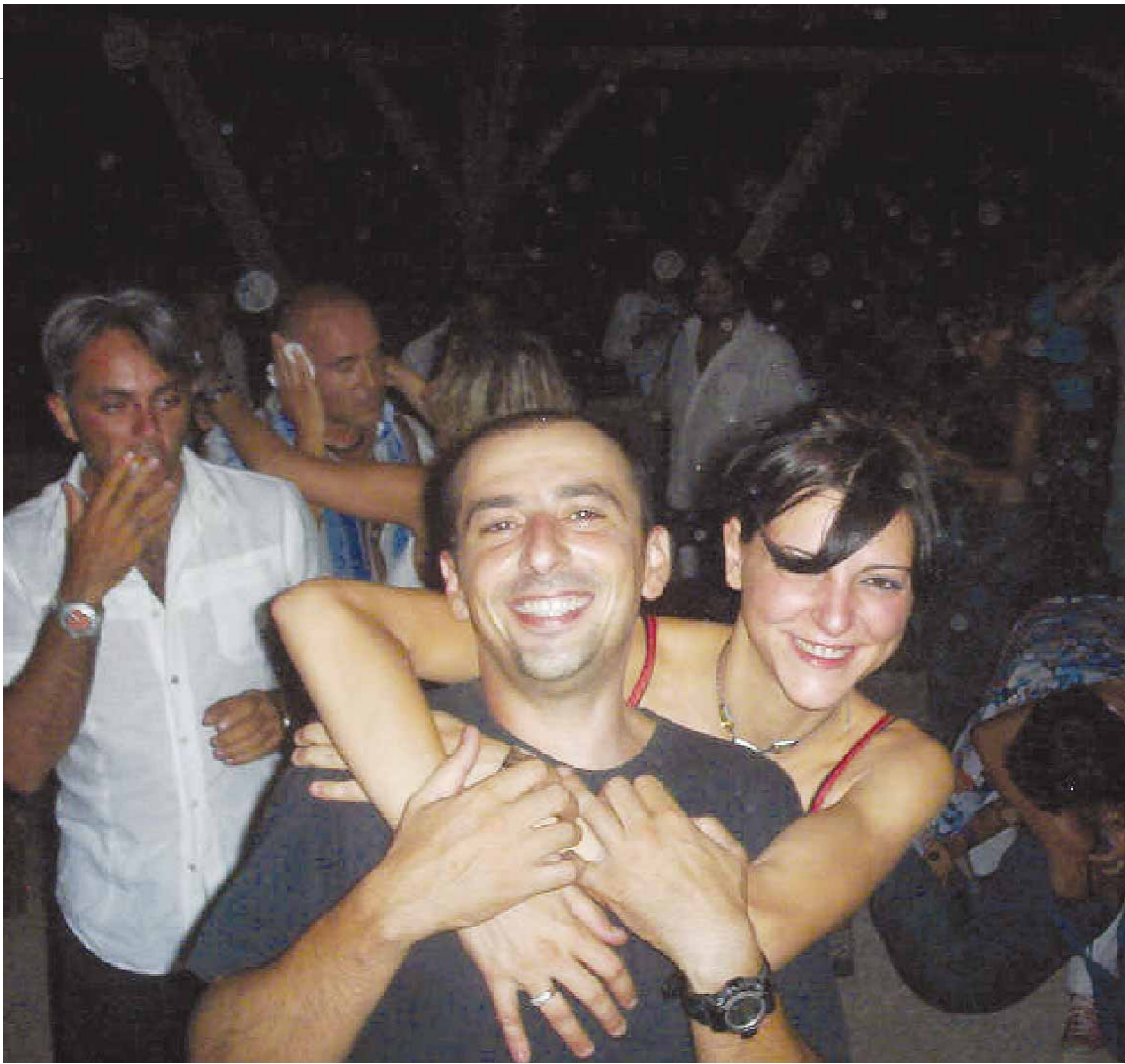


estate 2005



## Per beneficenza e per essere «cool»

EVA SPAMPINATO

Rappresentano la tendenza del momento nel campo degli accessori. Sono un simbolo e servono a comunicare gli stati d'animo. Quando la manica della maglietta si solleva un po' li vedi spuntare coloratissimi. Quando le ragazze reggono, con fare elegante, la loro borsetta, sono ancora là, a cingerne i polsi. Camminando per strada almeno una ragazza su due, ma la moda sta spopolando anche tra i ragazzi, li indossa. Sono i braccialetti di gomma colorati lanciati dagli «opinion leaders» del mondo del cinema, dello sport e dello spettacolo e, da qualche tempo, sdoganati anche dalla tv e dalle imprese commerciali che, visto il forte traino del mercato, hanno subito colto l'occasione per farli diventare un business.

