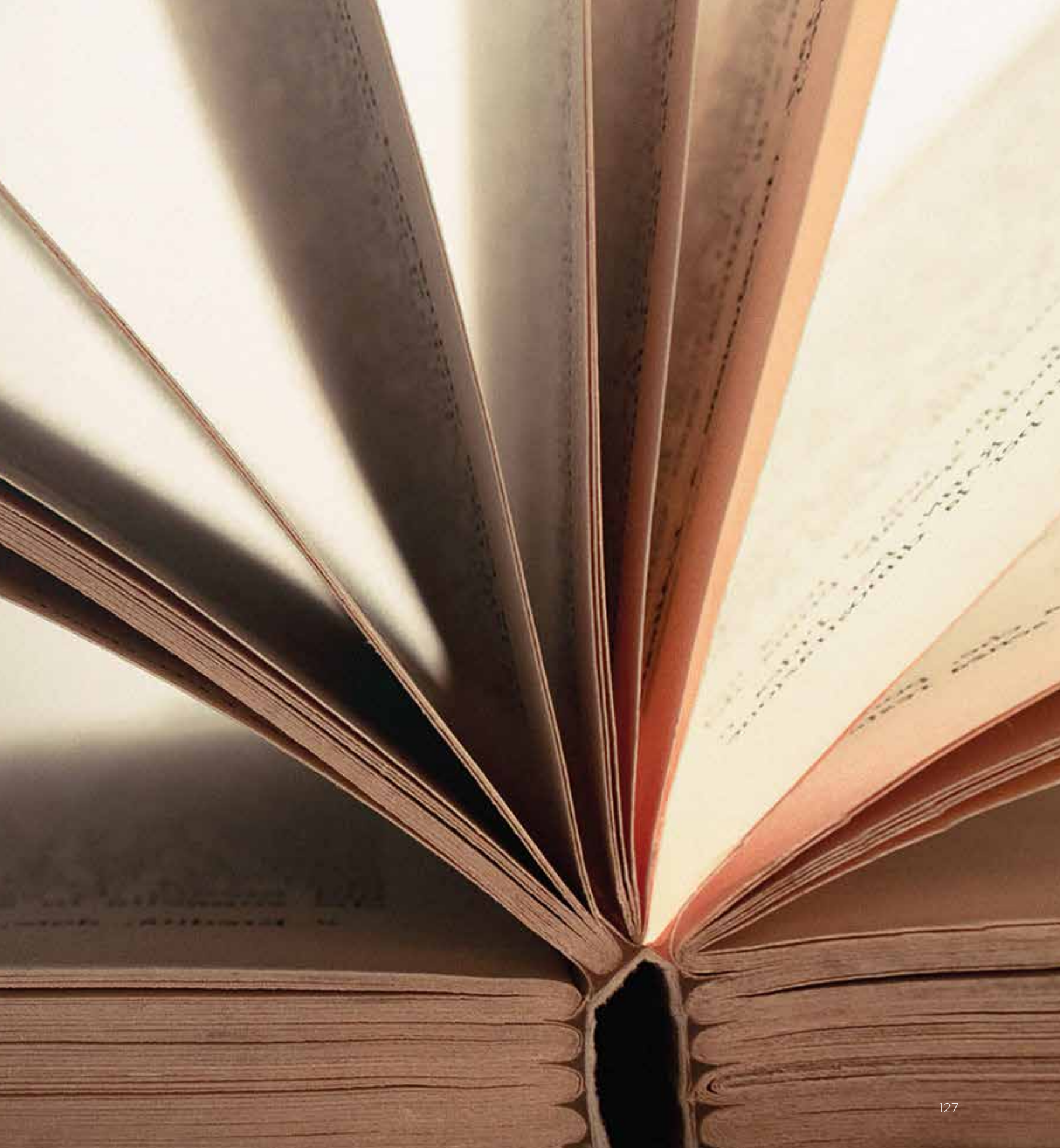
The sign maintains the traditional characteristics of the shop, the historical date of 1910 and the typical dark green color that was once used, but is modern and very bright, to bear witness to an activity that continues unabated from 113 years old. The motto that goes around the city is "try to find it from Radrizzani, if he doesn't have it, it will be difficult to find it". Originally it was Camillo Robbiani who opened the business and a leader until the outbreak of war. Gutted by the bombings of 1943, some remain feet two windows, from which, in May 1945, Gaspare Radrizzani builds, with makeshift materials, a place where to resume the sale until 1950 when inaugurates the new shop, revolutionary in terms of use of exposed shelves in formica, an innovative material for the time, and spotlight lighting. In 1965 the grocery passes to his son Giovanni Fausto with the collaboration of his wife Ilia and son Emilio, who he inherited from his father the three Cs that characterize its excellences - champagne caviar bleach - and it has two additions: chocolate and paper house. But also truffles, pasta, breadsticks, cheeses, personally selected among the most renowned and tasty handicraft products. The now historic and prestigious shop with its large department of wine shop, continues to be a reference for Milanese clientele. Emilio Radrizzani, together with the wife Patrizia, proudly states: "You don't come here to do the shopping, but to have a taste experience".



LUNGA VITA AL LIBRO

La lettura come ricetta di benessere: questa l'intuizione di Gerardo Mastrullo, editore milanese specializzato nella riscoperta di autori e testi poco noti ma capaci di illuminarci nel nostro quotidiano. Dal 1992.





Più di trent'anni di "Vita Felice" per la casa editrice di Gerardo Mastrullo, instancabile protagonista del mondo editoriale di nicchia a Milano. Un trascorso da bibliotecario e da libraio, Mastrullo non è partito dal desiderio di farsi editore, quanto da un marchietto realizzato da un amico incisore e dalla frequentazione con Alda Merini. Proprio con gli scritti della poetessa dei Navigli ha preso il via nel 1992 l'attività, diventata oggi archetipo e capofila di una certa piccola editoria elegante che si nutre di cura per l'oggetto libro e di *trouvailles*, grazie alla particolare attenzione alla qualità grafica, l'accuratezza delle traduzioni, il valore delle prefazioni e delle curatele. Da Robert Louis Stevenson ad Arthur Schopenhauer a Vasco Pratolini, e poi poesia, riproposizione di cronache trecentesche, classici greci e latini anche fra i meno noti. La vocazione è soprattutto la riscoperta dei dimenticati, dei rimossi, dei finiti in sordina come Ambrogio Bazzero, Guido da Verona, Ada Negri, Umberto Notari, pubblicati in vari marchi quali BookTime, Otto/Novecento e Il Ponte. Come scriveva Seneca nel *De vita beata*: "Vita felice è dunque quella che si accorda con la sua natura, e che si può raggiungere soltanto se lo spirito è sano e in perpetuo possesso di questa salute".

*More than thirty years of "Vita Felice" for the publishing house of Gerardo Mastrullo, tireless protagonist of the niche publishing world in Milan. A background as a librarian and bookseller, Mastrullo did not start from the desire to become a publisher, but rather from a brand made by an engraver friend and from acquaintance with Alda Merini. It was precisely with the writings of the poetess from the Navigli that the activity got underway in 1992 and has now become the archetype and leader of a certain small elegant publishing house that feeds on care for the object of books and *trouvailles*, thanks to particular attention to graphic quality, the accuracy of the translations, the value of the prefaces and editorships. From Robert Louis Stevenson to Arthur Schopenhauer to Vasco Pratolini, and then poetry, revival of fourteenth-century chronicles, Greek and Latin classics even among the lesser known. The vocation is above all the rediscovery of the forgotten, of the removed, of the finished on the sly such as Ambrogio Bazzero, Guido da Verona, Ada Negri, Umberto Notari, published in various brands such as BookTime, Otto/Novecento and Il Ponte. As Seneca wrote in *De vita beata*: "A happy life is therefore that which accords with its nature, and which can be achieved only if the spirit is healthy and in perpetual possession of this health".*





La MILLE MIGLIA *dei* SAPORI

FAST CARS
SLOW FOOD





*Il piacere della velocità.
Il gusto della tavola.
Simboli vincenti sempre nel
solco del made in Italy e sotto
l'insegna del levriero.*





“In lungo e in largo, più in lungo che in largo l’Italia è tutta da vivere” commenta Tomaso Trussardi capofila del progetto “Fast Cars Slow Food” nato dopo gli anni del Covid come leva collettiva per una grande ripartenza. “Sono di Bergamo - racconta - e la nostra città, oggi capitale della cultura 2023 insieme a Brescia, ha molto sofferto, è stata lacerata dalla pandemia ma non si è arresa. E non appena è stato possibile si è rimessa in moto come è nel nostro stile. Anch’io per primo, mi sono messo al volante con l’idea di disegnare dei percorsi virtuosi da condividere con auto speciali per raggiungere posti speciali dove gustare piatti speciali. Ecco, forse non è tutto così speciale: su sicurezza e viabilità ci sarebbe molto da fare, certe locande dovrebbero migliorare la loro ospitalità, certe trattorie rivedere qualche piatto in menù. Tuttavia i miei compagni di viaggio si divertono sempre e egli eventi stanno andando alla grande”.

