POSI+TIVE

DIFFERENT VIEWS AROUND THE WORLD

FREE MAGAZINE NUMBER 2
WWW.POSITIVE-MAGAZINE.COM
WWW.MYSPACE.COM/POSITIVEMAG

fresh cut media

architettura artisti artivism libri borse di studio call for submissions cinema comics concorsi deadline design eventi fashion flickr fotografia gallerie grafica illustrazione installazioni interviste jobs magazine mail art mostre musica pittura reportage scultura scuole street art tipografia toys video workshop

accessori advertising ambiente anelli animali arredamento arte bambino bellezza borse casa cinema concorsi cucina cultura curiosità design donna eros eventi giappone gioielli grafica libri lifestyle made in italy magazine moda mostre musica opportunità passatempo scarpe sfilate sneakers street t-shirts tecnologia toys uomo viaggi vintage web

www.freshcut.it
www.frizzifrizzi.it

Freshcut Media è un network di blog che ruotano attorno alla creatività italiana.

Freshcut.it ti aggiorna quotidianamente su tutte le opportunità ed i concorsi ed è ormai un punto di riferimento per tutti i giovani artisti italiani.

Frizzifrizzi.it parla di moda, design, lifestyle con una particolare attenzione alle nuove iniziative made in Italy.

POSI+TIVE MAGAZINE N°2 /2008

EDITOR:
Giacomo Cosua
FASHION EDITOR:
Nestor Alvarez
FASHION STYLIST EDITOR:
Valentina Aversano
ARCHTECTURE EDITOR:
Roberto Lucchese
TRANSLATIONS EDITOR:
Bart Van Malssen
TRANSLATOR:
Arianna Galati

DISCLAIMER:
POSI+TIVE MAGAZINE non è responsabile per i testi, le fotografie e le illustrazioni pubblicate all'interno, poiché di proprietà degli autori. Tutti i diritti sono riservati, la riproduzione è espressamente vietata ai sensi delle norme che regolano i diritti d'autore.

Realizzato a Venezia, Italia

WEB:
www.positive-magazine.com
MYSPACE:
www.myspace.com/positivemag
MAIL:
giacomocosua@gmail.com
FLICKR:
flickr.com/groups/positivemagazine

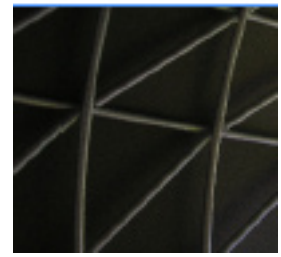
MEDIA PARTNER:
Freshcut Media
Live9 Radio

POSI+TIVE

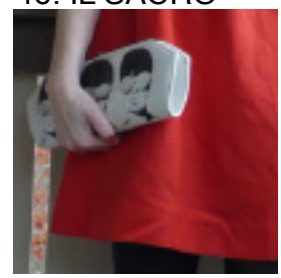
INDEX

10: VALENCIA

6: BASEL


46: IL SACRO

52: IL SALONE


70: GOOD GIRLS

78: POLICE

8: ECONOMY

94: MILANO

101: SBASTIEN

110: XMAS

116: SVEZIA FASHION

SUBMISSION GUIDELINE:

Se volete partecipare al Prossimo numero di POSI+TIVE , potete mandare una mail con i vostri dati e un file in PDF che illustri i vostri lavori:

Vi preghiamo di mandare non un portfolio, bensì già un progetto sviluppato, oppure fotografie in serie che abbiano già l'idea di una storia.
Le richieste che non risponderanno ai seguenti requisiti non verranno prese in considerazione, poiché creano solo difficoltà a chi poi selezionerà il materiale.

If you want to contribute with the next number, you can send us a mail with your data and a PDF file that shows your works:

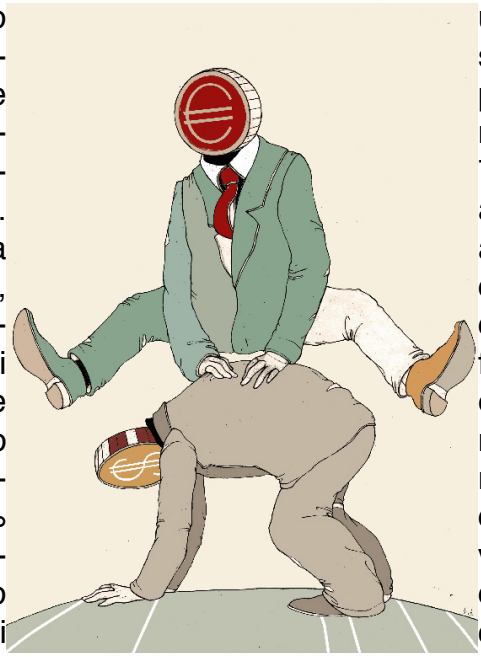
We ask to send us not a portfolio, but a developed project or photos linked each others, like a storyboard. We are not going to answer if you send just a link of your website or photos that are not answering our request.

MAIL: GIACOMOCOSUA@GMAIL.COM

YOU CAN SEND ALSO YOUR PHOTOS INTO OUR FLICKR GROUP, WHERE WE USE TO SELECT SOME PHOTOS FOR OUR WEBSITE OR FOR OUR PDF MAGAZINE.

IL MERIDIONE E L'UNIONE EUROPEA

I dati Eurostat continuano ad essere la principale fonte sullo stato e l'evoluzione dell'economia comunitaria, e per le nostre regioni rileva poco di buono. L'Italia è pressoché ferma nella crescita economica, a differenza dei nuovi entrati ma sopratutto dei suoi vicini che dell'Unione fanno parte da molto tempo. L'Austria e la Germania crescono del 2-3% ogni anno, mentre il biennio 2003-2005 ha visto per i nuovi dieci entrati crescite in media del 10%, valore che hanno riscontrato anche molte regioni della Spagna e della Grecia da sempre fra le più povere dell'Unione. Eurostat calcola che il Pil a parità di potere d'acquisto (PPA) della Grecia è passato dall'81 al 96,4% di quello medio europeo, mentre quello dell'Italia meridionale dal 73 al 70%. La Repubblica Ceca, tigre dell'est, ha da qualche anno superato buona parte delle regioni italiane, cosa che si apprestano a fare anche Ungheria ed Estonia. L'inefficienza nell'utilizzo di risorse importantissime come i fondi comunitari è, nelle nostre regioni meridionali, un grave problema e allo stesso tempo fra le principali cause di questa stagnazione. Essendo sotto il 75% del Pil medio dell'Ue alcune di esse, come tante altre regioni europee specialmente ad est, hanno diritto alla maggior parte dei fondi allo sviluppo di Bruxelles. Gli effetti però, sono molto diversi. Le trascurate zone della Castiglia e dell'Andalusia avevano, nel vicino 2003, appena il 66% del Pil Ue, mentre nel 2005 questo era già arrivato a una quota vicina all'82%. In Sicilia questo valore è passato dal 73,1 al 67,4%, mentre la sorprendente Estonia cresceva di oltre 14 punti dal 48 al 63%. Nelle altre regioni meridionali la situazione non cambia e il valore tende alla decrescita, non reggendo il passo di regioni povere che nel resto d'Europa crescono del 5% all'anno. E' un quadro preoccupante, specialmente se si considera che il treno per la crescita è già passato quando, dal 2007, le regioni mediterranee tradizionalmente più povere nell'Ue a 15 hanno smesso di far parte della zona prioritaria per gli aiuti comunitari.

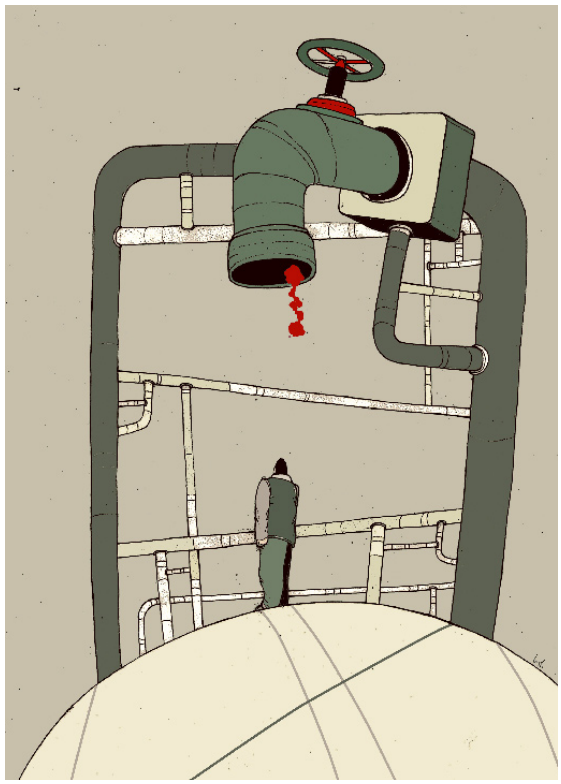


Le Regioni più povere nell'UE a 15 hanno smesso di far parte delle priorità degli aiuti UE

Illustrazioni/Illustration: *Alessandra Trost*
thetrost.carbonmade.com/

THE SOUTH ITALY AND THE EUROPEAN UNION

The Eurostat statistics remain the main source that attests the situation and evolution of the European Union's economy, and when we take a look at our regions it brings no happy news.
Italy's economic growth is practically standing still, on the contrary of the new entries and especially Italy's neighbours, who have been part of the Union for a long time. Austria and Germany have an annual growth of 2-3%, while in the period of 2003-2005 there has been an average growth of 10% for the ten new entries, and also in areas of countries like Spain and Greece, which have always been among the poorest countries in the Union. Eurostat has calculated that the GIP (Gross Internal Product) based on the PPP (Purchase Power Parity) of Greece has passed from 81% to 96,4% of the European average, while looking at the South of Italy we see a decrease from 73% to 70%. The Czech Republic, "Tiger of the East", since a couple of years has passed the average of most of the Italians regions, so as Hungary and Estonia will do not very long from now. Inadequate use of highly important resources like Union funding is in our southern regions a serious problem and also one of the main causes of this stagnation. Because some these regions have a GIP less than 75% of the Union's average, like many other European regions, they have the right to obtain the biggest part of the funding coming from Brussels. The effects, though, are very different. The left behind regions of Castilia and Andalusia (Spain) in 2003 had a GIP which reached 66% of the Union's average, while in 2005 it had increased to 82%. In Sicily it has fallen from 73,1% to



67,4%, while Estonia surprisingly, during this same period, grew 14%, i.e. from 48% to 63%. In other southern regions the situation does not change and the amount decreases, not even succeeding in following up the poorest regions in the rest of Europe which grow 5% a year. This analysis is a shocking one, especially when one thinks that the train towards economic growth has left the station in 2007, when the Mediterranean regions, traditionally poor, have stopped being part of the European Union's priority zone for its financial help.

VALENCIA

+10

COME DISTRUGGERE UN QUARTIERE SOTTO LA PRESSIONE DEL DENARO

Valencia: Un progetto di sviluppo della città distruggerà il quartiere emblematico di pescatori a Valencia. Gli scavatori entreranno a Cabanyal.

In una sentenza pubblicata il 13 marzo, la Corte Suprema ha dato il via libera al progetto riportato su tutti i giornali del sindaco di Valencia, Rita Barbera: Estendere Corso Blasco Ibañez fino al mare passando attraverso il quartiere storico dei pescatori chiamato El Cabanyal. L'organizzazione del quartiere "Salvem El Cabanyal" aveva denunciato in tribunale l'estensione del corso perché interferisce con un distretto che è stato dichiarato come Proprietà di Interesse Culturale nel 1993, e ha chiesto all'Alta Corte di Giustizia della Comunità di Valencia la parziale sospensione dei lavori che riguardavano la demolizione di edifici in quell'area fino a quando la disputa sarebbe stata risolta. La joint-venture (una cooperazione tra il Consiglio Comunale e alcune aziende private) incaricata del progetto, Cabanyal 2010, ha iniziato l'esproprio e la demolizione nell'area di San Pedro Street, dove verrà costruito una corso-viale perpendicolare alla Blasco Ibañez.

"Salvem El Cabanyal" ha capeggiato la lotta per la salvaguardia del valore storico e culturale del quartiere negli ultimi dieci anni. Il progetto dividerà a metà, terminando la sua scena peculiare. Trasformerà in macerie alcuni edifici come il Mercato dei Pes-

UN INTERVENTO URBANO CHE VEDE LA DEMOLIZIONE DI 1652 CASE

catori (La Lonja de Pescadores) a dozzine di altri edifici che sono esempi di un'architettura modernista, popolare e unica. Un intervento urbano che vede la demolizione di 1652 case. Una tragedia umana per così tanti vicini, principalmente persone vecchie e povere, che verranno espropriate. Nemmeno 50.000 euro verranno dati per una casa espropriata che ovviamente non basteranno per l'acquisto di una nuova casa.

