

L'INTERVISTA / IL MAGO DEI POTENTI

«Levito davanti a Putin e poi gli leggo nel pensiero»

Si fa chiamare Eddy e viene invitato a esibirsi da politici e industriali di tutto il mondo, dall'Italia alla Russia, dal Kazakistan alla Cina

Eleonora Barbieri

Ha i capelli biondi raccolti in una coda. Completo ecru, iPhone e agenda alla mano. È un mago? «Illusionista». Eddy, milanese, lo fa per lavoro: levita, per esempio. Si solleva da terra, poi torna giù. Gli basta sfogliare una decina di ritagli di una rivista per trasformarli in altrettante banconote da 50 euro. Lo chiamano il mago dei potenti, perché da una decina d'anni (ne ha 43) viene invitato da politici, industriali e miliardari di tutto il mondo per esibirsi durante cene e feste. «Sono sempre in giro, prendo duecento aerei l'anno». È appena tornato da Capri.

Come si chiama davvero?

«Arduino Miscioscia».

Arduino è un nome da mago. Un segno del destino?

«Forse. Anche se da piccolo non avrei mai immaginato di diventare mago per lavoro. Era solo una passione».

Ha cominciato presto?

«Verso i dodici anni, per gioco. Anziché il pallone... Mi divertivo, leggevo libri».

E poi com'è diventato mago di mestiere?

«Ho iniziato a esibirmi in locali e ristoranti di Milano. A casa non è che fossero entusiasti, ma lavoravo sempre di più».

Fino a conquistare politici e capi di Stato. Il premier Berlusconi, Putin, i reali sauditi. Come ha fatto?

«Col passaparola. Sono stato anche in India, in Kazakistan. A questo punto vorrei incontrare Obama».

Scusi, ma lei, per esempio, viene chiamato in Russia. Che fa?

«Magari Putin dà una piccola cena con industriali e politici. Una serata normale, mangi, ascolti musica. Io mi esibisco per mezz'ora, un'ora, anche due ore di fila».

Come funziona?

«Nessuno sa niente, all'inizio mi siedo al tavolo come tutti gli altri ospiti. A volte c'è anche mia moglie. A un certo punto chiedo l'orologio a uno degli invitati, o l'anello a una delle signore. Muovo le lancette senza toccarle, o faccio sparire il gioiello, che poi salta fuori all'improvviso. O faccio spostare la cassaforte. Non porto mai nulla con me».

Niente casse in cui segare l'assistente?

«No, no. Magari però leggo nel pensiero...».

Addirittura...

«Indovino delle cose: la carta



Metodo

Fingo di essere un ospite, poi faccio spostare la cassaforte

Impegno

L'esercizio più difficile?

Levitare:

servono anni

Pubblico

La gente adora se fai sparire e ricomparire orologi o anelli

L'incontro

Con Mubarak ho indovinato la carta che aveva pensato

Telecinesi

Uno dei miei trucchi preferiti è attirare oggetti lontani

Stupiti

I cinesi mi hanno chiesto: come fai ad avere questi poteri?

che pensi, un nome, una città, il pin del cellulare».

Adatta i trucchi ai vari Paesi?

«Se sono in Kazakistan faccio pensare a un nome e poi la persona se lo ritrova scritto, in kazako, sotto la mano o su un foglietto».

Senza che conosca il kazako...

«Ovviamente. Ma mi preparo. Se mi invitano i reali sauditi, il nome lo trovano scritto in arabo. Si chiama improntum».

Perché piace tanto ai potenti?

«Forse perché alleggerisco un po' l'atmosfera. Con tutti i problemi a cui devono pensare...».

I trucchi più difficili?

«Levitare. Per imparare ci vogliono anni e dura solo pochi secondi. E poi la lettura del pensiero».

Fa gli scherzi anche a Putin? Dica

la verità...

«Ma non vado solo da lui. Mi è capitato di incontrare anche Mubarak: gli ho fatto trovare la scritta, in arabo, della carta che aveva pensato. Si è divertito molto».

Chi altro la invita?

«Tanti. Industriali, politici. Vado in Turchia, Francia, Germania, Grecia, Gran Bretagna. Sono stato anche due volte in Cina».

Com'è andata coi cinesi?

«Si sono divertiti. Poi mi hanno chiesto: ma come fai ad avere questi poteri?».

Come fa?

«Io dico: non sono poteri».

Che fa, studia?

«Certo. Mi alleno continuamente, faccio ricerche, sperimento. Ma alla fine quello che conta è il giudizio di mia moglie».

CELEBRITÀ

Eddy, nome d'arte di Arduino Miscioscia, milanese, 43 anni, è considerato «il mago dei potenti». Anche se lui preferisce definirsi un illusionista. Si esibisce in tutto il mondo



MODA

Giorgio Armani: «Il mio fegato? Adesso sta una meraviglia»



RE Armani con la Smutniak

«Sto bene, meravigliosamente bene, ho superato il mio problema, i dati del mio fegato sono quasi perfetti, alcuni anche più che perfetti, tanto che posso smettere di prendere medicine». Giorgio Armani torna a parlare in pubblico, e lo fa nella sua Milano, in occasione della Fashion's Night Out di Vogue. La scorsa primavera Re Giorgio aveva rivelato di aver avuto una epatite da intossicazione, sa benissimo che sono corse tante voci sulle sue condizioni di salute. E ieri, a chi ha chiesto come stesse davvero, ha risposto così. Poi ha raccontato della sua estate di relax: «Ho fatto un lungo giro in barca, dalla Croazia al Gargano, dalla Calabria alle Eolie e quindi a casa mia a Pantelleria. Poi ho fatto una seconda crociera, tutta intorno alla Sicilia, posti meravigliosi. È stata la vacanza più lunga della mia vita. Ne avevo bisogno, è stata meritata». E spiega anche che ha molto sentito il calore della gen-

IN FORMA «Mi sento

bene, posso smettere di prendere le medicine. Ho fatto vacanze record»

te. Armani è in forma, abbronzato, molto magro: alla Rinascenza si presenta in compagnia della modella-attrice polacca Kasia Smutniak, testimonial del profumo Idole.

