

**La sfilata**  
Manila Grace  
e l'estate 2022  
«Vestiti fruscianti  
da figlie dei fiori»



Ha scelto il 25 novembre, giornata internazionale contro la violenza sulle donne, Manila Grace per far sfilare la collezione primavera estate 2022. Ad aprire è Elenoire Casalegno: ricorda che gli abiti sono un modo per esprimersi e comunicare sé stessi. Sulla musica creata da Fernanda Lessa parte la sfilata «inclusiva», per la «donna multitasking», come osserva il ceo Enrico Vanzo. Il designer Gaetano Navarra

s'ispira ai colori dell'Africa e ai popoli Masai e rilegge gli abiti fruscianti e variopinti delle figlie dei fiori. Il tessuto microplissé degrada dal giallo al viola, al rosso, al marrone. Le silhouette pulite accostate a stampe etno-chic: bluse ampie, pantaloni morbidi, shorts e chemisier, abiti variopinti «inveggianti alla gioia di vivere un'estate in leggerezza». Il tocco rock può essere l'occhiale da sole (realizzato con Castellani) o il chiodo in pelle.

Ultima uscita per Elena Santarelli in abito gipsy rosa ciclamino, dallo scollo profondo (nella foto un selfie nel backstage). In platea «le amiche» del brand: Elisabetta Gregorci, Costanza Caracciolo, Eletra Lamborghini, Bianca Guaccero, Ludmilla Radchenko, Laura Barriales, Sonia Brugnelli, Cecilia Capriotti, ma la più ammirata è Iva Zanichè.

M.T.V.  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Sostenibilità di filiera

### «Manteniamo vivo il tessuto sociale»

Doucal's: nei prodotti mettiamo etica ed estetica

«La scarpiera ideale è la sintesi di riferimenti culturali e produttivi». E Gianni Giannini, direttore creativo di Doucal's, ha ben chiaro quali sono i modelli irrinunciabili. Per l'uomo, «oggi attento anche all'etica del consumo e quindi mai eccessivo»: il mocassino, per cominciare, tornato accessorio principe di stagione; la Derby, allacciata o con doppia fibbia, indispensabile per le occasioni, che nella grande soirée dovrà avere un pellame lucido o un aspetto speciale; il Chelsea boot per quotidianità e tempo libero e/o lo scarpone da montagna.

«In mezzo al caos incredibile del Covid siamo tornati a occuparci delle abitudini del nostro consumatore, un professionista che sa riconoscere il valore di una scarpa fatta a



A sinistra la doppia fibbia di Doucal's, uno dei pezzi del sapere artigianale marchigiano: adatto ai jeans e all'abito formale

A destra l'influencer Elisa Maino con uno degli abiti disegnati per Pleaseditbuy di Twinset disponibili per il noleggio

**Gianni Giannini**  
«Il nostro cliente vuole scarpe leggere e confortevoli, speciali ma senza esagerare»

mano. La vuole di qualità, leggera e confortevole, speciale senza esagerazioni; non deve sovrastare la personalità, semmai sottolinearla, concetto enfatizzato nelle collezioni femminili», continua Giannini, che con il fratello Jerry porta avanti il brand creato dal padre negli Anni '70 quando, innamorato dello stile British andò a imparare la lavorazione Goodyear per poi riportarla nelle sue Marche, terra di artigiani e pellettieri.

Il legame con il territorio è forte. «In una stagione produciamo 90 mila paia con cui portiamo avanti i nostri principi basati su etica, estetica e qualità». La scelta dei fratelli Giannini è stata quella dell'azienda diffusa al posto del capannone: l'ingresso è una casa coloniale di fine '800. «Negli anni abbiamo asserbato gli opifici di cui la zona è ricca. La nostra è una sostenibilità di filiera, mantiene vivo il tessuto sociale». Come si coinvolgono i giovani nei lavori artigianali? «Accostando le lavorazioni tradizionali con le nuove tecnologie. La parte stilistica si sta digitalizzando. Con la stampante 3D siamo in grado di ottenere in 48 ore un oggetto somigliante alla scarpa immaginata, procedimento che ai tempi richiedeva un mese. Il 2021 manda importanti segnali di crescita, la gente ora ha una gran voglia di regalarsi cose belle. Nel gennaio 2023 festeggeremo i 50 anni e bisogna farsi trovare pronti».

**Maria Teresa Vanzoni**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## In affitto (anche online)

### «Così conquistiamo le clienti più giovani»

Twinset, la multicanalità e gli abiti di Elisa Maino



Suonano alla porta. Il micro guardaroba è arrivato. Otto abiti selezionati in base ai gusti delle clienti più affezionate. Se ne può acquistare uno o più, oppure restituire il box intatto: la «scatola gentile». Il nome del servizio ideato da Alessandro Varisco, a.d. di Twinset, «il rapporto con il cliente finale deve essere sempre più stretto. Un dialogo costante. In questo caso siamo noi che periodicamente proponiamo, senza impegno le nostre proposte. Il risultato? Ottimo. A volte viene acquistato tutto».