La dichiarazione del 1993 del distretto come Proprietà di Interesse Culturale non ha permesso nessuna forma di riabilitazione nelle case, mentre il distretto ha subito la pigrizia del Consiglio Comunale, causando un incremento della degradazione dell'area. I vicini di Cabanyal sono stati messi sotto una *abuse-mobbing* vedendo come molte delle loro strade erano riempite di immondizia, topi e droghe.

La piattaforma "Salvem El Cabanyal" si chiede nel sito www.cabanyal.com "Qualcuno ha visto giustizia?". E aggiunge: "Tanto, il futuro non è ancora arrivato. Manca qualunque altra forma di giustizia.

Fotografíe e Testo:
Eva Máñez
www.evamanez.com

Traduzione Inglese:
Xavi Calvo
Traduzione Italiana:
Bart Van Malssen

HOW TO DESTROY AN AREA UNDER THE MONEY PRESSURE

VALENCIA: A city-planning development project will destroy the emblematic fisherman neighborhood of Valencia. Diggers will come into Cabanyal.

In a ruling made public on March 13th, the Supreme Court has given green light to the headline-project of the mayor of Valencia, Rita Barbera: To extend Blasco Ibañez Avenue to the sea passing through the historic fisherman neighborhood called El Cabanyal. The neighborhood organization "Salvem el Cabanyal" denounced in court the extension of the avenue because it affected to an area of the district declared a Property of Cultural Interest since 1993, and requested the Valencian Community High Court of Justice the partial suspension of the proceedings involving the demolition of buildings in that area until the dispute was resolved. The joint venture (a cooperative undertaking between the City Council and some private companies) in charge of the project, Cabanyal 2010, has began the expropriations and the demolition in the area of San Pedro Street, where an avenue-boulevard perpendicular to Blasco Ibañez will be constructed. "Salvem El Cabanyal" has been leading the struggle for the historical and cultural value of the neighborhood during ten years. The project will divide the neighborhood by half, ending its peculiar urban scene. It will change into rubble some singular buildings as The Fishermen Market (La Lonja de Pesca-

THE PROJECT WILL DIVIDE THE NEIGHBORHOOD BY HALF, ENDING ITS PECULIAR URBAN SCENE.

"Someone has seen justice?" And also says: "Anyway, the future has not arrived yet. Still missing any other kind of justice.

dores) and dozens of houses that are examples of a modernist, popular and unique architecture. A urban intervention involving the demolition of 1652 houses. A human tragedy for so many neighbors, mainly the oldest and poor people, who will be expropriated. Hardly 50000 euros given for an expropriated house; obviously insufficient money for the acquisition of a new home. The declaration in 1993 of the district as Property of Cultural Interest has not allowed any kind of reform or rehabilitation in the houses, while the district has suffered laziness from the City Council, producing the increase of the degradation of the area. Cabanyal's neighbours have been put under an abuse-mobbing, seeing how many of their streets were filled of garbage, rats and drugs. The Platform "Salvem el Cabanyal" wonders in its website www.cabanyal.com "Someone has seen justice?" And also says: "Anyway, the future has not arrived yet. Still missing any other kind of justice.

Text and Photography: Eva Máñez
www.evamanez.com
English Translation: Xavi Calvo

Mitteilungen
Berlin Mit
Salvage

CABANYAL PER ALS VEINS
PER ALS RATES
104

Per una vida digna
Estarem al barri
Resistint per a què
Estiga VIU!!

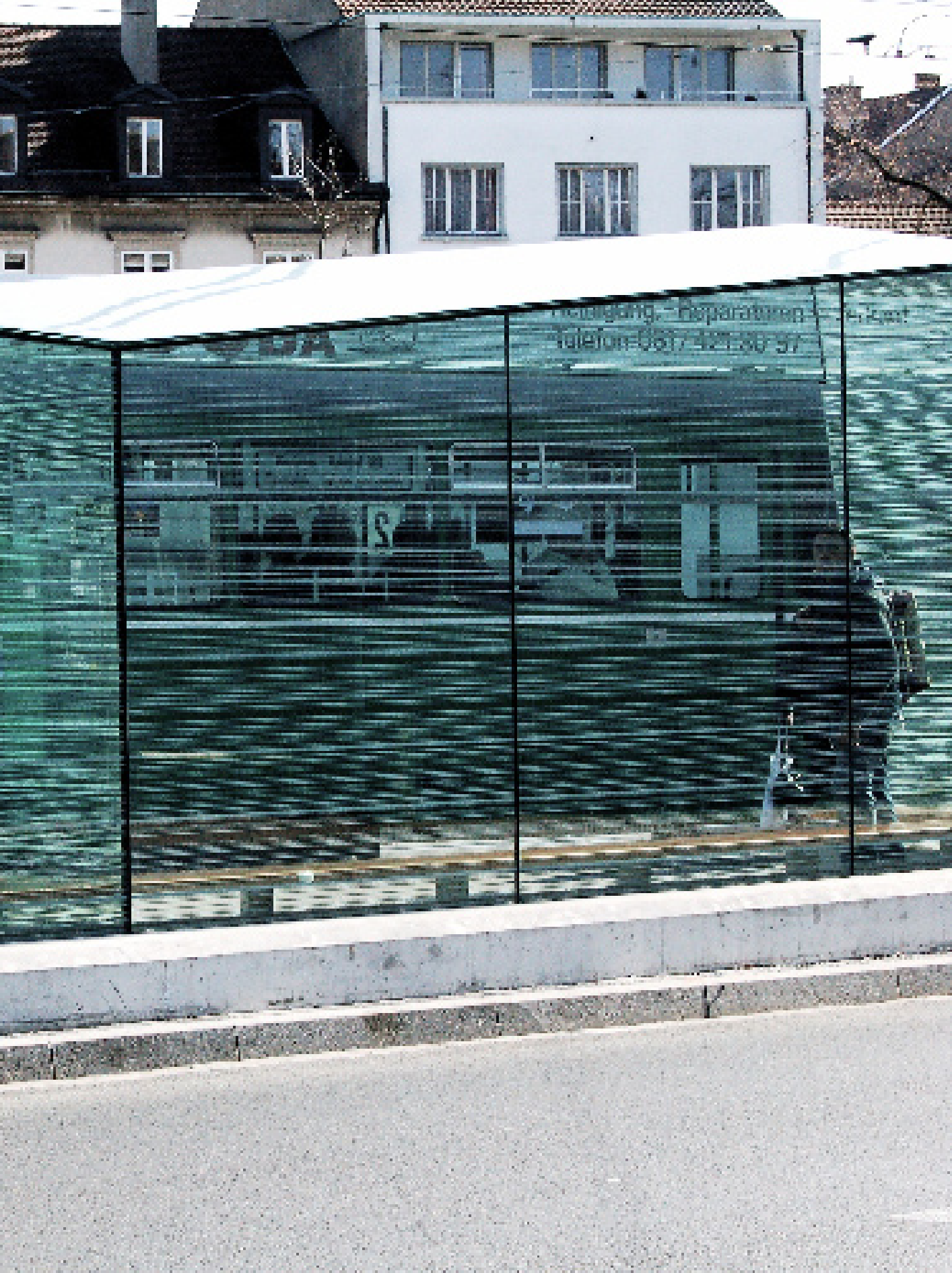
PHOTOS BY: Terry Amstutz
http://www.flickr.com//tsam7/

BASEL

Le strade la mattina non sono trafficate, ma ci sono i tram che con i loro campanellini suonano ad ogni fermata e scandiscono il passare dei minuti. Siamo a Basilea, città nel nord della sivzzera, al confine tra la Francia e la Germania. La stazione ferroviaria assomiglia molto a quelle tedesche, non per altro il confine è a pochi chilometri. La città è immersa nel verde, che riesce a dividere la "city" se possiamo chiamarla tale, dalle zone residenziali con case sontuose e giardini sempre molto curati che incarnano lo spirito svizzero. Basilea si veste da capitale dell'arte svizzera quando ospita l'Art Basel, una delle fiere più importanti del settore che richiama migliaia di visitatori da tutto il mondo. Il centro storico è molto tranquillo, forse a tratti noioso, sembra quasi che cerchi di essere tedesco anche se la propria nazionalità è sempre e comunque rimarcata dalle tante bandiere crociate che spuntano qua e là. Per capire meglio lo svizzero bisogna secondo me analizzare le aree residenziali. Ho voluto dare un'occhiata ad uno dei tanti quartieri che circondano la città. Tutto sembra esageratamente tranquillo, gli unici rumori sono quelli degli uccellini che spezzano questo angosciante silenzio che echeggia tra le case della zona. Ogni tanto si trova qualche bambino che gioca nelle aree verdi del quartiere. I pochi che escono a piedi, si insospettiscono mentre attraverso le strade con una mia amica. Ad un certo punto, nel silenzio più completo passa una vecchina, curata, con il suo completo e la sua borsetta. La mia amica, una professoressa universitaria di Roma, riesce per qualche secondo a rompere questa regola non scritta del mutismo e la saluta in italiano: "buon giorno!". Non la conosceva, ma la gentile vecchina, pur rimanendo perplessa, risponde garbatamente in italiano, anche se appena rientrata in casa ci osserva dalla finestra con uno sguardo degno dell'avvocato Mason. Le strade sembrano tutte uguali, le uniche differenze sono tra gli edifici: si trovano le villette a schiera da una parte e dall'altra costruzioni che sono un raccoglitore di appartamentini con finestre tutte allineate. Appartamenti che accolgono i cittadini di Basilea. Mi trovo in una città che respira ricchezza e nasconde forse qualche segreto bancario nelle numerose filiali che si trovano in centro. Durante il periodo di pasqua è invasa dai conigli di cioccolato, le vetrine non fanno altro che esporre duecento tipi di quadrupedi in tutte le salse e dimensioni. Nel 2006, mentre abitavo in Germania respiravo molto l'aria dei futuri mondiali di calcio: Hannover era tappezzata di pubblicità dell'evento mondiale ovunque, mentre a Basilea, che sarà una delle città che ospiterà alcune partite dei campionati europei di calcio, sembra non sia ancora stato avviato nulla, salvo qualche sporadica inserzione nel giornale cittadino tra le pagine pubblicitarie. Dal calcio alla cultura: In città e dintorni si trovano due importanti centri culturali: la fondazione Beyeler

e il Vitra Design Museum, in terra tedesca ma a soli dieci minuti di macchina dal centro di Basilea. La Fondazione è molto di più di un museo: inaugurata nel 1997 è uno dei gioielli d'architettura di uno dei più famosi architetti italiani, ovvero il genovese Renzo Piano. Un luogo dove presente e passato dialogano attraverso gli spazi espositivi circondati da un magnifico giardino. All'interno dello spazio permanente si trovano opere come quelle di Paul Cézanne, Picasso, Henri Rousseau, Paul Klee, Henri Matisse, Max Ernst, Alberto Giacometti e molti altri. La parte più importante è lo spazio per le mostre temporanee, dove sono allestite mostre di livello internazionale. Il Museo del Design Vitra, che si trova a Weil am Rhein è stato progettato da un altro maestro dell'architettura, il californiano Frank Gehry. Tra i più importanti musei di design industriale, ospita mostre temporanee e manifestazioni d'architettura, design e ovviamente esposizioni riguardante la progettazione dei mobili. Il parco architettonico è diventato tale nel 1989 grazie alla trasformazione dell'area aziendale. Deve essere una delle tappe immancabili se siete in zona, perché si possono trovare opere di Frank Gehry, Frank Gehry, Zaha Hadid, Nicolas Grimshaw, Alvaro Siza e Tadao Ando. Basilea quindi racchiude arte, architettura, design e forse un po' di perfezione che ai miei occhi la fa risultare malinconica, anche se di notte mi sogno ancora i tram che sono precisi al secondo, incarnando proprio quello spirito stereotipato svizzero.

Photos: G.Cosua



BASEL/SWISS

Text and photos: Giacomo Cosua
Translation: Bart Van Malssen

In the morning the streets aren't busy with cars, but with trams that ring their bells at every stop and so tell us exactly the minutes passing. We're in Basel, city in the North of Switzerland, on the boarder with France and Germany. The railroad station looks a lot like the German ones, which isn't a surprise because the boarder is only a couple of miles away. The city is immerged in green, which divides the "city", if we may call it like that, from the residential areas with big impressive houses and gardens all very well looked after, as we would aspect from the Swiss.

