

PENSIERI & PAROLE

**Come nascono
le mode?**

pag. 3

IN CITTÀ

**Giardini
segreti,
a Milano**

pag. 5



USCIAMO?

**Ultimo, Bollani o
Gervais, per un
luglio che fa
ridere, rilassare
e cantare**

pag. 6

LUXURY LIFE

**Cena da Gucci o
party da Prada?**

pag. 10



N.43 luglio 2025



**INQUADRA IL
QR-CODE
E SCOPRI DI PIÙ**

INVEXTRA MAGAZINE

X NEWS

IL VERO LUSSO? È UN'ESPERIENZA

Momenti da sogno per tutti... O quasi

www.invextramagazine.com

SUMMER PARTY

**Un'estate nei
top club con
Sua Maestà
Bob Sinclar**

pag. 8



STREET STYLE

**Sneakers,
ossessione
o investimento?**

pag. 21



MADE IN ITALY

**Luca De Meo,
dall'auto al
fashion**

pag. 18



DAZI MILANO

**Affitta la tua location esclusiva
per il Salone del Mobile a Milano,
in Piazza Sempione, all' Arco della Pace.**

*Spazi moderni, vista mozzafiato e posizione
strategica per un evento indimenticabile.
Non perdere questa occasione unica!*

CONTATTI:

+39 347 1508613 | info@dazimilano.com
Piazza Sempione 1, Milano

www.dazimilano.com

COME NASCONO LE MODE?

Come mai, quando guardiamo le nostre foto di qualche decennio fa ci mettiamo a ridere (o a piangere) guardando come eravamo vestiti, guardando i nostri tagli di capelli? E le macchine, quanto erano diverse 15 anni fa, non solo per motivi tecnologici.

Guardiamo, che so, agli zaini. C'è stato un periodo, più o meno vent'anni fa, in cui tutti andavamo in giro per le città italiane con i monospalla. Eravamo convinti che fossero l'unica possibile soluzione. Poi è arrivato il momento di quelli leggeri da montagna, ri-adattati all'uso urbano (*The North Face* e non solo). Ed eccoci a oggi, con i rolltop ispirati probabilmente a quelli prodotti, tra i primi, da Rains. Se non hai un rolltop, uno zaino dalla grande apertura superiore che si arrotola, sei fuori. E che faccio io, che mi sento sempre così unico ed originale? Ne ho due, di rolltop, mica uno solo. Uno è di buona qualità realizzato da una casa discografica italiana, *Jaywork Music*, che tra l'altro non costa molto... L'altro invece, realizzato dal colosso francese dello sport e delle attrezzature, invece è durato appena un paio di settimane. Si è già bucato in due punti il porta borraccia. Giacerà in cantina per decenni fino a quando mi degnerò di portarlo in discarica.

Il punto è che durevoli o pessimi che siano, i nostri acquisti, non li mica facciamo 'liberamente'. Siamo sempre condizionati dal mercato, dalla pubblicità, dal marketing, da quello che vediamo per strada. Anche se non ci sembra, siamo ispirati / influenzati. Mica così originali. Ieri



sera al TG1 ho visto una bellissima sfilata di *Max Mara* alla Reggia di Caserta. Mia moglie, che fino a qualche anno fa spesso acquistava spesso questo brand italiano, da un po' sceglie capi meno cari. Chissà che, grazie alla sfilata vista in tv, visto che l'arte mi tocca più il cuore della moda, non le regali qualcosa di *Max Mara*. Sempre che possa permettermelo.

Il lusso, poi, oggi è un'esperienza, un momento che ci regaliamo, un 'sogno' che non si riassume in un prodotto. E soprattutto, anche se gli 'esperti' ci vogliono convincere del contrario, il marketing di oggi non è più raffinato di quello di ieri. E ci sono le mode anche nelle razze dei cani che amiamo. Fateci caso. Come mi disse una vera esperta di marketing, se oggi preferiamo Labrador e Greyhound, è perché ieri sognavamo Cocker e Boxer. E domani cambieremo idea, di nuovo.

(Lorenzo Tiezzi)



MABO SRL
CONSULENZA AZIENDALE PER LE IMPRESE
FINANCIAL ADVISORY-COMPLIANCE-DUE DILIGENCE
INFO.MABOSRL@GMAIL.COM

Emir
Lattomeria s.r.l.
Cooperativa Civile e mutualistica

TEL. 039 614700
info@emirlattomeria.it
Via Rossi Ernesto, 115 Arcore (MB)

nuovalario
Soluzioni per l'ambiente

www.nuovalario.it



SERVIZI DI SICUREZZA

- Sicurezza non armata
- Sorveglianza tramite personale altamente qualificato e referenziato
- Sicurezza per locali pubblici, club, centri commerciali, villaggi turistici



**BARONE
SERVICE**

SOCIETÀ DI SERVIZI

***Segui la nostra
ironia sui social!***





CHE SUCCEDERÀ IN CITTA'?

Giardini segreti, a Milano



«**A Milano ci sono pochi giardini**». Quante volte ci dicono oppure ci diciamo questa frase senza poi informarci davvero sulle aree verdi della città, che sono spesso nascoste e non immense, è vero, ma ci sono. Non pretendiamo di farvi scoprire il Central Park meneghino e in città non c'è niente di paragonabile ai tanti parchi romani o a Boboli a Firenze. Qualche bello spazio però c'è. Qui ve proponiamo tre, due novità ed un classico da riscoprire.

Partiamo da Horti, un giardino storico che prende vita in via Orti 25. E' un antico hortus conclusus, un luogo adibito alla coltivazione di piante officinali e fa parte un antico convento in Porta Romana. Il progetto di riqualificazione urbana è firmato da **Michele De Lucchi**, archistar

che ha trasformato radicalmente quest'area con tante nuove residenze private. Il giardino, però, resta pubblico ed è aperto dal lunedì al sabato (orari: 9 - 19 da aprile a ottobre, 9 - 17 da novembre a marzo). Per chi ha voglia di camminare o rilassarsi tra lavanda, salvia, artemisia, calendule, anemoni... è il posto giusto.

