

MADE IN ITALY

Lo stile di Miuccia Prada

pag.14



MILANO NEWS

Milano vince in Champions

pag.3

BUSINESS PEOPLE

Hitman Bang, il creatore del fenomeno BTS

pag.10



SHOW

From Malta with love, a teatro

pag.3

N.5 aprile 2023

INVEXTRA NEWS

IL BUSINESS MAGAZINE CHE SI MUOVE CON TE

www.invextramagazine.com



INQUADRA IL QR-CODE
E SCOPRI DI PIÙ

INTERVISTA ESCLUSIVA

Oscar Farinetti

Il fondatore di Eataly

ci racconta perché ottimismo, arte e buon cibo cambiano la vita

GOOD NEWS

Fiera Milano raddoppia i ricavi

pag.3



MILANO NEWS

Una masseria al posto della 'ndrangheta

pag.3



WELLNESS

Le donne sono più sportive

pag.15



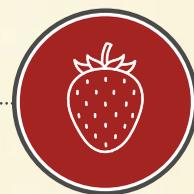
CryssaEden

C o m m u n i c a t i o n

Nell' Eden della Comunicazione nulla è Proibito ed **ogni Frutto è Prodigioso**



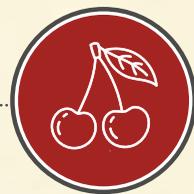
CryssaEden
Communication



CryssaEden
Web



CryssaEden
Events Do it in Italy



CryssaEden +
Gadgets & Services

La Comunicazione la pratichiamo tutta, On line e Off line. Creatività e gestione Siti, Ecommerce, Social, campagne Web e tradizionali, produzioni video ma anche Branding e Corporate Identity fino agli Eventi. Sul Promozionale poi siamo imbattibili.

Allora che frutto scegli!



Una masseria al posto della 'ndrangheta

Buone notizie per chi vive a Cisliano, nell'hinterland ovest di Milano. In una grande area confiscata alla 'ndrangheta sta nascendo Libera Masseria. Alcuni degli edifici saranno resi più efficienti dal punto vista energetico e ambientale, altri saranno abbattuti per creare fabbricati sostenibili a geometrie variabili. Sarà un luogo che mette insieme spazi verdi, na piscina e pure di ristoranti legati al territorio. Il progetto è firmato da Stefano Boeri Interiors.



From Malta with love, a teatro

Il 19 e 20 aprile, durante la Design Week '23, lo Spazio Teatro No'hma, a Milano, ospita From Malta with love. La pièce di danza contemporanea della maltese Moveo Dance Company partecipa al premio "Il Teatro Nudo" di Teresa Pomodoro. Nel primo atto, "The traitor" è l'anti-conformista, l'individuo isolato che sceglie di non adeguarsi alla mentalità di chi detta e intimidisce. Il secondo, "I am Alex", esplora il concetto di ego e auto-compiacimento tipico dell'odierna cultura narcisistica.



Milano vince in Champions

Milano è l'unica città europea ad avere due squadre nei quarti di finale in Champions League, la più importante competizione in ambito calcistico dopo i Mondiali. E' senz'altro una buona notizia, non solo per i tifosi e per chi per chi amministra Milan e Inter. L'indotto creato dallo sport professionistico è immenso. San Siro è uno stadio superato, per cui le due società della città stanno cercando nuove soluzioni. La speranza è che lo facciano insieme, in accordo con il Comune.

Fiera Milano raddoppia i ricavi

"Il 2022 per Fiera Milano ha rappresentato l'anno del consolidamento della ripresa. I primi mesi dell'anno hanno risentito delle restrizioni relative al Covid-19, ma possiamo considerare il 2022 un esercizio positivo", ha dichiarato Luca Palermo,

amministratore delegato di Fiera Milano. Nel 2022 l'ente ha totalizzato ben 220,3 milioni di euro di ricavi, raddoppiandoli rispetto al 2021 (122,3 milioni di euro). Nel corso dell'anno Fiera Milano ha ospitato 64 eventi ed oltre 4 milioni di visitatori.





