

DINO BONDAVALLI

Unire tecnologia digitale, sicurezza e rigenerazione urbana per rispondere all'esigenza di spazi a misura di cane nel contesto cittadino recuperando, al tempo stesso, aree dismesse o degradate. È questa la missione di Dog City Garden, la startup pet tech milanese fondata da Sarah Canonici, Veronica Lisa Crippa e Gianluca Massini Rosati, che dal cuore di Milano stanno costruendo il primo network nazionale di aree cani private.

Alla base di questa avventura imprenditoriale, nata appena un anno fa, ma già in grandissima espansione, c'è un'idea tanto semplice quanto rivoluzionaria: offrire spazi puliti, sicuri, completamente recintati e prenotabili a ore tramite app in cui far correre e giocare il proprio cane (o cani) in totale libertà, senza il rischio di creare fastidio o situazioni di tensione tra simili o tra i proprietari. Un'alternativa concreta alle aree pubbliche, spesso sovraffollate o poco curate. E che per chi ha cani aggressivi, bisognosi di fare tanta attività o con caratteristiche particolari come i levrieri, può letteralmente cambiare la vita.

Dopo l'apertura del primo spazio a Milano, un'area di 2 mila metri quadrati nella zona del Certosa District, in viale Espinasse, la società sta per inaugurare due nuovi spazi a Cesano Maderno, comune dell'hinterland milanese, e a Famagosta, nella zona Sud del capoluogo lombardo. Ma il piano di sviluppo è ambizioso e prevede oltre 300 nuove aree aperte in tutta Italia entro il 2030, con un modello scalabile che

GENI DI LOMBARDIA/ DOG CITY GARDEN

Milano non è a misura di Fido
Nascono le aree cani private

Duemila metri a disposizione del padrone, recintati, curati e illuminati
Si paga dai 10 ai 15 euro l'ora, e non si corre il rischio di "liti" e brutti incontri

guarda già all'estero.

Il format unisce tecnologia e comfort: slot di un'ora prenotabili online, accesso con codice digitale, aree recintate a prova di fuga, videosorveglianza, illuminazione serale e ingressi limitati a un solo proprietario con massimo tre cani. Il tutto con orari di apertura che

vanno dalle 5 alle 23 tutti i giorni dell'anno. L'ingresso è riservato a chi acquista un pacchetto di ore (da 5 in su). Si parte da quello che prevede 5 ingressi a 75 euro e si arriva a quello con 100 ingressi al costo di 10 euro ciascuno. Una formula che elimina i rischi di incontri indesiderati e intercetta

nuove esigenze: dai cuccioli agli animali anziani, dai cani fragili ai padroni che cercano sicurezza anche nelle ore serali. Il cuore del progetto è la piattaforma digitale, che integra prenotazione, pagamento e accesso in un flusso automatizzato, raccogliendo anche dati di utilizzo per ottimizzare

costantemente il servizio. Ma l'innovazione non si ferma qui: ogni nuova area nasce dalla riqualificazione di spazi verdi abbandonati, restituendo alla comunità luoghi vivibili e sicuri.

«L'idea di Dog City Garden nasce da una constatazione semplice: le città non sono fatte a misura di ca-

ne», spiega Sarah Canonici, co-founder di Dog City Garden. «Gli spazi pubblici sono spesso affollati, rumorosi, poco sicuri, e vivere con un animale significa convivere con tensioni continue. Abbiamo immaginato allora luoghi diversi: aree verdi private, curate e accessibili su prenotazione, dove i cani possano muoversi liberamente e i proprietari possano sentirsi sereni. Non è solo un servizio: è un modo per restituire valore agli spazi urbani, trasformando aree dimenticate in luoghi di benessere condiviso, con al centro il rapporto tra persone e animali».

Un approccio che interseca anche la crescita del settore pet care, che in Italia vale oltre 4 miliardi di euro l'anno e continua ad espandersi spinto da nuove abitudini di consumo. Non a caso, Dog City Garden sarà tra i protagonisti di Quattrozampeinfiere (4-5 ottobre al Parco Esposizioni di Novegro), dove si presenterà con il claim "Il luogo sicuro per il tuo cane felice". Il laboratorio milanese è solo l'inizio: la startup punta, infatti, a presidiare tutte le principali città italiane entro cinque anni e a portare il format anche all'estero. Non solo. «Abbiamo in mente di aumentare i servizi, non solo come aree cani, organizzando anche attività collaterali di formazione e presentazione», conclude Canonici. Una scommessa che parla agli amanti degli animali, ma anche agli amministratori cittadini, perché Dog City Garden è la dimostrazione che innovazione, economia e impatto sociale possono convivere e generare un business vincente. Per tutti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dog City Garden, la startup pet tech milanese fondata da Sarah Canonici, Veronica Lisa Crippa e Gianluca Massini Rosati, che dal cuore di Milano stanno costruendo il primo network nazionale di aree cani private.