Basel becomes the capital of the Swiss art scene when it hosts the 'Art Basel', one of the most important art fairs and where thousands of people from all over the world come and visit. The historic city centre is very calm, maybe almost boring, and it seems like it tries to be German even if its own nationality is continuously being marked by the Swiss flags hanging here and there. I believe that, to better understand the Swiss, it's best to analyse the residential areas and so I went to have a look in one of the districts that surround the city. Everything seems exaggeratedly calm, the only noises one can hear are the ones of the birds that break the silence that echoes through the houses of the area. Every once and a while there's a child playing in the green area of the district. The few pedestrians get suspicious when they see me crossing the street with my friend. At one point, amidst all the silence, pops up an elderly woman, very well dressed with her dress and bag. My friend, a university teacher in Rome, for a split second breaks this non-written "silence-rule" and greets her in Italian: "Buon giorno!". Even if she didn't know her, the gentle elderly woman, remaining quite puzzled, very politely answers in Italian, but, once she got back in her house, she continues to look at us from behind the window and has an expression on her face as if she were the Swiss Miss Marple.

The streets all look the same, the only differences are the buildings: on one side we find the terraced houses and on the other buildings that hold many small apartments; the apartments that welcome the inhabitants of Basel. I find myself in a city that breaths richness and maybe hides some bank secret in the numerous subsidiaries in the city centre. During Easter it's invaded by chocolate bunnies and the shop-windows offer hundreds of different sized animals in all kinds of ingredients. In 2006, while I was living in Germany, I could breath the air of the future international football championships: Hannover was covered with publicity of the international event, while now in Basel, which will be one of the cities of this year's European championship, nothing seems to have been activated yet, except for a few articles in

the local newspaper.
From football to culture: in the city and in its surroundings there are two important cultural centres: the Beyeler Foundation and the Vitra Design Museum on German soil but only ten minutes away by car. The Foundation is much more than a museum: opened in 1997, it is an architectural beauty of one of Italy's most famous architects: Renzo Piano. A place where past and present come together through the exhibition rooms surrounded by a magnificent garden. On the inside of the permanent space one can find works of Paul Cézanne, Picasso, Henri Rousseau, Paul Klee, Henri Matisse, Max Ernst, Alberto Giacometti and many others. The most important part is the temporary exhibition room where there are important exhibitions on international level.
The Design Vitra Museum in Weil am Rhein, was designed by another important master of architecture: Frank Gehry. It is one of the most important industrial design museums, it hosts temporary architecture, design and interior design exhibitions and manifestations. The architectural park has become such in 1989 thank to the transformation of the business area. It is one of those places you have to see when you're in the area because works of Frank Gehry, Frank Gehry, Zaha Hadid, Nicolas Grimshaw, Alvaro Siza and Tadao Ando can be found here.
Hence, Basel encloses art, architecture, design and maybe a bit of perfection that, to me, it makes it look a bit melancholic, even if by night I still dream of those trams punctual to the second, embodying that stereotypical Swiss spirit.

Berneming

Rutimeyerstrasse

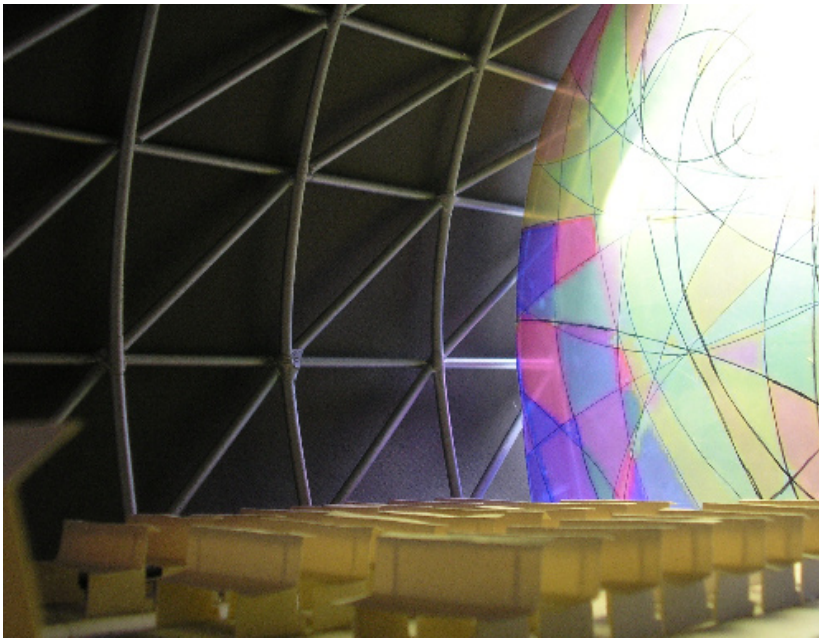
Verborgene Klänge.
Von den Kelten zu Mozart.
Zu Satie, Feldman, Scelsi, Schroeder und Baum.
Marianne Schroeder, Klavier.
Georg Baum, keltische Harfe.
Mittwoch, 27.02.2008, 20.15
Stadtcasino Basel, Hans Huber-Saal
Einführung Jürg Laederach, Schriftsteller
Vorverkauf: Musik Hug Basel, Musica Classica, www.eventim.ch

basel
20.10. 07 – 24.02.08
di + do – so 10 – 17 uhr
mi 10 – 20 uhr
ma geschlossen
www.kunstmuseumbasel.ch

Schalerstrasse

340
DIE POST

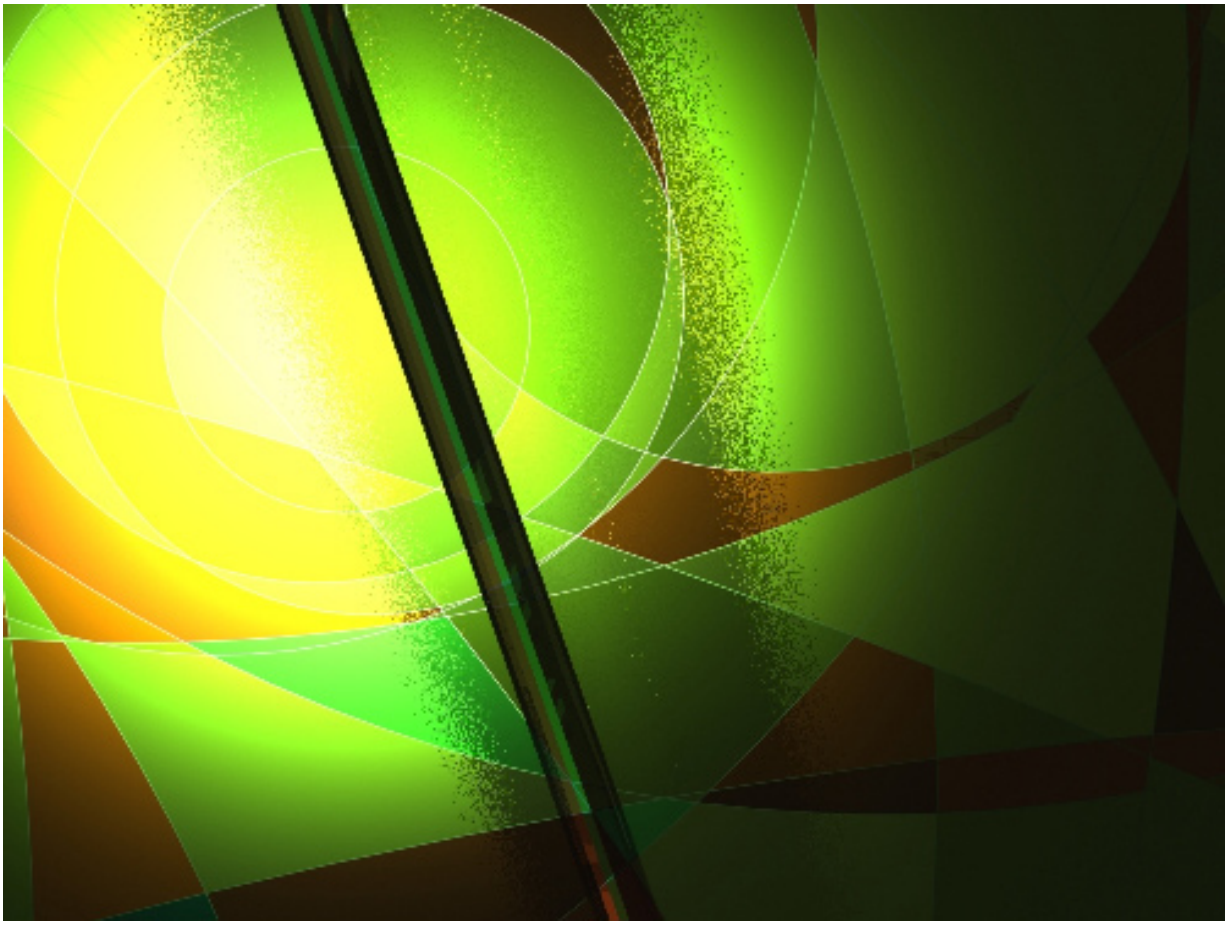
GLI ELEMENTI DEL SACRO



Il progetto si sviluppa su un lotto di forma triangolare (di ca. 6000 m2), nel quartiere Feltre della città di Milano. Il lotto scelto ha due prospettive: si apre sia nei confronti della città, verso un quartiere popolare periferico progettato da Gardella, Figini e Pollini, sia verso il verde per la vicinanza del Parco Lambro. Il nostro progetto vuole mantenere il più intatta possibile la conformazione naturale dell'area, abbiamo così inserito la chiesa con l'ingresso verso l'edificio popolare e con l'altare inserito in un gruppo di alberi adiacenti al fiume Lambro. Abbiamo sviluppato la nostra idea di spazio sacro in una chiesa cattolica che fosse semplicemente uno spazio celebrativo di quartiere, senza avere quindi la necessità di accogliere un notevole afflusso di persone.

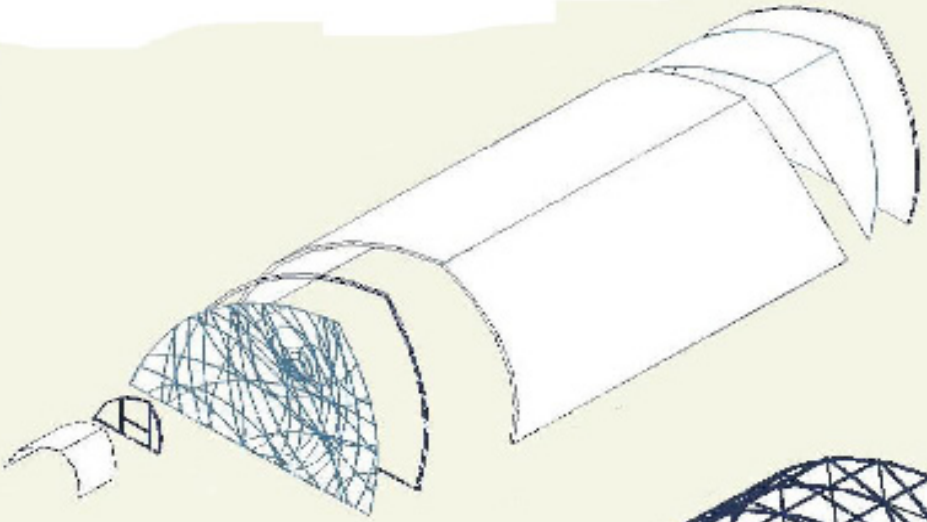
La forma della Chiesa riprende una struttura per esposizioni navali, come quella creata dall'architetto orientale Shigeru Ban, e l'andamento della copertura che ne abbiamo ricavato richiama una capanna dalle linee arrotondate, con l'asse baricentrico decentrato. La struttura è interamente costituita da tubolari in acciaio (orizzontali, verticali e trasversali) lasciati a vista internamente, e ricoperti invece all'esterno con una lastra di rame trattato di colore grigio scuro. I tubolari orizzontali, sopra la zona dell'altare, convogliano nell'elemento di maggior concentrazione simbolica della chiesa, ovvero nel tabernacolo, sormontati da una copertura in vetro che crea un notevole punto di luce sull'altare. La chiesa è conclusa con un muro pieno che risulta contrapposto sia alla struttura tubolare della navata, che al pozzo di luce vetrato posto sopra l'altare.