**BARONE
SERVICE**

Pulizie
Igiene Ambientale
Facchinaggio
Manutenzione dell'immobile
Deratizzazione e Deblaterizzazione
Logistica Integrata
Hostess per eventi e fiere
Traslochi di ogni genere
Trasporti
Sicurezza
Portierato
Outsourcing alberghiero
Sanificazione all'ozono



CONTATTI:

Via Maestri Campionesi, 27 - 20129 Milan

Off. 02 39400681 | Mob + 39 344 1130699

Mail: info@baroneservice.it

www.baroneservice.it



Metaverso e miart: Il business dell'arte vola



Dal 14 al 16 Aprile Milano, in Fiera e in giro per la città, ospiterà **miart**, un evento in cui arte contemporanea, arte moderna e design in edizione limitata dialogano tra loro, esplorando le relazioni tra passato e presente della creatività. miart presenta un'ampia offerta cronologica, dall'arte dell'inizio del secolo scorso fino alle opere delle generazioni più recenti.

Come? Mettendo in scena ben 169 gallerie provenienti da 27 paesi. Se ogni artista è un universo a sé, l'arte come business è in decisa crescita, in tutto il mondo. Lo sa bene **Francesco Colucci**, che a Milano gestisce **Galleria San Babila**, in via Visconti di Modrone.

"Non esiste cosa alcuna che l'arte non possa esprimere", spiega.

Cosa significa investire nell'arte oggi?

"Significa investire su un bene prezioso che mantiene inalterato il proprio valore nel tempo. L'arte è un bene prezioso. In pochi possono vantare di aver avuto il talento di trasformarla in investimento".

Com'è cambiato oggi il mondo dell'arte e degli eventi?

"La rivoluzione telematica e il nuovo concetto di cultura richiedono attenzione al cambiamento. Si tratta dell'esigenza di adattarsi gli avvenimenti, di seguire i ritmi degli stessi con accortezza e cercare di comprenderli per poterli trasformare in un proprio punto di forza. È sempre avvenuto, ma oggi ci sono una velocità e una contaminazione che non permettono una risposta in tempi adeguati, rivoluzionando lo stesso senso comune. Con l'ingresso nella realtà virtuale, inoltre, l'arte non ha più confini: tradizione e digitalizzazione si confondono sempre più, dando vita a opere che entrano nei cuori delle persone".

Galleria San Babila è anche nel metaverso...

"Attraverso questo progetto, insieme a METAWORD, nostro partner, intendiamo posizionarci come incubatore di percorsi dedicati all'arte e alla cultura, con l'obiettivo di avvicinare segmenti di giovani utenti. I partecipanti ad ogni nostro evento possono entrare nel Metaverso creato per l'occasione, per vivere un'esperienza immersiva e coinvolgente. Il tutto valorizzato da contenuti olografici che mostrano come l'arte e la tecnologia possano incontrarsi".

(Francesca Lovatelli Caetani)



www.lunitrasporti.it



www.colorificiosapienza.it



Tel: 0293561909 | www.mzoleodinamica.it
Via Monte Grappa 40/34 - 20044 ARESE (MI)