E' particolarmente innovativo anche il progetto del Padiglione Sforza del Policlinico di Milano, nuovo giardino pensile terapeutico curato da un'altra star dell'architettura, Stefano Boeri. Anche il Policlinico vanta una lunga storia di coltivazione di piante officinali per la preparazione dei farmaci. Nel 1641 qui si realizzò il primo orto, il cosiddetto "Giardino dei semplici". Nel 2025 si rinnova questa tradizione. Questo giardino non è pubblico, ma riservato solo ai piccoli pazienti di Oncoematologia Pediatrica ed alle loro famiglie, ma a tutti i milanesi, ne siamo certi, piacerà sapere che c'è. Chi sta male, se può passeggiare in un luogo magico come questo, forse riesce a rasserenarsi, almeno un po'.

In centro, a due passi c'è un poi altro spazio verde, questa volta storico, l'antico Giardino della Guastalla. D'estate è possibile frequentare questa peschiera d'epoca barocca dalle 7 alle 22. Sotto i tigli, e i bagolari, oppure al riparo dal sole nei pressi di un raro esemplare di ginkgo biloba, fioriscono ortensie e rose antiche, difficili da trovare in altri parchi cittadini. Il piccolo laghetto con ninfee e carpe, unito al silenzio crea un'atmosfera rilassante e fuori dal tempo, perfetta per una pausa rigenerante.

(Paola Rubini)



Tel. 02 9084 1646
Via dell'Industria 9, 20083 - Gaggiano (MI)



STUDIO TECNICO
GEOM. GIUSEPPE FEUDALE

GFD 02 39628128 | +39 335 3764341
Email: giuseppe.feudale@tiscali.it



Puricelli Srl
VERNICIATURA METALLI

CONTATTI:
0362 123 0622
v.puricellisrl@gmail.com



MediaConsulting
Advice Corporate & Financial

Info: mediaconsultingsa@gmail.com

USCIAMO?

Ultimo, Bollani o Gervais, per un luglio che fa **ridere, rilassare e cantare**

Il 24 luglio il palco del Forum di Assago ospita Ricky Gervais, uno dei comici più irriverenti della scena internazionale. L'attore, sceneggiatore e stand-up comedian britannico, celebre per serie di culto come *The Office* e *After Life*, porta a Milano il suo nuovo show **Armageddon**, già acclamato nei teatri di mezzo mondo per l'umorismo tagliente e l'abilità nel toccare temi controversi con un'ironia corrosiva. Dopo le date sold out nel Regno Unito e in diverse capitali europee, il tour mondiale arriva in Italia per una sola data, rendendo l'appuntamento milanese imperdibile, ovviamente solo per chi parla davvero bene inglese. Lo spettacolo promette una riflessione sarcastica e disincantata su società, cultura e attualità, nello stile provocatorio che ha reso Gervais un mito.



Il comico Ricky Gervais

San Siro, nell'estate 2025, propone un concerto dietro l'altro. Il 5 ed il 7 luglio è la volta di Ultimo. Il cantautore romano, classe 1996 torna a Milano con il suo "Ultimo Stadi 2025 - La Favola Continua", confermando uno straordinario legame con il suo pubblico, soprattutto quello più giovane. Dopo i successi radiofonici e i sold out nei palasport, Ultimo si conferma tra gli artisti italiani più amati... Sia chiaro, pure Ultimo ha i suoi hater. Certe radio le sue canzoni non le suonano, chi preferisce la trap forse non ama le sue melodie. La sostanza è che Ultimo canta, suona il piano e scrive in modo personale, e visto il panorama musicale attuale, è molto più che abbastanza. Dopo Milano, il tour tocca gli stadi di Roma e Bari.

Certo, il jazz non è per tutti, ma chi vuole avvicinarsi a queste sonorità può farlo il 16 luglio al Castello Sforzesco, con un concerto non certo estremo di Stefano Bollani e del suo quintetto. Il pianista, nato a Milano ma cresciuto a Firenze, è un vero funambolo del pianoforte e sa farsi amare anche per la sua simpatia, mica solo per la tecnica sui tasti. Per questo lo vediamo spesso in tv. Il concerto sarà un viaggio libero e imprevedibile, condito dal suo consueto umorismo e da una comunicazione diretta con il pubblico. Bollani, che alterna con disinvoltura teatri sinfonici, studi e molto altro, torna a Milano con un live che celebra l'arte dell'istante e l'emozione della performance dal vivo. Un appuntamento raffinato ma accessibile, per chi ama la musica autentica e senza etichette.

(Jacopo Neri)

Gooods

Visita il nostro sito:
www.gooods.it

Studio S.G. Consulting
Tel. 0317093566

Corso Unità d'Italia 2 22063 Cantù (CO)

CONTATTI
Tell. 335.6523149
E-mail: info@diellmacchine.it
Via Antonio Locatelli 62, 24121 Bergamo (BG)

DL
MACCHINE UTENSILI

DM
COSTRUZIONI

CONTATTI:
+39 335 814 9613 |
Via G. Marconi 28/18 - 20044 Arese (MI)

dm@dm-costruzioni.com



Leader nel settore industriale dell'imballo.

www.galdram.com

The bottom half of the advertisement features a background image of industrial equipment, including large white storage tanks and red-painted pipes with valves. The text 'Leader nella costruzione di impianti industriali' is overlaid on the left side in a bold, blue, outlined font.

Leader nella costruzione
di impianti industriali

BISELLO
TECNOLOGY SYSTEM SRL



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



+39 0331 837019 | segreteria@bisello.it

www.bisello.it

Il vero lusso? È UN'ESPERIENZA

Negli ultimi anni, il mondo del lusso sta attraversando una trasformazione profonda. Se un tempo l'acquisto di abiti, borse e accessori firmati rappresentava un vero status symbol, oggi le dinamiche stanno cambiando. **La nuova frontiera del lusso**

non è solo possedere un prodotto "esclusivo", ma vivere un'esperienza unica e irripetibile, che coinvolge i sensi, l'emozione e il lifestyle. Certo, poi si compra anche qualcosa, di solito. Ma prima e dopo ci si emoziona 'live'.



