

2night

magazine

An illustration of a woman with long, dark hair, wearing a red Santa hat with a white pom-pom and a dark, strapless top. She is lying down, looking towards the viewer with a slight smile. The background is a warm, golden-brown color with soft, glowing light effects.

freetimeguide

Veneto | euro 0,80

Dicembre 04

www.2night.it

56 pag!
INSIDE:
SPECIALE
FRIULI VENEZIA
GIULIA



2005? Prometto una Grande Notte per Tutti!!!

Un altro anno da buttarsi alle spalle. Di tracciare bilanci qui non se ne parla, quelli li lasciamo volentieri ad altri, ma di prospettive certamente sì, di quelle ne abbiamo da tappezzarci qualche fetta di cielo.

In fin dei conti il nostro intento è quello di anticipare e non solo di riportare: per sapere dove andiamo guardiamo intanto dove siamo! Chiamiamolo pure slogan... E visto che la vera ed unica tendenza del momento è quella di fare Promesse, tipo... «vi taglio le tasse, vi taglio il lavoro, vi taglio il gas, vi taglio le ferie, vi taglio il...», voglio essere di tendenza anch'io e Promettervi per il 2005 una Grande Notte per Tutti!

Premessa (immancabile!). Il momento difficile che affronta il nostro Paese per coloro che guadagnano meno di un milione di euro all'anno, si rispecchia inevitabilmente sul turismo, quello notturno nella fattispecie. La crisi c'è e nasconderla non

serve a nulla. Ad aiutarla un po' in tutta Italia adesso anche la leggerezza insonne di chi ha optato di abitare zone ricche di locali e di vita notturna. Sforando il personale e venendo al dunque: in alcune vie dei nostri centri non si dorme perché la gente si ritrova fino a tarda notte? Bene, mi offro volontario per abitare uno di quegli appartamenti... Voglio farci una casa 'aperta' a tutti coloro che hanno qualcosa da dire alla Notte, alla Vita, all'Arte, al loro spirito di Aggregazione. Se non sapete dove andare sta sera, tutti a casa mia! La mia Promessa per il 2005 va anche oltre, liberalizzare gli orari dei locali e creare delle zone dove i locali siano a grappoli e stretti-stretti gli uni agli altri. Ad essere uno di tendenza come capirete non ci vuole tanto, basta Promettere e basta, magari davanti ai giornalisti giusti e alle telecamere giuste per renderlo più credibile, il resto è normale routine... "cambiare tutto affinché non cambi nulla".

Cos'altro dire? Promettiamo tutti insieme? Che sia un buon anno per tutti!!!

Giuseppe Palazzolo

2night

www.2night.it

DIR. RESPONSABILE:
Giuseppe Palazzolo (peppe.palazzolo@2night.it)
COORD. GEN. & ART DIRECTION:
Daniele Vian (daniele.vian@2night.it)
CAPOREDATTORE:
Giorgio Govi
IMPAGINAZIONE & GRAFICA:
Diana Lazzaroni - Daniele Vian
REDAZIONE LOCALE:
Barbara Iacampo, Alessandro Miconi,
Marco Lucchetta, Giorgia Leso
AREA COMMERCIALE & PUBBLICITÀ:
info@2night.it
tel. 041.5093602
HANNO COLLABORATO:
Francesca Panci, Giorgio Govi, Anna Ferro
COPERTINA: Daniele Vian
STAMPA: GraphicScalve (BG)

testata reg. presso il Trib. di Venezia, n. 1444 13 Marzo 2003
pubblicato in Italia, 2004 - anno II, numero 18, Dicembre 2004
2night Magazine è in 7 edizioni:
Milano, Roma, Veneto, Puglia, Bologna, Bergamo/Brescia, Torino

partner



Sommario

- 06. FLASH MOB & MOBILE CLUBBING - Anna Ferro
- 07. BEST IN NIGHTLIFE
- 09. CAPODANNO MON AMOUR

nightlife

- 11. venezia
- 24. SPECIALE FRIULI VENEZIA GIULIA
- 32. padova
- 43. treviso
- 47. vicenza
- 51. verona
- 54. live music

Visita www.2night.it per avere tutti gli approfondimenti e le notizie più aggiornate sugli articoli del magazine e sul nightlife entertainment italiano.

gossip del mondo della nightlife italiana.

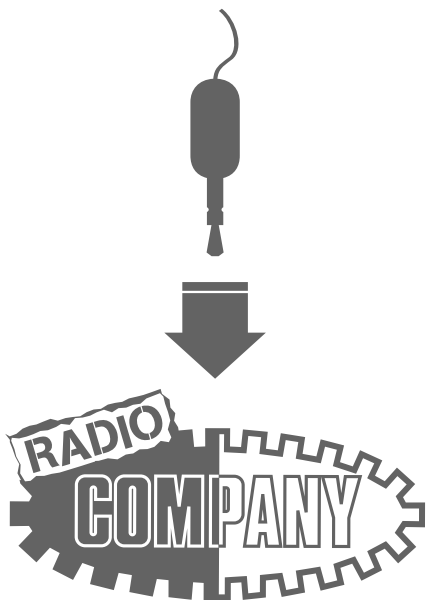
E' una pubblicazione di 2night SpA, ogni diritto è riservato. 2night è copyright di 2night SpA. E' espressamente vietata ogni riproduzione del 2night Magazine in qualunque forma.

Potrai iscriverti gratuitamente alla newsletter di www.2night.it per ricevere ogni settimana nella tua email gli appuntamenti più gustosi della tua città, conoscere i migliori locali, leggere le interviste ai protagonisti della notte, curiosare nelle anticipazioni e il

Per maggiori informazioni scrivete ci a: info@2night.it



INUTILI.



