



L'iniziativa

“La nostra casa è in fiamme”, il libro di Greta Thunberg da domani in edicola per i lettori di Repubblica

Caso Cucchi la svolta

Sulla morte di Stefano lettera del generale Nistri alla famiglia
“Arma parte civile contro i carabinieri”. La sorella Ilaria: meno sola

Carlo Bonini

Una lettera di quattro pagine su carta intestata “Il Comandante Generale dell’Arma dei Carabinieri”, a inchiostro stilografico e dalla calligrafia rotonda, consegnata a mano la mattina di lunedì 11 marzo a Ilaria Cucchi, spinge la storia della morte del fratello Stefano, le sue conseguenze, oltre un confine che, in nove anni, non era ancora stato superato. Il generale Giovanni Nistri torna infatti a inginocchiarsi di fronte al dolore di Ilaria e a quello dei suoi genitori affidandosi non più soltanto al valore simbolico di un gesto e di parole che condividono un lutto. Ma assumendo un impegno destinato a modificare significativamente il contesto dei due processi che vedono imputati e indagati militari, ufficiali e generali dell’Arma per l’omicidio di Stefano e per il depistaggio nella ricerca delle sue responsabilità. Nistri si impegna con Ilaria e la famiglia Cucchi non solo a procedere disciplinarmente nei confronti degli autori del pestaggio e delle calunnie (i cinque carabinieri attualmente a giudizio nel processo in Corte di Assise), ma a muovere con ulteriori iniziative nel procedimento a carico di quegli otto ufficiali che hanno trafficato nel tempo per coprire la verità.

continua alle pagine 2 e 3 >

Il leader della Lega: è nel contratto



Verona, il vicepremier Matteo Salvini a Vinitaly

ANSA/MAURILIO BOLDRINI

Di Maio dà lo stop a Salvini “No alla flat tax per i ricchi”

Mappe

I leghisti non sono più “padani”
Ora tre su dieci si sentono prima di tutto italiani

ILVO DIAMANTI, pagina 8

Nuovo scontro tra Lega e Cinquestelle sulla flat tax. «Va inserita nel Def, rispettate il contratto» è l’avviso lanciato dal palco del Vinitaly, a Verona, da Salvini agli alleati di governo e al ministro Tria. Ma da Di Maio, ospite in tv a *Che tempo che fa*, arriva lo stop: «Deve entrare nel Def, ma no se aiuta i ricchi. Deve esserci una minima progressività che aiuta il ceto medio».

AMATO, CUZZOCREA, e GIOVARA
pagine 10 e 11

Il racconto del nostro inviato



Soldati dell’esercito nazionale libico in marcia verso Tripoli

REUTERS

Tripoli Nella città sotto assedio

Vincenzo Nigro

Tripoli è stanca, svuotata, sfibrata. La giostra della guerra messa in piedi dalla rivoluzione del 2011 è ripartita. È come una grande macchina fantasma. Nella notte all’improvviso si rimette in moto, ossessiva e incomprensibile. La guerra prima è lontana, poi si avvicina, poi torna ancora lontana. Ieri atterrando all’aeroporto di Mitiga era lontana: l’aereo mezzo vuoto, i saloni deserti, le guardie furbe e astute come sempre, ma distratte. La città appare rallentata.

pagine 6 e 7

con un servizio di ZININI

L’analisi

BENVENUTI
NEL MONDO
POST-AMERICA

Federico Rampini

La situazione della sicurezza in Libia diventa sempre più complessa e imprevedibile», dichiara il generale Thomas Waldhauser, capo dello United States Africa Command. Conseguenza? Gli Stati Uniti ritirano il loro minuscolo contingente militare, già evacuato via mare domenica mattina.

pagina 27

Il film

Le donne invisibili che sanno ancora ridere

Natalia Aspesi

Chantal ripara tutto, dalla lavatrice allo scooter agli apparecchi elettronici: ai colloqui di lavoro però non resiste e lo dice con una certa fierezza: «Ho imparato in prigione, ho ucciso mio marito che mi picchiava». Ha 70 anni, prima di perdersi si chiamava Adolpha van Meerhaeghe: dopo il carcere ha vissuto alla giornata, dormiva in una tendopoli illegale di *homeless*. Si è salvata perché ha scritto la storia della sua vita e ha avuto un suo piccolo successo. È forte, ironica, serena, vera, e reinterpreta il suo passato in *Le invisibili*, il film campione di incassi in Francia.

