

Trentodoc, lo spumante metodo classico “figlio” delle Dolomiti

Capodanno si avvicina e per il count down le bollicine di alta quota del **Trentodoc**, il metodo classico italiano nato sulle **Dolomiti**, possono essere una valida alternativa alle blasonate bollicine francesi. Con poco più di un secolo di storia e a 26 anni dal riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata, il Trentodoc è una delle più apprezzate alternative italiane allo **Champagne**. Produzione di nicchia, viticoltura eroica e una forte identità sono le carte vincenti di queste bollicine di montagna capaci di attrarre sempre di più i **wine lovers** di tutto il mondo.

Il Trentodoc ha saputo esaltare fin da subito la forte identità territoriale che contraddistingue queste bollicine di montagna unendo le 54 cantine (e 189 etichette) alleate nel **Consorzio Trentodoc**. Il risultato è un prodotto riconoscibile grazie alle sue caratteristiche distintive determinate dalle diverse altitudini (l'altitudine media dei vigneti si trova intorno ai 450 metri), dal microclima fresco e temperato che influisce sull'acidità dell'uva e dall'effetto termoregolatore dell' "Ora del Garda" (il vento con effetto termoregolatore, fondamentale per la viticoltura, che soffia dall'omonimo lago), dalle forti escursioni termiche tra giorno e notte e, infine, dal terreno caratterizzato a una forte componente calcarea e pietrosa.

La produzione di Trentodoc inizia nel 1902 con la capacità visionaria di **Giulio Ferrari**, studente all'Imperial Regia Scuola Agraria di San Michele, di identificare le analogie rispetto al territorio dello champagne e replicare in quota il metodo di produzione delle bollicine francesi. Le Cantine Ferrari, sono poi passate negli Anni '50 alla famiglia

Lunelli, mentre le orme di Ferrari sono state seguite da numerosi altri viticoltori tanto che, nel 1984, è stato fondato l'Istituto Trento Doc per la promozione delle bollicine di montagna, nel 1993, si è arrivati al riconoscimento della Denominazione di Origine Controllata Doc "Trento", la prima Doc riconosciuta in Italia riservata a un metodo classico e la seconda al mondo dopo lo Champagne.

Oggi la produzione di Trentodoc è affidata al disciplinare che fissa canoni e controlli lungo la filiera a cominciare dai territori dedicati che comprendono la Valle dell'Adige, la Valle di Cembra, la Vallagarina, la Valle del Sarca, la Valsugana e le Valli Giudicarie, incidendo praticamente sul territorio della provincia. Quanto alle uve dalle quali si ottiene il Trentodoc sono lo **Chardonnay** che dona longevità, eleganza e carica aromatica; il **Pinot nero** a cui si deve il bouquet fruttato; il **Pinot bianco** e il più raro e il **Pinot meunier**, in grado di adattarsi a qualsiasi terreno. La vendemmia è svolta manualmente ed è in genere anticipata rispetto a quella di uve legate alla produzione di vini fermi per assicurare il giusto equilibrio tra acidità e zuccheri.

Secondo quanto previsto dal disciplinare, il "vino base", dopo l'introduzione di lieviti e zuccheri selezionati, è affidato a una lenta maturazione in bottiglia, che varia da un minimo di 15 mesi a un minimo di 36 per la riserva ma arriva fino a 10 anni sui lieviti per i Trentodoc più raffinati ed evoluti. Rispetto al sentire comunque che vuole le bollicine un prodotto da godere giovane, sono numerose le cantine che stanno sperimentando affinamenti sui lieviti sempre più prolungati per esaltare la ricchezza e la lunga vita del prodotto. I nuovi trend intrapresi negli ultimi anni dal Trentodoc sono infatti legati a tempi e forme di affinamento. La cantina **Cesarini Sforza**, ad esempio, fondata nel 1974 da Lamberto Cesarini Sforza, conserva per ogni annata mille bottiglie magnum per verificare l'evoluzione del prodotto nel tempo. In un caso, quello dello spumante Lagorai prodotto

