

Milano, Via Solferino 28 - Tel. 02 62821
Roma, Via Campania 50 - C - Tel. 06 682821

FONDATO NEL 1876

Servizio Clienti - Tel. 02 6282100
mail: servizioclienti@corriere.it



Gli anticipi
Ronaldo e Higuain
Sfida a distanza
di **Carlos Passerini** e **Paolo Tomaselli**
a pagina 53



Domani in edicola
La lunga notte di Laura:
diventa protagonista
del romanzo a staffetta
di **Teresa Ciabatti**
nel supplemento



Noi e Bruxelles
I POPULISTI
SENZA PIU'
COMPLESSI
di **Federico Fubini**

Quando tre anni fa gli elettori in Polonia affidarono ai nazional-populisti di Legge e giustizia la maggioranza più netta mai vista dal 1989, Adam Michnik commentò: «A volte una bella donna perde la testa e va a letto con un bastardo». Da giovane Michnik aveva affrontato le carceri del regime, pur di conservare viva per la società polacca la speranza di un futuro europeo e di una società aperta. Invece quella, una volta libera, si era buttata fra le braccia di un provinciale bigotto, aggressivo e strafottente. Oltretutto non per un'avventura passeggera, ma per lo meno per una lunga convivenza.

Tutto questo con l'Italia non ha niente a che fare, non fosse che Michnik e le tradizionali élite europeiste del nostro Paese oggi sembrano accomunate da un'ironia della storia. Si sentono vittime di un intoppo lungo una strada che pensavano già segnata e senza alternative. In fondo va sempre così. I sovrani tedeschi nel 1791 si riunirono nel castello di Pillnitz in Prussia, racconta Tocqueville, e determinarono che la rivoluzione francese era «un incidente locale e passeggero». E quando i bolscevichi presero il potere nel 1917, milioni di russi bianchi si trasferirono all'estero ma evitarono per anni di disfare le valigie. Contavano che le politiche economiche del leninismo avrebbero presto fatto crollare il nuovo regime e loro sarebbero tornati a casa.

continua a pagina 30

Migranti Il procuratore interroga i funzionari del Viminale. Salvini: c'è un torturatore? Senta me
Alta tensione con l'Europa
Moavero si smarca, governo diviso. Muro della Ue. Conte: reagiremo

LA STRATEGIA DEL PREMIER

La carta del veto sui conti

di **Alessandro Trocino**

Veto sul bilancio Ue che si vota all'unanimità: questa la strategia del premier Giuseppe Conte.

a pagina 3

SU TRAPANI INTERVENNE, E ADESSO?

La nuova linea del Colle

di **Marzio Breda**

Stessa nave, la Diciotti, ma un porto diverso. Allora era Trapani, oggi è Catania. Allora Mattarella scese in campo, questa volta sceglie il silenzio. Segnale chiaro.

a pagina 5

GIANNELLI



Nessun accordo tra Roma e Bruxelles sui migranti della Diciotti. L'Unione Europea fa muro. «Ancora una volta misuriamo la disonestà, che trascolora in ipocrisia, tra parole e fatti. Ne trarremo le conseguenze» replica il presidente del Consiglio, Giuseppe Conte. E il ministro del Lavoro Luigi Di Maio avverte: «Pronti a non pagare i contributi all'Europa». Intanto il procuratore di Agrigento Luigi Patronaggio sarà a Roma, oggi, per sentire alcuni funzionari del ministero dell'Interno per l'inchiesta sui migranti. «C'è un torturatore? Sentite me», risponde il responsabile del Viminale Matteo Salvini.

LA BANCA CENTRALE USA

Powell parte citando Draghi
E sui tassi
resiste a Trump

di **Massimo Gaggi**

«I havever it takes» «tutto il necessario», il presidente della Fed, Jerome Powell, prende a prestito la «formula magica» di Mario Draghi per riaffermare l'indipendenza della Banca centrale Usa e non cede a Trump sul costo del denaro.

a pagina 13

SCANDALI E INDAGINI

Ora il re del gossip
spaventa Donald

di **Marilisa Palumbo**

a pagina 15

Il ballerino «i miei due anni al Bolshoi tra passione e coraggio»



La prima ballerina del Bolshoi, Evgenia Obraztsova, 34 anni, con l'italiano Jacopo Tissi, 23, che dopo due anni a Mosca ritornerà alla Scala

