Poster

CULTURA • POLITICA • IDEE • FILOSOFIA

LUGLIO 2017

FREEPRESS MENSILE • NUMERO 7/2017

Direttore responsabile Lidano Grassucci - Magazine edito da Accademia Life srl

• Redazione: via Garibaldi, 37 - 04100 Latina • Registrato al Tribunale di Latina n. 653 RG 1868/97 CR 2007 •

LABORATORIO MARMORARIO
SECTILIA
di Franco Vitelli

LABORATORIO MARMORARIO
SECTILIA
di Franco Vitelli

Saloni per capelli in Giappone

a cura di Rinaldo Ceccano

Il tempo era quando un taglio di capelli era proprio questo: un rapido viaggio al barbiere. In questi giorni un assetto in un salone di Tokyo potrebbe includere un lungo massaggio del cuoio capelluto e un po 'di pulizia profonda carbonatica. Con la modellatura delle sopracciglia e un trattamento per sfocare i capelli grigi, i clienti possono stare sulle loro sedie per ore. Tutto questo e anche un interno progettato da un architetto.
Ognuno sta inseguendo una fetta della gigantesca fattura governativa giapponese, che nel 2016 ha raggiunto i 2,15 miliardi di yen (16,2 miliardi di euro), distribuita tra 122.539 barbershop e 243.360 parrucchieri. Perms da solo ha rappresentato ¥ 365,5 miliardi (€ 2,75 miliardi).

Ma queste cifre mascherano un cambiamento demografico: il numero di barbieri è in calo dell'11 per cento dal 2006, mentre i numeri dei saloni sono aumentati dell'11 per cento nello stesso periodo. Secondo Shintaro Suzuki, vice capo del Takara Space Design - una filiale focalizzata sull'interior design del principale produttore giapponese di sedie da salotto Takara Belmont (vedi monocolo numero 78) - i parrucchieri stanno cercando di differenziarsi in quanto la popolazione si restringe. "Venti o 30 anni fa non c'erano problemi a trovare clienti. Si trattava di provare a spremere quante più sedie possibile.

Ora non ha senso avere così tanti posti se non hai i clienti per riempirli. La recente tendenza è stata quella di diversificare i servizi, spendere più tempo con ogni cliente e caricarli di più ". Questo perno di un servizio più lussuoso sta cambiando il modo in cui sono progettati i saloni. "I posti sono più distanti e le persone spesso chiedono una stanza semi-privata", dice Suzuki. "I proprietari di saloni ci chiedono di ridurre il numero di posti a due o tre e creare una stanza privata. Ma la qualità del servizio e l'importo che ogni persona spende salgono ".

L'interior design, dice, è sempre più importante. "È un modo per i clienti di giudicare se [un salone] condivide i loro gusti." Qui sbirciamo dietro le tende ei cartelli del negozio di barbieri per profilare tre avamposti - e gli architetti dietro di loro - che usano il design per attirare i clienti alla moda con tasche profonde.

Accademia Life

Ente di Formazione Continua e Superiore

Nest Inn Hakone è un rifugio tranquillo a due ore da Tokio

a cura di Rinaldo Ceccano

Nonostante fosse arroccato a soli 90 minuti lungo la superstrada Tomei dal centro di Tokyo, Hakone non riusciva a sentirsi molto più lontano dalla crisi urbana. Con il Monte Fuji come sfondo elegante, Hakone è una piccola città di appena 11.000 anime famosa per le sue sorgenti termali onsen, le sue ryokan e i suoi climi freddi.

Guida attraverso le strade tortuose e montuose e vedrai gli escursionisti in impermeabili dai colori vivaci e gente del posto che aspetta pazientemente gli autobus rari che percorrono questi percorsi. Lungo la strada vedrai anche i segni per musei oscuri e il vapore caldo che sale dalle piste vulcaniche.

Seduto tra gli hotel più storici e consolidati della zona, il Nest Inn Hakone è aperto da ottobre 2016 ma, per ragioni a noi sconosciute, rimane un tesoro in qualche modo sconosciuto. Il rinnovamento di 48 chiavi è immerso in una generosa fascia di natura incontaminata e attrae un flusso costante (ma difficilmente torrenziale) di abitanti delle città intento a spegnere e ricaricare. Ci sono camere rinnovate di recente nell'hotel principale, 11 ville di legno di nuova costruzione, una grande vasca termale e una vasca di legno all'aperto fatta da hinoki (un cipresso profumato) e alimentata da sorgenti termali di Owakudani.