IL PRIMO STORE DI FRACOMINA A MILANO

Donne magnetiche da Tod's e camaleontiche per Etro

Antonio Riva si ispira agli anni 40 e 50, Gherardini lancia il Vintage Club. E Christopher debutta con gli accessori di lusso

segue dalla prima

DANIELA MASTROMATTEI

(...) «Questo è il nostro modo per celebrare la gente che lavora, l'intelligenza artigianale che non sarà mai soppiantata da quella artificiale». Ed è proprio dall'eccellenza artigianale che nasce per la prossima estate la collezione "Leave your mark" «fatto di una qualità sempre migliore» che lascia il segno, come il famoso Gommone che lo ritroviamo a mo' di traforo su abiti e trench o come dettaglio in metallo su mocassini e borse di una collezione che mette al centro la pelle, trattata fino a diventare morbida come un tessuto negli abiti foulard a righe patchwork. I capi leggeri accarezzano il corpo come i vestiti di pelle mixata al lino, i trench in raso ultrasottili stropicciati, i tubini sempre aperti sulla schiena. Dai quadri di Felice Casorati arrivano i colori della collezione, gli accostamenti cromatici che spaziano dai toni naturali a punti di arancio, marrone, bruciato, celeste e giallo. Unico motivo le righe di pelle applicate su camicie in cotone che diventano quasi dei mini abiti e su trench di ispirazione regimental. È invece una collezione stile urban-chic quella

di Hogan con Athletic reinterpretazione slim delle sneakers da "sprinter", sportiva ma anche elegante-retro. Le Hogan Cool invece hanno la suola alta e avvolgente che unisce una tomaia delicata a una struttura chunky. Tra le borse, la Script Address logo, la shopping bag versatile per passare dall'ufficio all'aperitivo e le flap bag con la chiusura ad "H".

Sila accompagnato dal vivo dall'esi-

bizione della Nina l'Euro flux immaginato da Marco de Vincenzo. «Dopo tre anni - racconta il direttore creativo - mi sono lasciato andare al flusso dei codici della maison, che sono espressi in modo più forte e incisivo, in un massimalismo vero: è la collezione più Etro fatta dal mio arrivo». «Flux vuol dire anche flusso e soprattutto leggerezza che si riferisce a uno dei codici del marchio che ho tradotto in

frange tempestate di borchie, frange in movimento e vestiti con 10 colori diversi, perché mi piace sorprendere», sottolinea. E poi «ho scelto il camaleonte come gioiello, perché muta rimanendo se stesso come Etro: cambiare senza tradirsi - conclude - è una forza che ho scoperto lavorando qui».

Mentre Antonio Riva Milano apre le porte del suo atelier di Corso Venezia 44 per scoprire Mirage, la nuova collezione atelier della maison, ispira alle protagoniste del cinema degli anni '40 e '50, figure femminili sofisticate e indipendenti, capaci di reinventarsi e di restare sempre padrone della scena. Le silhouette sono scivolose e stratificate, con volumi che si alternano a tagli netti e dettagli sartoriali, restituendo un'immagine di femminilità forte e mai prevedibile. Gran bel lavoro. E ieri sera Fracomina ha inaugurato il suo primo store milanese in via Manzoni 37, in pieno Quadrilatero della Moda. L'apertura è stata celebrata con un evento-ponte ideale tra la vibrante vitalità di Napoli, culla del brand, e il ritmo cosmopolita di Milano; un viaggio immersivo in un'atmosfera unica, con i corni portafortuna realizzati a mano dal maestro preside Marco Ferrigno a simboleggiare

le radici culturali del brand. Il nuovo flagship store di 200 metri quadrati si distingue per un design che è pura espressione della nuova identità di Fracomina. «Milano più di una città è un hub internazionale per il fashion system - spiega Ferdinando Prisco, CEO di Fracomina -. Questa apertura ha per noi anche un valore profondamente personale: è un omaggio a mio fratello Cosimo, recentemente scomparso, a cui dedichiamo questo traguardo. La sua visione, la sua passione e il suo spirito continuano a vivere nel cuore dell'azienda».

Christopher, brand di accessori di lusso, invece debutta alla Milano Fashion Week donna con una collezione di calzature, borse, piccola pelletteria, occhiali da sole, sciarpe e profumi. Christopher rappresenta l'ingresso nel settore fashion luxury del Gruppo Sahakar, importante azienda indiana fondata dalla famiglia Agrawal, e propone un universo di stile in cui ogni prodotto è un omaggio alla manifattura artigianale italiana, dalla scelta dei materiali più pregiati al design esclusivo di ogni dettaglio. Lo storico brand di accessori Gherardini celebra 140 anni di artigianalità con il progetto Gherardini Vintage Club "second hand", basato sul coinvolgimento di una community di clienti storici e collezionisti. Con il loro contributo le borse recuperate saranno ricondizionate dagli artigiani dell'azienda e rimesse in vendita come pezzi unici e numerati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Da sinistra: la sfilata di Tod's, la collezione di Antonio Riva e la passerella di Etro