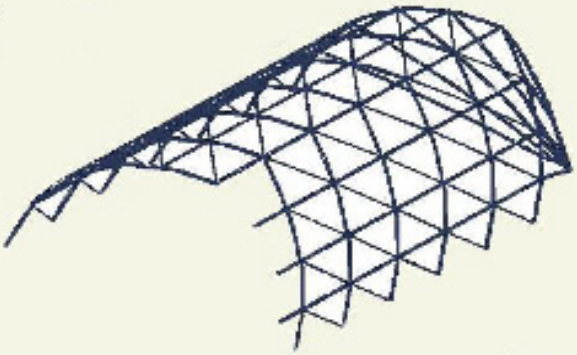
La facciata è costituita da una vetrata decorata e riccamente colorata con disegni apparentemente astratti ma che evidenziano la figura del Cristo con le braccia spalancate che accoglie i fedeli. La vetrata è arretrata rispetto alla struttura tubolare, in conseguenza la sua struttura sembra uscire verso l'esterno e provoca un ombreggiamento sulla vetrata. La facciata vetrata, all'esterno, risulta scura e opaca, e solo in caso di illuminazione interna ne traspaiono i colori; al contrario invece la navata interna prende la maggior parte della luce da questa enorme vetrata,

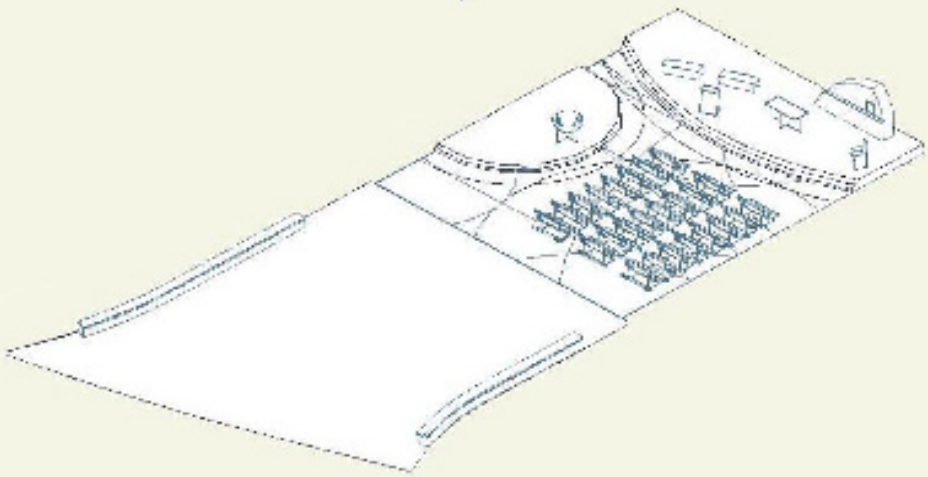


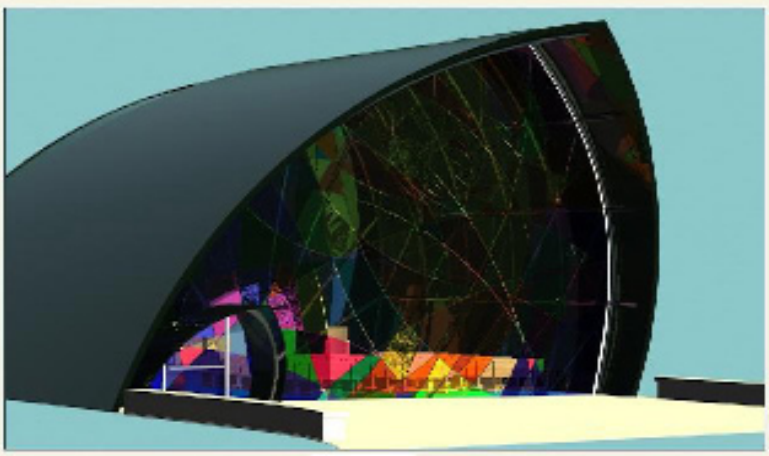
creando un notevole gioco di colori interni accentuato anche dalla presenza dei tubolari in acciaio. La pavimentazione interna è in resina, di colore grigio chiaro, con delle linee astratte che dividono lo spazio Sacro in tre zone principali: l'altare, il battistero, l'assemblea. L'altare è collocato sullo sfondo dell'edificio, rialzato con dei gradini, e arredato semplicemente con due amboni, l'altare, il tabernacolo e i seggi del prete e dei chierichetti. Il battistero invece è collocato sulla sinistra; anch'esso è innalzato rispetto a livello terra e presenta come unico arredo la fonte battesimale. L'assemblea invece occupa lo spazio compreso fra l'altare e il battistero, ed è arredato con piccole panche. A seconda della funzione celebrata all'interno della chiesa, le panche possono essere facilmente spostate verso il fulcro della funzione sacra.
Nella Chiesa non si vengono così a determinare degli spazi rigorosamente stabiliti, ma si crea una mobilità interna dello spazio che è dettata dalle funzioni all'interno svolte.
L'interno della chiesa possiede quindi le caratteristiche di mobilità, di luminosità e funzionalità.
La piazza antistante vuole fungere da luogo di accoglienza per i fedeli, con la premessa che mantenga il più possibile intatto il luogo d'origine; abbiamo quindi progettato una piazza cementata che collega la strada alla chiesa, affiancata da delle panche anch'esse in cemento.

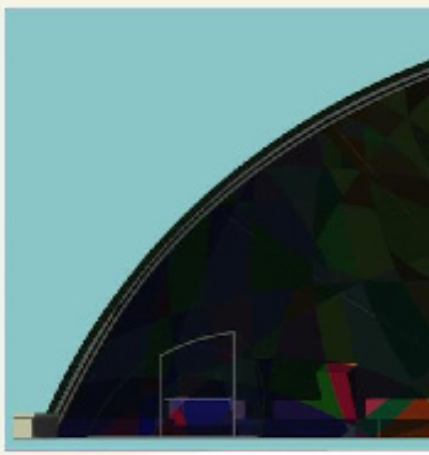
Il progetto è stato sviluppato al Politecnico di Milano