pagina 30

IL NUOVO LIBRO DI

PAOLO MIELI LAMP SULLA STORIA

INTRECCI TRA
PASSATO E PRESENTE

Rizzoli

6 EDIZIONI

www.rizzoli.eu
/RizzoliLibri
@RizzoliLibri

Impresa nel ciclismo

Bettiol, da gregario a leone delle Fiandre

Cosimo Cito
Maurizio Crosetti

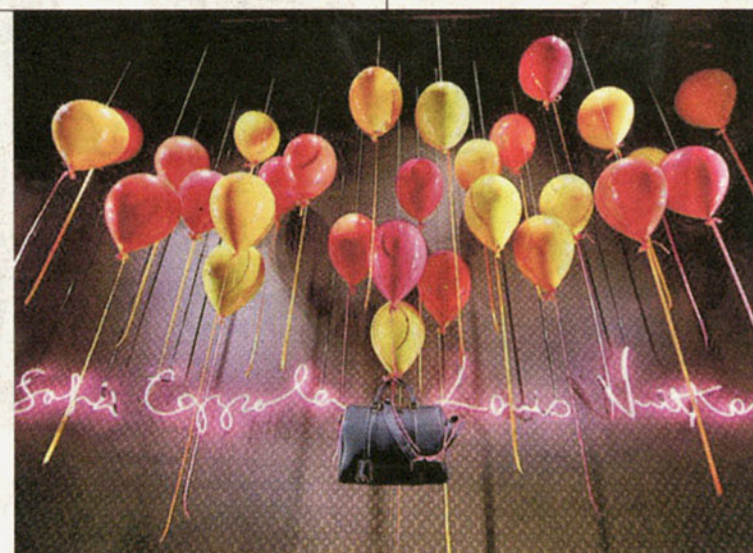
Sono stati i 14 km più lunghi della mia vita, ma non mi sono voltato». Così a 25 anni Alberto Bettiol da Castelfiorentino ha trionfato nel Giro delle Fiandre. È la sua prima vittoria da professionista.



nello sport Alberto Bettiol, 25 anni

Prezzi di vendita all'estero:
Austria, Germania € 2,20 - Belgio, Francia, isole Canarie, Lussemburgo, Monaco P., Grecia, Malta, Olanda, Slovenia € 2,50 - Croazia KN 19 - Regno Unito GBP 2,20 - Svizzera CHF 3,50





Sperimentazioni
In alto, un'opera di Sofia Coppola per Louis Vuitton. Sopra, l'Opificio Golinelli, un museo-laboratorio nato a Bologna nel 2015



Cos'è il lusso? Il significato sfugge e tentenna, nonostante il settore cresca a dismisura (fino al 5 per cento nel 2018). La parola appare obsoleta, ambigua, inflazionata nelle sue mille declinazioni. Luxury apartment, luxury shampoo, luxury toilet paper. Oggi come ieri, alla corte di principi e cardinali, il lusso va a braccetto con l'arte. «Il denaro, come il potere, ama da sempre circondarsi di cose belle», spiega lo storico dell'arte Flavio Caroli. «Se questo non accade, è un potere di poco conto». Il lusso oggi non ci appare più solo esclusivo, scenografico, aristocratico, costoso, appariscente, eccessivo. Si parla di meta-lusso, di lusso radicale, di lusso transitorio, di lusso minimal, ecologico ed etico, tutte parole in sintonia con le avanguardie culturali, più affini alle nuove generazioni e a conoscitori raffinati che non amano apparire. «È più vicino a un verbo che a un sostantivo», ne sintetizza la fluidità con efficacia una giovane gallerista londinese di tendenza come Hannah Barry. «È una certezza che, nei mercati più avanzati, oltre al prodotto, si aspira all'esperienza», conferma Federica Carlotto, sociologa della moda alla guida di Art of Luxury, neonato corso sul tema, concepito dal Sotheby's Institute a Londra. «In una borsa, un tavolo o un orologio, si vende anche il mondo che il