Louis Vuitton: arte, viaggi e ristorazione

Louis Vuitton non punta dritto sul cibo e ospitalità. Di fronte alla sua boutique a Forte dei Marmi ha aperto una gelateria, che si aggiunge ad altre due proposte a Milano: il ristorante DaV by Da Vittorio Louis Vuitton ed il **Da Vittorio Café Louis Vuitton**, ne pressi di Via Montenapoleone e una a Taormina, Le Bar Louis Vuitton. A Tokyo, ad esempio, ecco invece Louis Vuitton Maison, spazio con gallerie d'arte temporanee, ristorante gourmet e un bar esclusivo. Inoltre, nel suo hotel di lusso Cheval Blanc a Parigi, il brand fonde arte, moda e ospitalità in una cornice senza eguali.

Prada, tra arte ed hospitality

Prada ha ampliato la sua presenza nel settore dell'ospitalità di lusso, in particolare con la collaborazione al progetto **Prada Rong Zhai** a Shanghai, una residenza storica trasformata in un hub culturale e artistico. Qui, moda e arte si intrecciano in un ambiente esclusivo dove si organizzano eventi privati, workshop e incontri con artisti internazionali. E che dire di **Fondazione Prada**, a Milano? Certo, anche quella è una vera luxury experience. Anzi, come abbiamo scritto spesso qui, arte e lusso vanno sempre più d'accordo. E poi eventi: **The Sound of Prada**, super evento che ha preso vita pochi giorni fa a Berlino ha messo insieme celebrity, artisti, perditempo & dintorni, tutti a ritmo di Prada. Senz'altro, per chi ha partecipato, indossare prima e dopo una bella borsa con la P sarà più emozionante.



Manutenzione stabili e servizi per il condominio



Tel: +39 02 55302912
Piazza Castelli n.2 - 20121 Milano



Studio Medico Bassani

Tel: +39 02 76021267 (C&D) +39 375 7144478
E-mail: info@studiodomedicobassani.it
Viale Luigi Majno 15 - 20122 Milano (MI)

TAC

COMUNICAZIONE

- ✓ Ufficio Stampa
- ✓ Relazioni Pubbliche digitali e tradizionali

Tel: +39 02 48517618
VIA ARIBERTO, 21 - 20123 MILANO



DUERRE
COSTRUZIONE DI EDIFICI

VIA LIBERTÀ 15-20083 DIASSONO (MB)



Un dettaglio di Gucci Osteria, a Firenze

Gucci: ristoranti & esperienze

A Firenze il **Gucci Garden** è un esempio perfetto: uno spazio multifunzionale che combina boutique, ristorante e museo, in Piazza Signoria, il salotto buono della città. Qui i clienti possono scoprire la storia del brand e vivere un'esperienza multisensoriale. Inoltre, Gucci organizza spesso serate private, concerti e feste esclusive in location di grande prestigio, creando un senso di community tra i suoi clienti più fedeli. Gucci Osteria da **Massimo Bottura** non prende vita solo a Firenze, c'è pure a Beverly Hills, Tokyo e a Seoul, perché mangiare 'firmato' piace oggi più che indossare Gucci. Bottura coordina il tutto, ma in cucina ci sono giovani chef come Karime Lopez e Kondo Takahiko.

Hermès: l'artigianalità, dal vivo

Hermès è sinonimo di artigianalità d'eccellenza e il brand ha scelto di raccontare questo valore attraverso esperienze dal vivo. In alcune boutique selezionate, è possibile partecipare a workshop in cui maestri artigiani mostrano come nasce un prodotto Hermès, dalla scelta delle materie prime fino alla realizzazione finale. Inoltre, **Hermès ha aperto ristoranti e bar in boutique di città come Parigi e Hong Kong**, luoghi dove il cliente può degustare specialità gastronomiche firmate e immergersi nell'universo raffinato del marchio.

Cartier: gioielli, arte e hospitality, a Londra

Cartier, che come tutti sappiamo propone gioielli e ed orologi deluxe, ha un sito davvero poco aggiornato. Mentre scriviamo l'ultima news è del 2024. Il brand ha però ampliato la propria offerta proponendo esperienze legate all'arte e all'ospitalità di lusso. Ad esempio, eccoci con il **V&A Cartier exhibition** package londinese. Ovvero un pacchetto viaggio 'deluxe' che comprende due biglietti per la retrospettiva Cartier al Victoria and Albert Museum, un pernottamento nelle suite o in camera (per i meno abbienti!) e una prima colazione d'autore al Town House, dove *"le porcellane dialogano con i velluti e i sapori si fanno poesia"*, come scrive Robb Report.

Dior, la maison diventa immersiva

La boutique Dior a Parigi ospita spesso eventi esclusivi e sfilate private, mentre la collaborazione con chef stellati permette di offrire menù inediti e sofisticati nei locali legati al marchio. Anche i **viaggi su misura, organizzati da Dior per clienti VIP**, fanno parte di questa nuova tendenza: tour privati in città d'arte o nelle campagne francesi per vivere in prima persona la cultura e l'eleganza del brand.

(Jacopo Neri)



Il celebre chef tristrellato Massimo Bottura con i reali inglesi

LA MODA ITALIANA CAMBIA... E CRESCE ANCORA



La moda italiana, pilastro dell'economia nazionale e simbolo del "Made in Italy", sta attraversando una fase particolare. Non sempre vediamo il +, un bellissimo segno, nelle tendenze. Ma il settore è sano. E si trasforma. Partiamo dai numeri, che contano sempre parecchio. Il settore moda rappresenta circa il 5% del PIL e dell'occupazione nazionale. Secondo Confindustria Moda, nei primi dieci mesi del 2024, l'export del comparto ha registrato una crescita del 2,4%, raggiungendo i 10,2 miliardi di euro. Chi parla di crisi quindi sbaglia.