TEL. 026880807 | info@extracasa.it
VIA MARCELLO PRESTINABILI - 20128 MILANO

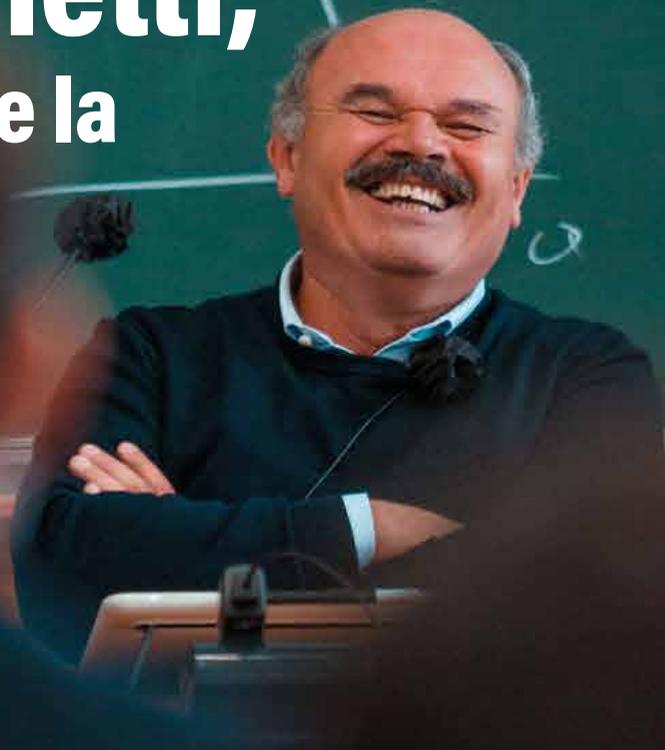
INTERVISTA ESCLUSIVA

Oscar Farinetti, racconta l'Italia e la sua bellezza

"Sto mettendo a posto le slide, devo partecipare a un convegno dedicato a comunicazione e bellezza...". Sabato mattina, temperatura gradevole. Mentre gran parte d'Italia si gode la primavera facendo shopping e/o passando il tempo in coda in autostrada, Oscar Farinetti, 68 anni fa altro. Secondo la definizione degli antichi, sta oziando creativamente. Sta studiando per sé. *"Sono un 'quasi'. Mi piace studiare quasi tutto, ma non sono un esperto di niente. Per questo mi cirondo sempre di chi sa più cose di me",* spiega sorridendo.

Ha trasformato il supermercato del padre in Unieuro, la prima catena italiana di elettronica ed elettrodomestici. Nel 2003 ha venduto tutto per dar vita ad Eataly, da tempo simbolo dell'eccellenza nel mondo quando si parla di cibo italiano... Per quasi tutti sarebbe abbastanza per dedicarsi al dolce far niente. Per Farinetti è invece la possibilità di fare altro, ad esempio storytelling, ovvero raccontare. Scrive tanto (è arrivato a 21 libri), è socio di Alessandro Baricco alla Scuola Holden. Dà anche vita a nuovi progetti dedicati all'ecosostenibilità, un tema in cui crede da sempre. Nella sua testa i confini tra arte, artigianato e agricoltura non esistono: è tutta quanta bellezza. Ride spesso sotto i baffi, lo raccontano le sue foto. Anche di se stesso: se lo chiami scribacchino è contento, tanto mentre ascolta guarda avanti. Dialogare con lui è essere investiti dalla forza tranquilla dell'operoso Piemonte, la stessa che ha Alessandro Barbero, altro geniale 'raccontatore'.

E ancora: ascoltare Farinetti è come fare un master in comunicazione strategica d'impresa sorseggiando all'osteria una buona Barbera. Ci si diverte, così si impara meglio. Ad esempio, a prendere con ottimismo gli insuccessi, come



faceva il genio gaudente Leonardo. *"Come ristoratore fallì in sei mesi, insieme a Botticelli. All'igiene ed alle sue porzioni ridotte i fiorentini del Rinascimento non erano interessati. Leonardo la prese benissimo, adorava l'incompiuto. Era più interessato a provarci che a farcela",* racconta Farinetti, che descrive l'episodio anche nel suo recente *E' nata prima la gallina...* forse (Slow Food Editore). L'ottimismo non solo è il profumo della vita, come diceva il celebre spot Unieuro. Per l'imprenditore / scribacchino è una pratica quotidiana. **X News** nasce per dare spazio a persone così, che possono ispirarci a lavorare e vivere meglio. Partendo dalle parole.

Dopo aver celebrato il cibo italiano nel mondo con Eataly, passa all'arte, con E.ART.H., ovvero Eataly Art House.

"L'eccellenza del cibo artigianale è da sempre il lavoro della nostra famiglia con Eataly. E.ART.H., ovvero terra, è invece una fondazione con cui cerchiamo di avvicinare la gente comune all'arte contemporanea. L'Italia è conosciuta nel mondo per l'arte classica e per il Rinascimento, mentre le opere dei giovani artisti dobbiamo raccontarle meglio. Il progetto sta andando molto bene, presso il nostro nuovo Eataly, a Verona, una città turistica che ben si presta allo scopo. Non è detto che presto non prenda vita anche altrove. Al piano terra ci sono tre gallerie, una dedicata alla fotografia, una ai giovani artisti e una con proposte di altre gallerie italiane. Al primo piano c'è invece un museo. Non è il nostro primo progetto culturale. Da oltre 10 anni promuoviamo anche la lettura (tramite la Fondazione E. Di Mirafiore, a Serralunga d'Alba, ndr). Abbiamo un grave problema: in Europa l'Italia è terza per PIL, ma 23esima su 27 paesi per tasso di lettura. Un popolo che legge poco fa fatica".