dalla cantina **Romanese** (Trento), l'affinamento avviene in acqua, nel Lago di Levico (bandiera Blu d'Europa) dove, a partire dal 2013, 2.000 bottiglie (Dosaggio Zero Lagorai, 100% Chardonnay) riposano per 500 giorni chiuse in quattro gabbie d'acciaio a venti metri di profondità e il vino acquista un perlage con bollicine più cremose e più fini. La temperatura costante del fondale del Lago di Levico, una sorta di cantina naturale, intorno ai sette gradi permette al vino di maturare sui lieviti nelle migliori condizioni anche grazie alla pressione esercitata dall'acqua sul tappo. Un metodo di eccellenza che deve le sue origini al ritrovamento, 10 anni fa, nel Mar Baltico di un antico galeone carico di bottiglie di champagne invecchiate sul fondale marino per oltre 300 anni. È stato proprio questo ritrovamento storico che ha spinto i fratelli Romanese a provare una nuova strada che unisce enologia, territorio e natura.

Tra i trend in crescita nel mercato delle bollicine di montagna, aumentano poi le richieste di **dosaggio zero** (pas dosé o, per chi preferisce, nature), ovvero lo spumante a cui alla fine dell'affinamento in bottiglia, dopo la fase della sboccatura, non viene aggiunto nient'altro (in caso contrario la bottiglia viene rabboccata con il "liqueur d'expédition" che costituisce una ricetta segreta per ogni cantina e può evidentemente intervenire sul vino). Le Cantine Revì, fondate nel 1982 da Paolo Malfer ad Aldeno, sono tra i pionieri questo ambito per cui utilizzano uve Chardonnay e Pinot nero. In ascesa anche le vendite di millesimati (prodotto con uve di una singola annata) e rosé.

Vicepresidente dell'Istituto Trentodoc è Carlo Moser, figlio di quel **Francesco Moser** che ha fatto sognare l'Italia intera a cavallo di una bici, campione del mondo, recordman dell'ora (e non è un caso che una delle etichette dell'azienda sia il metodo classico Brut 51,151 dal numero di chilometri percorsi in un'ora il 23 gennaio 1984) e vincitore di 273 corse su strada per professionisti. Viticoltori da generazioni,

Francesco e il fratello Diego hanno acquistato Maso Villa Warth nel 1979 e da lì hanno avviato la produzione di bollicine di montagna (e non solo) e hanno allestito una sala con bici e trofei dello "Sceriffo".

Chi vuole saperne di più su questa realtà così unica (il Trentodoc è la sola area di produzione di bollicine di montagna) e distintiva può programmare un week end lungo o, meglio ancora, una vacanza a Trento e dintorni, magari iniziando da **Palazzo Roccabruna**, nel centro del capoluogo di provincia, sede dell'enoteca del Trentino. Quasi tutte le 53 cantine prevedono visite guidate e percorsi di degustazione che permettono di comprendere meglio il territorio e le sue realtà. Meglio tuttavia informarsi in anticipo sugli orari e prenotare per non rischiare di rimanere a bocca asciutta. Le Cantine Ferrari prevedono addirittura sei proposte di tour per un minimo di due persone e con prezzi compresi, a seconda dei prodotti degustati, tra i 15 e i 48 euro. Per una giornata indimenticabile si può poi abbinare (a iniziare da 70 euro a persona), la visita alla cinquecentesca **Villa Margon**, sede di rappresentanza dell'azienda, e una sosta alla Locanda Margon dove si possono gustare i piatti stellati di Alfio Ghezzi. Pedrotti organizza invece visita in cantina e degustazioni a partire da 12 euro fino a 44 euro; Endizzi propone pacchetti a partire da 10 fino a 26 euro; **Cantine Monfort** da 5 a 20 euro a testa; Maso Martis da 7 a 20 euro. Le 53 meritano tutte di essere scoperte, ognuna infatti ha una sua storia, i suoi valori e i suoi prodotti da raccontare. E sono storie speciali, come il territorio da cui nascono.