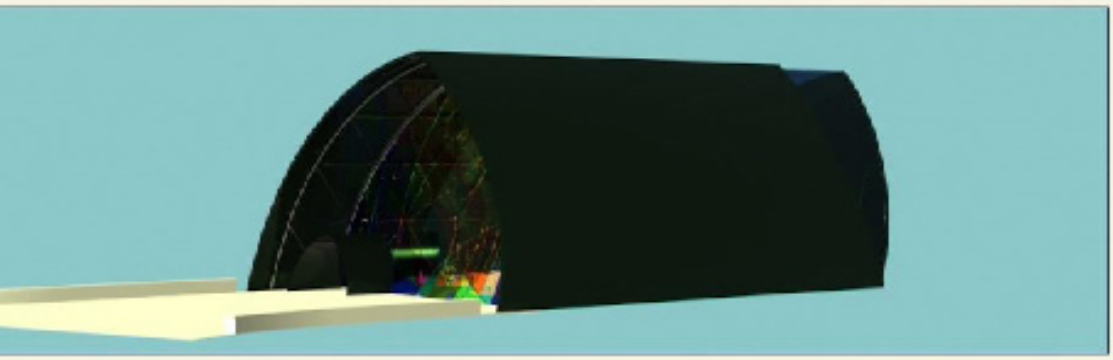


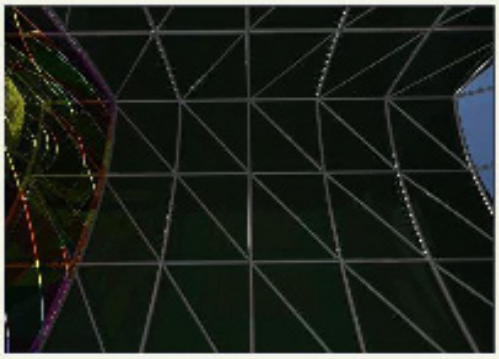


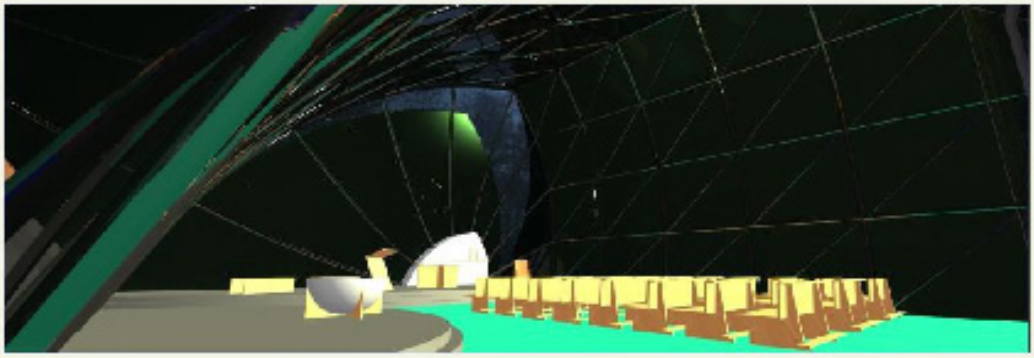


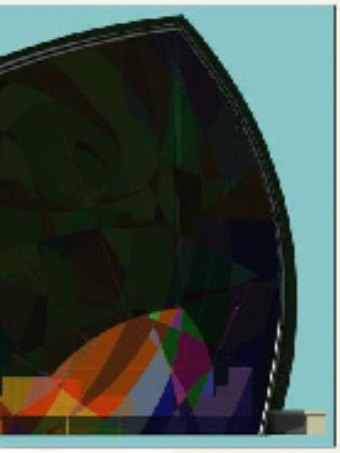


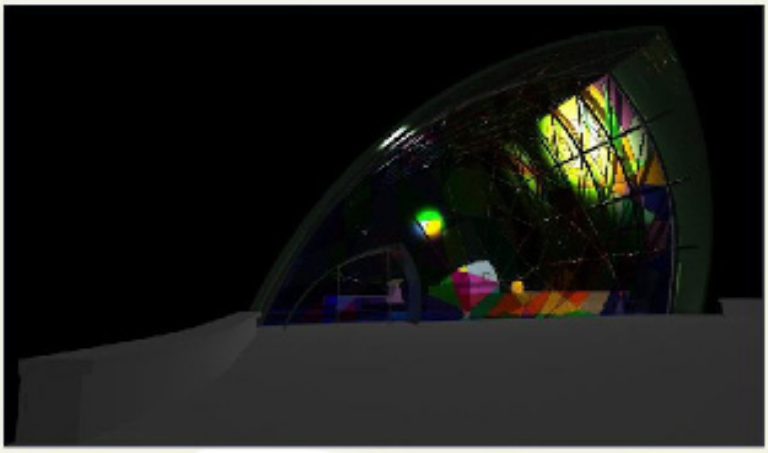










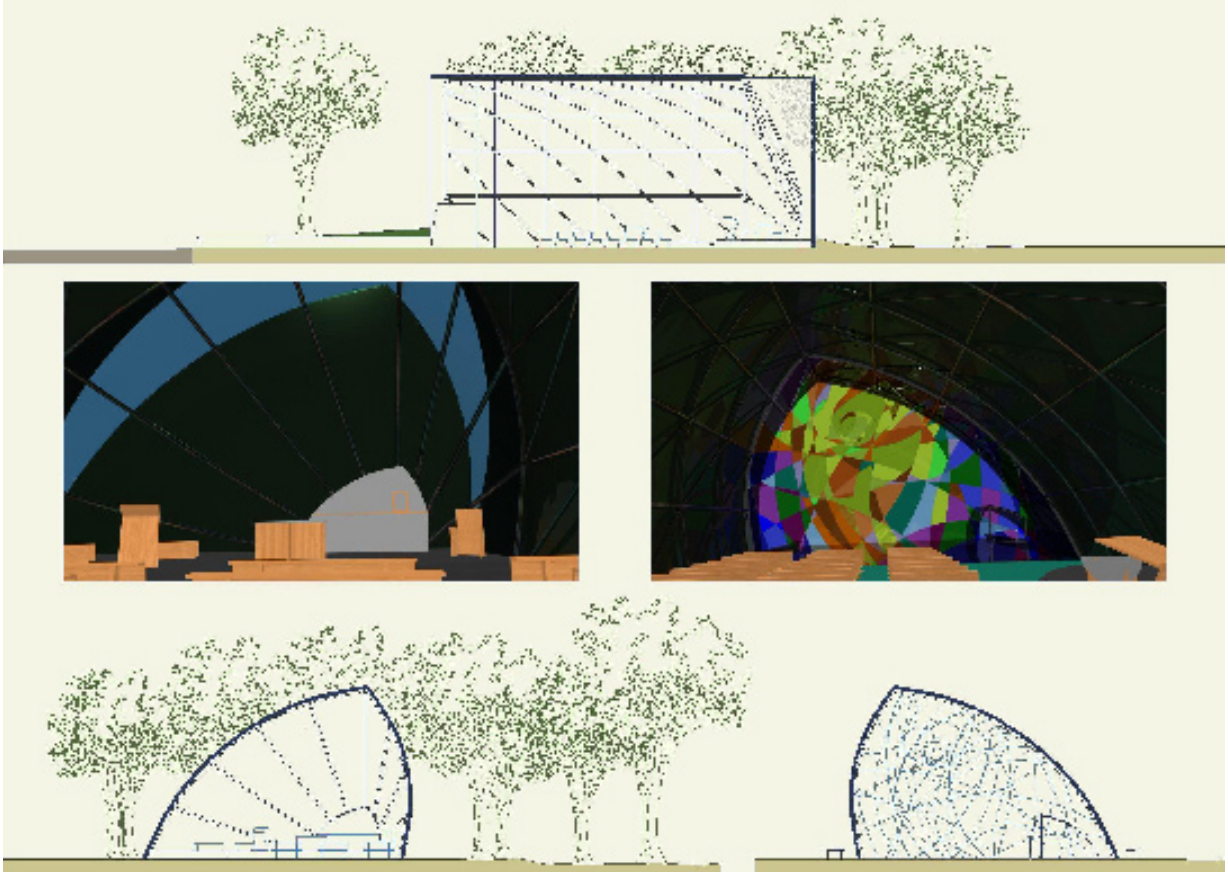


Our idea of sacred area developed in a Catholic church

The project is spread over a triangular lot (ca. M2 6000), in the Feltre district of the city of Milan. The chosen lot has two perspectives: it opens to the city, a popular district designed by Gardella, Figini and Pollini, and also to the green, because of the proximity of the Lambro Park. Our project aims to keep the natural conformation of the area as intact as possible, so we placed the church entrance in front of the housing project, and the altar got placed in a group of trees near the Lambro River. Our idea of sacred area developed in a Catholic church that is going to be a simple space of celebration for the small district where it will be built, without any need to accommodate a huge crowd of people. The shape of the Church is inspired by naval exhibition structures, such as the one created by the oriental architect Shigeru Ban, and the development of the shingle we made has a hut rounded lines, with the decentralized axis. The structure is entirely made up of tubular steels (horizontal, vertical and transverse) that are visible from the interns and covered externally with a slab of dark-grey-treated copper. The horizontal tubulars, above the altar, converge in the most symbolic element of the church, the tabernacle, topped with a glass covering to create a significant light point. The church ends with a wall in opposition both to the tubular structure and the stained glass well of light located above the altar. The stained glass window façade is richly decorated with colored, apparently abstracted drawings that shows the figure of Christ with his arms open wide to welcome the faithfuls. The glass is rearward compared to the tubular structure, and this makes the structure apparently coming out to the external and leads a shade on the glass. On the external, the stained glass window façade is dark and opaque and it will show off its colors only if there would be an inner lighting. On the contrary, the internal nave takes most of the light from this stained glass window, creating a remarkable game of its inner colors, also marked by steel tubulars. The paving is made of light grey resin, with abstract lines that divide the sacred zone in three main areas: the altar, the baptistry, the assembly. The altar is placed in the background of the building, raised with steps, and simply furnished with two lecterns, the altar, the tabernacle and the seats for the priest and his servers. The baptistry is on the left and it is raised as the altar; it only has a baptismal font as furniture. Instead, the assembly occupies the space between the altar and the baptistry and it is furnished with small benches.

Depending on the mass celebrated inside the church, the benches can be easily moved to the heart of the sacred function. In the Church there are not strictly defined spaces, but there is an internal mobility that follows the differences of the functions performed within. The interior of the church owes mobility, brightness and functionality.

The square in front of the church wants to serve as a place of welcome to the faithfuls, also keeping its origins as intacts as possible; we designed a concrete square connecting the road to the church, flanked by cement benches.



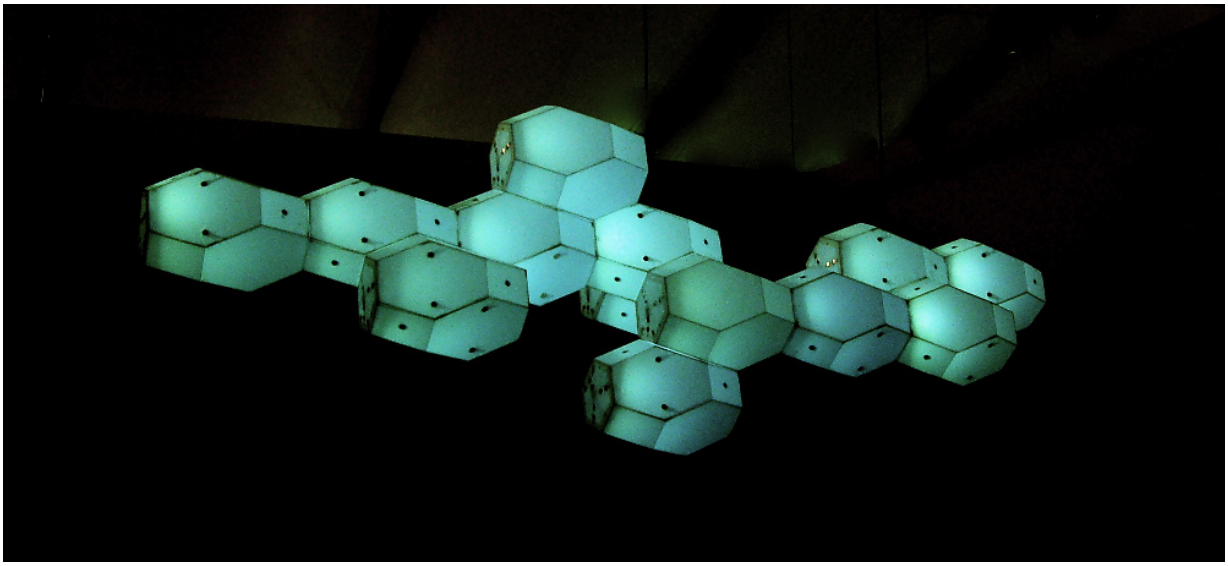
Design/Dall'inviato: *Edoardo Costa*

IL SALONE DEL MOBILE DI MILANO

Considerazioni generali: Quest'anno Salone/SaloneSatellite/FuoriSalone sicuramente mi hanno lasciato senza parole.

Nel senso che dopo lo splendido impatto dello scorso anno, forse dovuto essenzialmente alla "prima volta", questa volta tutto quello che ho visto sembrava già visto... Idee vecchie, o inutili, o semplicemente graziose. E definire "grazioso" un progetto è il peggiore apprezzamento che si possa fare. Certo c'è stata la bolgia, la "bella gente", gli aperitivi, i party, ma poi? Salone/SaloneSatellite/FuoriSalone devono essere una mega fiera, un bella vetrina, o un campo di dibattito e scambio di idee sul design, il palcoscenico per l'innovazione e vedere dove si sta dirigendo il progetto? Le principali direttrici principali, di cui tutti parlano o che perlomeno dovrebbero essere colte sono tre: l'ecosostenibilità, le nuove condizioni di vita, la smaterializzazione dei prodotti, tutte estremamente legate tra loro. Ecosostenibilità: Inizio ad odiare questa parola, per il semplice fatto che sembra sempre pi ˘ una bella etichetta vuota; ecosostenibilità NON vuol dire sedie in cartone, ma nemmeno lampade a energia solare. Il primo problema da affrontare sono le fughe irreali e irrealizzabili verso obiettivi ancora troppo lontani: le fonti di energia ecosostenibili non sono ancora pronte a prendere il posto di quelle tradizionali per permetterci di mantenere il nostro stile di vita. Quindi l'ecosostenibilità dovrebbe affiancare alla applicazioni direttamente tecnologiche e progettuali un lavoro di studio e cambiamento delle consuetudini di consumo. Prima di lanciare car sharing, house sharing e altri tipi di condivisione dei consumi, bisognerebbe trovare modalità per cambiare l'approccio a questi consumi. Vedere ogni mattina città intasate di auto con a bordo solo il guidatore deve far capire che il concetto di "auto-possesso" deve essere superato. Non bisogna cancellare l'auto privata, ma ripensarla come semplice servizio di trasporto, e come tale diminuirne il valore di proprietà aumentando quello di soddisfacimento di un bisogno. Bisogno ovviamente condiviso da così tante persone da rendere possibile una sua completa condivisione. Sogno città con auto parcheggiate con le chiavi inserite, dove chiunque può utilizzarne una per mouversi insieme ad altre persone che devo spostarsi anch'esse. Qui il design deve intervenire per modificare l'attuale approccio cliente/auto.Il secondo problema Ë chiaramente individuabile senza troppi sforzi. La maggioranza dei cittadini vive in case piccole, in affitto o condivise con altre persone. In questo contesto che senso hanno le vasche in marmo? E le docce a cascata? E i divani da 7.500€? Questi progetti non modificano il rapporto uomo/casa, ma a mio modesto parere servono solo a quella miriade di produttori nostrani per conquistare precise categorie di clienti, dai ricchi russi a

quelli cinesi, nella speranza di poter far sopravvivere industrie con organizzazioni di produzione e mentalità totalmente decotta. Gli “squali”, piccoli imprenditori sesantenni brianzoli a caccia di nuove mirabolanti produzioni con seguito di assistenti sembrano l’immagine più eloquente per questo management. Infine la smaterializzazione, che fin’ora s’è espressa come convergenza tra prodotti diversi verso unici progetti.Qui il discorso si fa più complicato, Ë certo però che fin’ora il design è stato a rimorchio delle innovazioni tecnologiche, senza capirle bene e svilupparle verso le reali esigenze della maggioranza dei clienti, da chi non può permettersi economicamente queste innovazioni, a chi per età o altri problematiche non riesce ad approcciarle. Il fatto che sia stata accettata come assolutamente normale l’incompatibilità tra pensionati e tecnologia rivela una battaglia progettuale in cui il design s’è semplicemente arreso. Queste sono solo alcune delle problematiche che possono emergere da un’analisi sincera di quello che si poteva vedere al Salone/SaloneSatellite/FuoriSalone. Tra noi che ci siamo appena affacciati al mondo della progettazione queste inquietudini non scappano. Cosa vuole il mondo da noi? Dobbiamo ancora lottare per cambiarlo, per superare tutti questi paletti che sembrano invalicabili?O dobbiamo arrenderci e metterci sotto a progettare i divani più costosi, le cucine più spaziali e le docce più “Niagaresque”? Il futuro del design, la sua sopravvivenza sta qui, in questo bivio. Sta a noi futuri designer trovare la forza per rifondare questo design, per uscire da un tunnel che non porterà sicuramente alle “magnifiche sorti e progressive”.

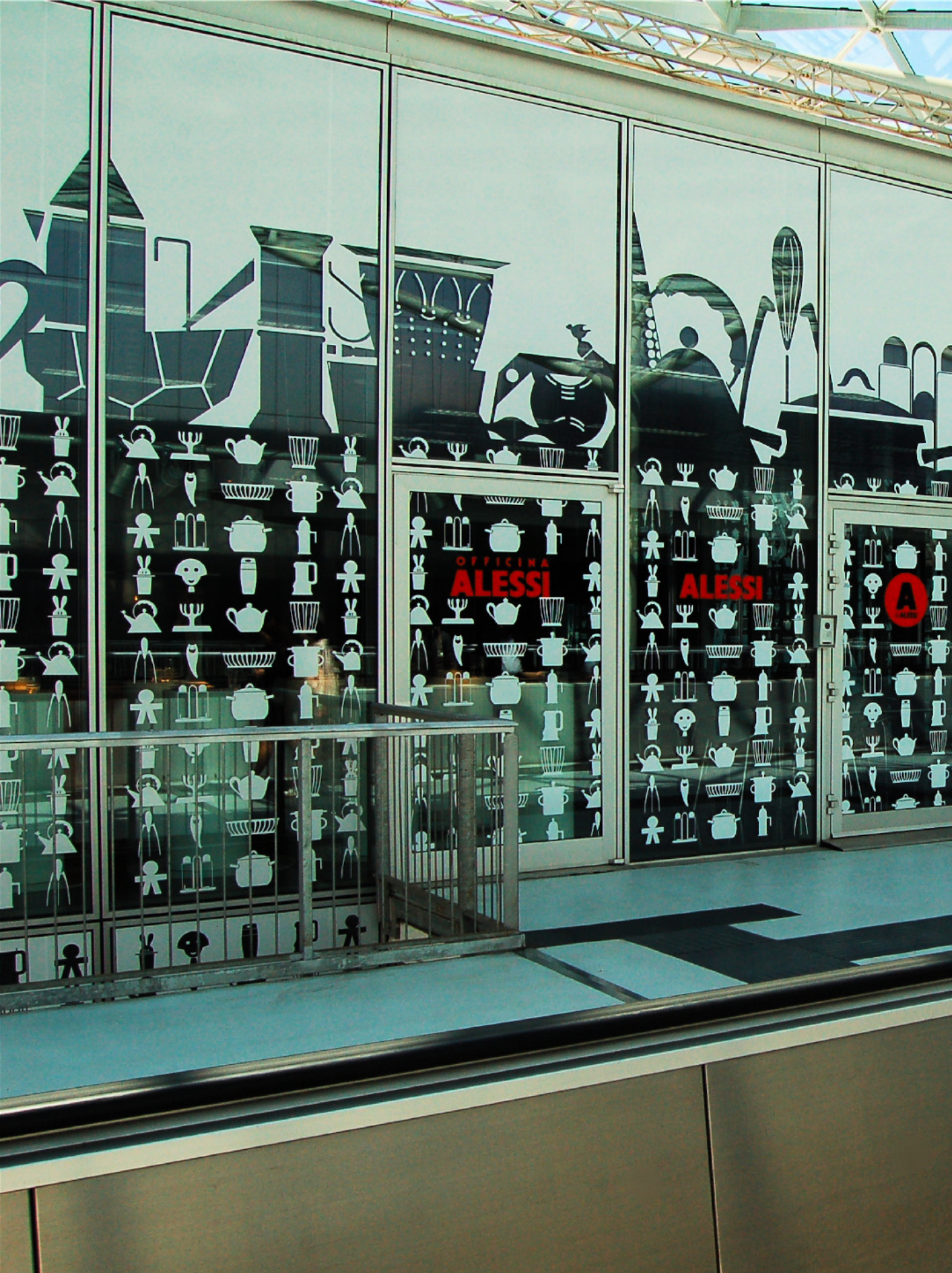


General thoughts:

This year's Salone / SaloneSatellite / FuoriSalone for sure have left me speechless, i.e. after last year's splendid impact (probably because it was "my first time") this time everything I saw seemed like nothing new. The ideas were old or useless or simply gracious. And to define a project as "gracious" must be the worst possible description one can give! Obviously there was the BOLGIA, the "right people", the "aperitivi", the parties... and so? Should the Salone / SaloneSatellite / FuoriSalone be an enormous fair, a beautiful window, or a field where to discuss and exchange ideas about design, a stage for innovation and see in what direction projects are going? The main themes everyone talks about or should be at least grasped are three: eco-sustainibility, the new life conditions, the de-materialization of products, and are all very linked to each other. Eco-sustainibility: I am starting to hate this word, because it is looking more and more like a very nice empty tag; eco-sustainibility does NOT mean carton-made chairs, but neither solar energy lamps. The first problem to be solved is the tendency to go towards aims that are just not real nor applicable because they are too far from reality: eco-sustainable forms of energy are not ready to take the place of the traditional ones without changing our ways of living. Hence, the eco-sustainibility should directly assist the technological and projective applications with a plan of research and change of usage habits. Before launching concepts as car-sharing, house-sharing and other kinds of sharing of products, it would be advisable to find ways to change the approach towards this consume. To see every morning cities constipated with cars that only have the driver seat's occupied must make people understand that the modern concept of "car-owning" should be left behind. It's not the private car that should be eliminated, but to think it as a simple means of transport, and as such lower the "owning value" and increase the satisfying of a need. Obviously, this should be shared by such a big amount of people that a complete sharing can be possible. I dream about cities where there are cars with their key inserted, where everyone can use one in order to move around with other people that have to do the same. Here design has to intervene to change the present approach

of customer / car. The second problem is easy to identify. The majority of the citizens live in small houses, rent houses or share them with other people. In this context, what sense do marble baths have? And the waterfall-effect showers? And the 7,500€ sofas? These projects do not modify the relationship man / house, but, according to my humble opinion, it only helps the myriad of national producers to conquer a specific category of clients, i.e. the new rich Russians and Chinese, hoping to let survive industries that have organizations of production and mentalities completely old. The “sharks”, sixty-years old small entrepreneurs of the Northern part of Milan hunting for new miraculous productions followed by assistants seems to be the most explicit image of this kind of management. Finally, the de-materialization has expressed itself up till now as a convergence between different products and unique projects. Here things are getting a little bit more complicated. For sure design has come after technological innovations, without knowing them completely or develop them towards the real needs of the majority of the customers, i.e. those that cannot effort them or those that due to age or other problems cannot approach them. The fact that the incompatibility between pensioners and technology has been accepted as completely normal represents a planning battle where design just has given up. These are just some of the problems that may emerge from a sincere analysis of what was to be seen at the Salone / SaloneSatellite / FuoriSalone. For us, who have just started to look at the world of design, these fears do not escape. What doe the world want from us? Do we still have to fight to change it, to overcome all these barriers that seem insurmountable? Or should we simply surrender and start to develop the most expensive sofas, the most spacious kitchens and the biggest “Niagara-effect” showers? The future and survival of design stands here at this crossroad. It is up to us future designers to find the strength to rebuild this design, in order to get out of this dark tunnel that most definitely will not bring towards “magnificent and progressive fates”.

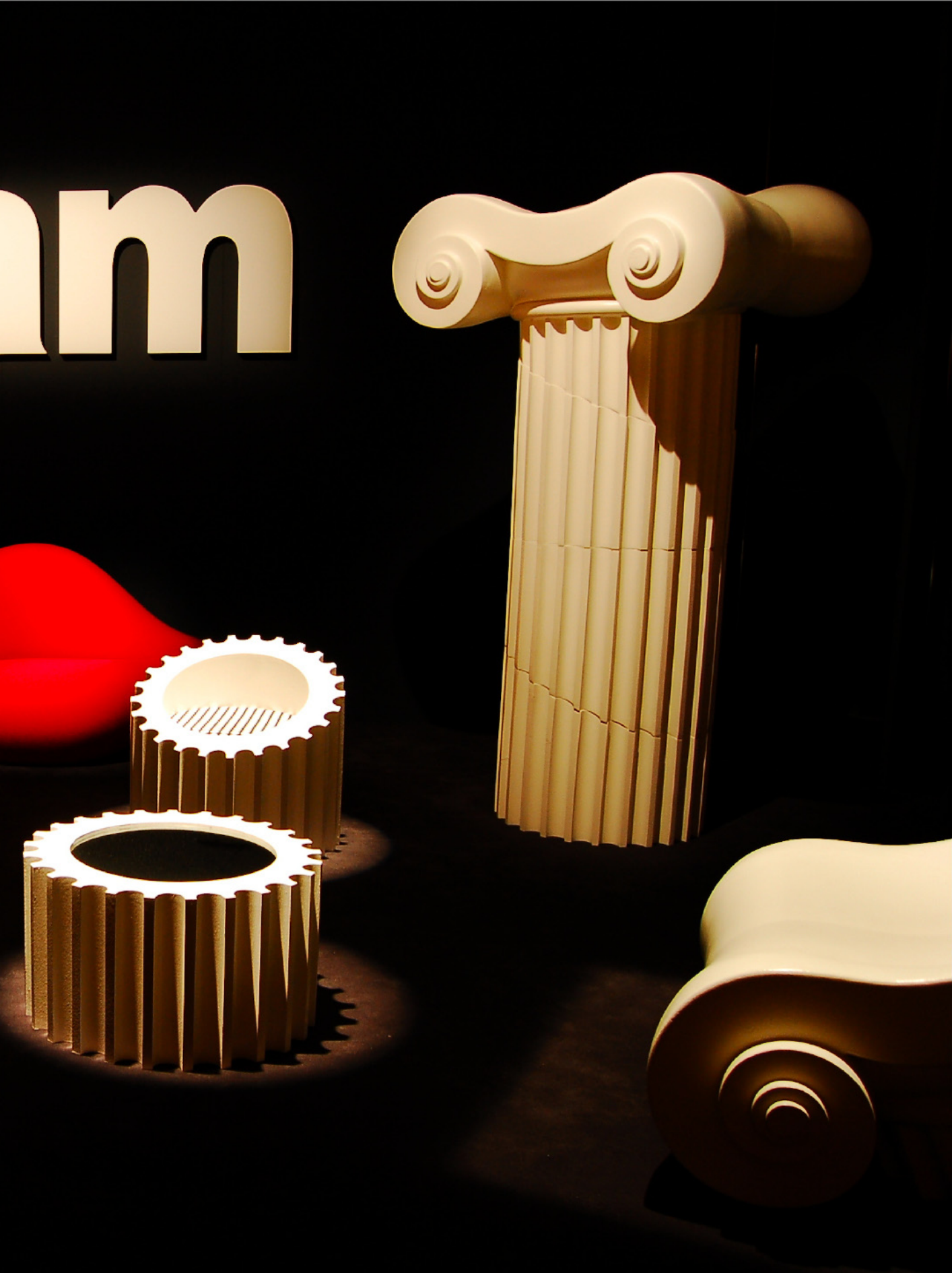
vitra.


OFFICINA
ALESSI
ALESSI

ALESSI

PAESTUM

Gufra


am

LA RIVINCITA DELLE BRAVE RAGAZZE

Al liceo eravamo quelle sedute nella fila centrale. Portavamo la coda di cavallo e nutrivamo una passione sfrenata per il lato romantico di Beverly Hills 90210. Alle feste osservavamo con orrore i facili successi delle nostre coetanee che facevano della gatta morta in minigonna uno stile di vita, con la differenza che loro rientravano a casa sempre con il trucco sfatto e i postumi di una sbronza e noi conservavamo intatto il lucidalabbra al sapore di pesca. Non abbiamo mai avuto un piercing né un tatuaggio e, se abbiamo iniziato a fumare, lo abbiamo fatto esclusivamente in onore delle grandi dive del passato, esercitandoci con ostinazione ad imitare la postura elegante di Marlene Dietrich e socie fino a raggiungere la perfezione. Siamo state sempre accusate di risultare perfettine ai limiti della noia, ma finalmente è arrivato il nostro momento. Se le nostre coetanee indossano ancora scarpe a punta e perizomi da cubiste di periferia che spuntano inevitabilmente dai jeans dalla vita sempre troppo bassa, noi esultiamo silenziosamente osservando le passerelle delle ultime sfilate che ripropongono un look minimalista e tremendamente chic ispirato al fascino senza tempo di Audrey Hepburn e Brigitte Bardot. Il nostro look, finalmente. Pezzi basic dai colori neutri riscaldati da piccoli tocchi di colore declinati con delicatezza in un unico dettaglio; tessuti leggeri e impalpabili, skinny jeans rigorosamente blu abbinati a t-shirt bianche e cardigan bon ton, ballerine ultrapiatte e borse di morbida pelle ma mai di vernice. Per le grandi occasioni, abitini vintage e gioielli discreti ereditati dalle nonne; nel nostro guardaroba non mancherà mai un trench, qualcosa di bianco e un foulard da annodare tra i capelli. Saremo sorridenti ma educatamente snob e non sfoggeremo french manicure né carnagioni bruciacchiate da fanatiche del lettino solare; soprattutto, esibiremo una femminilità elegante senza mai correre il rischio di apparire volgari. Aiutate dal fedele rossetto

rosso, sapremo sedurre con classe aspiranti sosia di Paul MacCartney da giovane, appoggiate ad una Lambretta pastello. Sorseggiando Martini bianco sullo sfondo di un tramonto technicolor, lasceremo con sollievo i tronisti superpalestrati alle amiche munite di Pinko Bag.

GOOD GIRLS REVENGE

PHOTOS BY : LIEBEMARLENE VINTAGE
SHOP ON LINE : http://stores.ebay.com/Liebemarlene-Vintage

During the high school years, we were those girls sitting in the middle row. We wore pony tails and we were fond of Beverly Hills 90210's romantic side. When it was party time, we stared terrified at our coetaneous girlfriends, whose lifestyle was connected to mini-skirts and playing innocent; the difference stood in the fact that they always came back home with haggard makeup and drunk hangovers, while on the contrary we maintained our peach-flavored gloss. We never got pierced, or tattooed. If we ever started smoking, we did it only because we wanted to honor the greatest divas of the past and we trained hard to imitate Marlene Dietrich and friends' elegant posture, till we reached perfection.We were always accused to be such perfect to bore, but finally our time has come. Our coetaneous still wear their pointe- toe shoes

and their thongs still come out from their too-much-low-waisted jeans, while we rejoice in silence, watching the last catwalks shows proposing minimal and chic look which directly finds inspiration in Audrey Hepburn and Brigitte Bardot. Our look, finally. Basic pieces in neutral colors get warm with delicate and soft strokes of one color in various shades; fine and impalpable materials, skinny blue jeans with white t-shirt and bon ton pullovers, ultraflat ballerinas and soft leather bags, never patent leather. For a special time, there will be vintage dresses and discreet grandma-inherited jewels; we will never forget a trench, something white and a foulard to wear on hair. We will be smiling but also kindly snob and we will not show off neither french manicures nor self-made tan skins; most of all, we will flaunt an elegant femininity without any minimum risk of looking gross. With a little help from our loyal red lipstick, we will seduce those pretty Young Paul McCartney's sosia with our innegable class, leaning on a pastel Lambretta. While we will be drinking a white Martini in a wonderful technicolor sunset, we will leave with enormous relief those supermuscled guys to those friends still waving their Pinko Bags.