Anche avvicinarsi all'arte senza una guida non è facile...

"Siamo bravissimi, noi italiani, a raccontare i divieti. Sotto le opere nelle piazze mettiamo solo quelli. Nei musei la situazione non cambia di molto, mettiamo cartellini in un angolo e via. Spesso ci sono mostre fantastiche mal raccontate, anche se stiamo migliorando. La mostra che ho appena visitato a Roma su Van Gogh (a Palazzo Bonaparte, fino al 7 maggio)

"l'ho trovata eccellente nel raccontare le opere e la vita dell'artista. In genere però c'è un atteggiamento un po' snob, magari involontario, da parte di organizzazioni. E poi, nelle sale dei musei italiani trovi sempre addetti alla sicurezza intenti a guardare il cellulare. Sono figure che potrebbero essere utilizzate molto meglio. Qualcuno che si prodiga e racconta le opere c'è, ma sono eroi solitari".

INTERVISTA ESCLUSIVA

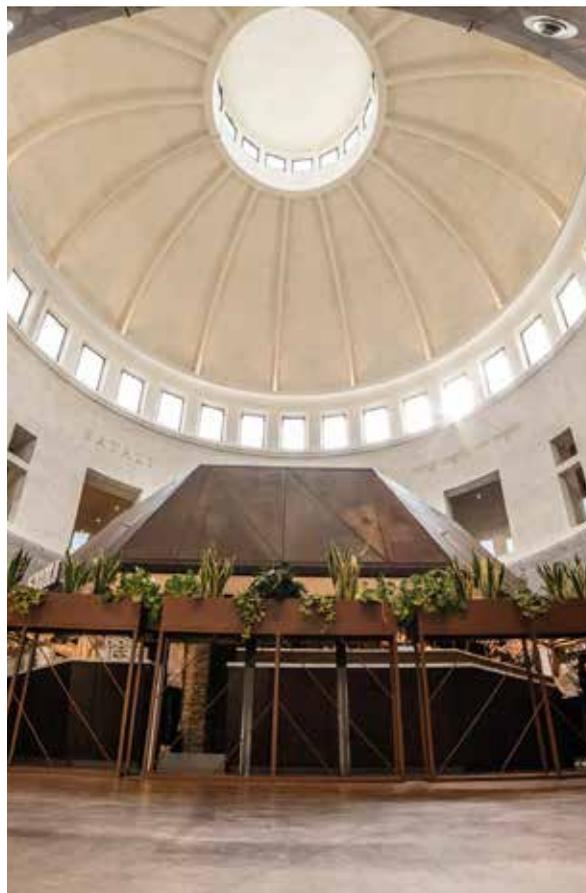
Investire nell'arte, per un'azienda, è poi dare valore al proprio brand.

"Per noi è stato naturale farlo. Con Eataly siamo da sempre nel mondo del cibo artigianale di alta qualità, un settore in cui c'è espressione artistica in ogni passaggio della filiera: si fa arte nell'agricoltura, nel processare i prodotti, si fa arte in cucina. E' tutta bellezza. Passare dal duty al beauty, dal dovere alla bellezza, dovrebbe essere logico per noi italiani. Infatti, i nostri antenati erano più figli di noi! Hanno fatto cose grandiose. A noi basterebbe diventare campioni di narrazione della bellezza. Dobbiamo imparare, in questo, dai francesi, che danno risalto a tutto ciò che hanno, ad ogni singolo castelletto.

Come possiamo raccontarla meglio, la nostra Italia?

"Basta studiare e imparare a narrare, partendo dalla scuola, dove Storia dell'Arte, Educazione Ambientale ed Educazione Civica dovrebbero contare quanto Italiano e Matematica. Alla Scuola Holden partiamo dalla parola, scritta o orale, che è la parte musicale della vita. La filiera umana è sentimenti, pensieri, parole, azioni e prodotto. A metà c'è la parola, è vitale.

Come dice Alessandro Baricco, cintura nera di



storytelling, un fatto non raccontato non esiste. Il problema è che a volte c'è dicotomia tra bellezza e impegno. Non è vero, purtroppo, quel scrisse che Dostoevskij, che la bellezza salverà il mondo. Il mondo dobbiamo salvarlo noi, raccontandola."