Fast Cars Slow Food è l’iniziativa nata dalle passioni e dallo spirito intraprendente di Tomaso. Dall’esperienza della famiglia Trussardi, un nome divenuto marchio tra le realtà che hanno dettato legge nel mondo della moda in particolare e nel settore del lusso in generale, Tomaso ha voluto unire due mondi che riflettono gli elementi più evidenti della definizione di “italianità” coinvolgendo in tour esclusivi appassionati veri delle auto e cultori del cibo, vissuto in modo emozionale. Ecco perché si sente perfettamente a suo agio nel suo nuovo ruolo di «ambassador» della Motor Valley, il consorzio delle case automobilistiche dell’Emilia Romagna che include Ferrari, Maserati, Lamborghini, Pagani, Dallara e Ducati, ma che è anche sinonimo di cultura culinaria. La passione di Tomaso per il mondo dei motori fiorisce da profonde radici nell’esperienza della famiglia Trussardi: dal design di elicotteri, auto sportive,



motociclette e persino gli interni di Alitalia, Tomaso ha potuto respirare i mondi della tecnologia, del design e dell’alta velocità. Quanto alla ristorazione il padre Nicola, visionario, è stato il primo a collegare moda, arte e cucina aprendo nel 1996 il proprio ristorante in piazza della Scala a Milano. “Fast Cars Slow Food è per coloro che si vogliono mettere alla prova, che vogliono partire alla scoperta dei luoghi in cui si nasconde l’eccellenza italiana ma che hanno perso la battaglia del turismo, e che vogliono essere apprezzate per le piccole realtà che sono e la grande eredità che rappresentano”. Sempre nel solco del made in Italy e sotto l’insegna del levriero.



“Italy is far and wide, longer than wide to be experienced” comments Tomaso Trussardi, leader of the “Fast Cars Slow Food” project born after the years of Covid as collective leverage for a great restart.

“I come from Bergamo - he says - and our city today capital of culture 2023 together with Brescia, suffered a lot, torn apart by the pandemic but it didn’t surrender. And as soon as it was possible it got back on track motorcycle as is our style. I started designing virtuous routes to share with special cars to achieve special places to enjoy special dishes. Well, maybe not everything is so special: on safety and viability there would be plenty to do, some inns should improve their hospitality, some trattorias review some dishes on the menu. However my travel mates always enjoy it and the events are going great”. Fast Cars Slow Food is the initiative born from the passions and by the enterprising spirit of Tomaso.

From experience of the Trussardi family, a name that has become a trademark among the realities that have dictated the law in the fashion world in particular and in the luxury sector in general, Tomaso wanted to unite two worlds reflecting the multiple elements evident of the definition of “Italianness” involving in exclusive tours true car enthusiasts and enthusiasts of food, lived in an emotional way. That’s why he feels perfectly comfortable in the his new role as “ambassador” of the Motor Valley, the consortium of car manufacturers in Emilia Romagna which includes Ferrari, Maserati, Lamborghini, Pagani, Dallara and Ducati, but which is also synonymous with culinary culture. Tomaso’s passion for the world of engines flourishes from deep roots in the experience of Trussardi family: from the design of helicopters, sports cars, motorcycles and even Alitalia interiors, Tomaso has been able to breathe the worlds of technology and design and high speed. As for catering, the father Nicola, a visionary, was the first to connect fashion and art and cuisine, opening his own restaurant in the square in 1996 della Scala in Milan. “Fast Cars Slow Food is for those who want to put themselves to the test, who want to leave to discover the places where excellence is hidden Italian but who have lost the battle of tourism, e who want to be appreciated for the small realities that they are and the great legacy they represent.” Always according with “made in Italy” and under the banner of greyhound.



SEMPRE

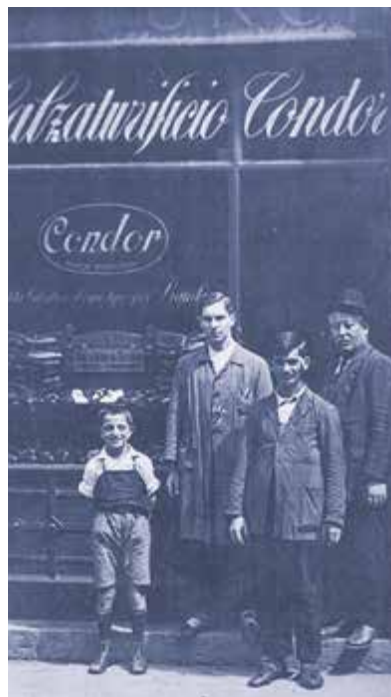
*Dall'inizio del Novecento
di fronte alla stazione
di Porta Genova, per
offrire ai clienti scarpe
comode ed eleganti con
particolare attenzione
alla salute del piede.
Dal 1907.*

G.TURCI
CALZATURE



INSIEME

PASSO *dopo* PASSO



Di fronte alla stazione di Porta Genova, dal 1907 cinque generazioni di Turci servono ai milanesi scarpe di alta qualità. Nonno Giorgio, mancato nel 2023 a 92 anni, è stato per tantissimi anni l'anima della bottega, lo si vede in una fotografia appesa all'entrata che lo immortalava davanti alle vetrine del negozio quando aveva tre anni, negli anni Trenta, con i pantaloncini corti. Tutto è cambiato. Solo la stazione è rimasta ed è il motivo per cui suo nonno Luigi, che arrivava dalla provincia di Mantova e aveva aperto un laboratorio di calzature a Vigevano, aveva scelto questo luogo per il suo magazzino all'ingrosso a Milano. Oggi alla guida dell'attività c'è la figlia Paola con suo marito Giorgio Tarenzio e il figlio Tommaso. Accanto a lui a completare la quinta generazione di Turci c'è Will, nipote di Paola, che ha coinvolto anche la sua compagna Sara e il fratello di lei, Alfredo. La proposta è sempre stata focalizzata su una scarpa comoda, che sappia assecondare la moda e il gusto estetico, con un occhio rivolto alla salute del piede. In questo l'attenzione al cliente è rimasta centrale, il servizio è personale, paziente e dedicato, volto sempre a trovare il prodotto ideale per ciascuno. Turci oggi, tra capi di abbigliamento colorati e comodi, scarpe originali e di qualità riesce ad assecondare anche le richieste di chi porta plantari ortopedici personalizzati.





In front of the Porta Genova station, five since 1907 generations of Turci serve the Milanese with high-top shoes quality. Grandfather Giorgio, who died in 2023 at the age of 92, was for many years the soul of the workshop can be seen in one photograph hanging at the entrance that immortalizes him in front of shop windows when he was three, in the thirties, with shorts. Everything changed. Only the station is remained and that is why his grandfather Luigi, who used to come from the province of Mantua and had opened a laboratory of footwear in Vigevano, had chosen this place for his wholesale warehouse in Milan. Leading the business today there is the daughter Paola with her husband Giorgio Tarenzio and their son Thomas. Next to him to complete the fifth generation of Turci there is Will, nephew of Paola, who also involved her partner Sara her and her brother Alfredo. The proposal is always been focused on a comfortable shoe, that knows to indulge fashion and aesthetic taste, with one eye turned to foot health. In this the attention to the customer is remained central, the service is personal, patient and dedicated, I always aim to find the ideal product for everyone. Turci today, among colorful and comfortable clothing, original and quality shoes is able to satisfy even the requests from those who wear customized orthopedic insoles.





21/99

Pechelli

"San Cristoforo"

*A poco a poco cominciò poi a scoprir campanili e torri
e cupole e tetti; scese allora nella strada, camminò
ancora qualche tempo, e quando s'accorse d'esser
ben vicino alla città, s'accostò a un viandante, e,
inchinatolo, con tutto quel garbo che seppe, gli disse:
“di grazia, quel signore.”*

I Promessi Sposi, Cap. XI

ATN



100 ANNI OSFERA ANNI '30

Nel primo giardino milanese con piscina e campo da tennis, Villa Necchi Campiglio è la straordinaria dimora progettata da Portaluppi e impreziosita dal contributo dei più grandi artisti del Novecento. Dal 1935.