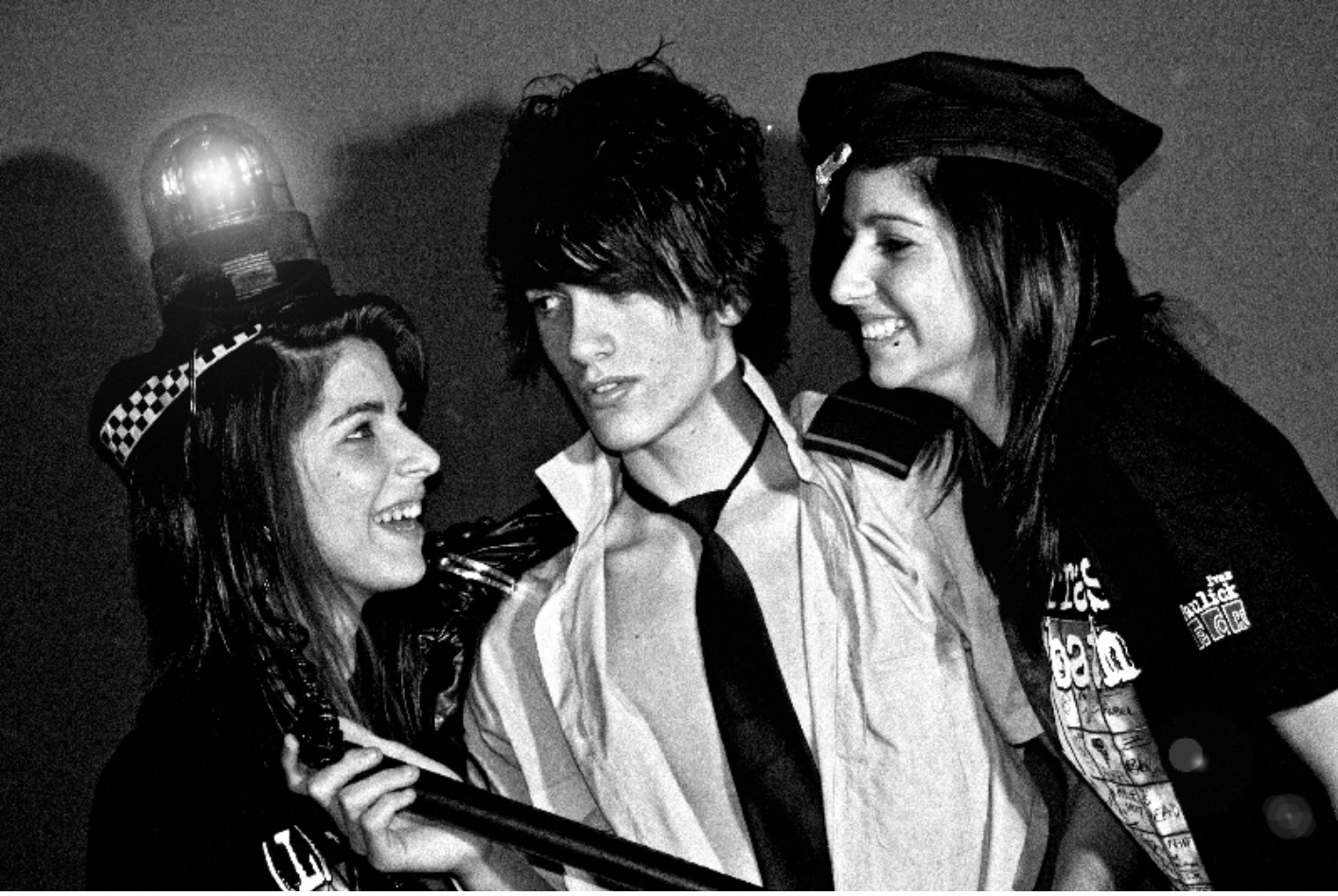
Thanks to:
Arianna Galati
ari.splinder.com

NOME: Davide
ETA' : 22 Anni
DOVE VORRESTI VIVERE?
Londra o New York, ma in realtà mi va bene qualunque metropoli.
COME TI SENTI ADESSO?
Sbiadito
LA PEGGIORE CANZONE CHE HAI ASCOLTATO?
big city life di mattafix

FASHION EDITORAL

Police Against YB shirt

Photos by: Ivan Paulick
Models: Jose, Tania, Lydia
http://www.paulick.es/



GIRLS:
Jerseys Yonkarra's Bath - PCK Shirts by Ivan Paulick
Jeans Miss Sixty

BOY:
Standard uniform shirt
Tie standard uniform
Jeans G-Star
Boxer D & G

PHOTOS BY: DIEGO S. TAKEN FROM OUR POSI+TIVE MAGAZINE FLICKR
http://www.flickr.com/people/diego_osullivan/

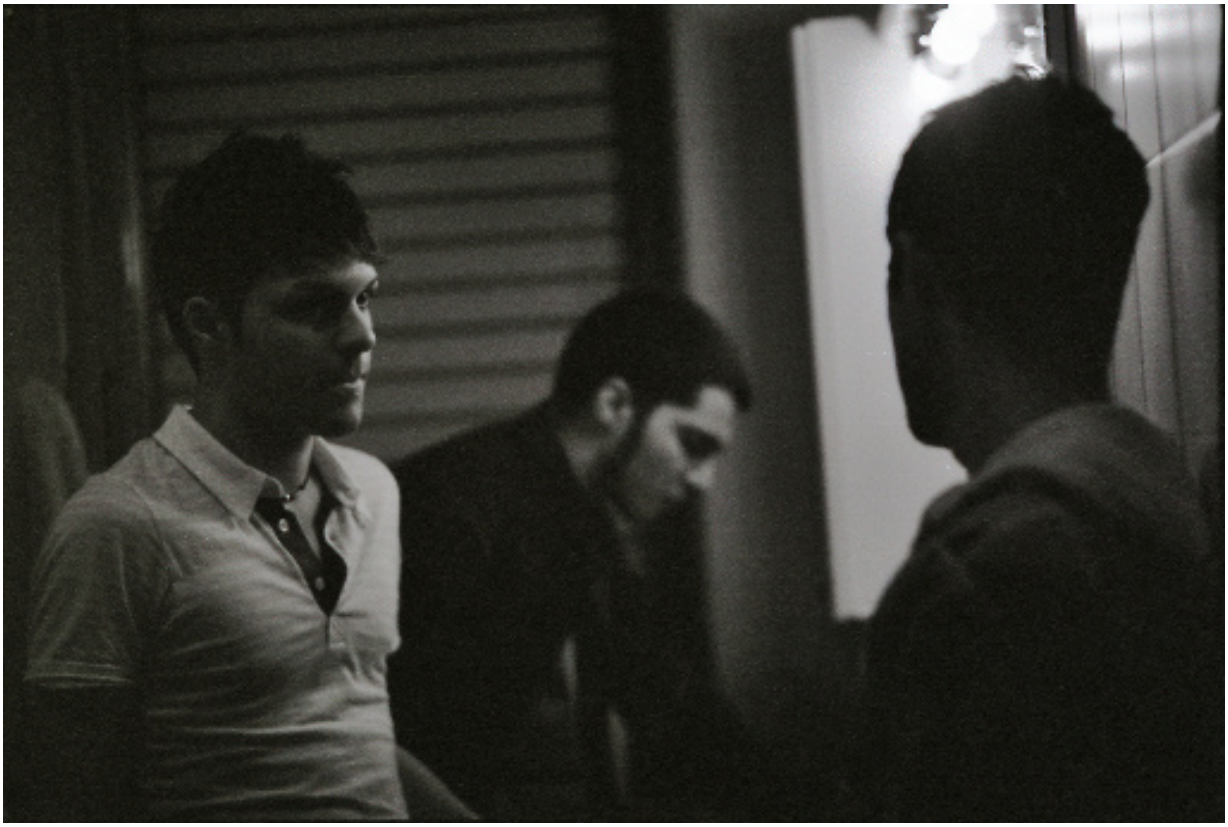
POLAROID JAPAN

Photos by: Yanyong Yamasaki
http://www.flickr.com/poladiary/

ART-SCHOOL

MILANO PHOTOGRAPHY: RICCARDO VILLA

http://www.flickr.com/photos/rikileroi/



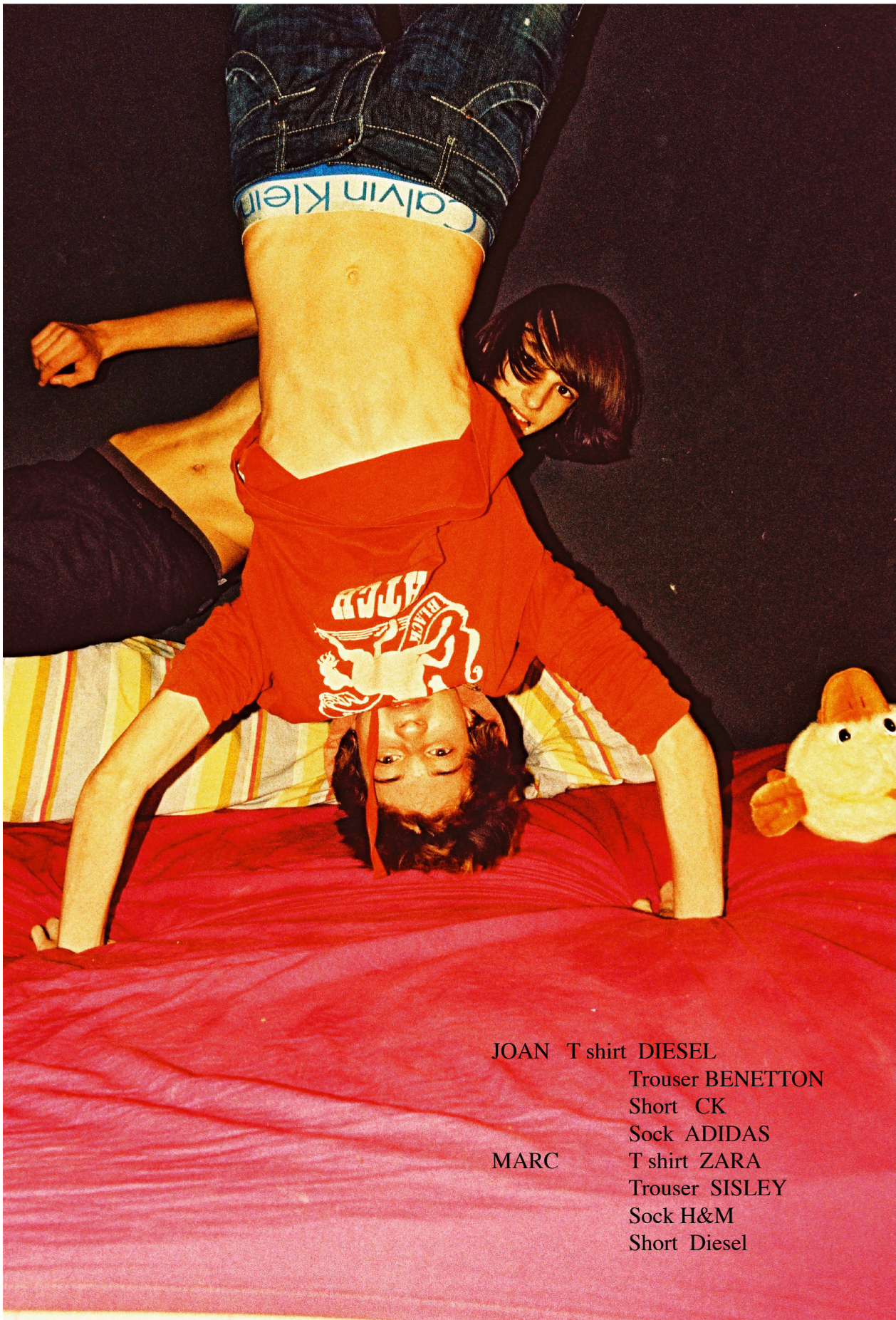
LONSDALE

PHOTOS BY: http://www.yesmoke.eu/

MARLBORO GLIONE

Who smokes Marlboro is a dickhead

WWW.SBASTIEN.COM



JOAN T shirt DIESEL
Trouser BENETTON
Short CK
Sock ADIDAS

MARC T shirt ZARA
Trouser SISLEY
Sock H&M
Short Diesel

MODELS:
MARC Y JOAN PHOTOGRAPHER:
Sbastien
(JOAN) SHORT HAIR BLONDIE
(MARC) LONG HAIR

STUD

MARC Jaket G STAR
JOAN Jaket G STAR
Trouser MACGREGOR
Shoes DIESEL

ASPETTANDO NATALE

"Vuoi avere delle fighette cinesi nel tuo cellulare? Allora scrivi ASIA al 3355". E io mi chiedo: Ma qualcuno le compra veramente?

