

# OOK DE SALADE IS DESIGN BIJ ARMANI

Milaan is *the place to be*, zeker als je van mode, design of kunst houdt. De Noord-Italiaanse stad is de natte droom van fashionista's. Geen wonder, met zo veel topmerken per vierkante kilometer. Een stijlvol weekendje hoge hakken, strakke pakken en design-food.

TEKST Francien van Zetten

FOTO'S Hans Visser, istockphoto



Duomo, Milaan

**O**oit raakte ik verzeild in een buitenwijk van Milaan. Verkeerde afslag genomen op de snelweg richting eerste Italiaanse vakantie in Cinque Terra aan de Ligurische kust. Na twintig minuten dolen over desolate industrieterreinen en door dito woonwijken, dook de asfaltbaan richting Genua weer op. Ik wist niet hoe diep ik het gaspedaal moest indrukken. Weg van die depressieve Noord-Italiaanse werkstad.

Dit keer liggen de kaarten anders: Milaan lonkt als bestemming voor een weekendtrip. Nu wil ik wel eens zien wat er waar is van al die verhalen over modestad en designwalhalla Milaan. Niet dat ik zo'n fashionista ben, maar het fascineert me wel: dat wonderlijke huwelijk van ijdeltuiterij en commercie, waardoor modehuizen als Versace, Armani en Gucci zich ontwikkelden tot wereldwijde miljardenimperier.

Hoge hakken op de vloer van de vertrekhal van vliegveld Weeze net over de grens met Duitsland bij Nijmegen tikken al het ritme van wat komen gaat. Het zonnetje dat de passagiers op vliegveld Orio al Serio in Bergamo begroet, is het signaal collectief een oversized zonnebril op te zetten. Terwijl het dringen is voor de bus richting Milaan ziet een hardcore fasionista kans nog even

haar nagels te lakken. Het is duidelijk: Milano, zoals de Italianen zeggen, is geschapen voor de modebewuste mens.

Mijn eerste middag in Milaan laat ik me imponeren door de Duomo (dom) met zijn ontelbare beeldhouwde torens en de chique winkelgalerij Galleria Vittorio Emanuele. Ze vormen het toeristische middelpunt van de stad. Als een echte shopaholic zet ik koers naar de Galleria. Hier flaneren de milanesi al generaties lang onder de sierlijke gietijzeren constructie en het glazen dak. Wat een grandeur! Het bouwwerk met zijn 47 meter hoge koepel werd in 1867 geopend. De poort aan de Piazza Duomo kwam later. Tragisch genoeg viel ontwerper Giuseppe Mengoni bij de bouw daarvan in 1877 van een steiger te pletter. De Galleria werd een jaar later voltooid.

Mode is hier vrouwen- en mannenmode. De Italiaanse man ziet er net zo graag goed uit als de Italiaanse vrouw. Zo simpel is dat. De mannen van Milaan zijn opvallend vaak gestoken in een fraai gesneden pak van soepele stof. Niet vreemd dus dat je in de zakenstad net zo veel winkels aantreft met herenals met damesmode. Massimo Dutti in de Galleria is een voorbeeld van een chique Italiaanse mannenmodezaak. Kostuums om door een ringetje te ha-



In fraai pak gesneden milanesi



Galleria Vittorio Emanuele

len en sportieve vrijetijdskleding vullen de etalages.

Prada, Gucci, Louis Vuitton en McDonalds vechten om de aandacht in de winkelgalerij. Voor wie verder kijkt, zijn er bijzondere specialisten te vinden. De derde generatie Bernasconi (sinds 1872)



Milaan leeft gewoon door, temidden van de Versace's, Armani's en Bulgari's



is uitbater van een winkel vol zilveren voorwerpen, van klassieke schalen tot fotolijsten en miniaturen. Piumelli ligt vol leren handschoenen. Met vingers én zonder, in alle denkbare zomerse kleuren. De hoedencollectie van Borsalino is te vinden vlakbij het plein voor de opera Scala. Geweldig: van de bekende gleufhoeden voor erkende maffiosi tot modieuze hoofddeksels die bij de races in het Britse Ascot zeker in de smaak vallen.