A Villa Necchi Campiglio, residenza anni '30 con ampio giardino e piscina nel centro di Milano, opera dell'architetto Piero Portaluppi, nulla è affidato al caso, dagli esterni agli interni, dal generale al particolare. Nella Casa Museo di Via Mozart - restaurata e aperta dal FAI - aleggia un'aria preziosa, tipica di quelle dimore che hanno raccolto l'eredità di maestri artigiani attraverso le loro manifatture. Arredi e suppellettili sono parte del percorso espositivo al pari di dipinti e sculture e forse sono gli elementi più potenti nel raccontarci la storia di una famiglia e di un'epoca rimasta cristallizzata come un cammeo nel cuore della città.

Collocato nella sala da pranzo della Villa fin dall'allestimento originale, si annovera uno dei centrotavola realizzati da Alfredo Ravasco, artefice dell'oreficeria e delle arti applicate che aveva il suo laboratorio a Milano in Via Verziere 2.

Nel fantasioso centrotavola di Villa Necchi, la vocazione al cromatismo si esplicita attraverso l'uso di lapislazzuli che egli abbina all'onice, all'agata, ai coralli, alle gemme preziose e agli smalti vivacizzati da dettagli animalistici e frutti.

Oltre a Portaluppi è Guglielmo Ulrich, protagonista milanese della storia del mobile italiano degli anni '30, a realizzare complementi d'arredo per la Villa, come i tavoli da gioco della biblioteca, in legno di mogano con piano quadrato rivestito di velluto verde e gambe in lamina di bronzo dorata che profila la struttura.

Il tavolo è disegnato ricorrendo a forme geometriche nette, smussate in corrispondenza dei piedi e dei cassetti angolari porta fiches, il cui meccanismo è suggerito da uno dei 10 disegni acquarellati esposti nel seminterrato.

Al primo piano, all'interno della collezione de' Micheli, sono esposte le maioliche realizzate dalla manifattura di Felice Clerici, fondata nel 1745 tra Via Carducci e Via San Vittore. I piatti sono decorati con il motivo "a paesini e figure", repertorio di piccole scene con personaggi tratti dal mondo del teatro e della vita popolare posti sempre al centro, su di una zolla erbosa, tra due alberi che fanno da quinta. Uno dei soggetti più apprezzati della collezione raffigura degli orsanti, e per questo è detto "piatto dell'orso".



In Villa Necchi Campiglio, a 1930s residence with a large garden and swimming pool in the centre of Milan, designed by the architect Piero Portaluppi, nothing is left to chance, from the external facades to the interiors, from the overall layout to the minute details.

The House Museum in Via Mozart – taken care of and opened to the public by FAI – is imbued with a prestigious atmosphere, typical of those homes that have welcomed the heritage of master craftsmen through their manufactures.

Furniture and fittings are part of the display itinerary on a par with the paintings and sculptures and are perhaps the most powerful elements in telling the story of a family and an era crystallized like a cameo in the heart of the city.

A centre piece has graced the dining room of the Villa right from its original layout, made by Alfredo Ravasco, a goldsmith and creator of applied arts whose workshop was in Via Verziere 2 in Milan. In Villa Necchi's imaginative centre piece, Ravasco's love of colour is expressed through the use of lapis lazuli which he combines with onyx, agate, corals, precious gems and enamels enlivened by animal and fruit features.

In addition to Portaluppi it was Guglielmo Ulrich, a Milanese protagonist in the history of Italian furniture in the 1930s, who made furnishing accessories for the Villa, such as the mahogany game tables in the library, with square tops covered in green velvet and with bronze plating on the legs which defines the structure. The tables are designed using clear geometric shapes, rounded in correspondence to the legs and the angular drawers for chips, the mechanism of which is shown in one of the 10 watercolour drawings on display in the basement.

On the first floor, comprised in de' Micheli Collection, are majolica items made in the Felice Clerici factory, founded in 1745 between Via Carducci and Via San Vittore. The plates are decorated with "villages and figures" motifs, a collection of small scenes with characters from the theatre world and from everyday life always placed at the centre, on a piece of grass-covered turf, between two trees which act as the scenography. One of the most appreciated subjects in the collection depicts bear tamers, and for this reason is known as "the bear plate".



È la mia vita

*Un luogo dove trovare,
da quasi cent'anni,
profumeria tradizionale
e di nicchia, con le eccellenze
del made in Italy e i grandi
brand, grazie alla passione
di Laura. Dal 1924.*

Quella della famiglia Lorenzi è una storia fatta di amore, tramandata di padre in figlio per tre generazioni, da quando nel 1924 Battista Lorenzi, nato in un piccolo paese della Val Rendena, parte con due fratelli, una mola e pochi soldi in tasca in cerca di fortuna. A piedi fermandosi di paese in paese, arrotando forbici e coltelli, arriva a Milano. In Via Paolo Sarpi trova una piccola bottega di arrotino che, con grandi sacrifici e dormendo nel retrobottega accanto alla sua mola, prende in affitto, grazie anche all'aiuto della sorella Luigia, che inserisce prodotti per la toeletta da uomo. La cura della rasatura diventa fulcro dell'attività, grazie alla continua ricerca di marchi prestigiosi.

Nel 1942 Battista sposa Teresa Valentini dalla quale ha tre figli: Hilde, Lucia e Piero che, crescendo in

negozio con il papà, dimostrano sin da piccoli

la naturale predisposizione alla vita di bottega. Entusiaste e creative, le due

sorelle si appassionano anche all'arte

del trucco, della cosmesi e delle affascinanti fragranze esclusive,

trasformando la bottega in

un concept store innovativo,

al passo con le più moderne

tendenze. Laura, la figlia

di Lucia che da tempo

collaborava nell'impresa di

famiglia, ad inizio 2017 rileva

l'attività e grazie ad un lavoro

attento sull'immagine decide di introdurre la profumeria di nicchia.

Attraverso una scrupolosa

ricerca di nuovi brand ed

eccellenze artigianali del made

in Italy, Laura e la sua bottega

diventano uno dei punti di

riferimento della profumeria

artistica di Milano.



Lorenzi

dal 1924

LORENZI





That of the Lorenzi family is a made up story of love, handed down from father to son for three generations, since in 1924 Battista Lorenzi, born in a small town in Val Rendena, he starts with two brothers, a grindstone and little pocket money in search of luck. On foot, stopping from village to village, sharpening scissors and knives, he arrives in Milan. In Via Paolo Sarpi he finds a small shop of knife grinder who, with great sacrifices and sleeping in the back shop next to his millstone, he rents, thanks also to the help of his sister Luigia, who inserts men's toilette. The cure of shaving becomes the fulcrum of the activity, thanks to continuous search for prestigious brands. In 1942 Battista marries Teresa Valentini from whom he has three children: Hilde, Lucia and Piero who, growing up in shop with their dad, they demonstrate from an early age the natural predisposition to life of shop. Enthusiastic and creative, the two sisters are also passionate about art of make-up, cosmetics and charming exclusive fragrances, transforming the shop into an innovative concept store, up to date with the most modern trends. Laura, the daughter of Lucia who for some time collaborated in the company of family, at the beginning of 2017 detects the activity and thanks to a job careful on the image decides to introduce niche perfumery. Through a scrupulous search for new brands and artisanal excellence of the made in Italy, Laura and her workshop become one of the points of perfume reference art of Milan.



CIAK SI VIBRA STOP





*Da quasi novant'anni la
società pioniera nel settore
dell'isolamento delle
vibrazioni produce dispositivi
all'avanguardia nello
stabilimento di via Savona
guidato da Giorgio Sarti.
Imprenditore con la passione
per il cinematografo.
Dal 1936.*



Fondata nel 1936, Vibrostop si è affermata come una delle società più dinamiche specializzate nella progettazione e costruzione di isolatori di vibrazioni, urti e rumori in gomma-metallo. Lo sviluppo si è subito incentrato su prodotti originali, di elevato livello qualitativo, nei quali avessero preminenza le prestazioni e l'affidabilità. Già negli anni '40, durante il secondo conflitto mondiale, ogni unità della Marina Militare Italiana aveva installato a bordo gli antivibranti Vibrostop. Le vibrazioni sono oscillazioni meccaniche che avvengono attorno a un punto d'equilibrio e rappresentano un fenomeno ricercato in molti casi, come nel funzionamento di strumenti musicali. Spesso però non sono desiderate in quanto possono disperdere energia e creare suoni e rumori fastidiosi. L'obiettivo di Vibrostop è proprio quello di progettare e creare dispositivi di ottima qualità e altamente performanti con lo scopo di ridurre o annullare il moto vibratorio, come antivibranti in gomma o a fune d'acciaio o a molla metallica. I campi di applicazione spaziano dai mezzi di trasporto al settore della difesa (con sistemi installati a bordo dei mezzi terrestri e aerei), dall'aerospazio alla cantieristica navale fino al tempo libero (strumenti musicali, attrezzature da palestra, fotocamere e videocamere installate su mezzi mobili) e alla protezione di opere d'arte nei musei.