Campari, Piaggio, Ferrari, Gallerie d'Italia ...i musei d'impresa, un patrimonio da scoprire

A Dublino la Guinness Storehouse di Dublino, il museo della Coca Cola di Atlanta, la Heineken Experience ad Amsterdam, il Bmw Museum di Monaco di Baviera, sono percepite come tappe obbligate per qualsiasi visitatore di quelle capitali. E non si tratta di penuria di alternative artistiche tradizionali, ma piuttosto di capacità di vendere la storia industriale e dei rispettivi brand come attraente, divertente e affascinante. Anche in Italia non mancano simili esperienze di cultura aziendale che, nonostante siano generalmente meno conosciute tra il grande pubblico rispetto ai cugini stranieri, possono costituire uno spunto per un week end insolito. Ce ne sono per tutte le tasche e per tutti i possibili interessi, sparsi sull'intero territorio nazionale. Certo, non è una sorpresa che la gran parte di questi musei, archivi storici e archeologia industriale valorizzi soprattutto i punti di forza tricolori come il comparto alimentare (nella provincia di Modena sono addirittura venti), la moda, i motori e il design. Ma, con qualche minuto di paziente ricerca, è probabile che ogni interesse rispetto possa essere soddisfatto. E sarebbe un peccato non approfittarne: i percorsi museali di impresa possono infatti fornire validi spunti per comprendere l'evoluzione industriale e culturale della Penisola, la capacità di innovazione e il connubio tra arte e marketing. Esiste persino un'associazione da cui partire, Museimpresa, promossa da Assolombarda e Confindustria, che li rappresenta e li suddivide per categoria di attività e area geografica.

CAMPARI – GALLERIA CAMPARI La Galleria, inaugurata il 18 marzo 2010 in occasione del 150° anniversario del marchio, sorge nella sede storica della società realizzata dallo stesso Davide Campari negli spazi della palazzina liberty del 1904 (oggetto di un impegnativo progetto di restyling del 2007/2009), di Sesto San Giovanni, in provincia di Milano e si propone non solo un luogo di ricordi ma soprattutto come luogo creativo, interattivo, emozionante e vitale. L'ingresso è gratuito e vi si accede con visite guidate pomeridiane (dalle 14 alle 15.30, dalle 15.30 alle 17.00 e dalle 17 alle 18.30) il martedì, il giovedì e venerdì. Sono inoltre previste visite guidate anche il secondo sabato del mese (l'apertura è dalle 10 alle 18.30). Il percorso espositivo si sviluppa su due piani: il primo racconta la storia del brand dell'aperitivo rosso noto in tutto il mondo attraverso l'arte moderna e contemporanea, il secondo piano invece è riservato a mostre temporanee. All'interno è possibile trovare una selezione delle campagne pubblicitarie Campari, tra cui gli spot dei grandi registi da Federico Fellini a Singh Tarsem e Joel Schumacher, caroselli e filmati pubblicitari dal 1954 fino al 1977 in un video wall di 15 schermi e le immagini animate dei Calendari Campari. Tra gli autori di maggior interesse: Marcello Dudovich, Bruno Munari, Leonetto Cappiello, Primo Sinopico, Ugo Mochi e Ugo Nespolo. Campari fin dalle origini l'azienda ha sempre mostrato di una spiccata attenzione al mondo della comunicazione anche attraverso valorizzazione dell'arte nella vita quotidiana. Non è un caso che tra i più noti artisti che hanno collaborato con il colosso del beverage vi sia Fortunato Depero, l'artista futurista di Rovereto che per la Campari ha disegnato oltre a grafiche e affiche pubblicitarie anche la nota bottiglietta monodose del Campari Soda. Una visita alla Galleria Campari non può che concludersi con un aperitivo o una cena a Villa Campari, dimora ottocentesca per decenni sede di rappresentanza del vecchio stabilimento della famiglia Campari e oggi raffinato ristorante, proprio al lato dell'ingresso della mostra. Si cena (50 euro per un menù

degustazione) o si beve un campari spritz (l'aperitivo è proposto a 15 euro) circondati dalle afiches degli artisti futuristi in salette riservate. Da non perdere, per gli amanti dell'aperitivo rosso, il Carnaroli Gran Riserva allo zafferano midollo di vitello e campari in riduzione (il piatto costa 14 euro).