Tanti i colori e altrettante le parole-chiave incise a stampatello sui braccialetti. Dal classico slogan, mutuato dal vocalese di Bobby McFerrin, «Don't worry be happy», al «No pain no gain» e ancora, «Just be yourself». E chi più ne ha più ne metta.

Per molti è solo una moda, una tendenza dell'estate da seguire religiosamente per essere «cool» e per non uscire dal giro, ma l'idea originale nasce da un preciso scopo benefico. Il braccialetto, infatti, rappresenta la lotta intrapresa dal ciclista Lance Armstrong contro il cancro giovanile. Il più popolare, e allo stesso tempo introvabile in Italia, è quello giallo, come il colore preferito dal corridore, con la scritta «Livestrong», che finanzia la fondazione del ciclista per la ricerca contro il cancro, la Laf. Poi c'è quello rosa, con la scritta «Find the cure», e l'azzurro «Kick bullying». Chi ne desiderava uno doveva rivolgersi all'acquisto on-line o sperare che un amico di ritorno da un viaggio a Londra o a New York, città dove la moda sta dilagando, gliene portasse uno comprato nei negozi «Nike tow».

Poi ci hanno pensato gli sportivi di casa nostra a fare arrivare la moda-benefica in Italia. I braccialetti rosa e azzurri vengono venduti al prezzo d'acquisto, - spiega Giuseppe Marino, titolare di un negozio di articoli sportivi di Catania - per cui noi non ne traiamo alcun guadagno. Il ricavato va in beneficenza all'associazione ABEQ per favorire la ricerca contro le malattie oncematologiche». Nel negozio Nike di Catania 2 mila braccialetti bianco-neri intrecciati, simbolo della lotta contro il razzismo; si chiamano «Stand up-speak up», sono stati venduti in soli 10 giorni.



# I re della notte che con un sms muovono Catania



**I MAGNIFICI QUATTRO.** Alessandro, Fabrizio, Manlio e Fabio, (nelle foto da sinistra in senso orario) sono alcuni dei più gettonati animatori della movida catanese. Non più ragazzini ma forti di un'esperienza lunga e appassionata, hanno tutti una «doppia personalità», nel senso che al loro lavoro normale alternano anche questa attività riuscendo a divertirsi e, perché no, a guadagnarci pure. E talvolta, come nel caso di Alessandro, abbinano il divertimento alla buona causa: spesso, nelle sue feste, gli ospiti devolvono una piccola somma da destinare a chi ne ha bisogno per combattere la fame e la povertà.

**Animatori.** Senza di loro qualunque locale non batte chiodo: nella memoria dei loro cellulari c'è tutta la città che balla

ASSIA LA ROSA

CATANIA. La notte si esce. E la Città vanta una night life che dura più del giorno. A tessere la people fashion urban, che indugia tra un ingresso nella boutique dell'immagine e un altro nella lounge room, ci sono loro: i manager della movida. I pierre che spostano attraverso le corde del divertimento, cento, mille burattini che si snodano tra un ballo e l'altro. Se non ci fossero i «big» dei locali, gli ingranaggi di questa città non si muoverebbero così come avviene da un paio di anni a questa parte. E nessun gestore, nessun proprietario di discoteche o di palafitte sul mare o di spazi all'aperto dove si può anche (e solo) chiacchierare, potrebbe vantare chilometri di file che ogni notte si attorcigliano intorno ai buttafuori/selezionatori. Code che luccicano nei riflessi della gelatina che blocca le acconciature maschili e delle paillettes che svolazzano dalle gonnelle delle signorine fricchetine.

La gente che di giorno lavora e di notte anche, munita di agendine divise per capitoli - ragazzini, ragazzotti, target alto e livello medio - e attornata da collaboratori professionisti, vanta un nome, un cognome e una doppia personalità che si alterna come il sole e la luna, in estate e in inverno.