NEL VENETO FM 90.9_96_100.5

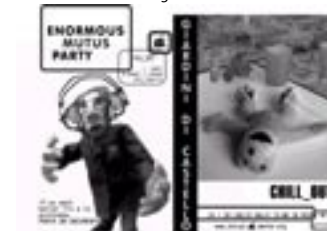
AGGIUNGE VALORE ALLA TUA TECNOLOGIA

circuitografico.com 347 7946330

immagini di flash-mobbers - courtesy of www.cultur-e.it



locandina dello scorso Mutus Party, courtesy of www.attualamente.org



ladies & gents, Flash Mob & Mobile Clubbing *(tra low e high tech) passaparola del divertissement spontaneo - di A. Ferro*



E' già da un pò che qualcuno ne parla ed è da poco più che qualcuno lo fa, quelli invero a cui arriva l'email giusto. Forse è stato quel Bill che ha organizzato il primo a New York, nel giugno 2003, a chiamarlo **Flash Mob**, una folla istantanea che inspiegabilmente si aggrega in un dato spazio-tempo, si appropria di un luogo pubblico, fa qualcosa di eccentrico, per poi, altrettanto inspiegabilmente per chi vi assiste interdetto, dissolversi nel mare urbano. Bill fece girare la voce: «Presentatevi al nono piano di Macy's [centro commerciale] e dite che volete comprare il tappeto dell'amore». Da lì si è perso il conto, l'estro e la bussola: citiamo solo gli amici buontemponi che hanno organizzato in Siberia una **Flash Marathon** dove hanno chiesto «qualcosa di assurdo» in un negozio di dischi, ordinato un prodotto «non sintetico» in un magazzino di abbigliamento, letto flemmaticamente un giornale in una farmacia e ballato in una via del centro di Omsk (www.flashmob.com).

Il motivo per cui parliamo del flash mobbing qui, in veste di modus vi-

veni notturno, è semplice: ciò che si potrebbe considerare una grandiosa candid camera del terzo millennio si è evoluto oltre i confini del semplice non sense makes sense, diventando evento della notte e svago after eight. Ci pare quindi di capire che i tradizionali luoghi del divertimento, con il loro menu one night, non saziano più tutti gli appetiti avidi di stupore e trastullio. Il perimetro del locale si dissolve spostandosi nello spazio pubblico, interposto tra la gente, la città e sedi inusuali dove stanziare tribù danzanti. Forse on air c'è un cambiamento per cui taluni cercano serate-evento, sperimentazioni della notte, laboratori open space di musica e balli che semi-culturologi potrebbero anche scambiare per installazioni artistiche. L'evento notturno diventa espressione meta-artistica che altri ancora potrebbero scambiare per cittadinanza e politica attiva. Bah bah.

Qualche esempio: una ramificazione del flash mobbing è il **Mobile Clubbing**, andar per club on the road. Succede che a un certo punto e mo-

mento, nella rete, appare un flyer con le coordinate della festa. Ecco che se passate a Londra trovate il **London Pillow Fight Club**, tutti alla cattedrale di Saint Paul dotati di cuscino per animare la corrida. Come una manifestazione di disobbedienti, il party occupa strade e piazze con lo scopo di ballare in strada come David Bowie - dance in the street not in your room - cuscinarsi di piuma e creare stordito stupore (www.mobile-clubbing.com).

Ecco quindi il **Mutus Party**, che a vederlo risulta in una folla ancheggiante al suono del silenzio. A guardare meglio si notano le cuffiette auricolari che tutte le persone indossano e i canali musicali tra cui esse possono scegliere, grazie alla pluri-consolle presieduta da virtuosi dello scratch e dei più di vari generi musicali. Dice il Dj Eno, cultore della House che partecipò al Mutus Party di Venezia lo scorso Settembre, "a vederlo dall'esterno è surreale, vedi la gente che balla in modo diverso ma non senti nulla. Vedi gruppi che ascoltano lo stesso canale e poi si fanno segno di

cambiare".

In gran voga, soprattutto perché tutti vorremmo trovarlo sotto l'albero, è l'elitario **IPOD party**. Popolo dalle cuffiette bianche che indossa disinvolto questo accessorio sociale e generazionale. Il 27 novembre all'Aja ecco che corre la voce di accorrere, dotati del proprio gioiello Mac, per ballare tra i propri simili al Gem Museum. Ecco poi cosa è successo a ottobre, alle 18:47, dentro la stazione della Metro Waterloo Station di Londra: tutti (cioè tutti quelli che avevano ricevuto l'email) iniziano a ballare sulla banchina, trendy metropolitani, stanchi pendolari e quant'altro. Una vera pop art al gusto plastica bianca. Appare quindi chiaro che qualcosa nell'arredo urbano della dancing room sta cambiando e che emerge l'esigenza di un divertimento più eccentrico, ma anche coinvolgente, visibile e moderatamente tecnologico. In tutto questo panorama dell'esperienza sensoriale notturno l'unico bug potrebbe però essere...ma se voglio bere qualcosa al bar, che faccio?

GSM

MilleunaTIM. Se vuoi la luna chiama.



MILLEUNATIM

è il programma che ti premia da quando ti iscrivi.

Iscriviti subito su www.tim.it. In regalo Maxxi MilleunaTIM: 100 minuti di telefonate gratuite* +100 SMS gratuiti* verso tutti i telefonini TIM +100 lune di Extrabonus. MilleunaTIM è il programma che premia la tua fedeltà e trasforma le tue telefonate in splendidi premi.

*Bonus da utilizzare entro 30 gg. dalla data di attivazione.



Vivere senza confini

Copertura nazionale TIM (settembre 2004) - GSM: 94,8% territorio, 99,8% popolazione.