

# L'architetto dei tre mondi

di Olivia Fincato

**N**ato ad Alessandria d'Egitto, cresce in Giappone e continua i suoi studi in America tra Harvard e la Columbia. Giancarlo Alhadeff è un architetto poliedrico e poliglotta. Lo incontriamo in un caffè del Meat Packing District, quartiere dove tra pochi mesi inaugurerà il nuovo monomarca di Krizia, interamente progettato da Alhadeff.

Ripercorriamo insieme le tappe della sua crescita professionale tra estetica araba, geometria cinese, artigianato e moda italiana.

**Sei nato in Egitto, cresciuto in Giappone, hai studiato negli Stati Uniti e ora hai un ufficio in Italia ed uno a Londra; come questa tua multiculturalità influisce sul tuo lavoro e sulla tua vita?**

«Credo che quando cresci in tanti paesi, le diverse influenze culturali sono parte di te e ti rendono sempre più ricettivo. Grazie a questo bagaglio multiculturale ho sviluppando un modo di ascoltare diverso. Specialmente nel lavoro di un architetto è importante capire chi ti sta davanti e con un'esperienza diversificata riesci ad interpretare meglio le sue esigenze»

**Quindi ascoltare e poi tradurre a livello architettonico?**

«Sì, è un gran lavoro di sintesi. Quando progetti una casa per qualcuno è un momento molto intenso. Ti avvicini tantissimo a quella persona è quasi come essere il suo psicologo... devi immedesimarti per capire quali sono i suoi desideri e necessità. L'aver viaggiato molto mi rende molto paziente, sono sempre sicuro che ci possa essere un altro modo di pensare e di vedere le cose»

**E pensando al tuo modo di operare come l'estetica araba, la geometria giapponese, l'architettura classica italiana, la modernità americana, hanno forgiato il tuo lavoro?**

«Sono nato ad Alessandria, un porto, la città più cosmopolita prima della guerra piena di greci italiani e turchi. La mia "influenza araba" deriva però da un'esperienza post-colonialista; gli italiani che abitavano in Egitto vivevano in un mondo dorato, un po' finto... non mi sento di aver preso molto, se non un amore per le palme»

**E il Giappone?**

«L'esperienza giapponese è stata invece fondamentale per almeno due ragioni.

La prima è che il Giappone è una cultura talmente diversa da quella occidentale che ti chiede

Incontro con Giancarlo Alhadeff, che sta interamente progettando il nuovo negozio di Krizia a Manhattan. Nato in Egitto, cresciuto in Giappone, laureato ad Harvard e alla Columbia, la sua base è in Europa: «In Italia c'è ancora un bel rapporto tra architetto e impresa di costruzioni, cosa che in America non esiste»

A destra Giancarlo Alhadeff; sotto il progetto del nuovo negozio di Krizia



di vedere tutto in un altro modo. Se noi facciamo una cosa da destra a sinistra loro la fanno nel verso opposto. Amo la semplicità nell'architettura e nelle arti giapponesi, estetica che tutt'ora rimane la mia meta professionale. Ho anche aperto un piccolo ufficio lì per seguire alcuni clienti.

La seconda ragione è che sono arrivato in Giappone nel 1961 perché mio padre vi era stato mandato per lanciare l'Olivetti Corporation of Japan. Macchine da scrivere e che dovevano soppiantare l'abaco, antico strumento di calcolo.

Nel 1964 le Olimpiadi hanno dato il via ad un enorme interesse verso tutto quello che era Giappone e grazie all'Olivetti sono venuto in contatto con designer di tutto il mondo, tra i quali Giò Ponti, Ettore Sottsass.