TUTTI I NUMERI DEL FASHION SYSTEM

Particolarmente rilevante è stato **l'incremento delle esportazioni verso la Cina (+21,8%) e gli Emirati Arabi Uniti (+45,1%)**, evidenziando l'importanza dei mercati extra-europei per la crescita del settore. Non solo. L'abbigliamento, che ovviamente comprende anche le calzature (nonostante qualcuno, anche tra i giornalisti non l'abbia ancora capito) totalizza quasi il 6% delle esportazioni italiane, ovvero come valore è secondo settore dopo quello farmaceutico e supera quanto incassiamo vendendo all'estero macchinari. Anzi, probabilmente, una buona metà di quanto esportiamo in ambito gioielleria e pietre preziose lavorate (che insieme valgono il 2,2% delle esportazioni) fa parte anche dell'abbigliamento, di quel mitico Made in Italy che tanto piace all'estero. In altre parole, il settore della moda, nel suo complesso, è un pilastro dell'economia italiana, con un fatturato che supera i 100 miliardi di euro ed un contributo importante al PIL nazionale.

PRADA CRESCE... E COMPRA VERSACE

Tuttavia, il settore moda non è immune da sfide. L'aumento dei costi energetici e delle materie prime, insieme alle tensioni geopolitiche, ha influenzato negativamente la domanda e la produzione. Nonostante ciò, alcuni marchi italiani hanno mostrato una notevole resilienza. **Prada**, ad esempio, ha registrato un aumento dei ricavi del 17% nel 2024, raggiungendo i 5,4 miliardi di euro, grazie anche al successo del brand Miu Miu... e proprio per questo ha potuto comprarsi **Versace**, altro brand simbolo del settore. Questa mossa consolida la posizione di Prada nel panorama del lusso globale, integrando un marchio iconico come Versace nel proprio portafoglio, che già include, oltre a Miu Miu, anche il brand britannico **Church's**.

LA MODA DI QUALITA' E' SEMPRE (ANCHE) ITALIANA

E proprio Gucci e pure Bottega Veneta, che da tempo fanno parte del gruppo francese **Kering** (così come Saint Laurent, Balenciaga e Alexander McQueen) quanto restano italiane? **E quanto conta mettere bandierine tricolore su un sistema d'eccellenza che è da sempre internazionale, anche italiano e non solo italiano?** Nel mondo della moda globale, il marchio conta, ma è la filiera a fare la differenza. Le scarpe **Church's**, storica icona britannica fondata a Northampton nel 1873, oggi sono anche italiane per gusto, marketing e spesso produzione. Se l'eleganza inglese sopravvive nello stile e nella sede produttiva originaria, il cuore creativo e strategico batte in Italia: ricerca, marketing e posizionamento rispecchiano la visione estetica e imprenditoriale del Made in Italy, dove l'eccellenza artigianale guida ogni scelta. E pure **Gucci** nasce italiana e resta profondamente italiana nel design, nella manifattura e nel genius loci. Anche se la proprietà è francese, la produzione è saldamente radicata nel nostro territorio. Più precisamente, in Toscana, proprio dove tra l'altro brand un come Louis Vuitton produce il 20 - 30% delle proprie borse. Il

distretto toscano della pelletteria e l'intera filiera, fatta di artigiani, laboratori e piccole imprese, nonostante un periodo non facile, continua a rappresentare un patrimonio culturale e produttivo unico al mondo. In fondo, **Firenze già nel Medioevo diventò ricca creando abiti di lusso** creati con lane di pecore britanniche... che poi rivendeva pure ai reali inglesi.



LA MODA UOMO? FATTURA...

Dal 20 al 24 giugno 2025, Milano ha ospitato la **Men Fashion Week**, uno degli appuntamenti più attesi del calendario internazionale. Parallelamente, Firenze è stata teatro di **Pitti Immagine Uomo**, la principale fiera dedicata alla moda maschile da indossare ogni giorno, che si svolge subito prima (dal 17 al 20 giugno). Questi eventi rappresentano non solo vetrine per le nuove collezioni, ma anche momenti cruciali per il networking e le opportunità di business, coinvolgendo buyer, designer e media da tutto il mondo.

ARMANI VESTE MILANO CORTINA 2026, PERCHÉ ANCHE LO SPORT È MODA

All'Armani/Privé di Milano sono state da poco presentate le divise della squadra azzurra per i **Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026**. Ovviamente, vista la location, il brand scelto dal Coni è Armani, anzi per la precisione EA7 Emporio Armani. Continua, insomma la collaborazione con **Re Giorgio**, che continua ininterrotta dalle Olimpiadi estive di Londra 2012. E che colore ha scelto il designer per le divise? Ovviamente il bianco, sui cui come d'obbligo spicca la scritta Italia. *«Milano, Olimpiadi e Paralimpiadi: non potrei immaginare un progetto di collaborazione più stimolante, che vede protagonisti la città che tanto mi ha dato e lo sport. Lavorare per e con gli atleti italiani è sempre un piacere e motivo di grande orgoglio. Ho scelto un solo colore, il bianco, per suggerire armonia con le vetture invernali. Tra i valori dello sport, il rispetto è forse uno dei più alti, e l'ho condensato in un'idea di semplicità, pulizia e purezza»*, ha detto Giorgio Armani.

IL LUSSO CRESCE SEMPRE... MA IL MADE IN ITALY DEVE ESSERE ANCHE ALTRO

Le previsioni per il 2025 indicano una crescita moderata del mercato della moda italiana. Secondo **Altagamma**, l'associazione delle imprese italiane del lusso, si prevede un incremento del 3% nel settore dell'abbigliamento, con una forte polarizzazione tra marchi in crescita e brand in difficoltà. L'attenzione si concentra ora sull'espansione in mercati emergenti e sull'innovazione, sia in termini di prodotto che di strategie di vendita, per affrontare le sfide del contesto economico globale. In conclusione, nonostante qualche difficoltà, la moda italiana continua a rappresentare un settore dinamico e strategico per l'economia nazionale, con potenzialità di crescita e innovazione che possono contribuire a superare ogni sfida. È proprio il lusso, tutelato da Altagamma, la parte del fashion system in continua crescita. Come Italia e come moda italiana, però, forse potremmo provare anche a fare altro. L'esempio, è guarda caso quello di **Armani Exchange**, che con lo stile di Re Giorgio produce capi accessibili.