Founded in 1936, Vibrostop has established itself as one of the more dynamic companies specialized in design and construction of vibration, shock and noise insulators in rubber-metal. The development immediately focused on original products, of high quality, in which performance and reliability were paramount.

Already in the 1940s, during the Second World War, every unit of the Italian Navy had installed on board the Vibrostop anti-vibration mounts.

The vibes are mechanical oscillations that occur around a point balance and represent a phenomenon sought in many cases, as in the operation of musical instruments. Often, however, they are not desired as much as they can disperse energy and create annoying sounds and noises. The goal of Vibrostop is precisely to design and create devices of excellent quality and high performance with the aim of reducing or canceling the vibratory motion, such as rubber or steel cable or spring vibration dampers metallic. The fields of application range from means transport to the defense sector (with systems installed on board land and air vehicles), from aerospace to shipbuilding up to leisure time (tools music, gym equipment, cameras and video cameras installed on mobile vehicles) and the protection of artworks in museums.

PREZIOSE

ERBE *di famiglia*



Tisane, decotti, pozioni: la tradizione delle piante officinali risale all'antichità e si fonda sulla lunghissima esperienza del "vivere secondo natura". Indiscusse le proprietà benefiche. Dal 1952.



Settant'anni fa aprire un'erboristeria era un atto rivoluzionario e innovativo, molto più di nicchia dell'abitudine che si è diffusa negli ultimi anni. Italo Novetti credeva fermamente che la ricostruzione dopo la guerra dovesse passare attraverso un ritorno alla natura. Italo lavorava in un'azienda di piante officinali già negli anni Trenta, quindi la sua scelta controcorrente derivava da una lunga esperienza in un settore in cui in realtà l'Italia – e tutta l'Europa – eccelleva molti secoli fa, come ha raccontato anche Umberto Eco nel “Nome della Rosa”. Oggi dietro al bancone ci sono Francesco, figlio di Italo, e sua figlia Elena, ma sono già nate anche le nipotine, possibile quarta generazione per la guida dell'erboristeria di famiglia. La bottega, da sempre in fondo a via Paolo Sarpi, è un gioiello che si offre intatto agli occhi del visitatore, come una volta. In esposizione ci sono tantissimi vasi trasparenti con erbe e piante per tisane e decotti, con proprietà nutritive e rigeneranti, che non possono essere considerate mediche, ma sanno senza dubbio offrire benefici a chi le assume. Alcuni prodotti vengono direttamente da coltivazioni nazionali, ma la maggior parte delle piante proviene da varie zone del mondo.





Seventy years ago, opening an herbalist's shop was an act revolutionary and innovative, much more niche of the habit that has spread in recent years. Italo Novetti firmly believed that the reconstruction after the war had to go through a return to nature. Italo already worked in a medicinal plant company in the thirties, so the choice against the tide of him derived from a long experience in a sector in which in reality Italy – and all of Europe – excelled many centuries ago, as also told Umberto Eco in the “Name of the Rose”. Today behind the counter are Francesco, Italo's son, and her daughter Elena, but her granddaughters have already been born, possible fourth generation to lead the herbalist shop family's. The shop, which has always been at the end of via Paolo Sarpi, is a jewel that offers itself intact to the eyes of visitor, as once upon a time. There are many on display transparent vases with herbs and plants for herbal teas and decoctions, with nourishing and regenerating properties, which cannot be considered medical, but they know without a doubt offer benefits to those who take them. Some products come directly from domestic crops, but most of them of the plants come from various parts of the world.





SAPORI DI *una volta*



Situata in uno dei più bei palazzi Liberty di Milano, la drogheria offre prodotti rari e ricercati per chi va in cerca di sapori particolari. Dal 1928.

Grossi
specialità
Milano

L'edificio in cui si trova la Drogheria Grossi risale al 1909 ed è uno dei simboli dell'architettura in stile Liberty dei primi del Novecento, così come lo sono gli alti scaffali che ricoprono interamente le pareti del negozio, mobili di gran pregio che probabilmente sono di quegli stessi anni e ancora resistono immutati con il loro colore scuro e intenso che dona all'ambiente un sapore magico. Il bancone con le vetrine trasparenti piene di leccornie è originale degli anni Cinquanta, a testimoniare il passaggio di consegne dal primo proprietario - il signor Vergani della Braulio - al dottor Gaetano de Gaudenzi, che lo conduce con successo fino al 1978 quando subentra Vittorino Grossi, che dà il suo nome all'esercizio, passato nel 2010 nelle mani del figlio Alfredo. La famiglia Grossi lo gestisce, quindi, da quarant'anni, allargando l'offerta merceologica: "Qui da noi viene chi ricerca qualcosa di diverso, qualche sapore particolare". Curioso tutto il reparto della frutta glassata, che si vende soprattutto a Natale, con uva secca, pere bianche, chinotti di Savona, ma anche fichi, ananas e albicocche. Ci sono poi interi vasi di pastiglie Leone, caramelle, biscotti come i krumiri Rossi, cioccolatini, accanto a olii, pasta, e prodotti per la casa.

The building in which the Grossi Grocery is located dates back to 1909 and is one of the symbols of the Art Nouveau architecture of the early twentieth century, as are the tall shelves that entirely cover the walls of the store, furniture by great value that are probably from those same years and still resist unchanged with their dark and intense color which gives the environment a magical flavour. The counter with the transparent showcases full of delicacies is original to the fifties, to witness the handover from the first owner - Mr. Vergani della Braulio - al Dr. Gaetano de Gaudenzi, who leads it successfully until 1978 when Vittorino Grossi takes over, who gives the name of him to the exercise, passed in 2010 into the hands of son Alfred. The Grossi family runs it, therefore, from forty years, expanding the product range: "Here by us come those looking for something different, some flavor particular". The entire frosted fruit department is curious, which is sold above all at Christmas, with dried grapes, pears white, Savona chinottos, but also figs, pineapples and apricots. Then there are whole jars of Leone tablets, candies, biscuits such as Krumiri Rossi, chocolates, alongside oils, pasta, and household products.





PECCATI DI GOLA

*Pizza, amore e fantasia.
In questo antico forno nel cuore
di Milano si prepara dolce e salato ad
ogni ora del giorno per stuzzicare anche
i gusti più esigenti. Dal 1977.*