INTESA SAN PAOLO- GALLERIE D'ITALIA

Sotto il nome di Gallerie d'Italia si riuniscono i poli museali del gruppo Intesa Sanpaolo presenti sul territorio nazionale: palazzi storici della banca adibiti a sedi espositive delle imponenti raccolte della Ca' de Sass ereditate dai circa 250 istituti bancari confluiti in Intesa Sanpaolo nel corso degli anni. Dai reperti archeologici alle testimonianze del Novecento, in tutto si tratta di circa 20.000 opere di cui 10.000 di particolare interesse storico-artistico. L'ambizione dichiarata è quella di creare una rete che abbracci l'intero Paese, fatta di luoghi idonei a favorire l'interesse e l'accostamento del pubblico all'arte nelle sue diverse espressioni, centri destinati a ospitare mostre temporanee, iniziative culturali e scientifiche, programmi musicali e laboratori didattici. La prima a nascere è stata la sede di Vicenza (Palazzo Leoni Montanari inaugurato nel 1999), seguita da Napoli (Palazzo Zevallos Stigliano, sede delle Gallerie dal 2007) e, nel 2011, da Milano dove tra le stanze dei palazzi sette-ottocenteschi Anguissola e Brentani, situati tra via Manzoni e via Morone, sono esposte 197 opere del XIX secolo provenienti dalle collezioni della Fondazione Cariplo e di Intesa Sanpaolo. In articolare Palazzo Leoni Montanari, ospita una collezione di 140 icone russe, tra le principali conservate in Occidente, e una raccolta di dipinti del Settecento Veneto. Il museo è aperto da martedì alla domenica dalle 10 alle 18.00 e l'ingresso intero costa 5 euro. Presso la sede delle Gallerie di via Toledo a Napoli invece si trova una dei maggiori capolavori dell'arte italiana: il Martirio di

Sant'Orsola di Carvaggio, una delle ultime opere del maestro lombardo. Il museo è aperto da martedì a venerdì dalle 10 alle 18.00, mentre nel fine settimana la chiusura è fissata per le 20. L'ingresso intero costa 5 euro. A Milano, infine, la gallerie di Piazza della Scala propone un percorso di 197 opere del XIX secolo e intitolato da Canova a Boccioni, collezioni del XX secolo mostre temporanee. Tra i capolavori presenti sotto la Madonnina: "I due Foscari" di Francesco Hayez, "La raccolta dei bozzoli" di Giovanni Segantini e "Ritratto di fattori nel suo studio" di Giovanni Boldini. Il museo da martedì a domenica dalle 9.30 alle 19.30 (il giovedì l'orario è prolungato fino alle 22.30). L'ingresso intero costa 5 euro

FERRARI – MUSEO FERRARI MARANELLO E MUSEO ENZO FERRARI MODENA

Per una *full immersion* nel mondo della rossa più desiderata, la Ferrari ha addirittura previsto due percorsi a breve distanza l'uno dall'altro: il Museo Enzo Ferrari e dei Motori di Modena e il Museo Ferrari di Maranello, aperti tutti i giorni dalle 9.30 alle 18.00. Una tentazione davvero irresistibile per i patiti di Formula Uno, a 15 euro ciascuno (il biglietto combinato costa 26 euro). È possibile visitare i due musei nella stessa giornata grazie a un servizio navetta, ma sarebbe un peccato perdersi l'opportunità di godere delle bellezze artistiche di Modena e dei sapori della sua terra. Nel Museo di Modena ci si può lasciare avvolgere da uno spettacolo emozionante dove si uniscono ingredienti unici: l'avveniristico padiglione di Jan Kaplicky, 5mila metri di esposizione senza colonne o ostacoli, le auto storiche e un filmato sul mito di Enzo Ferrari proiettato sulle pareti del salone. Non solo qui è poi possibile visitare l'officina del padre di Enzo (l'officina meccanica Alfredo Ferrari) e alcune stanze della casa natale della leggenda dei motori. A Maranello (in via Dino Ferrari 43), il museo promette invece di far vivere il sogno a tutti i visitatori con auto da sogno,

la sala dei premi, proiezioni a tema e persino simulatori Formula semiprofessionali. Un museo divertente e che dà la possibilità al patito del cavallino Rampante di mettersi alla prova con storie, aneddoti e persino un cambio delle gomme.

