

Il Sole 24 ORE

Fondato nel 1865
 Quotidiano Politico Economico Finanziario Normativo

Gabriele
 Muccino
 Regista

A tu per tu
Gabriele Muccino
 I miei cinquantenni
 egoisti
 e le cose
 che il successo
 non sa dire

di **Cristina Battocchetti**
 — a pagina 11



Domenica

CLASSICI
MACHIAVELLI
 RISPONDE
 PRESENTE

di **Gabriele Pedullà**
 — a pagina 1



ARTE E SOCIETÀ/1
DESIGN ALFIERE DEL MADE IN ITALY

di **Marco Sammicelli** — a pagina XIII

ARTE E SOCIETÀ/2
LA BIENNALE SENZA GLI ITALIANI

di **Gian Maria Tosatti** — a pagina XIII

Arredo Design 24

Viaggi e stile
 Orient Express,
 sguardo al futuro

di **Paola Dezza**
 — a pagina 23



Lunedì

L'esperto risponde
 Condominio, norme
 per i lavori ai balconi

— Domani con Il Sole 24 Ore

Attacco all'Iran, «Morto Khamenei» Rischio rincari per gas e petrolio

Medio Oriente in guerra

Netanyahu annuncia la
 morte della Guida suprema
 Ma Teheran smentisce

L'Iran attacca Bahrein,
 Kuwait e Qatar. Missili
 anche sull'Arabia Saudita

I Pasdaran minacciano
 la chiusura dello strategico
 stretto di Hormuz

Gionata di fuoco in Medio Oriente.
 Ieri mattina, poco dopo le 6 italiane,
 le Forze armate Usa e israeliane
 hanno bombardato l'Iran. Colpita la
 capitale Teheran e altre cinque cit-
 tà. Immediata la reazione iraniana:
 missili su Bahrein, Kuwait, Arabia
 Saudita, Israele. I Pasdaran minac-
 ciano di chiudere lo stretto di Hor-
 muz, dove transita il 20% del petrolio
 mondiale. Inserati i media israeliani
 hanno annunciato la morte di
 Ali Khamenei, guida suprema dell'Iran.

— Servizio a pagina 2-8



IL DISCORSO AL MONDO DEL PRESIDENTE AMERICANO
Trump al popolo iraniano: prendete in mano il vostro destino

Luca Veronesi — a pag. 3

L'attacco. Ieri sera l'annuncio dei media israeliani: «Morto Ali Khamenei», guida suprema dell'Iran

EFFETTO TRUMP

L'ELEFANTE
 NELLA
 CRISTALLERIA
 MONDIALE

di **Sergio Fabbrini**

Tocca ora all'Iran. Con l'aiuto del governo israeliano, Trump ha deciso di "annihilare" l'Iran perché non ha fermato i suoi progetti nucleari, progetti che pure aveva detto di aver "annihilato" nel giugno del 2025. Come nel caso del Venezuela il 3 gennaio scorso, Trump interviene unilateralmente, senza curarsi di avere il sostegno delle Nazioni Unite o di una qualche coalizione internazionale. Ma, soprattutto, di cosa succederà dopo. A Teheran vi è una delle più crudeli dittature al mondo. Una teocrazia che ha ucciso, qualche settimana fa, più di 30 mila persone che protestavano contro il carovita, proteste che erano seguite da altre, come quelle per la difesa della dignità delle donne, anch'esse repressi nel sangue. Anche il Venezuela era (e continua ad essere) un regime dittatoriale, dove gli oppositori del dittatore Maduro venivano uccisi o fatti morire in carcere.

— Continua a pagina 12

LA STRAGE

Fonti iraniane:
 almeno 85 morti
 nella scuola
 femminile
 bombardata
 nel sud dell'Iran

— Servizio a pag. 4

PETROLIO E MATERIE PRIME

IL PERICOLO
 DI UNO SHOCK
 ENERGETICO

di **Davide Tabarelli**

Tra aspettato la chiusura dei mercati prima di attaccare l'Iran, perché i prezzi del petrolio e quelli del gas potrebbero schizzare nei prossimi giorni.

— a pagina 5



Il presidente americano, Donald Trump, annuncia l'attacco all'Iran

AREA INSTABILE

UNA ESCALATION
 A COMBUSTIONE
 LENTA

di **Giuliano Noci**

Il Medio Oriente è un deposito di benzina in piena estate. E qualcuno ha appena deciso di accendere un fiammifero convinto di poterlo spegnere soffiando.

— a pagina 3

LE MOSSE DI ISRAELE

CONFLITTO
 CON OBIETTIVI
 INCERTI

di **Ugo Tramballi**

Dopo il sanguinoso attacco del 7 ottobre 2023, Netanyahu aveva scatenato la guerra su Gaza, indicando un obiettivo irraggiungibile: sradicare Hamas dalla Striscia.