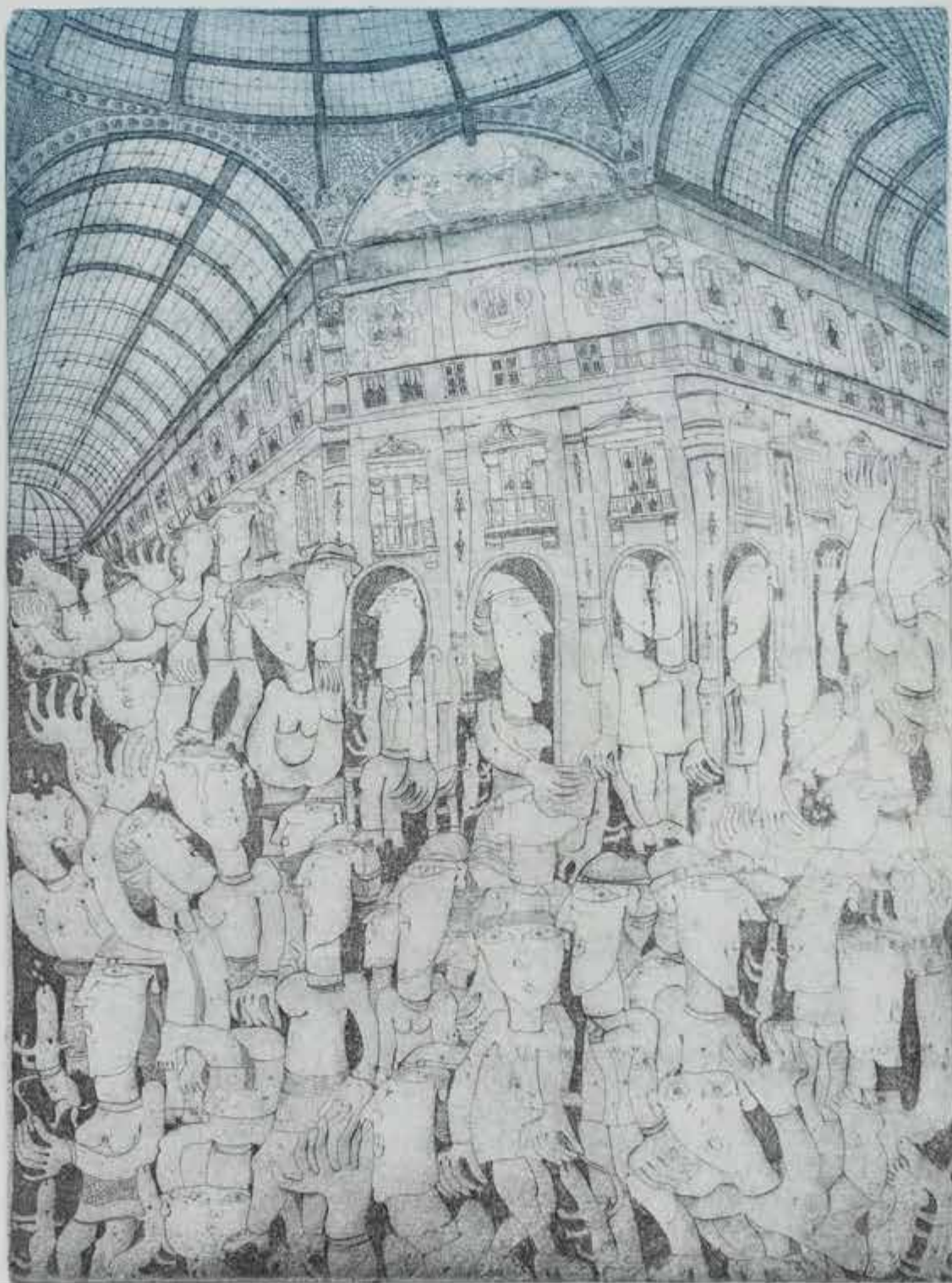
Nel 1977 due ragazzi giovanissimi, Pasquale e Rosetta, si incontrano in un panificio di via Cesare Correnti. Iniziano a lavorare insieme per il fratello di Pasquale ed è lì che nasce l'amore. Qualche anno dopo, nel 1980, decidono di iniziare un'attività in proprio e, nel settembre di quello stesso anno, rilevano il piccolo panificio già avviato in via della Commenda 21.

Nel 1989 comprano il negozio adiacente e ampliano lo spazio di vendita. Come cresce il negozio, così cresce anche la famiglia, e nel 1994 nascono le ultime due gemelle dei cinque figli della famiglia Di Liddo, Cristina e Patrizia. Le due crescono letteralmente in negozio e 25 anni dopo decidono di continuare l'attività dei genitori. Nel 2017 rilanciano insieme il locale, coniugando la conoscenza e l'esperienza del padre con il loro gusto giovane e moderno. Oggi il negozio non è più solo un panificio, ma un posto dove poter stare dalla mattina per colazione, fino alla fine della giornata lavorativa per un tipico aperitivo milanese.



In 1977 two very young boys, Pasquale and Rosetta, they met in a bakery in via Cesare Correnti. They start working together for Pasquale's brother and that's where love is born. A few years later, in 1980, they decide to start their own business and, in September of that same year, they take over the small bakery already started in Via della Commenda 21. In 1989 they bought the adjacent shop and expanded its sales space. As the shop grows, so it grows also the family, and in 1994 the last two twins of the five children of the Di Liddo family, Cristina and Patricia, were born. The two literally grow up in the shop and 25 years later they decide to continue their parents' business. In 2017 they relaunch the place together, combining the father's knowledge and experience with their taste young and modern. Today the shop is no longer just a bakery, but a place where you can stay from morning to breakfast, until the end of the working day for a typical Milanese aperitif.





vi/xxx

Pedrol

"quater pass in galeria"

Ogni tanto, usciva dalla bottega qualcheduno che portava un pezzo di cassone, o di madia, o di frullone, la stanga d'una gramola, una panca, una paniera, un libro di conti, qualche cosa in somma di quel povero forno; e gridando: “largo, largo,” passava tra la gente.

I Promessi Sposi, Cap. XII

*Dal primo rossetto in stick alla collezione
di profumi ispirati alle nostre città più
famose. Oltre cento anni di bellezza
100% Made in Italy. Dal 1920.*



Fragranze a regola **D'ARTE**



Una vocazione cosmetica tramandata da generazioni a partire da Spiridione Calabrese che per primo trova la formula per fondere e solidificare rossetti in stick. Spiridione era un uomo poliedrico e il successo della sua scoperta fu il risultato di una intensa attività, iniziata nella sua piccola bottega di parrucchiere in Via San Paolo a Milano. Nel 1914 vende l'attività al fratello e passa dalla miscelazione di tinte alla produzione di cosmetici. Siamo nel 1920, la moda femminile subisce una rivoluzione di stile e praticità mentre nei cinema arde il mito di Rodolfo Valentino. Il rossetto in stick diventa un successo clamoroso, Spiridione Calabrese viene nominato Commendatore del lavoro e fonda la Rudy Profumi. Il marchio è pensato sin dall'origine per prodotti di lusso, sintesi di stile italiano e vocazione internazionale. Rudy Profumi diventa una industria e inizia a pubblicizzare il suo brand sulle riviste femminili, nei cinema e via radio con lo slogan: "Il segreto dello sguardo che affascina". Grazie al successo ottenuto e all'orgoglio di famiglia, Rudy Profumi supera i tempi duri della guerra. Durante il successivo boom economico, Antonio, figlio di Spiridione, ne assume la direzione e lancia nuove linee di profumo in cui la confezione diventa un oggetto da regalo. Lascerà la guida dell'azienda ai quattro figli che puntano sull'espansione internazionale, allargando la rete di distribuzione ad oltre 30 Paesi del mondo e promuovendo una ampia gamma di prodotti per la cura e la bellezza del corpo. "Oggi siamo felici di offrire il meglio della tradizione profumiera e dello stile italiano - commenta Cristina Calabrese - Ultimo esempio la linea Maioliche, ispirata a un'arte antica, quella della ceramica

in cui la bellezza degli smalti, dei disegni e dei colori è resa ancor più ricca e unica dalla loro storia importante. La collezione ci conduce in un sensazionale viaggio attraverso i luoghi e le città più iconiche d'Italia. Un tour sensoriale alla scoperta dei profumi più intensi: gli agrumi di Sicilia, le erbe aromatiche mediterranee, le rose di Positano e di Amalfi... I disegni esclusivi realizzati a mano sono riprodotti sulle confezioni in pet riciclabili ed ecosostenibili.



A cosmetic inspiration from generation to generation, starting from Spiridione Calabrese who was the first to find the formula for melt and solidify stick lipsticks. Spiridione was a visionary man and the success of his discovery was the result of an intense activity, which began in his small hairdresser shop in Via San Paolo in Milan. In 1914 he sells the activity to his brother and start to produce cosmetics. We are in 1920, women's fashion undergoes a revolution in style and comfort while on the stage grose up the myth of Rodolfo Valentino. Lipstick becomes a resounding success, Spiridione Calabrese is nominated Commendatore del Lavoro and founded Rudy Profumi. The brand has been designed for luxury products, synthesis of italian and international style. Rudy Profumi becomes an industry and envolves in women's magazines, cinemas and radio with the slogan: "The secret of the fascinating gaze". Thank you to the success achieved and the pride of the family, Rudy Profumi overcome the hard times of war. During the next economic boom, Antonio, son of Spiridione, takes over the direction and launches new lines of perfume in which the packaging becomes a gift item. He will leave the leadership of the company to the four children aiming at international expansion, with the distribution network to over 30 countries in the world and promoting a wide range of products for body and face beauty. "Today we are happy to offer the best of the Italian perfume tradition and style - comments Cristina Calabrese - The latest example is "Majolica", a collection inspired by an ancient art, ceramics production, where the beauty

of glazes, designs and colors becomes even richer and more unique by their important history.