A proposito dell'idea di Vogue, 400 negozi aperti fino a mezzanotte, ognuno con eventi e gadget, commenta: «Questa è una bella storia, proprio una bella iniziativa. Ci voleva, serve alla moda ma serve soprattutto ad aprire Milano, che è una città chiusa, eppure ha un centro bellissimo che sarebbe giusto vivere anche di sera». Annosa questione quella della chiusura di Milano. Armani è prudente e dice: «Non si sa di chi sia la colpa». Gli stilisti - osserva - magari sono un po' tiepidi quando si tratta di lavorare per la città, ma non bisogna dimenticare «che devono fare prima di tutto bei vestiti, questo è il loro compito. Solo in seconda istanza si possono occupare di risvegliare gli animi e creare fiducia». A proposito della crisi poi spiega: «Certo, l'animo di tutti adesso è un po' chiuso, la crisi c'è ancora, è perfino difficile creare serenamente una collezione quando i dati delle vendite non sono buoni. I miei collaboratori continuano a dirmi che i giornali parlano di ripresa, ma io me ne convincerò solo quando la venditrice del negozio di Montepulciano mi dirà: «Abbiamo fatto una vendita pazzesca»». A proposito poi dello snobismo della moda, ormai vecchio e obsoleto: «Io non sono snob - conclude Armani - ma c'è un gruppo di stilisti che se la tirano in modo snobistico perché hanno scelto una strada diversa dalla mia e hanno come riferimento solo gli ambienti snob delle redazioni dei giornali. Io ho scelto un pubblico più vasto».

L'idea di Tod's

Ecco l'«Italian touch» delle grandi famiglie

Lucia Serlenga

Milano Nelle vetrine della boutique Tod's di via della Spiga, una delle trecento che ieri sera hanno aperto le porte fino a tardi per la Vogue Fashion's Night Out a Milano, andava in scena l'immagine educata di un'Italia capace di comunicare, an-

di bambini, ragazze e giovanotti, di donne d'indiscutibile raffinatezza e uomini di gran classe, appaiono puliti, sorridenti, aristocratici e di successo.

Note e meno note, si tratta di famiglie che gestiscono con successo il proprio business e che tengono a proteggere la tradizione e i valori. Tutti si

sono lasciati fotografare senza chiedere compensi. Non solo. Si sono anche trasformati in involontari testimonial d'iconici prodotti Tod's entrati per consuetudine nel loro guardaroba. Come il famoso mocassino con i gommioni o l'altrettanto celebrata D Bag.

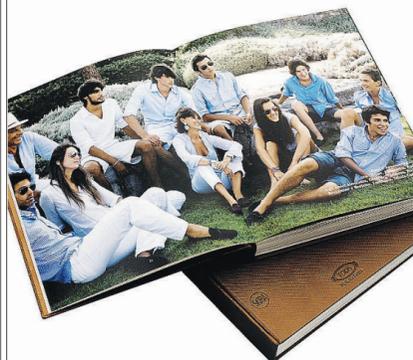
Per la sua notevole mole, il cosid-

detto «coffee book» si potrà sfogliare sorseggiando un caffè, lasciare in bella mostra su un tavolino, regalarlo agli amici. «Vogliamo dedicarlo a Oscar Micucci, una persona che tutti noi abbiamo nel cuore», diceva commosso Claudio Castiglioni, general manager del marchio, ricordando la recente scomparsa del braccio de-

e ai consumatori dei nuovi mercati, lo stile e il buon gusto italiani, valori nei quali ci riconosciamo da trent'anni», aggiungeva Castiglioni mentre ringraziava alcuni dei protagonisti del book invitati a Milano per l'occasione e felici di rivedersi nelle gigantesche fotografie che decoravano le pareti della boutique.

«Ho vissuto per lungo tempo all'estero e mi sono reso conto che noi italiani abbiamo un talento straordinario nel sottovalutarci», proseguiva il manager sottolineando come con questa pubblicazione dalla quale sono state tratte anche le immagini della nuova campagna pubblicitaria, Tod's voglia esaltare ancora di più il suo ruolo di ambasciatore del bello nei cinque continenti.

Curato da Donata Sartorio e corredato dalle foto di Paolo Leone, il volume edito da Skirà (costa 70 euro) verrà presentato in molte città, da Roma a Londra, da Parigi a Mosca, da New York a Tokyo, passando per Mumbai, Shanghai, Hong Kong e New Delhi.



IL PROGETTO

Si chiama «Italian touch» il libro presentato ieri sera alla boutique Tod's di via della Spiga a Milano. Il volume, curato da Donata Sartorio e con le fotografie di Paolo Leone, è pubblicato da Skirà (pp. 368, 70 euro)