

Società

METROPOLI di Sabina Minardi

# I LOVE TOKYO

**U**n bottone. Con l'impronta del cuore. È l'amore, che si conferma l'ispirazione più forte della creatività contemporanea, a ogni latitudine e in ogni forma espressiva, il tema di 100% Design Tokyo (dal 31 ottobre al 4 novembre, 100percentdesign.jp) versione nipponica della fiera londinese che da dieci anni influenza l'estetica e il mercato del design. Cuori nelle installazioni, a partire da un enorme love-chandelier realizzato da Michael Young, il designer inglese che dirige il Festival, con 360 sex toys sospesi. E cuori in molti altri lavori esposti a Jungu Gaien-mae, nell'elegante quartiere di Aoyama, dove si concentrano gli showroom più belli (come quello di Prada by Herzog & de Meuron). Un indirizzo dove pernot-



Dall'alto, in senso orario: il ristorante Forty Five del Ritz Carlton di Tokyo; il logo di 100% Design; il Peninsula Hotel. Al centro: gli stilisti di Proenza Schouler e un modello

tare? Il nuovo Peninsula Tokyo, rinnovato dall'architetto Kazukiyo Sato e caratterizzato da uno scenografico gioco di lanterne:

300 stanze di puro lusso local (tokyo.peninsula.com), nella zona di Marunouchi. Ma la novità assoluta sarà, a novembre, l'arrivo della Michelin Guide Tokyo, la prima volta asiatica della

bibbia gastronomica. Qualche anticipazione? Izakaya, specialità tradizionali in formato mini; Kaiseki, per un banchetto da 14 portate; Sushiya, lo specialista assoluto del sushi.



## DUE INCURSORI NELL'ALTA MODA

«Quando abbiamo iniziato non avevamo nulla da perdere ed eravamo solo degli studenti». Ma ora le cose stanno cambiando per Lazaro Hernandez e Jack Mc Grath, stilisti del marchio americano Proenza Schouler, pronti a lasciare il volo nell'Old World Fashion. «Se soltanto degli che il Valentino Fashion Group ha rilevato il 45 per cento della piccola azienda per 3,7 milioni di dollari». Albiario iniziato grazie a un prestito di suo padre che lavorava da Mervyn Lynch, racconta Jack Mc Grath. E racconta i due ragazzi, 26 anni, non credono molto nell'alta moda, stanno sviluppando collaborazioni con cinema come Target per il quale hanno disegnato bustini venduti pure su Internet. Oggi la coppia di stilisti, che mira gli anni '20 con gli '80, attingono all'arte di Rothko ed Edward Hopper, e che appena può legge in Costa Rica e a Boca Raton, sogna di vestire la fotografa Cindy Sherman. Enrico Maria Albamonte

## Cartoline da El Salvador

El Salvador nuova mecca del turismo. La Livingston ha iniziato a collegare, ogni domenica, il piccolo paese centroamericano con un volo diretto da Milano (Malpensa 2). Il governo salvadoregno di Tony Saca Gonzalez, ex tycoon dei media, punta sull'effetto novità di un paese trascurato dai tour operator a causa della guerra civile durata 12 anni (con un terrificante bilancio di 75 mila morti). Lo slogan della campagna pubblicitaria, che gioca sull'ambiguità, è "Salvador impressionante". Il pacchetto offre, oltre a un giro della capitale, immacolate spiagge per i surfisti e affascinanti cittadine coloniali. I. A.

Foto: K. Iestifum - Afp / G. Neri, B. Bae - C. Redar / Contrasto, C. Moore - Getty Images