Il ritorno da favola
di Tissi alla Scala

di **Valeria Crippa**

Il ritorno a casa. Dopo due anni al Bolshoi di Mosca, la star italiana Jacopo Tissi lascia la Russia per esibirsi in Italia, alla Scala di Milano. «Sarà una fortissima emozione ballare di nuovo nel teatro dove sono cresciuto — ha detto il solista originario di Pavia —, due anni a Mosca valgono come dieci, oggi sono un altro».

a pagina 49

IL PIANO

«Caduta guidata»
Così sarà demolito
il ponte di Genova

di **Giusi Fasano**

«Collaso accompagnato». Ecco come sarà abbattuto il ponte Morandi di Genova. Giovedì sera si sono riuniti i tecnici per definire il piano di abbattimento che dovrà essere presentato entro la fine della prossima settimana. La società Autostrade ha chiesto aiuto alle maggiori aziende italiane specializzate nella demolizione di grandi opere. Quel che resta del ponte dovrà crollare, «assistito» da cariche di dinamite che lo faranno atterrare esattamente dove e come stabiliranno gli esperti. Verranno per forza sacrificate alcune case. Le modalità di abbattimento saranno diverse da un punto all'altro della città.

a pagina 11

IL TECNICO LICENZIATO DAL MINISTERO

«Scaricabarile su di me»

di **Andrea Pasqualetto**

a pagina 13

LIBRI CORSARI
piccole storie fuori rotta

SOLFERINO

IL CAFFÈ
di **Massimo Gramellini**

Che noia quelle domeniche tristi dell'adolescenza in cui le partite cominciavano tutte alla stessa ora e c'era un solo modo di seguirle in diretta, la radiolina, appesi alle voci di Ameri, Ciotti e Bortoluzzi. Oggi ho il televisore rotto e nel pomeriggio andrò a godermi Juventus-Lazio a casa di un mio conoscente che è abbonato a Sky, ma non a Dazn. Così per Napoli-Milan mi trasferirò a cena da un caro amico che ha Dazn, però anche il wi-fi più lento del mondo: sul suo computer è appena cominciato il secondo tempo della partita di sabato scorso. Forse ho cambiato idea. Andrò da mio cugino, che ha Dazn e, possedendo un decoder di Sky, si ostina a volere vedere la partita di Dazn sul televisore, ma non riesce a vedere nulla perché per poterlo fare

Scusa Ameri

dovrebbe comprare il nuovo decoder Sky Q, sfornato per l'occasione. A pensarci bene, non so ancora dove vedrò Napoli-Milan, né se la vedrò. Eppure la pubblicità mi ha spiegato che da quest'anno il sistema è cambiato in meglio e non può essere che così. Fino all'anno scorso pagavo una cifra per vedere soltanto tutte e dieci le partite di campionato. Adesso, pagando la stessa cifra, ne posso vedere ben sette. Per le tre rimanenti, tra cui per fortuna la più importante, ho l'opportunità straordinaria di sborsare altri soldi. E sono iniziative come questa che favoriscono la crescita del Paese. Mi sa che domani sera opto per la decrescita felice e ascolto Inter-Torino alla radio.

HERNO

80825
9 771120 438203

L'idea
La décolleté in Pvc ha il bordo in visone



La décolleté bordeaux in Pvc ha il bordo in visone. La francesina bianca e nera con il cinturino è decorata con una camelia. La passione dell'estate 2018, però, è la diabatta da piscina ispirata alla Adidas degli Anni 90 ribattezzata «Adi». Emanuela Menghi è stata tra le prime a intuire il lato chic della gomma. La sua azienda a Loreto, nelle Marche, oggi produce 8-9 mila di paia di accessori in Pvc e Tpu (poliuretano). «Il 70/80 per cento della

nostra produzione è per conto delle grandi griffe internazionali, ma dieci anni fa, sull'onda del successo del settore, abbiamo deciso di creare il nostro brand, Menghi». Nell'azienda dove lavorano 250 persone, «poi c'è tutto l'indotto» si sta lavorando ai nuovi modelli della primavera estate 2019 che saranno presentati al Micam di Milano (16/19 settembre). Il pezzo più pop è il sandalo in gomma con la tomaia a forma di

farfalla colorata. «Quando siamo partiti con il mio compagno non avevamo una lira. L'azienda è cresciuta tantissimo, fatturato 2017: 41 milioni di euro», ricorda la manager, amministratore unico della sua azienda. «Il successo? Un po' ce lo siamo guadagnati con la dedizione. Sono una donna che crede nel rispetto per gli operai e per i clienti». (M.T.V.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



baseball non vedeva il tradizionale capellino dei giocatori come simbolo, ma il Fedora; come del resto il modello a larghe tese rappresentava Michael Jackson; oggi brand come Palace e Supreme sono di riferimento e rapper del calibro di Travis Scott e Asap Rocky le icone fashion delle generazioni attuali.