**Parlando di case, come riesci a far dialogare i desideri del tuo cliente con l'ambiente circostante e la tua creatività?**

«L'anno scorso ho finito un gran lavoro a Southport in Connecticut per un amico di lunga data. Lui un giorno mi chiamò dicendomi che era sempre più affascinato dall'estetica giapponese e mi chiese di andare a fare un viaggio con lui per prendere qualche spunto per un pavimento. Facemmo così una serie di viaggi insieme e dopo due anni abbiamo realizzato un pavimento di ciliegio con intarsiato uno stagno, con foglie, sassi, ninfee... sembra quasi di camminare in giardino giapponese. Fatto però in ciliegio, realizzato in Italia e trasportato qui!»

**E invece gli spazi più com-**

**merciali?**

«La mia esperienza nella progettazione di negozi è nata con mio zio Piero Pinto, lui ha sempre lavorato nel mondo della moda. Il primo lavoro che ho fatto con lui è stato il negozio Rossetti su Madison Ave, seguito poi da Missoni».

**L'architetto come dialoga con lo stilista e/o la casa di moda?**

«Loro hanno sempre un'idea precisa, noi possiamo indirizzare, aiutare, cercando di interpretare. Lo scopo è arrivare ad un disegno insieme, ragionando sui materiali e spazi. Io sono entrato in Gucci Dawn Mellow e Tom Ford, loro ci hanno chiesto di cambiare l'immagine, rendendola più fresca e più pulita. Quella volta abbiamo realizzato 80 negozi in Asia seguendo questa linea».

**E il nuovo negozio di Krizia a New York?**

«Nasce da un progetto che Piero Pinto fece con Mariuccia Mandelli a fine anni 70. Io avevo già collaborato al Teatro di Krizia e poi è stata tutta un'evoluzione. L'immagine Krizia da allora si è semplificata. In questo nuovo negozio abbiamo proposto un sistema più innovativo e giovane di vedere le cose».

**Dove e quando avverrà l'apertura del negozio?**

«Il negozio sarà simile a quello di Madison Ave ma con un tocco più giovane e moderno, aprirà nella 14th st e 9th ave, nel cuore del Meat Packing District, vicino uno degli accessi all'High Line. L'inaugurazione è prevista per quest'estate. Ora stiamo completamente ristrutturando lo stabile, ex deposito per la carne, togliendo un piano e rifacendolo completamente. Il progetto è ambizioso: c'è voglia di ringiovanire il brand».

Quindi da una parte l'influenza culturale giapponese molto forte e dall'altra l'influenza di architetti e designer che venivano dall'Europa»

**E poi sei arrivato in America...**

«Per continuare in Giappone dovevo imparare il giapponese, sono arrivato a 1000 Kanji e un giorno un amico mi disse che aveva appena finito una scuola a Newport negli Stati Uniti. Ho fatto domanda lì e sono entrato per l'ultimo anno dell'high school. Avevo 16 anni, ho lasciato tutto per trasferirmi in America, è stato molto difficile. Dovevo lavorare sodo altrimenti non mi ammettevano all'università. Sono riuscito ad entrare ad Harvard e sono stato lì 4 anni»

**E visto il tuo background così multiculturale come ti relazioni al contesto italiano?**

«Gli italiani sono grandi esploratori, viaggiatori, anche se hanno spesso bisogno di essere in compagnia, assicurati. Con me si sentono a proprio agio, a casa, parliamo la stessa lingua ma senza rinunciare all'internazionalità».

In Italia c'è ancora un bel rapporto tra architetto e impresa di costruzione, cosa che in America non esiste. Qui c'è un rapporto antagonista. In Italia si stringono relazioni di fiducia, dipendiamo molto dall'artigianato»

**E NY entra nel tuo bagaglio?**

«Certo ho fatto il master di architettura alla Columbia. New York è la città degli stranieri e la mia permanenza qui è stata meravigliosa. Non ho mai sentito la pressione di dover far parte di una cultura. Questa città mi è servita molto per lo sviluppo professionale ed è proprio qui che mi sono iscritto al primo ordine di architetti, l'AIA, American Institute of Architects»

## L'Alma Graduate School bolognese presenta a New York un Mba dedicato a Fashion & Design

### A Bologna un master per carriere nel lusso

**D**ue splendide moto Ducati parcheggiate davanti allo show room di Staff International (Gruppo Diesel), hanno segnalato il 5 maggio la presentazione a New York del programma MBA della Alma Graduate School, la Business School dell'Università di Bologna.