Ci sono sorprese in abbondanza, come un ex ryokan chiamato Hyosekikaku, costruito nel 1917 e che l'Imperatore visitò tre volte. Questa gemma del maestro falegname Tokichi Shimada è stata trasferita completa da Tokyo ed è ora sede di un salotto confortevole e di un ristorante tradizionale giapponese. Gli appassionati di architettura si affollano qui per ammirare la magistrale falegnameria e le caratteristiche originali, tra cui i ricami in kimono-seta sulle porte scorrevoli e le opere in legno intagliate a mano. Nella stanza kame (letteralmente "tartaruga"), la sagoma degli alberi del giardino proietta un'ombra sugli schermi di carta shoji per assomigliare a un delicato dipinto giapponese che cambia piacevolmente ogni mattina.

Inoltre, tutte le camere sono dotate di viste mozzafiato. "Il nostro hotel si trova all'interno di un parco nazionale quindi non possiamo tagliare questi alberi o piantarne di nuovi", dice Akiko Matsuoka, l'okami (manager) di Hyosekikaku. L'hotel è riparato serenamente dalla strada da alberi di ciliegi in fiore accanto a aceri giapponesi, sugi (cedro) e cespugli fioriti di ortensie.

Nelle vicinanze un gorgoglio naturale primaverile e la trota arcobaleno di Nijimasu nuotano mentre i fagiani vagano liberamente. L'illuminazione è mantenuta a un livello basso all'interno e all'esterno, permettendo una visione incredibilmente chiara del cielo illuminato dalla luna. La natura, non la struttura del Nest Inn Hakone, è la stella designata del soggiorno. Di notte, gli ospiti ascoltano le chiamate dei gufi mentre il mattino significa canto degli uccelli piuttosto che un allarme iPhone o una sveglia. "Potresti odiare la pioggia se sei in città, ma qui è bello", dice Matsuoka. "Ogni finestra è come una cornice." La suite gode di una vista mozzafiato sulla catena montuosa di Hakone.

All'altro capo dei locali, Shusaku Maki si prende cura della musica e dei libri al Free Bird lounge. "Il nostro stile di servizio è elegante e disinvolto", dice Maki, che sfoggia un berretto da marina. "Alcuni di questi dischi sono stati donati dagli ospiti", aggiunge, prendendo in mano The Köln Concert di Keith Jarrett. Maki è orgoglioso dei suoi diffusori high-end Serendipity realizzati dal maestro audio giapponese Taguchi e una libreria di libri d'arte e linee di letteratura classica gli scaffali dietro di lui.

Ognuna delle ville è dotata di un bagno termale - al chiuso o all'aperto - e nei freddi fine settimana invernali, gli ospiti si riuniscono per unirsi a Maki mentre accendono il fuoco sulla terrazza. Le camere nell'hotel principale sono piacevolmente minimal: niente TV ma molta luce naturale, caldi mobili in legno e opere d'arte selezionate dall'art director di Los Angeles Tamotsu Yagi. Le camere vanno da ampie a vaste e alcune sono pet-friendly (non stupitevi se scoprite un astuto Shiba Inu che balla da uno).

A differenza di un numero preoccupante di cosiddetti hotel di lusso (dove il servizio è spesso deludentemente confuso con i fastidiosi ospiti per dire che si stanno godendo il loro soggiorno) coloro che soggiornano qui sono lasciati soli a passeggiare nei locali. Alcuni lounge con una tazza di caffè al Free Bird Café (è gratuito per gli ospiti) o raccogliere fagioli per preparare il proprio in camera. Altri si parcheggiano nella caffetteria sulla terrazza dell'Hyosekikaku con tè verde e dolci giapponesi. Biciclette elettriche e bmws (i3 e i8) sono pronte per il noleggio per andare in bicicletta ai ristoranti più vicini o guidare fino alla strada panoramica Skyline di Ashinoko per una vista mozzafiato sul Monte Fuji.