Va aggiunto che al mix climatico non potesse che corrispondere un mix nel guardaroba. L'inverno prossimo ecco il bermuda sotto il cappotto e in testa capellino con visiera o da pescatore. A leggerci una definitiva entrata a pieno diritto del baseball hat nello stile, al pari di ciò che furono bombetta e Fedora. Del resto come racconta Terry Newman nel libro *Legendary authors and the clothes they wore*, sulla specularità tra i grandi della letteratura e i loro guardaroba, tu sei ciò che indossi e viceversa. Lo sapeva Tom Wolfe. Il giornalista e scrittore scomparso nel maggio 2018, del cappello aveva fatto una propagaggine del corpo. Bianco, come i suoi completi e rigorosamente a tesa larga. Vi si identificava. Oggi cambio di rotta. Di scena il cappellino. Prendendo a prestito il titolo del noto romanzo di Wolfe, la moda è *Il falò delle vanità*. Ma dalle ceneri, come la Fenice, rinasce sempre una nuova identità.

Gian Luca Bauziano

Variazioni

Idee dalle passerelle. A partire da quelle per l'inverno 2018. Modello con visiera o baseball per Louis Vuitton (1) e Fendi (2); quello da pescatore non manca da Prada (3), mentre la coppola con bretelle è da Brooks Brothers (4). E da Moschino (5) il basco. Intramontabile la coppola da Dolce & Gabbana (6) ma è per l'estate 2019

«Chi guida un'azienda oggi deve imparare da registi e rapper»

Varisco, amministratore delegato di TwinSet «L'immediatezza, bella lezione». L'evento di Milano

«La moda va veloce, il mondo va veloce, noi dobbiamo correre». Il processo di internalizzazione di TwinSet riparte da Milano. Il 19 settembre, in corso Vittorio Emanuele, apre la nuova boutique del brand. E non sarà una inaugurazione qualsiasi, perché dietro alle vetrine ci sarà Sfera Ebbasta, il «king del trap», primo artista italiano ad aver raggiunto ogni record di streaming su Spotify (con hit come Cupido e Tran tran). «La piazza di Milano significa il cuore di Milano e infatti abbiamo inserito il nome della città anche nel brand — spiega il ceo Alessandro Varisco —. Il negozio offrirà ancora più visibilità al marchio Made in Carpi che ha l'obiettivo di diventare globale, soprattutto se letto insieme alle due nuove aperture di Londra, a King's Road e Westfield». Nella capitale inglese è ambientata anche la nuova campagna pubblicitaria con l'obiettivo del fotografo Giampaolo Sgura che insegue le super model Georgia May Jagger e Suki Waterhouse, amiche anche nella vita. Interpretano due giovani cosmopolite, ma non nella mano, complici. Indossano cardigan con abiti fluttuanti a fiori o stampe animalier e cappello in feltro. È tornato il fenomeno delle top come negli Anni 80? «Le modelle conferiscono allure. E ora che sono anche connesse con i social (vengono scelte anche in base al numero di follower ndr) danno visibilità al marchio in modo personale e coinvolgente». I loro post valgono come o più di una campagna pubblicitaria. E poi



Georgia May Jagger e Suki Waterhouse

Suki Waterhouse è sotto i riflettori anche per il fidanzamento con Robert Pattinson. Il mondo in cambiamento implica che i manager oggi siano informati anche sulla mondanità? «Per me il nuovo amministratore delegato è una specie di regista e anche uno sceneggiatore — continua Varisco —. Deve essere connesso con il mondo. Oggi l'azienda di moda deve essere orizzontale per adattarsi alle esigenze: una piattaforma, un punto di contatto capace di ingaggiare il cliente finale in maniera esclusiva. Cadono le barriere tra negozio e online». Quanto vale oggi l'e-commerce? «Un 5 per cento del fatturato (245,8 milioni, +4% rispetto al 2016). Sono in TwinSet da tre anni e posso dire che negli ultimi quattro lo shopping online si è moltiplicato. Penso che diventerà sempre di più un veicolo di

acquisto perché serve a creare coinvolgimento diretto. Il retail fisico sarà fondamentale ma sarà integrato con l'e-commerce, il touch point dove il cliente fa il suo customer journey. Può uscire dal negozio anche senza sacchetto perché magari glielo abbiamo già consegnato a casa».