Oltre che nella bellezza lei crede nell'ecosostenibilità, alla base di Green Pea.

"E' il primo department store dedicato esclusivamente alla sostenibilità, a Torino. Ben 15.000 metri quadrati disposti su 5 piani, in un edificio costruito interamente con materiali di riciclo. Il legno, ad esempio, arriva tutto da Belluno, dalle foreste sradicate dalla tempesta Vaia. Non ce ne rendiamo conto, ma stiamo andando a sbattere contro un muro. Il tema della sostenibilità non possiamo più lasciarlo in mano agli scienziati, alle ragazzine incazzate o soltanto ai volontari. Sennò sì che resta solo un bla bla bla. Siamo noi imprenditori, che creiamo i prodotti e usiamo l'energia, che dobbiamo far entrare in noi questo sentimento"



Pi Group srl
your trusted advisor

- **ILLUMINAZIONE A LED**
- **ENERGIA, GAS NATURALE
E TELECOMUNICAZIONI**
- **GENERAL CONTRACTOR**

CONTATTI:

✉ info@pigroupsrl.com

☎ +39 02 99266795

📍 Piazza Leonardo da Vinci, 8 - 20133 Milano



www.pigroupsrl.com

Hitman Bang, il creatore del fenomeno BTS

I manager musicali del presente sono diversi da quelli del recente passato. Il nostro Claudio Cecchetto, creatore negli anni '80 Radio DeeJay e talent scout di Lorenzo Jovanotti ed 883, ancora oggi fa parlare di sé per avventure d'ogni tipo, anche in politica. Nel mondo Richard Branson, che creò la mitica label Virgin, dopo essersi fatto notare come proprietario di atolli e creatore di linee aeree, oggi resta al centro della scena organizzando viaggi nello spazio (o quasi...) con Virgin Galactic. Bang Si-hyuk, detto Hitman Bang, il manager dei BTS, da anni il fenomeno musicale più importante al mondo, a volte si arrabbia e alza la voce, quando i suoi artisti non raggiungono la qualità che è necessaria per emergere. Lo fa però solo in privato, il palco lo lascia ai suoi artisti. A lui interessano i numeri. L'indotto creato dalla band coreana nel 2021 ha contribuito al PIL della Corea del Sud per lo 0,3%. Con concerti, streaming e merchandising hanno incassato qualcosa come 4,65 miliardi di dollari. Il 2023 sarà per loro un anno un po' complicato, visto che i membri della band sono impegnati nel servizio militare, che in Corea dura 18 - 21 mesi. E' una cosa seria, visto che le tensioni con la Corea del Nord sono all'ordine del giorno. Sarà però solo una parentesi: Bang Si-hyuk non lascia niente al caso e saprà monetizzare la futura reunion e la carriera solista dei 7 BTS. Restando ai numeri, non è un caso che il gruppo più amato nel mondo sia formato da ben 7 artisti diversi, tutti bravi a cantare e ballare, ma ognuno con la sua personalità ed il suo stile. C'è chi rappa (RM, Suga), chi nasce come ballerino (J-Hope, Park Ji Min, Jungko-

ok), chi arriva dalla recitazione (Jin), chi suona il sax (V)... Tutti insieme, in canzoni che mixano alla perfezione un po' tutta la musica che gira intorno, non piacciono per caso. Tutto è pianificato alla perfezione da Bang Si-hyuk. Il manager lascia spazio alla creatività dei singoli ma la mette nella giusta direzione. Ovviamente, è quella del successo mondiale.

(Jacopo Neri)