PIAGGIO-MUSEO PIAGGIO

Per i patiti delle due ruote, quella di Pontedera al Museo Piaggio è una tappa irrinunciabile. Quest'anno infatti si festeggiano i 70 da quanto Enrico Piaggio, il 23 aprile 1946, ha depositato il brevetto per la Vespa, icona due ruote dell'italian way of life. Il Museo Piaggio è al centro dei festeggiamenti, ma la visita può essere interessante per altri aspetti a iniziare dalla Collezione Vespa unica nel suo genere. A Pontedera infatti si possono trovare anche i preziosi prototipi degli Anni '40 oltre ai grandi classici della produzione. Il Museo è stato inaugurato nel marzo del 2000 nei 3mila metri quadrati dell'ex officina attrezzeria, uno dei corpi di fabbrica più antichi e affascinanti del complesso industriale di Pontedera, dove l'azienda insediò la propria produzione a partire dai primi anni Venti del '900. Il Museo è nato per conservare e valorizzare il patrimonio storico di una delle più antiche imprese italiane e si pone l'obiettivo di ricostruire le vicende di Piaggio e del suo territorio ripercorrendo un lungo tratto di storia italiana, fatto di trasformazioni economiche, di costume e di sviluppo industriale. Il Museo è aperto da martedì a venerdì dalle 10.00 alle 18.00, sabato chiude tra le 13.00 e le 14.00. Per quanto riguarda l'apertura domenicale è prevista solo per la seconda e la quarta domenica del mese. Ingresso libero.

Barbie: icona da 56 anni

di *Giuliana Tonini* – Ragazze dai cinque ai cento anni, non perdetevi la mostra **Barbie – The Icon**, al **MUDEC – Museo delle Culture** di **Milano**, in allestimento fino al 13 marzo.

La mostra, curata da **Massimiliano Capella**, prodotta da **24 Ore Cultura – Gruppo 24 Ore** e promossa dal **Comune di Milano** - Cultura e da 24 Ore Cultura – Gruppo 24 Ore, in collaborazione con **Mattel**, non potrebbe avere titolo migliore. È innegabile che **Barbie** – il cui nome completo è **Barbara Millicent Roberts** – sia diventata **un'icona**. La bambola più famosa e più venduta del mondo, infatti, da ben **56 anni** rispecchia e interpreta le evoluzioni culturali della società e la sua allure non accenna a tramontare.

In un percorso a sezioni tematiche sono esposte ben **448 Barbie**.

Nella sala introduttiva sono sistemati i sette modelli iconici e rappresentativi del rispettivo decennio, dal 1959, anno di 'nascita' di Barbie, a oggi. Lì troviamo la prima Barbie, quella con la coda e il costume da bagno a righe bianche e nere. Quasi tutte la conosciamo. L'abbiamo vista in fotografia, e ora la possiamo ammirare 'dal vivo'.

La seconda sala è una macchina del tempo. Ancora divise per decenni, ci sono centinaia di Barbie, il cui stile di abbigliamento cambia con lo scorrere degli anni, mentre una timeline sui muri della sala ci ricorda i principali avvenimenti della storia dal 1959 a oggi e le tappe dell'evoluzione del costume e della moda.

Le Barbie indossano graziosissimi mini abiti identici a quelli che portavano le donne del periodo di riferimento e ispirati alle creazioni degli stilisti del momento. E così le vediamo indossare con disinvoltura prima ampie gonne dalla vita alta e stretta, completini con la gonna a sbuffo, cappottini larghi e monocolori (una Barbie ne porta uno rosso, identico a quello che, in una foto sulla timeline, si vede sfoggiare da **Jackie Kennedy**), per passare alla moda anni Settanta, coi pigiama

palazzo o lo stile hippy, e ai colorati e rockettari abiti anni Ottanta, e poi virare verso una schiera di Barbie dei nostri anni Duemila, in jeans aderenti, tubino nero (intramontabile passepartout), e raffinati abiti da sera in stile red carpet. E anche le acconciature dei capelli delle Barbie seguono la moda.

Questo slideshow richiede JavaScript.

Le più piccine si scatenano a cercare la propria Barbie, ma anche per le visitatrici ormai cresciute, me compresa, è divertente trovare le Barbie con cui hanno giocato da bambine. C'è anche qualche visitatore, in veste di papà che accompagna la propria bambina oppure, più raramente, di fidanzato o marito.

Si passa poi in una sala dove sono messe in mostra decine di Barbie che indossano modelli confezionati apposta per loro dai più celebri stilisti. Alcuni abiti sono davvero scenografici e sorprendenti.

E c'è anche la zona degli accessori che costituiscono l'ambiente in cui Barbie vive. Ognuna di noi può riconoscere più di uno con cui ha giocato. Ci sono, ad esempio, la celeberrima **casa** di Barbie, con l'ascensore che sale e scende tirando la cordicella, la **piscina**, il **bagno** con la vasca che faceva la schiuma, lo **yacht** e le macchine (che Barbie avesse la **Ferrari** si sapeva, ma chi non è più bambina da un bel po' scopre che ha anche una **500** nuovo modello, rigorosamente rosa).