MACROECONOMIA

100 ANNI DI DAZI
 E IL MITO DEL
 PROTEZIONISMO

di **Marcello Minenna**

Nel 2025 gli Stati Uniti riportano i dazi a livelli che sembravano appartenere a un'altra epoca. Il saldo commerciale, però, resta immobile. Al di là della retorica, è il caso di interrogarsi sul reale potere delle tariffe nell'economia americana contemporanea. L'analisi di oltre centotrent'anni di dati su tariffe e saldo commerciale non restituisce una relazione lineare né una correlazione durevole. Mostra che i dazi funzionano solo entro un determinato assetto macroeconomico e perdono efficacia quando quell'assetto muta.

— Continua a pagina 17

CRISI INDUSTRIALI

Ex Ilva, il fondo americano
 Flacks chiede
 lo scudo penale

Domenico Palmiotti — a pag. 16

CONTENZIOSO

Fisco zavorra
 in Cassazione
 sotto la spinta
 delle nuove liti

Cimmarusti e Parente — a pag. 9



Acquistiamo le tue 500 lire in Argento



Diamo valore alla tua storia, prima che ai tuoi preziosi.
 Ti aspettiamo dal lunedì al venerdì orario continuato 9.00 - 17.00, Sabato 9.00 - 13.00

Ambrosiano

VIA DEL BULLO 7 - MILANO
 WHATSAPP: +39 347 278 4040 TEL: +39 02 485 19 280
WWW.AMBROSIANO.MILANO.IT

6.000
 lire
 e oltre

ABBONATI SOLE 24 ORE
 Scopri le offerte
ilsole24ore.com/abbonamento
 Servizio Clienti 02.30.300.600

Imprese & Territori



Ermanno Scervino. Artigianalità e stile



Luisa Spagnoli. Classico con twist



Ferrari. Sartorialità che sorprende

Ferrari candidato a vera moda, Scervino celebra l'amore per il dettaglio

In passerella. Ferragamo convince con una collezione decisa dai geometrici, Luisa Spagnoli ripropone l'attenzione per il vestire degli anni 80 e primi 90

Angelo Flaccavento

Può apparire un controsenso, ma nella moda, ultimamente, il corpo è sovente trattato come mera astrazione, invece che come entità fisica, fatta di presenza e movimento. Per questo i designer che partono dal corpo sorprendono. È il caso di Rocco Iannone, che da Ferrari, giunto alla decima sfilata, compie il suo gesto stilistico più deciso e lontano da tentazioni automobilistiche o costruzioni robotiche per abbracciare drappaggio e una struttura morbidezza sviluppati in dialogo con armonia con il corpo. In questa prospettiva, l'abito esiste in una condizione di bilico, tra seconda pelle e protezione e il desiderio di dipingere nell'altissima evidenza. Ad autorizzarlo è il fatto che Ferrari sia un'eccezione italiana e questa forma mentis può essere applicata in qualsiasi ambito il marchio si trovi ad agire. Il risultato è all'altezza, la moda c'è, ma il pericolo di una eccessiva intellettualizzazione incombe, e porrebbe fuori dal perimetro Ferrari.

Da Ermanno Scervino non si lavora ad altro concetto che non sia il sempiterno assunto di fare bene abiti belli che donano e che valgono perché frutto di grande sapienza manuale. Può suonare old school, certamente lo è, ricordando però che sovente i classici sono quanto di più progressivo. La bellezza femminile è celebrata nel modo più condiviso, in un'equilibrio

perfetto di tailoring maschile scolpito sul busto da pince attente che creano curvature impalpabili e sotto-vesti sensuali, alcune di pelle laserata identica a delicatissimo pizzo. La collezione è riassunta da una inaudita ma affascinante congiunzione: cappotto di loden e lingerie.

Da Ferragamo, il corpo è appena sfiorato da abiti dritti e svelti che disegnano una figura grafica, scattante e moderna. La prova è una delle migliori del direttore creativo Maximilian Davis, che torna su un topos che lo appassiona già da qualche stagione: gli antri. Lo fa in modo non letterale e molto efficace, innestando nel racconto stilistico segni e dettagli desunti dalle uniformi dei marinai, per declinazione formale e carismaticamente. Davis gioca con ordine e disordine: i capi hanno bottoni che consentono aperture e riconfigurazioni; i colli delle camicie sono staccati e possiedono da forze che li portano di qua e di là. Su tutto, un senso di eleganza elettrica, cadenzata, fuori registro. Luca Lin, da Aet N.A., lavora su basi classiche, che luiifica, torce decostruendo in un guardato unisex dai colori fangosi che appare vivo, vissuto, masenza