My last meal: Hiroshi Sugimoto

a cura di Emiliano D'Arpino

"Sono nato nel centro di Tokyo nel 1948, quando tutto era ancora a metà rotta dopo la guerra. Mio padre era nel commercio all'ingrosso di prodotti farmaceutici; Ero il figlio del capo, quindi lo staff avrebbe giocato con me e portato al vivaio, e ho bei ricordi di quel tempo. Mio padre era anche un artista semi-professionista di rakugo [storytelling]. Quasi ogni giorno andava in un teatro tradizionale e spesso mi portava con sé. Ricordo una notte memorabile, di cinque o sei anni, in piedi con la geisha e le belle ragazze che si sarebbero raccolte nel backstage. Stavano servendo cibo da uno dei migliori ristoranti di Tokyo ed era la tempura migliore che avessi mai assaggiato.
Mi sono trasferito in California nel 1970 - il tempo del movimento studentesco - poi a New York nel 1974 per affermarmi come artista. Mia moglie ha iniziato un negozio di antiquariato a Soho e ho aiutato. Stavo tornando in Giappone quattro o cinque volte all'anno. Andavo a Kyoto per vedere gli antiquari e quando avremmo concluso un affare andavamo a cena fuori. Ci sono così tanti bei ristoranti nascosti a Kyoto. Sono diventato amico di uno chef il cui ristorante aveva solo cinque posti ed era uno di quei posti ichigensan okotowari [solo su invito]. Non pagherei lì e poi - mi manderebbero un conto a New York più tardi. Mentre lo chef cucinava davanti a me, guardavo e facevo domande, ed è così che ho imparato a cucinare correttamente.
Ora ho il mio contatore di quattro ospiti nella mia casa a Tokyo e faccio la cucina. Mi piace bere qualcosa, forse un po 'di Dom Pérignon - se non sembra troppo snob - o vino bianco. Saké mi fa girare la testa. Ho avuto una rubrica in una rivista femminile giapponese chiamata Fujingaho per un paio di anni: scriverei di cibo e arte e organizzerei cene con artisti e attori.
Non mi piacciono i ristoranti rumorosi; Preferisco un posto piccolo e intimo dove posso avere una conversazione. Uno dei miei ristoranti italiani preferiti a New York è Basta Pasta, gestito da uno chef giapponese. Quando sono in Giappone non mi piace niente di troppo formale. Il vero kaiseki di Kyoto [un pasto a più portate] è un'esperienza irripetibile; mangiarlo ogni giorno sarebbe una specie di tortura. Preferisco un posto che serve solo fugu [pesce palla], sushi o tempura.
Quando scatto un paesaggio marino può durare fino a una settimana, di solito lontano dalla civiltà. Devo portare il mio cibo, come un viaggiatore del XVIII secolo: riso, miso, sale e alghe. Ho anche bisogno di un incendio, quindi porto un piccolo kit da campeggio. Ricordo di aver girato nel sud della Francia una volta e ho mangiato riso bianco, jambon, shoyu [salsa di soia] e wasabi. Era bello.
Quando ero giovane andavo in posti più remoti, anche pericolosi. Una volta stavo girando il Mar Rosso tra l'Egitto e l'Arabia Saudita. L'acqua era cristallina ma non potevo salire sulla spiaggia perché era stata estratta. All'epoca viaggiavo da solo e dovevo portare tutto; anche adesso vado solo con un assistente. Prendo le sostanze chimiche e le placche in via di sviluppo in modo che possa elaborare in loco; Non compro sviluppatore premiscelato, faccio il mio. È come cucinare, in un certo senso, e ho imparato dalla ricetta di Ansel Adams - ha scritto tutto nei suoi libri.

Portatori di buone notizie: The West Australian Magazine

a cura di Rinaldo Ceccano

Sono 11 i redattori della sezione e 14 e giornalisti di alto rango che hanno appena preso posto al tavolo delle riunioni del quotidiano The West Australian. Gli elenchi vengono letti, gli argomenti vengono sottoposti a sondaggio, le funzionalità vengono controllate. Entro pochi veloci minuti verranno prese decisioni in merito a dove il pubblico legge, guarda o ascolta ogni storia di rottura.