Il 25enne milanese Sfera Ebbasta ha collaborato anche alla realizzazione di una t-shirt unisex che verrà messa in vendita nelle boutique e sull'e-commerce. Perché un rapper? «In passato abbiamo fatto cortometraggi per comunicare che l'abbigliamento non è solo fine a se stesso, ma una seconda pelle che, se non risolve i problemi, almeno ti coccola. In questo momento la musica ci sta insegnando che è in atto un grande cambiamento. I rapper hanno fatto dell'immediatezza un fenomeno naturale e penso che anche per la moda sia arrivato il momento di essere diretta. Il cliente deve ingaggiarlo, scoprire i suoi gusti osservandolo sui social».

Come viene percepito il brand all'estero? «Oggi non c'è più un solo stile, ce ne sono tanti, ognuno deve creare il proprio. Essendo TwinSet Milano fatto di sovrapposizioni, il famoso mix and match, veste anche donne generose nelle proporzioni; rappresento un brand democratico al servizio dello stile personale. Essendo nato nella maglieria è accogliente e caldo, crea community, è inclusivo. Mi piace pensarlo come un brand con una visione olistica e l'estero lo percepisce».

Maria Teresa Veneziani

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'autunno è pop: cuori rossi e minigonna in vinile

Simonetta Ravizza: «Sedurre è un gioco». Colli e polsi in pelliccia (staccabili) per giocare alla diva

La cartomanzia classica attribuisce alla donna di cuore un'immagine forte all'interno della società. Si tratti di una ragazza, di una madre o una nonna. Simonetta Ravizza riparte dal cuore per dare un'impronta pop, «forte e dolce», alla sua collezione autunno inverno. «È il cuore vivo che batte al tempo delle sfide e delle gioie», spiega la designer di ritorno dalla vacanza in montagna. Il cuore, sempre rosso, con la sua nuova forma un po' imperfetta, così come si crea all'improvviso sulle storie di Instagram, è intarsiato direttamente sulle pellicce e sulla Furrissima



Chi è
Simonetta Ravizza affianca il padre Giuliano nell'atelier Annabella. Negli Anni 90 lancia il suo brand di total look

bag, la borsa iconica che ha introdotto la designer in nuovi mercati, americano e coreano, esposta nelle vetrine dei più importanti concept store. Oppure si trasforma nelle tasche applicate delle giacchine a scatola e dei giubbottini pop in tessuto maschile, dallo chevron grigio al maxy pied de poule bianco e rosa, molto Barbie style.

È c'è anche il cuore charmsportafortuna, in visone rosso, da appendere non alla borsa ma al polsino della camicia maschile in popelin coccante, perfetta sotto i cappotti dalla linea allungata in Principe di Galles. Simonetta non ha

paura dei colori forti. Con le tinte fluo, dal giallo al blu Cina fino al fucsia, riscopre un'anima più teen e femminile della pelliccia «sempre realizzata nel rispetto delle convenzioni internazionali, utilizzando anche pelli di provenienza alimentare», sottolinea l'imprenditrice.

Il concetto di lusso è cambiato, la pelliccia si fa dolce e giovane, fino a diventare dettaglio sbarazzino per bordi delle maniche dei blouson o dei giubbini in denim, uno dei pezzi forti dell'autunno. Il tocco caldo e prezioso rinnova anche i cappottoni maschili in chevron, un po' diva Anni 50:



Dettagli
Bordature e applicazioni in pelliccia (rosso vermiglio o a tinte fluo, dal giallo al blu Cina fino al fucsia) sono il tocco sbarazzino delle nuove giacche e dei cappotti maschili

il collo in pelliccia bianco o colorato si toglie e si mette a seconda dell'umore o dell'uso. Le modelle hanno sfilato su tacchi alti in ponyskin maculato: «Stanno a dire che sedurre è un gioco», osserva Simonetta Ravizza. Il pezzo forte dell'autunno inverno? «La minigonna in vinile nero, anche bordata in visone colorato. Nessun vincolo di età. Io ho compiuto 60 anni e con una calza nera pesante la indosso con disinvoltura. Abbinata a una scarpa bassa, uno stivale o una sneaker, per renderla disinvoltata».

M.T.V.

© RIPRODUZIONE RISERVATA