affettazioni di verità che troppo spesso nella moda. La sua è una voce nuova, fresca, da seguire. Nicoletta Spagnoli, da Luisa Spagnoli, pensa a New York sul finire degli anni 80: corpi torniti dalla palestra, leggings, minigonne e gonne a ruota, e la maglia come sinonimo di comfort. La nostalgia di un momento in cui la cura nei vestiti era massimale è alta, ma la prova non sa di replica, perché volumi e pesi sono di oggi. La gioia irriverente e infocchettata di MSGM, invece, ha qualcosa di artificiale e fabbricato, come una caramella troppo dolce. L'idea di vestire una immaginaria art crowd ispirandosi ai balzani frequentatori di fiere d'arte non funziona. Il corpo svelato, scosciato, soggetto e oggetto di desiderio a Milano è sempre in auge. Le interpretazioni di stagione vanno dal nero barocco e anglosino in mini crinolina di Cavalli alle rose in salsa veneziana di Blumarine - sileggiata la voce romantico predice - ai cliché sexy generici come meme di GQDS.



Ferragamo. Strane simmetrie



IL LUSO DI MARIO VALENTINO
Tra le proposte del marchio specializzato in calzature e borse, la decollette Crystal, che evoca suggestioni anni Trenta attraverso i cristalli. Centrale

la ricerca sui materiali, che spaziano da nappo e camosci del tatto vellutato a naplak luminosi e cocchi morbidi e tridimensionali, passando per il cavallino. www.mariovalentino.com

IN VETRINA

PRESENTAZIONI

Le tre anime femminili di Herno

«Abbiamo immaginato una presentazione che non imponesse una direzione unica. Non una passerella, non uno show. Piuttosto un contesto in cui la collezione potesse esistere come presenza. Non è una svolta teatrale, né un allineamento a un sistema che non ci appartiene, bensì un ampliamento del nostro linguaggio. Crediamo nella qualità del prodotto come fondamento, la visione deve essere reciproca: ciò che guardiamo ci riguarda, e ciò che indossiamo dialoga con l'ambiente che ci circonda». Claudio Marenzi, presidente di Herno racconta così la scelta fatta per la collezione donna autunno-inverno 2026-2027. Divisa in tre parti - Origin, Excellence (nella foto) e Advanced -, nella proposta si intrecciano capi "modulari", che interpretano l'inverno come spazio di espressione e ricerca.



EVOLUZIONE

Tocchi di madreperla e oro per MooRER

La linea «Eccellenza» rappresenta il vertice della proposta MooRER, dove materiali ricercati e lavorazioni di altissima qualità definiscono un nuovo livello di raffinatezza, in sintonia con il posizionamento del marchio, sempre più alto. Zip con finitura in oro 18 carati, bottoni in madreperla selezionati manualmente e dettagli in suede sono tra i tocchi della collezione donna autunno-inverno 26-27. Protagonista assoluto della linea l'eccellenza è il baby cashmere, filato finissimo che rende possibile sviluppare diverse gradazioni di imbottitura, adatte sia ai climi più miti sia a quelli più rigidi, ed è utilizzato anche in trapianti tecnici complessi che valorizzano la precisione di confezione. Completano la linea inserti in shearing di merino spagnolo e una selezione di capi in pura seta trattata con un leggero finish water-repellent che preserva la naturale luminosità del materiale. C'è poi la parte "Progetto Long Yarn" dell'offerta MooRER, che utilizza unicamente lunghezze maggiori del filato, che garantiscono una resistenza al pilling nettamente superiore e una durata maggiore nel tempo.



G.C.R.



Apparenti contrasti. Gonna in pizzo trasparente e jeans strappati con bustier



Dolce & Gabbana, energico viaggio nel tempo e nell'identità mai perduta

Stile che resta

Dai pizzi al denim

Giulia Crivelli

«**T**his show reminded me why I've always been in love with the brand»: è un commento rubato a una buyer americana che ben riassume lo spirito della collezione presentata ieri da Dolce & Gabbana. «Questa sfilata mi ha ricordato perché sono da sempre innamorato del marchio»: parole che riecheggiano quelle usate da Domenico Dolce e Stefano Gabbana per presentare capi e accessori del prossimo autunno-inverno. «Abbiamo chiamato la collezione Identity, che per noi significa restare fedeli a noi stessi e alla ricerca che abbiamo portato avanti in oltre 40 anni di lavoro insieme. Ricerca significa esplorazione stilistica e sui materiali, avendo alcune stelle polari a cominciare dalla Sicilia da tutto ciò che per noi evoca».