Mijn ultieme doel voor de volgende dag is de 'Gouden Vierhoek' van Milaan, waar vrijwel alle internationale modehuizen te vinden zijn: de Via Montenapoleone, Via Manzoni, Via della Spiga en Via San Andrea. Daar winkelen de *rich and famous*. Porche voor de deur, bewaker naast de deur en

een persoonlijke stylist tot je dienst.

'Beleving' is volgens marketinggoeroes het toverwoord van de hedendaagse emotie-economie. De Versace's, Armani's en Bulgari's begrijpen dat. Naast winkels met mode en accessoires openen ze chique hotels, badgelegenheden (spa's) en bars waar hun clientèle in de watten wordt gelegd en van een cocktail kan nippen.

Is er dan helemaal geen economische crisis? Niet als je geld genoeg te besteden hebt. Al constateer ik dat het in de winkel van Valentino aan de Montenapoleone verdacht stil is. Dromerig sta ik voor de etalage met een fuchsialeurige divajurk a 2.200 euro, met bijpassende naaldhakken (550 euro) en leren tas (880 euro). Schitterend. Ik zie Audrey Hepburn of Naomi Campbell er zo in

weglopen. Het blijft bij dromen. Ten eerste pas ik er simpelweg niet in en ten tweede - ook niet onbelangrijk: mijn creditcard trekt dat niet.

Terug op aarde, loop ik verder naar de Via Manzoni. Daar showt Victoria Beckham op een meer dan levensgrote poster lingerie van Giorgio Armani. Ze vormt het uithangbord van de Armani Collezione Store met kleding en meubels van het Milanese designlabel. De winkel lijkt een tempel, inclusief gewijde sfeer. Maar in plaats van misdienaars overal bewakers, die dwars door je heen lijken te kijken.

Waar ga ik heen? Naar de mannenafdeling, een Armani-onderbroek voor mijn geliefde scoren? Of toch kleding voor mezelf zoeken? He, wat zie ik daar... boeken! Op slag vergeet ik de »



Navigli kanaal

spannende lingerie en blader ik in boeken over design, fotografie en muziek. Honderd jaar mode-iconen. Van Marilyn Monroe tot Amy Winehouse. Voor 32 euro. Dat is te overzien. Even later valt mijn oog op Floral Frocks, een Britse standaardwerk over bloemetjesjurken. Het laatste exemplaar! Ik verhoog mijn budget naar 50 euro en de mode-iconen gaan terug op de plank.

Met het boek in een Armani-tasje in mijn hand, slaat de decadentie toe: ik trakteer mezelf op een lunch in restaurant Giorgio's. Even later zit ik aan een lichtgrijs gedekte tafel. In mijn simpele spijkerjasje voldoe ik niet aan de dresscode, maar ik voel me de koningin van Lombardije.

Armani is helemaal into biologisch eten, meldt de menukaart. Prima. De salade misticanza met parmezaanse kaas en aspergesnippers lijkt me wel wat. Een gladder Armani-ober noteert de bestelling en brengt een kunstig geconstrueerd torentje van aspergesnippers, blaadjes rucola, kiemgroenten en kaas op een wit bord gedecoreerd met balsamicoazijn staat voor me. Een toefje knalrode sprietjes, geen idee wat het is, fleurt het geheel op. Zelfs het eten is hier design. Met mes en vork sloop ik het bouwwerkje. Beetje olie er bij. Mmmh, knapperig en fris. Niets mis mee voor 23 euro.

Even later, als ik me ontspan tussen de milanezen in het park Sempione, weet ik het zeker: met zo veel topmerken per vierkante kilometer steekt Milaan wereldsteden als Parijs, Londen, New York en Los Angeles beslist naar de kroon. «

#### VANAF WEEZE

Luchtvaartmaatschappij Ryanair vliegt dagelijks van Airport Weeze (Niederrhein) op Milaan (Bergamo). Toestellen vertrekken - afhankelijk van de dag - op verschillende tijdstippen, maar altijd rond het middaguur. De landing is anderhalf uur later in Bergamo. Busretour naar Milaan kost 16,50 euro. Terugvluchten vertrekken steeds rond 14.00, vanaf Bergamo. Zie [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com)  
Hotelboeking in Milaan: [www.booknu.net](http://www.booknu.net)