(Paola Rubini, Lorenzo Tiezzi)



LEADER NELLA COSTRUZIONE
DI SKID E APPARECCHI PER
IMPIANTI CHIMICI E PETROLCHIMICI.

WWW.CAMPITELLISRL.EU



TRANSCO

Relax, we deliver.

WWW.JOBS.TRANSCO.EU

APPARATI MOTOROLA IN OFFERTA PROMOZIONALE



MOTOROLA R2



MOTOROLA R2



MOTOROLA R2



MOTOROLA R2

SNEAKERS,

OSSESSIONE O INVESTIMENTO?

No, le sneakers non solo "scarpe da ginnastica". Sono oggetti di culto, status symbol e spesso investimenti migliori del mattone. Dallo streetwear al mondo dello spettacolo, dalle leggende del basket ai rapper più influenti, le sneakers hanno fatto il giro del mondo – e del portafoglio.

Partiamo da chi ha dato il via al mito: sua altezza aerea **Michael Jordan**. Quando nel 1984 firmò il contratto con Nike, nessuno avrebbe scommesso che una scarpa potesse cambiare la storia. Le Air Jordan non sono solo calzature: sono una religione. E oggi, a distanza di quasi 40 anni, **una Jordan 1 OG del 1985 può arrivare a costare oltre 30.000 euro**.

Ma non finisce qui. Perché poi è arrivato lo showbiz. I rapper – da **Kanye West** con le sue Yeezy (svalutate da Adidas ma ancora super quotate) a **Travis Scott** con le sue collaborazioni Nike – hanno trasformato le sneakers in pezzi da collezione. Le Nike Air Jordan 1 Retro High OG "Travis Scott" hanno raggiunto il picco dei 3.500 euro. E alcune Nike firmate dallo stesso artista si aggirano tranquillamente oltre i 5.000 euro.

Le Nike Air Mag Back to the Future valgono di più: sono state vendute all'asta per oltre 100.000 euro. E che dire delle Solid Gold OVO x Air Jordans (Drake)? Realizzate interamente in oro massiccio, valore stimato circa 2 milioni di dollari. Non molto comode, ma perfette per una passeggiata sul conto in banca.

Allargando il cerchio, il mercato globale delle sneakers ha superato gli 80 miliardi di dollari e non mostra segni di rallentamento. E' ormai un'economia parallela. Gli appassionati non comprano solo scarpe: acquistano storie, status e unicità.

Ma come entrare nel magico mondo delle sneakers Limited edition? Con buona connessione internet, un po' di fortuna nei raffle (le lotterie per accedere alle vendite, NDR) e la prontezza di un ninja digitale possiamo accaparrarci l'ultima release. Sennò, si sborsano più di quanto si pagherebbe per un affitto a Brera. E chi dice che sono tutte uguali, indossa ancora mocassini scoloriti.

Quindi, che tu le tenga in una teca, le indossi con cura o le tratti come sacre reliquie, sappi che le sneakers oggi non sono solo moda. Sono cultura. E in alcuni casi, patrimonio. Perché alla fine, come disse qualcuno: *"Dimmi che sneakers porti, e ti dirò quanto vale il tuo appartamento"*.

(Arianna Andriani)



Un paio di Nike indossate da Michael Jordan, battute all'asta 46 milioni di sterline



MADE IN ITALY 

LUCA DE MEO, DALL'AUTO AL FASHION

L'italiano **Luca De Meo**, 57 anni, è il nuovo amministratore di **Kering**, gruppo francese del lusso che gestisce brand come Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga ed Alexander McQueen. Succede a François-Henri Pinault, che resterà presidente. È la prima volta che Kering affida la leadership ad un manager esterno, tra l'altro non proveniente dalla moda. Il mercato ha premiato subito la scelta, con un balzo in Borsa del titolo.

La scelta di Kering, un gruppo che negli ultimi tempi sta avendo qualche problema, è forte. Ma De Meo è un vero fuoriclasse. Nato a Milano da famiglia pugliese, ha vissuto in oltre dieci Paesi e parla cinque lingue.

De Meo, a differenza di Marchionne, è quello che nel settore chiamano car guy, un vero esperto del settore auto. Dopo la laurea in Economia aziendale alla Bocconi di Milano, entra in Renault Italia nei primi anni '90, poi passa a Toyota Europe e successivamente al gruppo Fiat. Qui rilancia Abarth e pure la casa madre, con nuova 500, lanciata nel 2007. È considerato uno degli artefici della rinascita del brand. Passa poi al gruppo Volkswagen, dove ricopre ruoli apicali in Audi e Seat, dove resta fino al 2019 lanciando Cupra, nuova realtà sportiva del gruppo, anch'essa, guarda caso, di successo.

Nel 2020 De Meo torna in Renault, questa volta come numero uno del gruppo. È il primo amministratore delegato non francese nella storia della casa automobilistica e l'autore di un ambizioso piano industriale triennale chiamato "Renaulution", diviso in tre fasi: **Resurrezione, Ristrutturazione e Rivoluzione.** Riduce i costi di oltre 2 miliardi, annuncia



20.000 esuberi nel mondo e rilancia marchi chiave come Dacia e Alpine. Crea inoltre Ampere, divisione dedicata alla mobilità elettrica. I risultati non tardano: Renault torna all'utile nel 2021 e migliora progressivamente la redditività, aumentando la propria capitalizzazione di mercato.