Per quasi un anno, il giornale di maggior successo in Australia è stato un laboratorio di convergenza. Giornalisti veterani di stampa siedono accanto a giornalisti televisivi esuberanti; sub-editori conferiscono con i produttori di trasmissione; una videocamera appollaiata su un treppiede viene preparata per gli aggiornamenti orari dal pavimento della carta. "Questo", afferma Gareth Parker, editorialista di stato, "è come appare il futuro delle notizie".
La storia è esplosa nel 2011 quando West Australian Newspapers Holdings ha acquisito il Seven Media Group (che possiede anche o ha interessi su Pacific Magazine, Yahoo7 e Sky News) per AU $ 4,1 miliardi, una mossa che ha visto la fusione di stampa e televisione e la creazione di Seven West Media. L'anno scorso il modello multi-piattaforma è entrato in pratica con la creazione di un piano editoriale condiviso di stampa e televisione.
"È una redazione incredibilmente eccitante", afferma Parker, 33 anni, che si è improvvisamente ritrovato davanti alla cinepresa per scagliare scoop regolari. "Tutti capiscono che il futuro è la convergenza; abbiamo una reale opportunità di essere in prima linea ".
L'Australia occidentale, il più grande stato del paese, è un vasto territorio ricco di minerali oltre 10 volte le dimensioni del Regno Unito. La dieta quotidiana di notizie è stata a lungo nutrita da un periodo di prosperità legato al boom minerario. Con l'economia locale orientata verso un rallentamento, Parker è stato impegnato a coprire storie che vanno dall'aumento del costo di una birra o di un caffè alla questione che minaccia l'alloggio in Australia.

"Questi sono i 'tappi per il barbecue", dice. "I rapporti interiori della politica di stato raccolgono buoni titoli, ma questioni di tasca come queste fanno parlare al nostro pubblico." Questo è l'Australia occidentale, dove i problemi caldi che scottano in gran parte derivano da come gestire la ricchezza dello stato. È un lusso degno di invidia dalla maggior parte delle altre parti del mondo, ma una previsione di notizie soleggiata è una sfida per un giornale che deve ancora vendere buone storie.

Architetti in Olanda

a cura di Maria Grazia Rezzini

Cosa lega una piazza del quartiere ad Amsterdam, una torre che trasforma lo smog in aria pura a Pechino e un super blocco ad alta densità a Daegu, in Corea del Sud? L'olandese. "Il design e l'architettura olandesi non si tratta solo di un altro edificio, lampada o tavolo, ma di migliorare la vita", afferma Daan Roosegaarde, artista e designer alla guida del laboratorio di design sociale Studio Roosegaarde. "Il vero lusso o la vera bellezza non riguardano Louis Vuitton, si tratta di acqua pulita, energia e aria".

Il lavoro di Roosegaarde che crea strutture che riducono l'inquinamento è un'espressione cristallina di questa idea. La sua torre Smog Free, ad esempio, utilizza la "tecnologia di ionizzazione positiva" per aspirare l'aria intorno a sé, pulirla e rilasciarla, il tutto mentre si utilizza l'energia eolica. Una torre è a Pechino e altre sono in produzione per altre città cinesi. Sta anche utilizzando tecnologie simili in bicicletta e ha firmato un accordo con Ofo per la società di bike sharing per essere incluso nel più grande progetto in Cina. Da quando ha fondato la sua azienda nel 2007, i suoi progetti si sono concentrati sui modi per migliorare il mondo che ci circonda. Dice che la sua visione unica è il prodotto della battaglia in corso del suo paese con la geografia.

"Viviamo sotto il livello del mare, quindi senza creatività e tecnologia annegheremo", dice. "Se solo fossimo stati pragmatici saremmo appena trasferiti in Germania, lontano dall'acqua. Penso che gli olandesi abbiano questo equilibrio tra essere poetici e pragmatici. Dobbiamo essere creativi per sopravvivere. "

Certo, l'architettura olandese non riguarda solo la sopravvivenza, ma anche il prosperare. "Abbiamo una popolazione relativamente felice e il nostro ambiente edificato è una grande parte di questo", dice Nathalie de Vries, co-fondatrice di mvrdv, una delle più grandi e famose aziende dei Paesi Bassi. "È egualitario, è sicuro e, per quanto possibile, è centrato sul benessere delle persone".

mvrdv è il cervello dietro Rotterdam Markthal, un ambizioso edificio residenziale ad arco con un mercato alimentare permanente al suo centro, ristoranti ai bordi e murales fioriti in tutto. Dal completamento nel 2014 è diventato un hub nel centro della città, vincendo decine di premi e l'attenzione degli urbanisti di tutto il mondo.