The collection takes us on a sensational journey through the places and the most iconic cities in Italy. A sensory tour to discover the most intense aromas: Sicilian citrus fruits, Mediterranean herbs, the roses of Positano and Amalfi... The exclusive handcrafted designs are reproduced on the recyclable and eco-sustainable pet packaging.



AVANTI CON GLI ANNI

Maglieria Tina

Ha compiuto 107 anni Ricordo Pasini, da sempre in bottega a incontrare i clienti che frequentano la sua maglieria storica, oggi gestita dalla terza generazione con Giusy e Claudio. Dal 1962.





Ha spento le sue prime 107 candeline Ricardo Pasini, nato il 29 settembre del 1915, da sessant'anni dietro le vetrine storiche di via Tito Livio.

La sua avventura nel commercio è cominciata dopo la guerra: "Sono partito con una valigia e la bicicletta a fare i mercati nel 1946, a vendere i golfini fatti a mano dalla Tina, mia moglie, insieme alla sorella. Compriamo una macchina per cucire in casa e la domenica, legata la bicicletta in cortile, do una mano come posso".

Nel frattempo i figli, ormai diventati due, Abilio e Silvano, crescono e nel 1962 la famiglia decide di aprire il primo negozio, lì dove ancora si trova oggi.

Tina, purtroppo, è venuta a mancare troppo presto, nel 1982. La bottega si è ingrandita negli anni, sempre intorno alla stessa vetrina, e oggi è un punto di riferimento nel quartiere, dove è conosciuta da tutti.

Nei primi anni la famiglia Pasini ha aperto un marchio di produzione, con un laboratorio in cui si facevano molti capi su misura per donna, fino agli anni Ottanta.

L'attività della Maglieria è andata avanti poi solo con la vendita, ambito in cui ancora oggi eccelle, grazie all'esperienza di famiglia, giunta alla terza generazione con Giusy e Claudio.



He blew out his first 107 candles I remember Pasini, born on September 29, 1915, behind the windows for sixty years historic buildings in via Tito Livio. His adventure in the trade began after the war: "I left with a suitcase and a bicycle a make the markets in 1946, to sell hand-knit sweaters from Tina, my wife, together with her sister. We buy a sewing machine at home and on Sundays, tied the bicycle in the courtyard, I give a hand as I can". Meanwhile his sons, now two, Abilio and Silvano, grow up and in 1962 the family decides to open the first one shop, where it still stands today. Tina, unfortunately, passed away too soon, in 1982. The shop has grown over the years, always around to the same showcase, and today it is a point of reference in the neighborhood, where it is known by all. In the early years the Pasini family opened a brand of production, with a workshop where many garments were made tailored for women, until the eighties. The activity of the knitwear shop then continued only with the sale, an area in which it still excels today, thank you to the family experience, now in its third generation with Giusy and Claudius.



ne combiniamo **DI TUTTI** **I COLORI**

*In occasione del settantesimo anniversario
Barbara e Luca accolgono la clientela nel
loro paradiso per grandi e piccini.
Dal 1953.*



CARTOLERIA COLOMBO

Il negozio, fondato nel 1953, si trova inizialmente in via Canonica 85, dove al tempo era stato eretto un nuovo stabile. La cartoleria cresce negli anni e, man mano avverte l'esigenza di offrire ai clienti una selezione sempre maggiore di prodotti, per soddisfare grandi e piccini. Il negozio gradualmente si ingrandisce per poi trasferirsi nell'attuale sede al civico 89, dove i prodotti di cancelleria dialogano con le volte con mattoni a vista tipiche delle costruzioni di una volta.

Le cassettiere e gli scaffali d'epoca sono stati ristrutturati da abili falegnami che ne hanno restituita la magia e il sapore retrò, per imprimere al negozio quell'aria suggestiva di una storia passata, ma dotata di un'intensa vitalità. Oggi dietro il bancone che per tanti anni è stato di Angela e Angelo Colombo, ci sono i soci Luca e Barbara, che insieme ai loro collaboratori Carlos e Zein accolgono la clientela con passione e dedizione.







The shop, founded in 1953, is initially located in via Canonica 85, where a new one stable had been erected at the time. The stationery grows over the years and gradually feels the need to offer customers a selection more and more products, to satisfy large and little ones. The shop gradually gets bigger by then move to the current headquarters at number 89, where the products of stationery interact with the exposed brick vaults typical of the buildings of the past. The chests of drawers and the vintage shelves have been restored by skilled carpenters who have restored the magic and retro flavor, for give the store that evocative air of a story past, but endowed with an intense vitality. Today behind the counter that for many years belonged to Angela and Angelo Colombo, there are the partners Luca and Barbara, who together with their collaborators Carlos and Zein welcome the clientele with passion and dedication.



PASSIONE

*“Offrire eccellenze con un sorriso”:
questa da sempre la filosofia della
famiglia Faravelli. Un marchio che
rappresenta macelleria, salumeria,
enoteca, frutteto e gastronomia
di qualità. Dal 1952.*



VINCENTE





Alcuni uomini vivono la vita alla ricerca di qualità e desiderio di crescere, sono uomini animati da grande passione, amore per il lavoro e per la tradizione. Questo era Jolando Faravelli, fondatore, insieme alla moglie Rosetta, di quello che oggi è il Mondo Faravelli. Jolando e Rosetta, con la loro determinazione, dedizione al lavoro e lungimiranza hanno dato inizio alla loro attività nel 1957. Jolando, essendo figlio di allevatori, conosceva bene i prodotti che vendeva: sapeva perfettamente come erano allevati i capi, conosceva tutti i passaggi della filiera produttiva e sceglieva con cura personalmente le carni da offrire ai propri clienti. La sua tenacia è stata riconosciuta dal Comune di Milano che nel 1997 lo ha insignito del prestigioso “Ambrogino d’Oro”, riconoscendogli l’impegno di una vita. I consumi nel tempo sono cambiati ma la ricerca dell’eccellenza resta l’obiettivo di Faravelli, insieme al rapporto con il pubblico, alla capacità di ascoltarlo e di capirne i bisogni, valore aggiunto e imprescindibile in quest’epoca sempre più virtuale. Negli anni, alla macelleria si sono aggiunte salumeria, enoteca, frutteto, gastronomia e catering. Oggi il testimone è passato ai figli Roberto e Daniele, ma rimane inalterata la filosofia di famiglia: offrire eccellenza con un sorriso.



Some men go through life in pursuit of quality and desire to grow up, they are men animated when they grow up passion, love for work and for tradition. This was Jolando Faravelli, founder, together with wife Rosetta, of what is now the Faravelli world. Jolando and Rosetta, with their determination, dedication to work and foresight started their business in 1957. Jolando, being the son of farmers, knew well the products he sold: he knew exactly how the animals were raised, he knew all the stages of the supply chain he was productive and carefully chose the meats himself offer to their customers. His tenacity has been recognized by the Municipality of Milan, which in 1997 awarded him the prestigious “Ambrogino d’Oro”, recognizing his commitment of a lifetime. Consumption has changed over time but the pursuit of excellence remains Faravelli’s goal, together with the relationship with the public, the ability to listen to him and understand his needs, added value and essential in this increasingly virtual age. Over the years, delicatessens have been added to the butcher shop, wine shop, orchard, gastronomy and catering. Witness today it passed to his sons Roberto and Daniele, but remains unchanged the family philosophy: to offer excellence with a smile.





VIVA *gli* SPOSI

Nell'era di TikTok, sulla scia dei Royal Wedding, trionfa la partecipazione di nozze old style che solo un laboratorio storico riesce a realizzare grazie al suo archivio e alle grandi competenze. Dal 1917.





“In questi anni va di moda il vintage, molti clienti chiedono per le loro partecipazioni di matrimonio o ricorrenze importanti il letterpress, ovvero la stampa in cui si vede la pressione dei caratteri incisi sulla carta. Da noi si può fare in modo autentico grazie ai macchinari storici del nostro laboratorio - raccontano Paola e Patrizia Friggeri. La scommessa è proprio quella di sconfiggere la concorrenza del digitale con l'autenticità e la storia, nella convinzione che il cliente sappia apprezzare la qualità”. Scommessa vinta dalle sorelle Friggeri che, oggi più che mai, sono assediata da promessi sposi in cerca della partecipazione “che spacca”. WhatsApp, Twitter, Instagram e TikTok sono fuori gioco quando si tratta di invitare amici e parenti alla festa di nozze che non è più un momento decisivo da vivere in intimità ma un'occasione per festeggiare se stessi. Durerà nel tempo? “Sicuramente i nostri biglietti resisteranno per sempre, almeno nell'album dei ricordi, grazie alla cura e alla competenza che il nostro staff dedica anche a questo specifico settore. Accanto a progettazione grafica, impianti stampa, produzione di timbri e cartellonistica è infatti il mondo della “partecipazione di nozze” a vivere un grande revival”, conferma Patrizia. “Ma guidare con sensibilità alla scelta perfetta è un'impresa, forse un'arte da prestigiatore, che sicuramente richiede pazienza e abilità psicologica. Tutto va condiviso: carta, impaginazione, busta, tiratura, anche i chicchi di riso.