De Meo è noto per uno stile manageriale pragmatico, sobrio, industriale, ma anche aperto alla visione strategica ed alla costruzione del brand. Per il suo lavoro è stato insignito di numerose onorificenze (è Cavaliere del Lavoro in Italia, mentre in Francia ha ricevuto la Legion d'Onore). E' probabile che riesca nell'impresa di rilanciare soprattutto Gucci. Il marchio è forte, ma ha bisogno delle sue idee per riproporsi in modo nuovo.

(Jacopo Neri)

S.D.M Srl



TEL: 0295546453
VIA PIOLA 19 - 20833 GIUSSANO (MB)

KINENS
CONCRETE SOLUTIONS & MORE



www.kinens.it

EM **IL MESTIERE DEL LEGNO**



CENTRO
TEL. 02.50.20.700 / EMAIL: info@em-wood.it
VIA RINALDISCANNO, 20 - 20135 MILANO (MI)

PAVIA STIME

ESTIMO AUTOMOBILISTICO E VALUTAZIONI VEICOLI
D'EPOCA E D'INTERESSE STORICO COLLEZIONISTICO

GEOM. FABIO OSTÈ
Tel 347.970.53.64 / 0382.57.29.09



EB GROUP
consulting

SOLUZIONI ENERGETICHE SU MISURA, QUALITÀ IMBATTIBILE A COSTI RIDOTTI!

La nostra Agenzia offre consulenza energetica personalizzata, servendo 10.000 condomini con servizi high quality low cost e vantaggi imbattibili

info@ebgroupconsulting.com | 03 99400576 | Via Mattei 12, Ronco Briantino (MB)

www.ebgroupconsulting.com

VIVI IL TUO SOGNO A 4 RUOTE

Noleggio e vendita di auto di lusso!



STZauto
SALES & LUXURY RENT

info@stzauto.com | +39 3349848407
Viale delle Rimembranze di Greco, 10, 20125 Milano MI

CAROLINE GOULARD

MOSTRA I DATI DELLE CITTÀ

*Non si parla abbastanza di **Caroline Goulard**. 39 anni, nelle foto dimostra almeno dieci anni di meno, ma non è questo il punto. Francese, grande divulgatrice, è una delle imprenditrici tecnologiche di riferimento in Europa.*

Con uno sguardo originale, Goulard ci invita a pensare alla città non come uno sfondo, ma come medium attivo, capace di rispondere ai suoi abitanti. Nel suo intervento "The City Is a Medium", ad esempio, chiede al pubblico: «La città, cosa sta cercando di dirci? Cosa ci dicono, tracce, sensori, dati, interazioni?». Per lei, «Tra strade e piazze, c'è una quantità incredibile di dati. Dobbiamo sfruttarla meglio, molto meglio».

Goulard, ha iniziato come data journalist e già nel 2010 ha co fondato Dataveyes. Oggi è pure CEO di **Modality**, realtà nata durante il periodo Covid. Modality affronta le sfide della mobilità urbana con un approccio che metta in relazione dati e persone in modo nuovo. Modality è una piattaforma "insights-as-a-service", ovvero trasforma dati "open" (già disponibili sul web, NDR) in analisi strategiche sulla mobilità pronte all'uso.

Riassumendo, il lavoro di Goulard e dei suoi consente di diagnosticare in pochi minuti aree urbane scarsamente servite, problemi di accesso ai servizi, individuare posizioni ottimali per nuove stazioni o soluzioni di intermodalità, creare scenari alternativi e valutare gli impatti prima di realizzarli.

Dataveyes.com



Ad esempio, per il progetto Grand Paris Express, Modality e Dataveyes hanno realizzato mappe interattive che confrontano la rete dei trasporti del 2021 con quella prevista per il 2030. Il team guidato da Goulard, collabora anche con altre realtà prestigiose. Per Michelin ha analizzato e visualizzato i dati di 50.000 conducenti per migliorare le infrastrutture stradali.

Per Swisscom Goulard col suo gruppo ha creato strumenti per capire meglio i flussi urbani. Con RATP, l'azienda di trasporti di Parigi, ha modellato e visualizzato milioni di viaggi urbani per adattare l'offerta al reale fabbisogno. Infine, per SNCF, le FS francesi, ha comparato in tempo reale oltre 100 indicatori per valutare nuove linee dei TGV, gli Eurostar d'oltralpe... In altre parole, non è una novità che il futuro sarà complicato. Se però specialisti dei dati come Caroline Goulard riescono a farcelo vedere un po' meglio, sarà anche bellissimo.

(Lorenzo Tiezzi)



M.P.T.L. MACHINE TOOL S.R.L.S

Magazzino Madone- Via Papa Giovanni XXIII, 2

Cell. +39 335 5735314

Forniamo macchinari usati e nuovi per la lavorazione della lamiera.

Presse Piegatrici-Cesoie-Taglio Plasma- Taglio Laser

Offriamo assistenza pre e post vendita.

È nostra partner un'agenzia che vi assisterà sui pagamenti NOLT
(Noleggio operativo a lungo termine).

La convenienza del pagamento NOLT? Si può godere di importanti vantaggi
Infatti si ha la possibilità di portare l'Iva in detrazione ed il costo in deduzione di tutte le rate
periodiche.



ACQUISTIAMO Vs USATO

Mail mptlcommerciale@gmail.com

BENSON BOONE

VOCE E SALTI MORTALI

*OK, è vero e va detto subito. Se vivessimo nell'era del pop rock cantato bene e suonato meglio, se Elton John fosse ancora in splendida forma e se fosse ancora vivo Freddy Mercury, **Benson Boone** probabilmente farebbe 'solo' il performer. Non sarebbe una popstar di fama mondiale, e vincitore morale del più recente Coachella festival con le sue acrobazie in diretta mondiale...*

Ma una volta che l'abbiamo detto e abbiamo visto pure l'addominale super scolpito del personaggio, possiamo passare alla musica. E quindi alla voce, che è tagliente, sempre intonata, sempre altissima. Perché Benson avrà pure le physique du role, ma è prima di tutto un interprete di razza. Ed il suo nuovo album **American Heart** lo dimostra.