"Molti sindaci sono interessati a questo perché si tratta di come creare uno spazio pubblico", afferma Winy Maas, un co-fondatore di mvrdv, che ha triplicato le sue dimensioni dal 2014 e si è trasferito in un edificio del dopoguerra nel centro di Rotterdam. "Per molti sviluppatori è anche una rivelazione di come fare qualcosa di diverso dalle torri e contribuire a qualcosa di più collettivo."

Il team di 200 persone, guidato dai fondatori De Vries, Maas e Jacob van Rijs, comprende dipartimenti francesi e cinesi (la società ha anche un ufficio di Shanghai) ed è spesso assunto per progetti di città o di stato. Nel 2015, ad esempio, il comune di Seoul ha ingaggiato la mvrdv per creare Seoul Skygarden, un parco pedonale che si estende su un ex cavalcavia vicino alla stazione principale di Seoul. Oggi è visitato da un milione di persone al mese e ospita un'esposizione alfabetica di specie vegetali della Corea del Sud. Fornisce un luogo in cui le persone possono incontrarsi, rigenerare l'area circostante e iniettare in città una vegetazione tanto necessaria.

Art Partner: l'agenzia creativa

a cura di Emiliano D'Arpino

"C'è stato un cambiamento di programma: faremo questa intervista con noi quattro insieme, non uno contro uno", dice Giovanni Testino in un basso peruviano, facendo cenno a sua moglie e collega Amber Olson e ad un altro collega, Candice Marks. "Questo è il modo in cui lavoriamo - in modo collaborativo. Non ci sono dèi o semidei qui. "

E così ci riuniamo tutti intorno a un tavolo di vetro in un ufficio d'angolo presso il quartier generale globale di Art Partner, fondato da Testino 25 anni fa ed oggi è una delle agenzie di fotografia creativa e di moda più rispettate al mondo. L'orizzonte di Brooklyn scintilla sullo sfondo. Con pareti color bianco latte e pavimenti in cemento, la stanza un po 'austera ricorda una galleria d'arte - che è proprio il punto. Sopra di noi, una giovane Madonna getta indietro la testa - e una cascata di riccioli d'oro - nella copertina dell'album Ray of Light del famoso fratello di Giovanni, Mario, mentre Obama ci sorride dall'altra parte della stanza, il suo ghigno perlaceo immortalato dalla lente di Terry Richardson. Sulla parete di fondo, una Kate Moss dalla faccia fresca balza nel mare in un fotomontaggio di Enrique Badulescu da un numero del 1994 di Harper's Bazaar.

Testino, Olson e Marks potrebbero non essere dei o dee, ma sono certamente circondati da loro - sia in questa sala riunioni, con i suoi spettatori stellati, sia come alcuni degli agenti più potenti dell'industria della moda, che li vede in contatto con i pezzi grossi del marchio di lusso , i migliori redattori e chi è chi dei diritti d'autore. Mentre non rappresentano più Mario Testino, la loro line-up presenta oggi pionieri di grande successo tra cui Richardson, Alasdair McLellan, Glen Luchford e Mert Alas e Marcus Piggott - oltre ad artdirector, truccatori e stilisti come Joe McKenna. I loro clienti commerciali di lunga data coprono Burberry, Gucci, Lancôme e Chanel, mentre Vogue e W sono tra i loro principali clienti editoriali. In breve, sono i principali intermediari - i "collaboratori" numero uno, per usare il termine di Testino - in un'industria affascinante, lucrosa e in rapida evoluzione. E stanno navigando il paesaggio mutevole con grande finezza. "Essere un agente è sempre stato incredibile", afferma Testino. "Oggi, però, è il momento più emozionante della storia per essere un agente; ci sono più possibilità che mai. "

Come tutte le migliori idee, le origini di Art Partner possono essere ricondotte a una notte sulle piastrelle. "Dopo non aver visto mio fratello per forse 10 anni - era un periodo di lettere - l'ho incontrato nel 1992 ad una festa al Flaming Colossus [un nightclub LA," dice Testino, che all'epoca lavorava come spedizioni broker. "Abbiamo ballato insieme per tutta la notte; abbiamo chiuso il posto. Poi abbiamo parlato per ore. Era un'idea di mio fratello. Disse: "Perché non diventi un agente a New York?"