Ieri sera, stavo felicemente convincendomi di guardare un film alla TV, uno di quei bei film che fanno raramente, quando, dopo venti minuti di pubblicità, ho deciso di spegnere la televisione. La ragione principale non era la lunghezza della pausa pubblicitaria, ma il suo contenuto. Oltre al fatto che certi spot sono trasmessi così tante volte da farci dimenticare cosa avessero voluto pubblicizzare, c'è dell'altro. Pubblicità di frasi, video o foto a tematica sessuale, mandati via "sms" e "mms", tipo: "Vuoi avere delle fighette cinesi nel tuo cellulare? Allora scrivi ASIA al 3355". E io mi chiedo: Ma qualcuno le compra veramente? Certo che si! Se non ci ricavassero un profitto, non sarebbe in TV ogni 30 secondi. Quello che mi lascia davvero senza parole non è tanto il tipo di contenuto, ma la sua pazzesca diffusione.

Il consumismo manipola i desideri delle persone. I corpi sono in vendita, sia come rappresentazione che nella realtà. Il nudo non ci shocka più. E' quasi normale ed integrato nella cultura odierna. Che è solo male, portato all'eccesso. Il nudo è dovunque, non come arte, ma come prodotto da vendita. Molte persone comprano non per necessità, ma perchè un prodotto è griffato o perchè ce l'ha il suo vicino. Il periodo natalizio ne è la perfetta rappresentazione. Strenne natalizie appese ovunque che, invece di rivolgersi allo spirito natalizio delle persone, ne fomentano quello consumista. La gente dovrebbe cominciare ad augurarsi "Buono Shopping", lasciando da parte il vecchio Buon Natale. Il Natale è diventato un atto di piacere atteso per un anno intero. E dal 20 Dicembre il piacere aumenta fino a diventare una gigantesca orgia da shopping. Il Natale e il desiderio di comprare provocano orgasmi in tutto il mondo. Alla fine tutto quello che rimane è il vero, inosservato spirito natalizio, lasciato da parte, nelle strade, attorniato da decorazioni ripetitive. Alla fine della pubblicità, il film non è stato neanche trasmesso, sostituito da qualche stupido programma consumista.

BOAS FESTAS

Last night, I was happily readying myself to watch a movie on TV, one of those really good movies that are rarely on, when, after twenty minutes of commercial break, I decided to turn the T.V. off.The main reason for that was not the length of the break but it's content. Besides some commercials that ares hown so many times that leave us in an absolutely dorment leading us to forget wich product they were advertising in the first place, ther's now something else. Publicity to sentences,videos, or pictures belonging to the sexual thematic, sent by "sms" and "mms", something like: "want to have these chinese hotties in your telephone?" Then send the word ASIA to 3355". Then I ask myself: Does anyone pay for that?

Of course they do! If it weren't profitable it wouldn't be on the tv every 30 seconds. What really shocks me is no that kind of content, but the furious divulgation it has. Consumism manipulates the people's desires.Bodies are for sale, either as representations or in reality. The nude no longer shocks.It's almost normalizaed and integrated in today's culture. Wich is only bad in escessive cases.The nude is everywhere, not as art, but as a product for sale. Most people buy not out of necessity but because it's branded or because their neighbour has it. The christmas season just tops it. Christmas carols everywhere that instead of appealing to people's christmas spirit just appeal to their consumist spirit. People should start wishing merry shopping, leaving the old merry christmas aside.

Christmas becomes a pleasure act awaited the whole year. And from December's 20th, everything escalates to a full-blown shopping orgy. Christmas and the eagerness to buy cause orgasms all around the world. In the end all that's left is the true, unnoticed christmas spirit, left alone, in the street, surrounded by cyclic decorations.

At the end of the commercial break, the film wasn't even shown, replaced by some moronic consumist program.

RICORDATI CHE
DEVI MORIRE

PHOTOS AND MODEL: LUCA FILIPPI
www.flickr.com/lukefill
T-SHIRT DESIGN: ANDREA PEDRETTI
www.flickr.com/andreaupl

THE FASHIONIST.SE

Paul Newman in The Price del 1953 girato a Stoccolma, Alberto Sordi con il film le Svedesi, la mia maestra delle elementari, i miei cugini Italo-Svedesi, sono i fattori chiave che hanno scatenato in me un ossessione per la Svezia, cosi forte, da volerci venire e viverci.
Mi ricordo ancora il mio primo viaggio con destinazione paradiso (Stoccolma) in un DC 9 dell ´Alitalia. Seduta vicino a me un'affascinante signora, e sotto di me chilometri di foresta , un immensità di laghi e piccole casine rosse che mi ricordano tuttora la fiaba di Hansel e Gretel.
Sono ormai passati 14 anni dal quel primo viaggio e molte cose sono cambiate nella mia vita e in Svezia. Allora era difficile trovare prodotti Italiani e quasi impossibile mangiare della buona pasta. La gente con il loro modo di vestire, ricordava il rovescio di qualche moneta romana che riportava raffigurato il profilo di un barbaro spettinato e disordinato. Ma la globalizzazione sembra essere riuscita a cambiare il mondo vikingo non solo nel modo di mangiare o pensare ma anche nell' apparire. Il modo di vestire da me chiamato barbaro è diventato elegante e alla portata di tutti.
Se, Gucci , Prada, Ysl, Louis Vuitton, vi fanno pensare ad un'affascinante signora carica di borse che fa shopping in via Monte Napoleone a Milano, a me fanno solo pensare ad un'ordinaria giornata nelle vie del centro di Stoccolma dove giovani ragazzine e giovani carrieristi fanno shopping mettendo in mostra il meglio del loro guardaroba, come se fossero i protagonisti di una sfilata. Le ragazze aspettano come lucertole il primo raggio di sole che risplende per potersi mettere le nuove ballerine di Gucci o di indossare l ´abito disegnato da Madonna per H&M, mentre i giovani banchieri sfoggiano i loro Corneliani nei giorni lavorativi per poi rilassarsi in un paio di jeans della Cheap Monday nel week-end.
A questo punto entro in gioco io, con la mia reflex per documentarvi tutto, percorrendo in doppio petto e cravatta, da vero Italiano, le strade di Stoccolma e altre capitali della moda, per catturare ogni soggetto che possa essere fonte d ´inspirazione. Il mio nome è Fosco Giulianelli e dopo un decennale passato di commesso, buyer e personal shopper, ho deciso di creare il network www.thefashionist.se, con il quale voglio far vedere come la moda che vediamo nelle strade differisca dalla moda che siamo abituati a veder sulle passerelle. Voglio anche far emergere come le differenze climatiche influiscono sul modo di vestire della gente dimostrando che anche la moda è globalizzazione. Lo svedese di oggi non è più quello che eravamo abituati a vedere nelle nostre piazze, con un paio di cinos chiari,scarpe da tennis, giacca antivento e macchina fotografica, seduto in un bar a gustarsi un cappuccino dopo pranzo. No, lo svedese di oggi ha cura del suo corpo, mangia italiano, beve espresso e veste bene. Questo cambiamento non è passato inosservato. I Designer Svedesi hanno risposto subito al bisogno della popolazi-

one di un vestiario più curato e di volersi sentir parte dell'Europa e si sono messi al lavoro .Tra questi Cheap Monday che propone jeans di tutti i tipi a 40 euro, fatti per lo studente che vuole essere alla moda ma che non può spendere più di

tanto. Örian Andersson, la mente dietro Cheap Monday, iniziò quasi per scherzo un decennio fa a produrre jeans nei quartiere boemi di Stoccolma, per poi ricevere l´incredibile offerta di 54 milioni di euro dal colosso H&M per la cessione del 60% della fortunata azienda. Con la mia camera ho collezionato una serie di foto di persone che indossavano questi jeans, ma non solo a Stoccolma , ma a Milano e Parigi a conferma di come un prodotto semplice ma intelligente si stia diffondendo a macchia d'olio fra i giovani europei. La Svezia propone inoltre il già menzionato H&M, che io chiamerei l`IKEA Dell'abbigliamento, H&M vanta una lunga fila di personaggi famosi che si sono improvvisati designer, come Madonna, Kelly Minogue e l'affermato stilista Karl Lagerfeld. In The fashionist potrete ricercare con l´aiuto del motore di ricerca i brand più popolari tra le persone ed H&M è uno di questi. Per concludere questo viaggio nelle strade della Svezia vorrei menzionare Fifth Avenue Shoe Repair che propone abiti sofisticati per la donna esigente e Dagmar che vuole dare un tono di pastello al buio inverno Scandinavo.

(Photos By F.Giulianelli)

Movies like “Le Svedesi” with Italian celebrity Alberto Sordi and “The Price” starring Paul Newman solving a murder in Stockholm in the early 50`, my elementary school teacher, my half Swedish cousins, are factors that have made me obsess about Sweden, so obsessed that I decide to live there. I still remember my first trip to Sweden, flying Alitalia dc9, on my way to paradise. Sitting close to me; a fascinating woman. Under me, dozens of lakes, hectares of forest and small beautiful red houses, that still remind me of how I imagination the story of Hansel and Greta. 14 years has passed since that very first trip and many changes have occurred in my life and in Sweden. At the time it was hard to find Italian products and it was almost impossible to eat good pasta at a restaurant. And the slovenly style of the majority reminded me of the reverso of some roman coins representing barbarians with ruffled hair and long beards. But the globalization has somehow influenced the Viking world mentality not just regarding food matters but even the way of their appearance. The style that I just called barbarous became elegant and sophisticate and available for everyone. Maybe you associate brands like Gucci, Prada , YSL, Louis Vuitton, to a rich women walking down Via Montenapoleone , with many bags while shopping. For me those brands just remind me of an ordinary day on the street of Stockholm, where young girls and ambitious boys are on a daily shopping round showing off the best of their closet, like models in the catwalk. Like lizard girls are waiting for the first shining sun light to wear their new Gucci shoes or the H&M dress special design by Madonna in the mean time boys are showing off their Corneliani suits during the week for then to take it easy and relax on a casual Friday, wearing a pair of Cheap Monday Jeans. Is now time for me to do my entry, with my Reflex I am walking down the street of Stockholm and other several cities hunting and catching all this for your eyes, for your inspiration. My names is Fosco Giulianelli and after a decade spent working as shop assistant, buyer and personal shopper I decide to create www.thefashionist.se, a network for those how loves fashion. The purpose of my network is to show the differences between what is presented on the catwalk and what you really see everyday on the street of our cities. I want to show you how the weather factor is an influence in clothing and how strong the rule of the fashion is in the globalization of the planet. Just try to remember the old image of Swedish tourists that we were used to see in our cities, wearing off-white chinos , nylon jackets and ugly sneakers. Sitting in a bar drinking a cappuccino after lunch. This was then, now it is different, the Swedes they do not just take care of the environment, they also take care of their bodies, eating healthy and dressing with style. They know more about coffee than what we Italians do. By developing an internal fashion Industry , the Swedish designers answered the need of their own fellow-countrymen to feel part of a modern Europe. For example brands such as Cheap Monday, proposing low cost jeans for the person that need to contain costs but in the mean time being a fashionist. Örjan Andersson, the mind behind, Cheap Monday started almost just for fun to design jeans in Stockholms suburbs, a decade ago and now is a multimillionaire. The fact is that the giant H&M noticed the climb of cheap Monday

among the young public and decide to buy 60% of the company offering Mr Anderson 54 million euro. I meet and photographed several persons wearing that very brand not just in Sthlm but even in Milano and Paris, as proof how a genuine and intelligent the concept spread it self all around Europe. As mentioned above Sweden is well known for giants such as H&M, the clothes IKEA, that are busting a huge number of personalities such as Madonna, Kelly Minogue, Karl Legerfeld and Stella McCartney. They have created limited editions of garments for H&M. Actually for a better understanding of the huge popularity of H&M among Europeans, try to serch by brands on the fashionist browser.

To conclude this trip in Sweden I just want you to remember this name, Fifth Avenue Shoe Repair Store, proposing sophisticated and elegant clothes for the one that want to be a step a head....welcome to Sweden.