Nella primavera, dopo il trionfo al Coachella, dove ha intonato "Bohemian Rhapsody", si è fatto vedere in tv al The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. Qui ha eseguito la sua **Momma Song** e, come da copione, ha intrattenuto il pubblico con un salto mortale all'indietro dalla scrivania di Jimmy durante l'intervista.

Ancora numeri: Beautiful Things (due dischi di platino in Italia) è stato il brano più ascoltato in streaming al mondo lo scorso anno, aggiudicandosi l'IFPI Global Single Award per il 2024. Il brano, che ha dominato le classifiche, ha superato i 2 miliardi di ascolti su Spotify e oltre 4 miliardi di ascolti totali dalla sua uscita. Recentemente, ha stabilito un record per la permanenza più lunga di un singolo video musicale nella classifica dei video musicali di YouTube negli Stati Uniti, con oltre 70 settimane consecutive e in continua crescita.

Il 2025 si preannuncia un anno record anche dal punto di vista dei concerti per Boone. Il suo tour nordamericano *American Heart*, che include tappe in arene iconiche come il Madison Square Garden di New York e la Crypto Arena di Los Angeles, ha (ovviamente) registrato il tutto esaurito in brevissimo tempo.

L'anno scorso, quello dell'inizio del successo per Benson, l'artista ha aperto il concerto di Taylor Swift all'ERAS Tour a Londra, allo stadio di Wembley, dopo essersi esibito con Lana Del Rey all'Hangout Festival a maggio. Le date in Europa non mancano, ma purtroppo, almeno per ora, di concerti in Italia non ce ne sono. Non resta che regalarsi una vacanza musicale a Monaco e a Parigi, il 16 o il 17 luglio. Mica male come idea.

(Jacopo Neri)



Un'estate nei top club con Sua Maestà Bob Sinclar

A pag 21 vi abbiamo raccontato tribal e funky house, ovvero il sound dell'estate. Qui invece vi raccontiamo dove, come, quando potete ballare. Il perché è scontato: tutti abbiamo bisogno di divertirci. In Italia, senza volare per forza ad Ibiza, che è carissima e lontana. Ballare, magari in spiaggia, è davvero rilassante, in beach party sempre gratuiti come quelli di Papeete Beach, a Milano Marittima, dedicati a un pubblico... da zero a 99 anni. Dove si vivono, se non in Romagna, eventi di questo tipo, che, ripetiamolo costano zero euro? Con gli amici da sole o da soli, in famiglia, l'estate è un'emozione forte.

Perché il nostro paese, nonostante si parli troppo della 'crisi delle discoteche', propone party da non perdere ogni weekend. Ci sono festival scatenati (su tutti Kappa Futur Festival, decisamente techno, a Torino, dal 4 al 6 luglio), appuntamenti più sofisticati (come Jazz:Refound, nel Monferrato, a Cella Monte, dal 27 al 31 agosto, un evento ad alto tasso tecnologico anche grazie al contributo di Rubrasonic, che realizza una webapp che fa vivere l'evento in modo nuovo) e aperitivi esclusivi come quelli musicati da Ben Dj a La Scogliera, nuovo spazio d'élite a Palau, in Sardegna.

A ognuno il suo. Alla faccia dei troppi che rimembrano solo i 'bei tempi andati', oggi nei club italiani spesso si ascolta musica migliore rispetto a 15 anni fa. Ad esempio, al Twiga Versilia, appena ceduto da Briatore a Leonardo Maria del Vecchio (figlio del fondatore di Luxottica), oggi

suona Marco Carola, simbolo della techno italiana nel mondo... e proprio Twiga, che ha preso il posto del Billionaire in Sardegna, prenderà vita presto anche a Milano. **Perché anche i club, luoghi che fanno vivere esperienze da ricordare, devono diventare brand** di alto livello, soprattutto nel lusso (come dicevamo nel nostro speciale di pag 8 e 9).

Senz'altro, come sempre da decenni, il Re del Salento, ovvero almeno il re di tutto il Mediterraneo, quest'estate è ancora una volta Bob Sinclar (nella foto). L'artista francese fa scatenare la Praja Gallipoli, unica grande discoteca italiana ad essere aperta 7 notti su 7 a luglio e agosto. Le date da mettere in calendario sono due, il 31 luglio ed il 16 agosto. Ma nel top club di Baia Verde trovate anche le torte e i ritmi di Steve Aoki (6 agosto), il groove di James Hype (7 agosto) e quello di mille altri super DJ.

(Lorenzo Tiezzi)



Bobsinclar.com

Gruppo Dahshan S.R.L.

Leader nel settore delle costruzioni e delle ristrutturazioni!

www.gruppodahshansrl.it

IL CONDOR
di Gentil Marta

VIA MONTE ROSA INT.5 19/A. 22050, CANTÙ

RA
CONSULTING

Via Ariberto 21, Milano

Solutions in the Oil & Gas Industries

MB
SOLUTION

Tribal o afro? L'ESTATE 2025 È HOUSE

Cosa balleremo quest'estate? Visto che la dance batte un po' la fiacca, in tutto il mondo e non solo in Italia e visto che i brani anni '90 di Gigi D'Agostino & Gabry Ponte ormai i 30 - 50enni se li vanno sentire negli stadi o in grandi spazi suonati dai diretti interessati... che succede nei club, negli spot musicali e nei festival più scatenati?

«Sarà un'estate tribal house. Ne parlavo qualche giorno fa con Alex Gaudino (top dj italiano molto conosciuto, creatore di hit da milioni di copie vendute) e pure lui è d'accordo con me e tanti colleghi», spiega **Maurizio Nari**, storico DJ romagnolo che dopo aver portato al successo decine di progetti tra cui Nari & Milani oggi guida il team di **Acetone**, etichetta musicale italiana che fa ballare il mondo riproponendo sonorità del passato in modo del tutto nuovo in ambito funky house. «A Ibiza e in tutto il mondo piace un bootleg (un remix non autorizzato, NDR) di 'Verano in New York', un brano latino già recentemente usato da **Bad Bunny**. E' perfetto per far muovere a tempo le ragazze e non solo loro».