Non un'esercizio di nostalgia, né «semplici» variazioni su temi come il pizzo, le trasparenze, la maglieria fatta a mano, la sensualità fatta di tacchi a spillo e scollature. Piuttosto, un'altra prova di come i due stilisti imprenditori guardino oggi al mondo della moda e all'essenza del loro lavoro. «Abbiamo la fortuna di essere i direttori creativi del marchio che abbiamo fondato e del quale abbiamo deciso, fin dal 1984, ogni piccolo o grande passo - proseguono -. La moda è cambiamento, ascolto della società, riflesso della cultura del momento e quindi è per definizione in costante evolu-

zione. Ma per noi che la facciamo e continuiamo ad amarla profondamente, la chiave è non tradire mai la nostra essenza, i punti di riferimento che abbiamo sempre avuto e che, stagione dopo stagione, rafforzano, appunto, la nostra identità».

È da leggere in questa chiave la presenza alla sfilata di Madonna, che Domenico Dolce e Stefano Gabbana frequentano (e vestono) da decenni e con la quale condividono l'inizio dei rispettivi percorsi di successo, negli anni 80. Chi meglio di Madonna incarna l'idea di «cambiare restando fedeli a sé stessi»? Un pizzico di nostalgia inevitabilmente c'è, almeno per chi osserva - giornalisti, soprattutto, crediamo - se la creatività e la passione di stilisti come Domenico Dolce e Stefano Gabbana di star come Madonna hanno attraversato indenni oltre quarant'anni, lo stesso non si può dire dell'industria della moda nel suo complesso, che non a caso sta attraversando un rallentamento globale.

Collezioni come quelle di Dolce & Gabbana riconciliano con la moda e con la sua potenziale magia, ossia la possibilità che da ognuno di esprimere attraverso vestite e accessori personalità o umori del momento. In fondo la «lezione» della sfilata di ieri è semplice: non c'è cosa più pericolosa, nella vita di ognuno di noi, di vivere senza un'identità o senza dare alla propria identità il giusto valore. Vale per le persone e per i marchi: basti pensare alla sfilata Prada (si veda il Sole 24 Ore di venerdì), tutta giocata sulla sua storia, e a Gucci, disperatamente, potremmo dire, alla ricerca di un'identità perduta.

REPUBBLICA/STEFANO SERRA



PRIMA FILA

Anna Wintour e Madonna, mondi paralleli che si sfiorano

In attesa che iniziassero la sfilata, da Dolce & Gabbana venivano trasmesse alcune delle canzoni più sofisticate, riflessive e forse nostalgiche di Madonna, da Live to Tell, tratta dal suo terzo album, True Blue, del 1986, ad alcune contenute in Ray of Light, del 1998. La cantante si è fatta attendere - come spesso succede alle star - e poi si è seduta

nell'unico posto rimasto libero, quello riservato alle future collaborazioni milanesi. Accanto a Madonna, Anna Wintour, che martedì scorso ha presentato la prossima tappa di Vogue World, evento itinerante che il 22 settembre si terrà in Galleria Vittorio Emanuele. Chissà che la global editor di Vogue e la cantante non stiano pensando a future collaborazioni milanesi.

Laura Biagiotti, il racconto generazionale

Moda e teatro

Sfilata al Piccolo

La prima emozione è legata al ritorno al Piccolo Teatro Studio, quello intitolato a Mariangela Melato, dopo alcune stagioni nelle quali il marchio Laura Biagiotti aveva sfilato, sempre al Piccolo, ma in via Rovello. Poi arrivano le emozioni di Lavinia Biagiotti, che ha raccolto il testimone dai genitori, fondatori del marchio ai quali non smette di rendere omaggio, in modo commovente, rispettando al tempo stesso una sua idea di creatività moda. Last but not least, ci sono le emozioni di chi assiste alla sfilata: nei capi rivive lo spirito di Laura Biagiotti, l'amore per l'arte trasmesso a Lavinia, la sua maestria nell'interpretare l'artigianalità



Maglieria. Ode al Castello Marco Simone

della maglieria e di trasformare il cashmere da protagonista di capi maschili a oggetto del desiderio (e, non meno importante, di uso quotidiano) delle donne.

Un racconto profondamente femminile di amore e rispetto per luoghi, radici, storie e sentimenti è una visione della moda altrettanto femminile, perché davvero sarebbe il momento di chiedersi perché le donne debbano sentirsi consigliate dagli uomini su cosa sia bello, attraente o sensuale. «Il Castello Marco Simone, vicino a Roma, è la sede dell'azienda ma per me è anche casa - racconta Lavinia -. È un luogo magico, dove concepire favole e farle diventare qualcosa di molto concreto, abiti e accessori che facciano sentire bene chi li indossa, ma con un tocco di poesia».

G.C.R.