brand rappresenta, un deposito di significati e di aspirazioni. Questo amplifica il ruolo dell'arte ma anche la responsabilità del marchio. Lo dimostra l'episodio di Dolce & Gabbana qualche mese fa. Sottovalutate le differenze culturali con la Cina, rischiava di perdere un intero mercato. In un momento di crisi, il lusso appare anche distante e nemico, caricato del costo dell'ostentazione». In un'epoca di valori fluidi, i brand che ci accompagnano diventano portatori di valori. Per questo si toccano corde come sostenibilità, responsabilità sociale e arte, ancora meglio se contemporanea, più vicina allo spirito del tempo e a nuove generazioni di consumatori. «Se non ami la cultura di un brand, non amerai nemmeno i suoi prodotti», è lo slogan di un guru come Ian Rogers, alla guida dell'universo digitale di LVMH, gruppo a cui fanno capo 70 brand del lusso, tra cui Louis Vuitton. «L'arte serve a distinguersi, ma è necessaria l'autenticità. Si fa a gara a fare da sponsor di eventi. Ma ci sono differenze tra chi usa l'arte solo per apparire e chi la promuove. La Fondazione Prada, ad esempio, dà impulso a una città intera puntando su una zona da sviluppare». E allo stesso tempo il brand si rafforza. «Ci sono molte analogie con il passato», spiega Philippe Daverio. «I brand del lusso hanno capito il meccanismo eccellente dell'arte come comunicazione. Questo li rende forti, ma anche fragili. Un tempo il committente faceva a modo

Collaborazioni Re e signori chiamavano gli artisti a lavorare per otterne fama. I grandi brand lo fanno per raccontarsi con la sensibilità di autori prestigiosi. E, certo, perché fa bene agli affari. Un fenomeno in cui ci guadagnano tutti

Il lusso sceglie l'arte Il successo della strana coppia

CRISTIANA CAMPANINI

suo. Il Cardinal del Monte, ad esempio, puntava a Caravaggio. Oggi i brand del lusso sono costretti a inseguire il consenso. La posizione potrebbe essere psicologicamente conformista. L'esperienza nelle fondazioni diventa indissolubile dal marchio, come emerge da uno studio di Alessia Grassi, ricercatrice di fashion marketing all'Università di Huddersfield. «Perché va in profondità, trasforma l'individuo. E i risultati sono

straordinari se pensiamo che Fondation Louis Vuitton è già il terzo museo più visitato di Parigi». Se le relazioni tra arte e lusso nella moda sono di lungo corso, anche il design si difende. «Lo spirito del lusso si è liberato dagli stereotipi», racconta l'architetto e curatore Marco Rainò, anima di vari progetti ai confini con l'arte. «Le materie a cui attingono oggi i designer sono spesso inaspettate, grezze, non preziose, come il cemento oppure prodotti di sintesi, da

scarti e ricicli». Rainò stesso ha lavorato al *Decalogo*, libro pubblicato per i 15 anni di Visionnaire, un'azienda di arredi di alta gamma che sceglie di far interpretare i suoi valori a un artista e fotografo, Delfino Sisto Legnani, con una serie d'immagini tutt'altro che rassicuranti (vedi articolo accanto). Tra nuovi mecenati, missioni a sfondo sociale e ambientale, il lusso è diventato un (lucrosissimo) paradosso etico.