Ha profonde radici house anche il sound di **Alessandro Br1**, un altro dj romagnolo che spesso fa ballare Ibiza e Milano Marittima. «Il sound che amo di più in questo periodo è la afro house», spiega. «Anche il mio nuovo singolo 'Mantra Beat', che ho realizzato con Paolo Ci e Robi Ghizzo ha queste atmosfere. Se lo ascolti a basso volume, rilassa. Se invece alzi il cursore, chi lo ascolta inizia a muoversi. La afro house è il sound perfetto, per noi DJ.»

SUMMER SOUNDS

Ha sonorità latin house e tribali pure Samba De Dios, piccola (o grande?) perla prodotta da **Valerio Cardone**, storico resident dj del **Red Zone di Perugia**. Oggi Cardone si fa chiamare Ector Nina e crea la sua musica in uno studio immerso nel verde, anzi il verde più verde d'Italia, quello della sua Umbria. Se in altri brani Ector / Valerio punta su sonorità ipnotiche o addirittura jazz. Succede in Goodbye Colt, qui è decisamente più melodico e la voce femminile che interpreta il pezzo è davvero intensa.

Chiudiamo con un altro brano tribal house, **Rompe la Pista**. L'hanno prodotto per Jaywork Music tre 'vecchie' volpi del mixer, **Mattara, Cavax, Peruzzi**, professionisti che ogni weekend fanno ballare migliaia di persone e durante le settimane creano musica ed emozioni. Ascoltarlo senza ballare è davvero impossibile.

(Paola Rubini)



Tel: 02 39626128
Email: 2020immobiliariesrl@gmail.com
Via IV Novembre 92, 20021 Bollate (MI)

2020 IMMOBILIARE

UD GLOBAL FASTENERS

- Inserti autogreggianti: Rivetti
- Pinni Rivetti e a saldare
- Macchinari in silenziosa

www.2020immobiliare.com | +39 02 39493238
Via Caltanissetta 1 - 20097 Paderno Dugnano (Milano)

FIT BOXE, PER UN CORPO DA PASSERELLA

Nella foto qui accanto vedete una delle modelle che oggi rappresentano Victoria's Secret, uno dei brand più importanti da decenni quando si parla di intimo femminile. Il marchio è cresciuto fino al livello attuale grazie agli show delle Angels... e **Adriana Lima**, che ha appena compiuto 44 anni, lei che tutti consideriamo un'icona di bellezza e sex appeal, è senz'altro l'Angelo più celebre.

Ma come riesce a mantenersi in forma una come Adriana Lima? Certo, è una modella, ma è anche una vera atleta, come quasi tutte le modelle che indossano costumi o intimo. Sono ragazze che dedicano al loro corpo tempo, cure ed attenzione quotidiana. Ecco perché per loro gli anni passano in modo diverso che per noi comuni mortali, più leggero. Non è solo una questione di aiuti. E' una questione di sudore. E disciplina.

E allora, perché non partire dal segreto di Adriana e delle altre? Lima, ad esempio, fa boxe da quando aveva 19 anni. Oggi allenarsi fa parte della sua routine quotidiana. Basta leggere la sua pagina Instagram, che conta milioni di fan e pochi post. Uno è dedicato a come deve sentirsi un/a fighter, ovvero un pugile: «Essere pugili è istinto ed è ragione; è primitivo ed è moderno. Un pugile si sacrifica, vince, perde e vince ancora. Persevera, è selvaggio, sereno, orgoglioso e umile. Chi fa boxe ama e combatte». Mica male!

Adriana si allena soprattutto con Michael Olajide Jr, ex campione dei pesi medi, che la segue da oltre dieci anni nella palestra "Aerospace" di New York. E non solo, siccome spesso è a Miami, qui suda con Dino Spencer, ex pro di Miami e proprietario della leggendaria 5th St. Gym, dove si allenava perfino Muhammad Ali. È proprio Dino a dirlo: «Adriana picchia come un uomo».

Le sessioni di Adriana Lima di solito durano circa 90 minuti e combinano salto con la corda, sacco da velocità, doppio-end, sparring e circuiti a corpo libero. Pure il già citato Michael Olajide, la tratta come una vera pugile, mica come una modella. La sottopone ad allenamenti intensi che puntano su esercizi che stimolano resistenza muscolare, cardio e coordinazione e molto altro.

Non c'è bisogno di salire sul ring per lavorare sul proprio corpo ed ottenere risultati. La Fit Boxe, o prepugilistica, è perfetta per lavorare sul corpo, sulla tecnica dei colpi. Col sudore e pure sorridendo. Non prendersi troppo sul serio aiuta sempre.

(Jacopo Neri)



Ristrutturazioni senza stress:
qualità, precisione, affidabilità.

Edil Femar S.r.l.
IMPRESE DI COSTRUZIONI

www.edilfemar.it

NUOVA CARROZZERIA SESTESE
Ristorante Estoril 190 8881 - 14881

CONTATTI
Email: info@carrozzeria.it
Telefono: 02 2622 5045

+39 02 8126 5888
Via Polveriera, 41, Novate Milanese MI

ZF RENT SRL
SERVIZIO DI NOLEGGIO

CONTATTI
Email: zfrentsrl@gmail.com
Via Silvio Pellico 16 - 22060 Caltiate (CO)



AUTHENTIC DATA SRLS

FAI CRESCERE LA TUA AZIENDA!

Via Boezio, 92 - 00193 Roma (RM)

INVEXTRA MAGAZINE

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

Direttore responsabile
Lorenzo Tiezzi

Hanno collaborato: Jacopo Neri,
Paola Rubini, Arianna Andriani

Responsabile grafico
Matteo Bernaroli

Social e Comunicazione
FB Communication Agency

Contatti
+ 39 388 982 7924
redazione@invextramagazine.com
www.invextramagazine.com