Gianluca Rancan



“In recent years vintage is on trend, many customers ask for letterpress for their wedding invitations or important anniversaries, the print in which you can see the pressure of the characters engraved on the paper. With us it can be done in an authentic way thanks to the historical machinery of our laboratory - say Paola and Patrizia Friggeri. The bet is precisely to defeat the digital competition with authenticity and history, in the belief that the customer knows how to appreciate quality”. Bet won by the Friggeri sisters who, nowadays more than ever, are besieged by betrothed in search of the “rock” participation. WhatsApp, Twitter, Instagram and TikTok are out of the question when it is the moment to invite friends and relatives to the wedding party which is no longer a decisive moment to be lived in intimacy but an opportunity to celebrate yourself. Will it last over time? “Surely our tickets will last forever, at least in the album of memories, thanks to the care and expertise that our staff also dedicates to this specific sector. In fact, alongside graphic design, printing systems, the production of stamps and posters, the world of “wedding invitations” is experiencing a great revival”, confirms Patrizia. “But sensitively guiding to the perfect choice is a feat, perhaps a magician’s art, which surely requires patience and psychological skill. Everything must be shared: paper, layout, envelope, circulation, even the grains of rice.



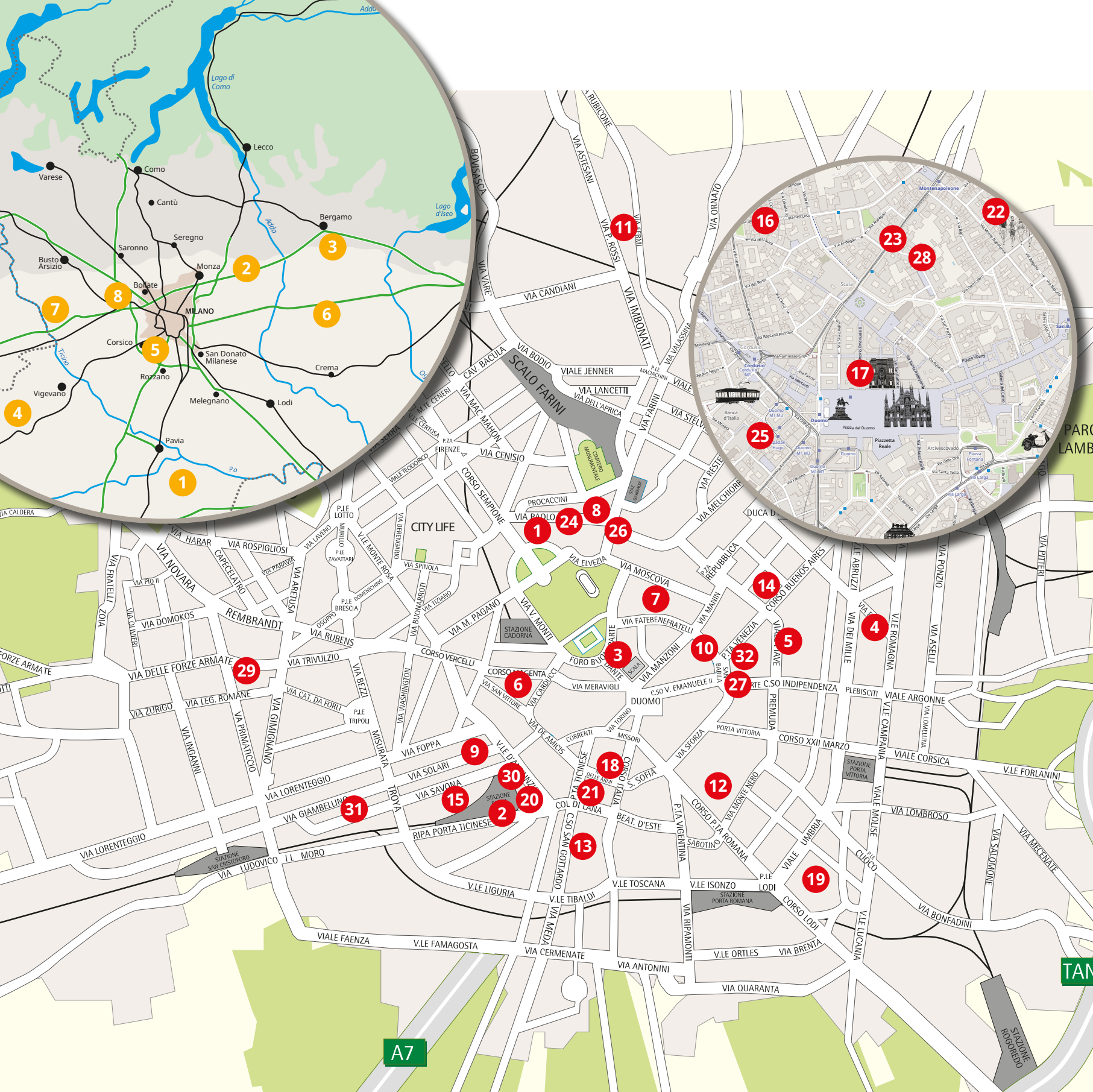
Gianluca Rancan



Gianluca Rancan



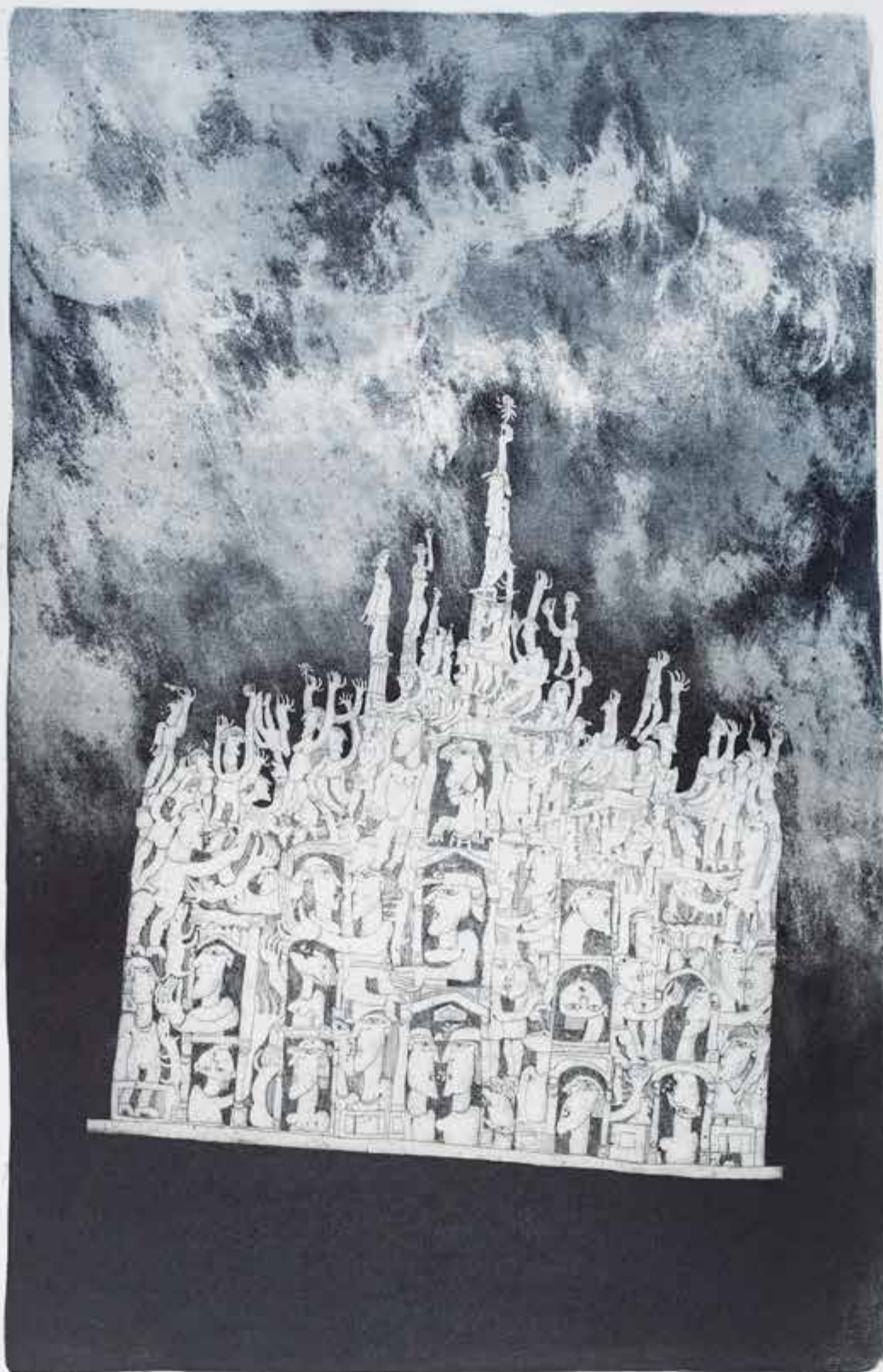




- | | | | |
|-----------|---|-----------|---|
| 1 | CARTOLERIA COLOMBO
<i>Via Luigi Canonica, 89</i> | 17 | LIBRERIA BOCCA DAL 1775
<i>Galleria Vittorio Emanuele II, 12</i> |
| 2 | CENTRO DELL'INCISIONE
<i>Alzaia Naviglio Grande, 66</i> | 18 | MACELLERIA FARAVELLI
<i>Corso Italia, 40</i> |
| 3 | CILENTO DAL 1780
<i>Via Fiori Oscuri, 13</i> | 19 | MAGLIERIA TINA DAL 1962
<i>Via Tito Livio, 24</i> |
| 4 | DROGHERIA DE PONTI - ENOTECA
<i>Via Plinio, 17</i> | 20 | MARTIN LUCIANO TUTTO PER OPERAI
<i>Alzaia Naviglio Grande, 58</i> |
| 5 | DROGHERIA ENOTECA RADRIZZANI
<i>Viale Piave, 20</i> | 21 | MIRACOLI ROMEO E FIGLIO DAL 1912
<i>Via Marco Burigozzo, 3</i> |
| 6 | DROGHERIA GROSSI ALFREDO FRANCESCO
<i>Corso Magenta, 31</i> | 22 | MUSEO BAGATTI VALSECCHI
<i>Via Gesù, 5</i> |
| 7 | ENOTECA COTTI DAL 1952
<i>Via Solferino, 42</i> | 23 | MUSEO POLDI PEZZOLI
<i>Via Alessandro Manzoni, 12</i> |
| 8 | ERBORISTERIA NOVETTI
<i>Via Paolo Sarpi, 63</i> | 24 | OTTICA SCACCABAROZZI
<i>Via Paolo Sarpi, 63</i> |
| 9 | FLORICOLTURA VIGNOLI
<i>Viale Coni Zugna, 58</i> | 25 | PASTICCERIA GIOVANNI GALLI
<i>Via Victor Hugo, 2</i> |
| 10 | FRANCO
<i>Via Senato, 2</i> | 26 | PROFUMERIA LORENZI DAL 1924
<i>Via Paolo Sarpi, 62</i> |
| 11 | LEGATORIA D'ARTE GIOVANNI CODINA SNC
<i>Via Chianciano, 4</i> | 27 | PROFUMERIA MAZZOLARI
<i>Corso Monforte, 2</i> |
| 12 | IL FORNO DI VIA COMMENDA
<i>Via della Commenda, 19</i> | 28 | SVETTINI ANTICHITÀ
<i>Via Gerolamo Morone, 6</i> |
| 13 | JMONTEIRO MILANO
<i>Corso S. Gottardo, 18</i> | 29 | TIPOGRAFIA LANDONI
<i>Via Privata Piero Martinetti, 15</i> |
| 14 | LA VITA FELICE
<i>Via Lazzaro Palazzi, 15</i> | 30 | TURCI CALZATURE
<i>Piazzale Stazione Genova, 3</i> |
| 15 | LABSOLUE
<i>Via Forcella, 6</i> | 31 | VIBROSTOP
<i>Via Savona, 97</i> |
| 16 | L'ERBOLARIO
<i>Via dell'Orso, 18</i> | 32 | VILLA NECCHI CAMPIGLIO
<i>Via Mozart, 14</i> |

e dintorni