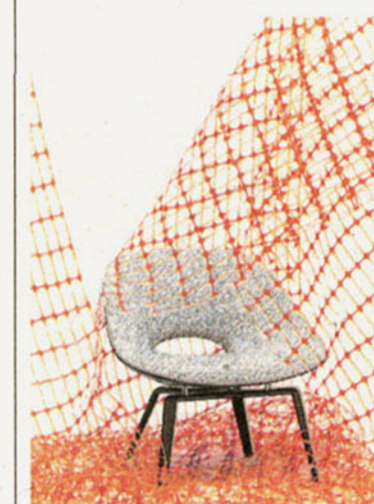
Spazi ibridi

Al centro pagina, un'opera dell'artista britannico Damien Hirst alla Torre di Prada a Milano. Sopra, lo spazio polifunzionale Mast (Manifattura di arti, sperimentazione e tecnologia) a Bologna

Aspettando il Salone del mobile, un libro con immagini di Sisto Legnani

Anniversario d'autore per i 15 anni di Visionnaire

Una coperta termica stropicciata. Avvolge una consolle, ma la rende appena riconoscibile. È uno dei prodotti Visionnaire reinterpretati da Delfino Sisto Legnani per il *Decalogo*, il libro che racchiude valori e storie di un doppio anniversario: i 15 anni di Visionnaire e i 60 anni di IPE, l'azienda storica nel bolognese che ha creato il brand nel 2004, tra le 12 presenti a tutte le 58 edizioni del Salone del mobile. «Un libro che rappresenta i valori dell'azienda», spiega il direttore artistico, Eleonore Cavalli, «parla di migranti e senza tetto». Il lusso confortante affonda qui in materiali poveri e precari, come un materasso di quelli usati dai senza tetto per dormire in strada. «Sarebbe stato più facile fare un libro sulla storia avventurosa dell'azienda: IPE è stata dal 1959 la prima a ingegnerizzare il poliuretano espanso nell'industria dell'arredo e degli imbottiti, traghettando la tecnologia dal mondo delle auto. Ma da quando è nato Visionnaire, il nostro obiettivo è superare i confini tra design e arte, ma anche letteratura e cinema». Un rapporto di lungo corso, dalle mostre durante Artefiera nel flagship store bolognese (una chiesa seicentesca sconsacrata) alla galleria d'arte Wunderkammer nella sede milanese, in piazza Cavour, in un ex cinema. «Volevamo ispirare chi lavora con noi e ci sceglie. Arrediamo case per i più ricchi del mondo: il libro è un modo per fare un viaggio con loro fra valori e prodotti. Ma oltre a celebrare il passato, guardiamo al futuro». A questo Salone del mobile si presentano 80 nuovi progetti, oltre alla mostra di Legnani (fino al 12 luglio). «L'azienda produce più di tremila articoli su tutto il territorio italiano tranne il tappeto che arriva dall'oriente. Ma inseguiamo l'idea di un lusso low impact anche nelle nostre lavorazioni. La terra ci dà pietre, legno e pelli, è una fonte inesauribile d'ispirazione da preservare, coerente con il concetto di lusso etico in una catena dei valori a 360 gradi». Al Salone fa capolino, ad esempio, la prima capsule collection di oggetti tra arte e design, firmati da giovani come Stories of Italy, Zanellato/Bortotto e Marta Giardini. Sono accessori, vasi e centro tavola, pezzi unici che Sara Ricciardi, ad esempio, ha fatto germogliare dagli scarti della lavorazione del vetro. «Oltre a legni pregiati e marmi ci affascinano anche nuove lavorazioni. L'ideazione diventa più preziosa del materiale stesso, non più solo esclusivo». C'è un cemento bianco spaltolato con pagliuzze di ottone come top per un tavolo da esterni. «Ne abbiamo trovati sacchi interi, sono semplici residui di lavorazione». L'effetto del nuovo lusso? «Come un cielo stellato a giorno». - c.c.



Forme di casa
Dall'alto, alcuni arredi di Visionnaire: Beauty Desk King's Cross, scrivania di Mauro Lipparini; La lampada da tavolo Alpha, progettata da Giuseppe Viganò e la poltrona Camden, ancora di Lipparini



Dieci idee illustrate

La copertina di *Decalogo*, libro in duemila esemplari per festeggiare i 15 anni del brand Visionnaire. Curato da Marco Rainò e Barbara Brondi, è illustrato da venti fotografie di Delfino Sisto Legnani (in alto, due scatti). L'artista ne reinterpreta gli oggetti in relazione a dieci valori in cui il brand si riconosce