Obiettivo portare in Italia quei cervelli statunitensi che aspirano a diventare i manager di domani nel settore Design, Fashion and Luxury Goods. Per loro, anche varie borse di studio.

Circa duecento tra giornalisti, potenziali partecipanti e manager del settore, hanno assistito alla presentazione del Master che si è tenuta nel cuore di Chelsea, nello Staff USA Showroom, distributore delle collezioni Martin Margiela, Dsquared, Marc Jacobs e Vivienne Westwood.

All'interno del prestigioso edificio Only The Brave, tra l'altro sede principale di Diesel USA Inc., si sono passati la parola Massimo Bergami, consigliere delegato della Scuola, Angelo Manaresi, Direttore del programma MBA, il Console Italiano a NYC Francesco Maria Talò, Teodora Sevastakieva, export director di Ferragamo Parfums Alessio Rossi, studente della prima edizione del Corporate Mba che dopo aver lavorato in Ducati è approdato in Gucci Group per poi arrivare a New York in Bottega Veneta a capo del settore e-business.

E come se non bastasse anche Claudio Del Vecchio, Ceo di Brooks Brothers che ha raccontato la sua esperienza di italiano alla guida di un brand americano.

Cosa eccezionale, nello spirito della Alma Graduate Scho-



Alessio Rossi, Gucci Group; Angelo Manaresi, Direttore MBA; Massimo Bergami, Direttore Alma Graduate School; Francesco Maria Talò, Console Generale NY; Teodora Sevastakieva, Gruppo Ferragamo; Claudio Del Vecchio, Presidente e Ceo Brooks Brothers

ol, è stato possibile poi a tutti i partecipanti parlare a tu per tu con questi "movers and shakers", così come gli studenti potranno interagire con questi addetti ai lavori che sono profondamente

coinvolti con i corsi.

"Abbiamo deciso di organizzare un evento Made in Italy nel centro di Manhattan - ha spiegato Massimo Bergami, - su suggerimento del Console Talò, per presentare il nostro

programma e attrarre studenti internazionali in Italia nella convinzione che il nostro paese sia una tappa fondamentale per i futuri manager del design, della moda, dei beni di lusso e del wine & food. Una scelta controcorrente rispetto alla consuetudine che vedi gli italiani ad andare all'estero e che conferma l'orientamento della business school dell'Ateneo ad attrarre studenti dall'estero, in un'ottica di sviluppo internazionale delle nostre imprese».

Ma ecco alcune notizie specifiche sui corsi.

MBA in Design, Fashion and Luxury Goods

Il Master in Business Administration internazionale interamente in lingua inglese, si propone di formare i futuri manager dei settori del design, della moda, dei beni di lusso e del wine & food. Settori, que-

sti, in cui il Made in Italy si pone come assoluta eccellenza mondiale.

Il Master fornisce tutte le competenze utili nei diversi settori del Made in Italy. Accanto ai corsi classici dei Master in Business Administration, l'MBA Design, Fashion and Luxury Goods, propone focus su: auto, moto e yacht, orologi e gioielli, moda, scarpe e accessori, cibo e vino.

Il programma del Master prevede, al termine del percorso formativo, uno stage della durata di tre mesi in un'azienda leader nel design, nella moda e nei beni di lusso. Nell'Executive Committee del Master rappresentanti di prestigiosi brand italiani come Alessi, Ferrari, Max Mara Fashion Group, Ducati Motor Holding, Bulgari Italia e Hogan-Tod's. Le iscrizioni sono aperte fino al 28 giugno.

(Iscrizioni e informazioni: www.almaweb.unibo.it)