Il cambiamento in tal senso era già in essere pre pandemia, sviluppato durante il lockdown. La multicanalità ha dato più spazio al digitale e oggi acquisto in presenza e virtuale sono in sintonia. Di questa evoluzione è protagonista anche Pleaseditbuy,

**Alessandro Varisco**  
«Siamo partiti offrendo il servizio in boutique, ora usiamo la rete e lo portiamo all'estero»

progetto di noleggio di modelli esclusivi, lanciato da Twinset nel 2019 e ora disponibile sia in presenza in nove boutique italiane sia online su pleaseditbuy.com: oltre all'Italia in Belgio, Francia e Spagna. «Un progetto che sin dal debutto, ma anche durante il periodo di lockdown, ha avuto molto successo. Si è allargato anche il target di età della nostra clientela femminile, coinvolgendo la fascia tra i 18 e i 25 anni».

Si tratta di una collezione creata ad hoc e le proposte più recenti portano la firma dell'influencer Elisa Maino; gli abiti sono disponibili nelle taglie dalla 38 alla 48; il costo arriva sino a 180 euro a seconda del modello scelto e per un noleggio massimo di otto giorni. «Ogni capo dopo l'utilizzo viene ricondizionato. L'operazione si ripete per un massimo di 10 volte». Quindi un progetto dall'approccio eco-sostenibile. «Twinset è da sempre molto attenta — precisa Varisco —. Dal 2019 a oggi è in essere un processo per ridurre l'impatto ambientale delle attività. Un piano logistico che privilegia, rispetto a quelle aeree, le spedizioni via mare. Abbiamo ottenuto una riduzione sulle emissioni del 26%». Dati certificati da Accenture Rina. Come quelli legati alla capsule eco-friendly knitwear, in materiale riciclato. «Su 10mila pezzi prodotti un risparmio equivalente in CO2 di 1,4mila 600kg. Come aver piantato 600 alberi».

**Gian Luca Bauzano**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA



**FARNESE**  
GIOIELLI ROMA

Piazza di S. Lorenzo in Lucina, 26 - Roma  
www.farnesegioielli.com

# Sostenibilità di filiera

## «Manteniamo vivo il tessuto sociale»

Doucal's: nei prodotti mettiamo etica ed estetica

«**L**a scarpiera ideale è la sintesi di riferimenti culturali e produttivi». E Gianni Giannini, direttore creativo di Doucal's, ha ben chiaro quali sono i modelli irrinunciabili. Per l'uomo, «oggi attento anche all'etica del consumo e quindi mai eccessivo»: il mocassino, per cominciare, tornato accessorio principe di stagione; la Derby, allacciata o con doppia fibbia, indispensabile per le occasioni, che nella *grande soirée* dovrà avere un pellame lucido o un aspetto speciale; il Chelsea boot per quotidianità e tempo libero e/o lo scarponcino da montagna.

«In mezzo al caos incredibile del Covid siamo tornati a occuparci delle abitudini del nostro consumatore, un professionista che sa riconoscere il valore di una scarpa fatta a



### Gianni Giannini

«Il nostro cliente vuole scarpe leggere e confortevoli, speciali ma senza esagerare»

mano. La vuole di qualità, leggera e confortevole, speciale senza esagerazioni; non deve sovrastare la personalità, semmai sottolinearla, concetto enfatizzato nelle collezioni femminili», continua Giannini, che con il fratello Jerry porta avanti il brand creato dal padre negli Anni '70 quando, innamorato dello stile British andò a imparare la lavorazione Goodyear per poi riportarla nelle sue Marche, terra di artigiani e pellettieri.

Il legame con il territorio è forte. «In una stagione produciamo 90 mila paia con cui portiamo avanti i nostri principi basati su etica, estetica e qualità». La scelta dei fratelli Giannini è stata quella dell'azienda diffusa al posto del capannone: l'ingresso è una casa coloniale di fine '800. «Negli anni abbiamo assorbito gli opifici di cui la zona è ricca. La nostra è una sostenibilità di filiera, mantiene vivo il tessuto sociale». Come si coinvolgono i giovani nei lavori artigianali? «Accostando le lavorazioni tradizionali con le nuove tecnologie. La parte stilistica si sta digitalizzando. Con la stampante 3D siamo in grado di ottenere in 48 ore un oggetto somigliante alla scarpa immaginata, procedimento che ai tempi richiedeva un mese. Il 2021 manda importanti segnali di crescita, la gente ora ha una gran voglia di regalarsi cose belle. Nel gennaio 2023 festeggeremo i 50 anni e bisogna farsi trovare pronti».

**Maria Teresa Veneziani**

© RIPRODUZIONE RISERVATA