Influencer? No, creatori di contenuti



Fedez, Chiara Ferragni e Khaby non dormono sonni tranquilli. Influencer, video virali e balletti funzionano ancora, ma ormai su web e social piacciono davvero contenuti creati da esperti, non da star e personaggi. Sono persone che sui social hanno successo perché sono prima di tutto competenti, non solo sexy, divertenti e/o fotogeniche. Succede anche perché piattaforme come Twitch, specializzate in live, remunerano i creator molto di più di YouTube, mentre Instagram e TikTok vengono utilizzati soprattutto per promuovere corsi o raccontare esperienze. Si può vivere raccontando passioni e lavoro. Gli esempi sono tanti, dei settori più disparati. I torinesi **Choros Ballet**, ad esempio, sono tre ballerini professionisti che raccontano il loro lavoro. Su YouTube si divertono anche a commentare le puntate di Amici, con ironia e competenza. Chi su Instagram ha voglia di imparare un po' di inglese divertendosi può seguire **Elena Stefani**, laureata in Economia (con 110 e lode) e ospite di Radio Freccia. Oppure scegliere il suo amico **Davide Patron**, anche in onda su DeeJay. Entrambi propongono anche corsi a pagamento, ma seguirli sui social è gratis e aiuta molto. Gli appassionati di meccanica seguono **Michele Molteni**, capace di costruire delle montagne russe in legno. Chi preferisce godersi allenamenti estremi segue **Danny Lazzarin**, capace di scherzare e dialogare con follower e hater. Se il runner **Lorenzo Lotti** regala ogni giorno pillole di corsa, c'è pure chi non si accontenta di

essere il dj ufficiale dell'Inter e di tanti dj set in tutta Italia: **DJ Marietto**, che ha dato vita a Milano a This is Lab, un centro creativo da cui trasmette, sempre e solo live, il suo show **This is Top**. **Gianluca Gazzoli**, che nel weekend trasmette su Radio DeeJay, nel suo BSMT intervista personaggi mondiali come Pierfrancesco Favino o Valentino Rossi. I creatori di nuova generazione non sono sempre giovani. La toscana **Nonna Silvi**, grazie alla sua simpatia e ciò che ha imparato in una vita al Forno Martini di Montelupo Fiorentino, semplicemente 'spacca'. Con le sue battute, e le sue ricette, rilassa e diverte. Chef e (presunti) Masterchef sono avvertiti.

(Paola Rubini)



Le macchine vivono già con noi... e ci semplificano la vita



La paura della tecnologia è forse connaturata all'uomo. O forse, in un periodo di guerre & pandemie, riusciamo ad aver paura anche di ciò che ci aiuta. Siamo strani. E sbagliamo.

Mi sono laureato nel 1996, scrivendo la tesi in parte con una vecchia macchina da scrivere di famiglia e in parte con un vecchio PC regalato da un amico. Il programma di scrittura era Wordstar, non molto diverso da quelli che usiamo oggi. Se ricordo bene, le parole guizzavano in verde sullo schermo scuro, una modalità simile a quella scura di oggi. C'era già, se ben ricordo, la possibilità di spostare intere frasi.

Scrivere non è diventato più facile, è sempre complicato. Col PC però è un po' più comodo. Scrivo canzoni al piano usando la matita, ma per lavorare il PC è un mezzo straordinario. Leggo anche di più, da quando uso il Kindle e non i libri cartacei: è più leggero, se si legge in lingua originale ha già un dizionario incorporato. Certo, è una preferenza personale. Il libro, piccolo e trasportabile, è uno straordinario oggetto tecnologico. Nell'incendio della Biblioteca di Alessandria non bruciarono libri, ma rotoli di papiro. Quando fu inventata la stampa e i libri vennero finalmente rilegati si lamentarono in pochi.

Tornando al 1996, la mia ragazza di allora proprio

quell'anno si comprò il primo computer. Riuscii a convincerla e comprò anche il modem. Allora molti erano convinti che il web fosse solo un luogo di divertimento. Non sapevano l'ovvio, ovvero che internet nacque come risorsa strategica militare e medica. Me ne accorsi qualche mese dopo, quando dopo la laurea scelsi il servizio civile al posto del militare. Fui destinato ad un reparto di Dialisi e Nefrologia. I medici studiavano già da tempo online, mentre la dialisi la facevano già le macchine. Anzi, in un reparto di Dialisi comandano gli infermieri specializzati, che gestiscono le macchine che purificano il sangue. C'è un'interazione continua tra professionisti e tecnologie.

Il futuro, probabilmente, sarà simile ad un efficiente reparto di Dialisi. Nessuno farà miracoli, ma gestire la malattie sarà un po' meno difficile.

(Lorenzo Tiezzi)



Pequod Acoustics cresce nel mondo

Le casse acustiche, quando non diffondono musica e musica, sono quasi sempre insignificanti. Grigie, rettangolari, tutte più o meno uguali, si confondono tra loro e spesso non suonano neppure così bene. Non è certo il caso di quelle Pequod Acoustics,

colorate, rotonde e dal suono potente e cristallino. Interamente Made in Florence, sono ormai distribuite in tutto il mondo e regalano musica e personalità soprattutto a luoghi di ritrovo, club e ristoranti deluxe.