Testino ha fatto proprio questo, ma le cose sono iniziate in modo tremendo. "Non ero pagato per il mio primo grosso problema", dice ridendo. È un grande uomo con una presenza calda e punteggia le frasi con pero, la parola spagnola per "ma". "È stato con Gianni Versace. Non so perché, ma Gianni era un grande sostenitore del mio. Mi ha detto più volte che voleva che io riuscissi. "I due hanno parlato a Milano e Versace ha dichiarato che potrebbe avere un incarico per Mario Testino (Giovanni rappresentava suo fratello a New York, anche se non in Italia). "Mi aspettavo una chiamata pero che non hanno chiamato e non hanno chiamato. Per farla breve, quando finalmente chiamarono non potevano raggiungermi. A quel tempo ero una ditta individuale: ho fatto il caffè, ho raccolto le lettere; Ho fatto tutto. Così hanno chiamato l'agente italiano di Mario e lui ha ottenuto il lavoro. "Sorride. "Pero, mio fratello, mi ha regalato un orologio Rolex per ringraziarmi."

Il ruolo fondamentale di un agente non è cambiato da quegli inettimabili giorni degli anni '90. Sono ancora intermediari tra i clienti - siano essi marchi o riviste - e fotografi. Giorno per giorno, negoziano accordi su quali tipi di immagini produrranno i loro fotografi e per quali somme di denaro. Finiscono i contratti fino alla stampa fine e quando sorgono ostacoli logistici - diciamo, una ripresa deve essere posticipata perché lo stilista ha perso il suo volo - li risolve. Gli agenti di Art Partner lavorano attraverso i fusi orari: il team di New York lavora molto a Los Angeles e in Asia e ci sono uffici a Parigi e Londra, quindi le serate sono un dato di fatto. "Se qualcuno ha bisogno di te, devi essere 'acceso' - anche se è una pazza telefonata di mezzanotte", dice Olson, una bionda minuta che parla con un semplice twang hawaiano. Tutto è fatto nel nome di ottenere i partecipanti sulla stessa pagina. "[Essere il deal-broker] non è la parte più affascinante di ciò che facciamo, ma è la spinta di esso."

Architettura in legno

a cura di Emiliano D'Arpino

Parigi. "Questo è il modo futuro di costruire città", afferma Marc Henri Maxit, ingegnere e uno dei fondatori di Woa, mentre lunghi pezzi di abete austriaco oscillano nell'aria su spidery crane arms in un cantiere appena fuori Parigi. "È pulito, è più sostenibile, è più veloce - e tu hai molto meno rumore." È vero che lo stridio della smerigliatrice angolare è misericordiosamente assente in questo futuro blocco sociale. Oltre a un pozzo di sollevamento in cemento e acciaio, la struttura è interamente in legno. "È proprio come Lego", dice Maxit, guardando un piano con codice a colori che indica dove ogni pannello prefabbricato dovrebbe andare.

Mentre il legno è un materiale antico, le grandi strutture in legno come questo complesso creato per i lavoratori migranti rappresentano un'innovazione relativamente nuova. In precedenza il legno non era considerato abbastanza forte da sopportare il peso di un grande edificio. Ma questo è cambiato con lo sviluppo del legno a strati incrociati (CLT) all'inizio del secolo. "Si comporta in modo concreto", dice Maxit mentre fa scorrere le dita su un vasto pezzo di CLT, che formerà un intero muro dell'edificio. "È stratificato e incollato insieme usando colla resistente al fuoco come una specie di sandwich. A differenza del legno, che è vivo, non si muove, è forte come l'acciaio. "

Anche così, nella terra di béton brut, non è facile difendere il legno. Le strutture in legno sembrano iniziare una reazione "tre porcellini". Marceranno? Bruciare? O addirittura essere abbattuto? "Quando pensiamo a" legno ", pensiamo" a rischio ", ma possiamo dimostrare che questo è sicuro come qualsiasi edificio", afferma Maxit. "Si tratta di cambiare le percezioni. Per prima cosa dovevamo convincere i professionisti, ora il pubblico ".