- | | | | |
|----------|--|----------|---|
| 1 | CANTINE VITEA
<i>Frazione Loglio di Sopra 17,A - Montù Beccaria - PV</i> | 5 | RUDY PROFUMI
<i>Via Albert Einstein, 4 - Assago MI</i> |
| 2 | EUROITALIA
<i>Via Galileo Galilei, 5 - Cavenago di Brianza MB</i> | 6 | SUIS MOI
<i>Via Roma, 34, - Caravaggio BG</i> |
| 3 | FAST CARS SLOW FOOD | 7 | TAURUS 1908
<i>Via Giuseppe Verdi, 1 - Vanzaghella MI</i> |
| 4 | KRUMIRI ROSSI
<i>Via G. Lanza, 17 - Casale Monferrato AL</i> | 8 | TEATRO CIVICO ROBERTO DE SILVA
<i>Piazza Jannacci, 1 - Rho MI</i> |



h. d. c.

Tedeschi

«Milano in Paradiso»



ELISABETTA INVERNICI

Elisabetta Invernici giornalista, filosofo pratico. Si occupa di editoria dalla fine degli anni '70. Cronista, direttore, editore, docente. Curatore di mostre che sono laboratori di ricerca. Esperta di comunicazione e consulente di aziende internazionali, in questi anni ha sviluppato progetti in campo culturale, della moda, della cosmetica e dell'arte realizzati in Italia e all'estero.

È Docente all'Odg Lombardia e allo Iulm Milano. Come fashion e beauty editor ha sempre affiancato alla conoscenza della moda contemporanea lo studio di storia del costume, in particolare del periodo che va dal 1880 al 1930 e si occupa come curatore di Maria Callas, Valentina Cortese, Rosa Genoni. Da tempo studia il mondo delle Botteghe Storiche. È convinta che lo sport insegni a stare al mondo e la filosofia generi benessere diffuso.

Milano mi piace perché:
sa pensare in grande!



ALBERTO OLIVA

Regista teatrale, scrittore e giornalista, si è laureato in Scienze dei Beni culturali all'Università degli Studi di Milano e in Regia alla Scuola d'Arte drammatica Paolo Grassi.

Nel 2012 ha vinto il Premio Internazionale Pirandello come migliore regista emergente. Dirige spettacoli di prosa e opera lirica, tiene corsi di recitazione, regia e storia del teatro destinati ad appassionati e professionisti del teatro. Dal 2013 collabora, come giornalista pubblicista, con il quotidiano Il Giorno, per cui scrive due rubriche dedicate alle Botteghe Storiche e alle Anime Nascoste, i locali che ibridano commercio e cultura. Ha realizzato quattro edizioni della guida Scoprire Milano pubblicata da QN. Con il Comune di Milano ha realizzato la mostra fotografica "Antichi Mestieri e Nuovi modelli del Commercio" esposta in Via Dante a Milano nel gennaio 2019.

Milano mi piace perché:
è la capitale della cultura!



GALLERIA & FRIENDS

La rete delle botteghe storiche più belle e visionarie di Milano e della Lombardia ad oggi conta 120 adesioni, di cui 90 a Milano. Obiettivo della rete è la valorizzazione delle botteghe storiche come patrimonio materiale e immateriale della città e del territorio, da promuovere come valore culturale per far emergere il potenziale contenuto negli archivi storici, nelle collezioni a scaffale e nei laboratori, tramandato di generazione in generazione insieme agli antichi mestieri, al saper fare autentico e unico del Made in Italy. Per dare valore a questo patrimonio e raccontarlo ai milanesi e ai turisti, Galleria&Friends realizza iniziative culturali, partecipando attivamente alle settimane tematiche e organizzando palinsesti, rassegne, tour guidati, mostre diffuse, spettacoli, produzioni editoriali e anche televisive.

Bottega Milano
I maestri di un nuovo Rinascimento

galleriaandfriendsmilano.com
info@galleriaandfriendsmilano.com

Finito di stampare nel mese di maggio 2023 presso Tipografia Landoni



ISBN 978-88-6218-026-9



EURO 50,00