Dopo Italo e Trenitalia, arriva SCNF



Sempre più spesso scegliamo il treno quando dobbiamo spostarci tra città lontane tra loro. Uno dei motivi è la concorrenza tra Trenitalia e Italo. Offerte e servizi sono diversi e la qualità complessiva dei viaggi più alta rispetto al passato, a prezzi spesso bassi. La situazione potrebbe migliorare ancora, con l'arrivo sul mercato di SNCF, con il suo brand low cost Ouigo a partire dal 2026. Tra le prime tratte servite, Milano - Roma, Torino - Venezia e Parigi - Milano.

Paolo Cevoli ci insegna il marketing

Chi si diverte mentre impara capisce di più. Ecco perché invece sorbirsi boriose lezioni di guru, esperti e presunti tali, leggersi "Manuale di marketing romagnolo" è una buona idea. L'ha scritto Paolo Cevoli, che non è solo un comico ma anche un manager ed un imprenditore di successo. "E' l'unico libro che basta comprarlo, mica lo devi leggere", dice. Tra patacchismo e sburonaggine, si impara con leggerezza. Ad esempio, che la spunta blu su Instagram non serve. Cevoli non ce l'ha, eppure è una star.



La bici che aiuta l'Africa



Gli Assolombarda Awards dell'associazione degli industriali lombardi selezionano le aziende più innovative e sostenibili. Lo scopo è incoraggiare la crescita sistemica del settore. Tra i premiati c'è Acqua & sole, azienda di Pavia che rende ecologico il territorio, gestendo in modo innovativo gli scarti di biogas, fertilizzanti e prodotti agricoli. Segnalata anche Passioni Titanio, che aderisce al World Bicycles Relief: chi compra una bici, ne regala una a chi non potrebbe comprarla, in Africa.

M.S.T. Lottoneria

www.mstlattoneria.com

STOREMIX

StoreMix Niguarda
Via G. Mazat 15 MI
025990992

StoreMix Gergano
Via G. Ferraris 27 MI
0233229443

SERIGRAFIA
Monteverdi
Claudio

Via del Commercio 55/57
20083 Gaggiano (MI)

CMA
SERVICE

VIA GALILEO FERRARIS 7 / M
20082 BINASCO (MI)

Lo stile di Miuccia



"Agli inizi, tutti odiavano cosa stavo facendo, a parte pochissime persone particolarmente brillanti. Non era uno stile per i più classici, aveva qualcosa che li disturbava. Non soddisfaceva neppure i super trendy e gli avanguardisti. Mi piace muovermi in quello spazio, senza mai compiacere nessuno".

Miuccia Prada, diversi anni fa, il suo stile senza tempo lo raccontava così, in una delle sue rarissime interviste. La sua ricerca, così personale, sempre sospesa tra essenzialità delle forme, delle geometrie e dei colori, non punta mai allo show 'da sfilata', che crea scalpore sulla passerella e poi nessuno compra.

Gli abiti Prada possiamo indossarli tutti, anche se forse non tutti i giorni. Il brand mette d'accordo manager e fashion addicted... e come diceva un certo Umberto Eco, è entrato da tempo nell'immaginario collettivo. Non per caso Miuccia Prada è decima tra le donne più ricche al mondo. Amministratore esecutivo di Prada con il marito Patrizio Bertelli, incarna l'anima innovativa del marchio che porta il suo nome. E' co-direttore creativo di

Prada con Raf Simon e direttore creativo di Miu Miu, altro brand per gruppo. Per esser precisi, nella classifica italiana delle donne più ricche al mondo è al secondo posto, con una ricchezza di 5 miliardi e 240 milioni di dollari.

Tornando alla sua ricerca stilistica, Miuccia Prada, nel tempo, è riuscita a spostare la nostra idea di bello nella moda. A rimescolare lusso, estetica, abiti formali e ciò che è invece considerato informale. Qualche settimana fa Miu Miu ha chiuso le sfilate di Parigi con una divertente e divertita culotte. "Volevo guardare alla moda da un punto di vista personale", ha sottolineato la designer. La sua donna oggi è l'ex collegiale che rubava i vestiti alla mamma. E' una professionista che si diverte a giocare con la sensualità. Tra i must della nuova collezione, ecco poi la Moon Bag, un classico anni 2000 che torna in una nuova veste, ma conserva l'iconico logo triangolare creato da Mario Prada nel 1913. Perché ricerca e storia vanno sempre mixati nel modo giusto.