In contrasto con i blocchi di cemento dipinto che lo circondano, questo cantiere assomiglia a una casa sull'albero di grandi dimensioni o chalet da sci. Eppure Maxit insiste sul fatto che non si tratta di uno sforzo cosmetico. Per lui, usare il legno significa fornire soluzioni ai problemi della sostenibilità, della migrazione urbana e della qualità della vita. Si tratta anche di costi. "Siamo architetti post-crisi", dice. "Costa di più per costruire. Il legname sostenibile è qui [in Europa], così come lo sono le foreste - dovremmo usarle ".

Woa sta attualmente lavorando al primo grattacielo in legno di Parigi, progettato in collaborazione dall'architetto Vincent Lavergne. Maxit vede le strutture in legno come la chiave per il futuro delle città in espansione. "Non possiamo ricostruire le nostre città, ma possiamo costruire una città in una città - il legno è così leggero, sarà perfetto per aumentare la densità".

Piatti allettanti

a cura di Rinaldo Ceccano

In un paese in cui "hai mangiato?" Tende ad essere il tipico saluto, la passione per il cibo di Singapore sta diventando una caratteristica distintiva della giovane nazione. Il Singapore Food Festival di quest'anno, che si terrà fino al prossimo fine settimana, mira a difendere la cucina locale della città-stato. Il cibo che viene presentato durante l'evento di due settimane di solito proviene da centri ambulanti di venditori ambulanti in cui vengono servite pietanze derivate da origini cinesi, malesi e indiane (le tre principali etnie di Singapore). I punti salienti del festival includono i migliori ristoranti che creano contorsioni giocose sui piatti tradizionali di Singapore e un camion di cibo che consegna il piatto nazionale di riso al pollo Hainanese in varie destinazioni in tutta la città. Ritagliarsi esperienze singaporiane uniche è un ottimo modo per incoraggiare i turisti più esigenti.

Crocere su misura in Giappone

a cura di Maria Grazia Rezzini

Se le aziende fossero solo numeri, Guntu - un nuovo hotel galleggiante che naviga intorno al Giappone Inland Sea - potrebbe non essere mai stato più di un progetto fantasy. Una squisita barca lunga 80 metri progettata da uno dei migliori architetti giapponesi e costruita a mano dai migliori falegnami di Hiroshima, ha solo 19 camere e può contenere un massimo di 38 passeggeri con un equipaggio di 46 persone. Fortunatamente il suo proprietario, Setouchi Cruise, non stava cercando un dollaro veloce. Invece voleva creare qualcosa che portasse le persone nella regione e celebrasse il patrimonio del gigante locale delle costruzioni navali Tsuneishi, 100 anni nel 2017 e il cantiere in cui è stato costruito Guntu.

"È vero che come modello di business potrebbe sembrare insolito", dice Akio Jo, il presidente di Setouchi Cruise, che è responsabile delle operazioni commerciali. Un uomo di spedizione di carriera che proviene dal lato commerciale, Jo è entrato a far parte nel gennaio 2017, lo stesso mese in cui Guntu è stato lanciato dal pittoresco cantiere navale di Tsuneishi nella prefettura di Hiroshima. "È una barca molto insolita", dice. "Non c'è niente di simile in Giappone. Qui non c'è stato solo questo tipo di nave da crociera fluviale. "Il team ha studiato i servizi di navigazione in barca in tutto il mondo, dal Mekong a Kyoto, per perfezionare l'idea di ciò che volevano creare.

Guntu - pronunciato "gantsu", una parola dialettale locale per un granchio blu - ha iniziato a correre in ottobre, accogliendo passeggeri esigenti che pagano più di 400.000 ¥ (€ 2.990) a notte per avere la possibilità di planare lungo il Seto Naikai (noto anche come Setouchi o Seto Inland Sea), una parte affascinante del Giappone con acque blu e piccoli isolotti verdi. Una volta a bordo, i passeggeri godono di ampi ma accoglienti cuccette in legno, bagni di cedro su terrazze all'aperto, un centro benessere a bordo e la cucina supervisionata dal ristorante stellato Shigeyoshi. La barca ha anche il suo maestro del tè, Akihiro Nakamura, che lavorava in un tempio buddista, ma che ora rende gli ospiti perfetti matcha fritti e rakugan tradizionali, i dolci di zucchero duro che accompagnano il tè verde. La promozione dei prodotti nativi è sottile ma pervasiva: il bar serve cocktail a base di agrumi Setouchi, mentre l'elegante bancarella di souvenir vende il tè Hiroshima e una carta da lettere tinta indaco; il bancone del sushi serve pesce appena pescato servito con una spruzzata di agrumi kabosu e le vesti yukata nelle camere provengono dalla vicina Tokushima.