Chi lo fa per gioco, chi per puro passatempo, chi per soldi, chi perché è «cool», come il gruppo di Fabio Cocuzza (cool-project appunto), che da quando ha 14 anni (oggi ne ha 36) riempie piste e importa tendenze, calendarizzando l'estate catanese. Il leitmotiv delle sue serate è «riunire gente figa in luoghi altrettanto fighi», così è il martedì al Banacher, il giovedì alla Vela e il venerdì ai Mercati generali. E' lui che per la prossima stagione sta già sperimentando un nuovo sistema di lasciappassare con «supporti magnetici pre-compilati solo per affezionati». E' lui che crea il tour radical-chic dove si amalgamano target differenziati e sovrappollati.

Se invece vuoi «akkappottare» (così citano alcuni inviti) puoi addentrarti nel mondo di Alessandro Martoli, imprenditore nonché grande animatore nonché ideatore di una nobilissima iniziativa: durante i suoi ritrovi (ci tiene a precisare che non sono «serate», ma «feste») nelle location più stravaganti (dove per entrare la parola d'ordine è «casino»), c'è una postazione dove si raccolgono soldi da inviare in beneficenza (sabato a San Leonardello per la causa della Diocesi di Kahama in Africa). Unico obbligo prima d'immergersi nell'atmosfera creata dal gruppo incatania.com (complici del successo la fidanzata Nora, Luigi e Alfio), versare un «miserio» euro. Poi tutto è concesso.

Le luci psichedeliche illuminano anche le iniziative di Fabrizio Licciardello, che si definisce «esperto di pubbliche relazioni a 360°, esteta, musicofilo, narcisista libero» (nel suo sito [www.fabriziolicciardello.com](http://www.fabriziolicciardello.com) c'è tanto e tanto altro ancora). Lui e la sua inseparabile Marzia Morandi (sempre all'ingresso per guardare in faccia chi può e chi non può transitare) odiano i ghetti e amano ospitare dal tipo che «cala» con la macchina smarmittata a quello che giunge con il cabrio di papi. E' tutto molto friendly e con molta naturalezza «dal destrorso al sinistrese, passando per l'anarchico, ci si ritrova tutti insieme».

E per finire, come non citare il «bello» del poker d'assi, quello che di cuori tinti di rosa ne trascina tanti: è Manlio Messina 31 anni e più di 500 voti con Giovane Alleanza alle ultime elezioni comunali: «Dove ci sono donne, ci sono soldi» e mentre lo afferma, a conferma guardiamo i numeri: 1.800 telefonate da messaggiare, quattro serate «preppy» da organizzare (martedì alle terrazze del Manteca, venerdì al Cabana, sabato al Soha Beach e domenica all'ex club della Stampa, oggi Sant'Elmo), un solo intento da portare a buon fine: l'immagine della Catania notturna da rilanciare.



### SAN LEONARDELLO

E' tempo di Summer Party 2005. Il San Leonardello Palace apre sabato prossimo il proprio spazio ad un evento che vedrà protagonisti quattro dj in due diverse zone. In un'oasi di verde, a circa 1 chilometro dal mare e a poche centinaia di metri dal casello autostradale di Giarre, sorge la splendida villa ottocentesca in stile liberty, che ospita le indimenticabili serate firmate da Vittorio Consoli e Fabrizio Licciardello.

### GILLES PETERSON

Gilles Peterson sarà di scena sabato sera ai Mercati generali. E' uno dei dj più famosi del mondo, tra i fondatori delle etichette Talking Loud e Acid Jazz Records con cui ha prodotto Brand New Heavies, Jamiroquai, James Taylor Quartet. Nel 1990 lascia Acid Jazz e fonda la Talkin' Loud, per la quale produce Courtney Pine, MJ Cole, The Young Disciples, Reprazent, 4hero, Incognito, Terry Callier, Galliano.



### JAZZ & PAINTING

Al Glamour Café (via Carcaci, 11 - Catania, al civico 90 di via etnea), il mercoledì è «Live on the Road», rassegna dedicata all'intrattenimento, musicale o visivo, con gruppi dal vivo, elettronica, jazz, etnica, musica d'autore in acustica, video installazioni, mostre di fotografia, di pittura, scultura. Stasera, Jazz Moods Enzo Vita e Alfio Maueri Duo + Rosalba Grassi Performance di Body Painting.



### LOES LEE

Torna a Catania Loes Lee, icona assoluta della scena breakbeat europea e cuore pulsante della rinomata label Moving Target Recordings. Loes è abilissima selezionatrice fra techy, ritmi acidi e vortici ipnotici, costruiti con maestosa irregolarità e perfetta padronanza tecnica. La dj olandese sarà ospite giovedì 23 al privé del Banacher, dei dj's residents Inesha & Borrelli e dei vj's Kar & Klaf.