(Francesca Lovatelli Caetani)

Il benessere fa bene al lavoro



Il broker assicurativo Aon ha pubblicato i dati di una ricerca globale sul benessere nei luoghi di lavoro. L'analisi dell'attività di oltre 1.100 aziende ha dimostrato ciò che in fondo tutti potevamo supporre: dipendenti sereni producono di più. Più precisamente, se l'azienda si occupa del well being dei suoi lavoratori, la loro produttività migliora dall'11 al 55%. Per questo le aziende che investono in benessere sono sempre di più: sono passate dal 55% del 2020 all'83% di oggi.

Biofilia, anche in hotel




Studio S.G. Consulting
TEL: 031 7093636
 Corso Unità d'Italia 2 22063 Cantù (CO)

Milano capitale delle spa

Milano è ormai una vera oasi di benessere, ovviamente deluxe. Le tante spa, molte firmate, sono perfette anche per una pausa pranzo alternativa, a tutto relax. Sisley Paris ha aperto in via Manzoni una sua Maison, che propone tra gli altri Le Grand Soins Cheveux Régénérant, trattamento che rigenera fibra capillare e cuoio capelluto. La spa del Mandarin Oriental propone invece Oriental Glow, un esclusivo trattamento di 60 minuti con massaggio proprio-cettivo, esfoliante e booster.



Le donne sono più sportive



Secondo l'associazione internazionale IHRSA, le donne che si allenano in palestra sono ormai il 50,5% del totale. In altre parole, hanno superato gli uomini. Ci sono addirittura paesi come la Gran Bretagna, in cui la differenza è ormai del 5%. Dal 2010 ad oggi, poi, il tasso di frequenza femminile nelle palestre è aumentato del 32,2%, mentre quello maschile solo del 23,2%. Le donne, in realtà, durante il giorno si muovono di più. E' anche per questo che sono più longeve.

Connettere le persone al mondo naturale all'interno di ambienti non ha solo un effetto terapeutico. E' un punto fermo nel settore dell'accoglienza di qualità, perché adottare criteri biofilici serve anche al fatturato degli hotel. Gli ospiti che richiedono stanze con

vista su paesaggi naturali con vegetazione, acqua oppure il contatto con animali accettano di pagare il 23% in più. L'Hotel Milano Scala, a emissioni zero in città, insegna (a cura di Paola Buratto, [instagram.com/progetto-biofilia](https://www.instagram.com/progetto-biofilia))



INVEXTRA MAGAZINE

Testata giornalistica su autorizzazione del Tribunale di Milano n.8118 del 09/06/2022

Direttore responsabile
 Francesca Lovatelli Caetani

Consulente editoriale:
 Lorenzo Tiezzi

Progetto grafico:
 Matteo Bernaroli

Hanno collaborato:
 Jacopo Neri, Paola Rubini



**Cessione
del Quinto?**

**Batti il
quattro!**

**Ci pensa Prestito 24!
Il prestito a portata di mano.**

Numero Verde

800 24 12 24

GUARDA LO SPOT



Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Promozione svolta da Prestito 24 S.r.l., agente in attività finanziaria monomandatario (iscrizione OAM n. A8893), incaricato da Prestitalia S.p.A, società a socio unico soggetta a direzione e coordinamento di Intesa Sanpaolo S.p.A. e appartenente al Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo, iscritta all'Albo degli Intermediari Finanziari elenco ex art.106 D.Lgs. 385/93 al n. 60, sede legale Via Stoppani, 15 - 24121 Bergamo. I documenti Informativi sui prodotti contenenti le condizioni offerte alla generalità della clientela, sono disponibili sul sito www.prestitalia.it nella sezione Trasparenza-Documenti informativi prodotti rete Agenti Prestitalia. La documentazione inerente le condizioni personalizzate è richiedibile presso la rete di agenti Prestitalia. Finanziamenti soggetti ad approvazione ed erogazione di Prestitalia S.p.A.

www.prestito24.it



Prestito 24
Il valore della fiducia