Questo slideshow richiede JavaScript.

Un'altra sezione della mostra, Barbie Careers, è dedicata ai mestieri svolti da Barbie. Se, da una parte, è innegabile che Barbie ha contribuito ad assecondare un canone di bellezza irraggiungibile, è anche vero, dall'altra, che, fino dagli anni Sessanta – quando la maggior parte delle donne ricopriva nella società unicamente il ruolo di moglie e di madre – ha legittimato le bambine a vedersi, da grandi, svolgere un lavoro. E così abbiamo prima modelli di Barbie infermiera,

segretaria, hostess, per poi arrivare a Barbie manager, Barbie soldato della guerra del Golfo (la riproduzione della divisa che Barbie indossa ha dovuto essere approvata dal Pentagono), e Barbie candidata alla presidenza degli Stati Uniti (ce ne sono ben due edizioni).

Ma non è finita qui. La sala successiva vuole sottolineare che Barbie è, sì, un prodotto della cultura occidentale, ma ormai è diventata davvero un'icona globale, arrivando a rappresentare cinquanta diverse nazionalità. E infatti, in teche sospese che ricordano i caschi per capelli che si usano dal parrucchiere, ci sono Barbie coi colori e coi vestiti tradizionali dei paesi di tutti e cinque i continenti.

L'ultima sala è una sorpresa. Lì Barbie è 'incarnata' in donne che hanno fatto la storia, quella con la S maiuscola e quella dello spettacolo. Ci sono infatti Barbie con le fattezze, e i meravigliosi abiti, di celebri regine come **Elisabetta I d'Inghilterra**, **Maria Antonietta**, **Cleopatra**, **Caterina de' Medici** e **Giuseppina Bonaparte** (con l'abito e il lunghissimo manto indossati per l'incoronazione a imperatrice consorte di Napoleone, come possiamo vedere guardando il quadro di Jacques-Louis David).

Questo slideshow richiede JavaScript.

E Barbie identiche in tutto e per tutto a famose dive dei nostri tempi. Non si può non rimanere a bocca aperta, oltre che per la bellezza dei vestiti, per come i lineamenti del viso delle bambole assomiglino in modo impressionate a quelli delle dive in carne e ossa. Solo per citarne alcune, c'è Barbie **Grace Kelly** in tre versioni, con l'abito che portava il giorno del suo matrimonio col principe Ranieri e con quelli dei film di Hitchcock '**La finestra sul cortile**' e '**Caccia al ladro**', Barbie **Vivien Leigh-Rossella O'Hara**, coi vestiti di '**Via col vento**' (manca la Barbie col vestito di velluto verde che Rossella fa con le tende, ma nella sala della timeline si può vederne una foto), Barbie **Audrey Hepburn** con gli abiti di '**Colazione da Tiffany**', '**My fair lady**', '**Vacanze romane**' e '**Sabrina**', e poi Barbie **Marilyn Monroe**, Barbie **Liz Taylor** e, per il cinema di tempi più recenti, Barbie **Olivia Newton John-Sandy** con le mise del cult '**Grease**'. Degna di nota è anche una

inquietante Barbie **Tippi Hedren** che, nel suo tailleur verde pastello, viene aggredita dagli **uccelli** dell'omonimo film di **Hitchcock**.

Questo slideshow richiede JavaScript.

La ciliegina sulla torta è **Barbie MUDEC**, due esemplari pezzo unico – una con la pelle bianca e i capelli neri e l'altra con la pelle scura e i capelli biondi – realizzati in esclusiva e in occasione della mostra. Il loro vestito si ispira alla nuvola di cristallo che sovrasta la piazza centrale del museo, mentre la fantasia della sottoveste richiama il motivo del 'caleidoscopio delle culture', tema della campagna di comunicazione di lancio del museo.

Questo slideshow richiede JavaScript.

Ragazze di ogni età, davvero, visitate la mostra.

Dove: **MUDEC – Museo delle Culture**, Milano, via Tortona 56

Quando: **fino al 13 marzo 2016**

A quanto: biglietto **intero 10 €**, **ridotto 8 €**, **ridotto speciale 6 €**

Sito internet: *www.mudec.it*

Foto di Giuliana Tonini