Ci sono sei percorsi - che si estendono da Hinase a Okayama, a est, a Yanai nella prefettura di Yamaguchi ad ovest - ei viaggiatori che non conoscono l'area saranno sorpresi dalla sua bellezza balsamica. Il primo ufficiale Goro Nishina, che ha trascorso 17 anni lavorando su una nave da crociera che viaggia ovunque dall'Alaska ai Caraibi, ricorda di aver appreso il piano di Setouchi: "Volevo davvero unirmi - Sono stato tutto finito ma questo è uno dei posti più belli nel mondo."

Il capitano, Hirofumi Ochi, ha 20 anni di esperienza lavorando su rimorchiatori. Dice che sebbene il Mare Interno sia riparato, presenta delle sfide: "Le correnti possono essere difficili qui, veloci e poi lente. E ci sono alcuni tratti stretti che le barche normali non possono navigare. "Guntu dovette passare un periodo di test prima che il Ministero di Terra, Infrastrutture, Trasporti e Turismo potesse dargli il via libera. Fortunatamente la nave da 3.013 tonnellate, che corre ad una velocità di 10 nodi, è passata a pieni voti.

"Era un progetto da sogno", dice il designer della barca, l'architetto Yasushi Horibe, che ha costruito 80 case durante la sua carriera ed è rinomato per la sua esperienza nell'uso del legno. Che non avesse mai costruito una barca prima rendeva l'intera impresa ancora più intrigante. "Sono sempre stato ossessionato dai trasporti", dice. Il team di Tsuneishi sapeva come realizzare l'idea di Horibe e il prodotto finale si è rivelato notevolmente simile agli schizzi originali di Horibe.

Le camere da letto sono grandi: 50 mq per le camere standard e 90 mq per la suite Guntu situata sopra il ponte. "Tutto il lavoro che ho svolto sui progetti residenziali mi ha aiutato con le dimensioni - come rendere accogliente una stanza grande", afferma Horibe. "Uno degli ospiti ha detto che tornare sulla barca era come tornare a casa, ed era esattamente quello che volevo ottenere. Mi ero chiesto se il design fosse troppo semplice ma, una volta trascorso un paio di notti in barca, mi sono reso conto che l'impostazione cambia continuamente, il che cambia tutto il resto. Il mare interno di Seto ha superato le mie aspettative. Le persone spendono una fortuna con le tariffe aeree - in questo modo possono saltare la tariffa e vedere qualcosa che potrebbero non aver mai visto in Giappone. "

Spazi di lavoro accoglienti

a cura di Maria Grazia Rezzini

Facendo un passo fuori in un cortile piastrellato che separa il duomo dai silos, Vergano spiega che gran parte della struttura originale della fabbrica è stata fatta esplodere per fare spazio ai giardini e per svuotare i silos, che erano pieni di cemento. Questi spazi circolari sono stati riproposti in diversi piani di accoglienti uffici imbiancati, illuminati da sottili finestre in stile gotico.

Oggi circa 60 architetti e designer lavorano qui, gestendo progetti internazionali come un campus universitario in Marocco, alloggi a Tbilisi e un grande masterplan per un quartiere eco-compatibile a Pechino. Bofill ora ha circa 1.000 disegni per il suo nome e ha costruito più di 300 progetti. Nonostante la sua età, non mostra alcun segno di rallentamento.

Per mantenere le cose fresche e le idee fluide, i team si mescolano per ogni nuovo progetto e gli architetti sono incoraggiati a spostarsi nelle varie parti dell'edificio per tutto il giorno, sia che si tratti di un brainstorming nell'uliveto, di un workshop nella Cattedrale o di un caffè rompere le scale a spirale nei silos. A differenza della maggior parte degli uffici ci sono poche stanze private - ed è apposta. "Ciò che è veramente importante è che non ci sono cubicoli e gli incontri si svolgono nel centro dell'ufficio dove tutti possono ascoltare, partecipare e sapere cosa sta succedendo", dice l'architetto senior Gabor Somssich, mentre impila i piani architettonici per Pechino sulla scrivania di il suo ufficio ovale. "Non si isola mai."