

Terzo tempo

Il cronografo che rinnova la linea classica



Avere un business ben bilanciato a livello mondiale, allocare cioè il prodotto tra i differenti mercati in maniera equilibrata, è la strategia più indicata per ridurre il fattore di rischio legato alla fluttuazione della domanda locale. Per riuscirci — quanto meno in orologeria — occorre però soddisfare un'ulteriore condizione. Quella di poter contare su collezioni concepite a livello estetico per incontrare un gusto

allargato. Trasversali insomma a livello internazionale. Come il Jazzmaster Performer, che di recente ha consentito a Hamilton di innestare in una linea storicamente classica, il Jazzmaster appunto, un modello dal look più dinamico che nella versione cronografo (2.395 euro) trova indubbiamente la sua massima espressione. Un contemporaneo misuratore di tempi brevi, con cassa in acciaio

spazzolato da 42 mm e movimento automatico con autonomia di 60 ore dotato di spirale Nivachron amagnetica, destinato a riscuotere un successo annunciato anche in Italia. Per il brand elvetico di origini americane, secondo mercato al mondo per importanza ma primo per distribuzione con circa 600 punti vendita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Formale ma non troppo. Elegante con un tocco di street style. Non a caso, Manuel Ritz, il brand più democratico della Manifattura Paoloni, dedica la collezione alle persone che sorridono (*for smiling people*). Un invito alla leggerezza.

Diletta Paoloni, 34 anni, terza generazione con il ruolo di brand manager, definisce l'azienda creata dal padre Michele e dallo zio Luigino ad Appignano (Macerata), nel distretto della moda marchigiana, «un affare di famiglia». Tiene però a sottolineare che tutto è incominciato grazie a una donna, nonna Maria, imprenditrice visionaria. «A fine Anni Sessanta, con poche sartine che lavoravano con le Singer — racconta — la nonna iniziò a confezionare giacche per conto terzi con i tessuti di scarto dei



Due look della collezione estiva di Manuel Ritz, di cui Diletta Paoloni, terza generazione della famiglia di imprenditori tessili, è brand manager

La partenza della seconda edizione del progetto M.A.R.E., sostenuto da Yamamay: da Taranto, il catamarano attraverserà Ionio e Adriatico in 17 tappe



«La barca e le vele richiedono attenzioni e decisioni». Non ha dubbi sull'importanza del navigare come forma di cambiamento Barbara Cimmino, Head of Corporate Social Responsibility & Innovation di Yamamay. Il brand, fondato nel 2001 e specializzato in abbigliamento intimo e costumi da bagno, è impegnato a sostenere, insieme a Sorgenia e Polaroid, il progetto M.A.R.E., arrivato alla sua seconda edizione e ideato dalla fondazione CVC-Centro Velico Caprera in collaborazione con One Ocean Foundation, per monitorare la salute delle acque del Mediterraneo. «Quest'anno — spiega Cimmino — la missione si svolgerà tra Ionio e Adriatico. Siamo pronti per un nuovo percorso di 1400 miglia che, a bordo di un ca-

Storia di Diletta Paoloni entrata in azienda «dalla porta laterale»

Il lavoro su Manuel Ritz. «Solo per chi sorride»

grossisti».

La famiglia di fashionisti sentiva che stava facendo un buon lavoro e nel 1998 diede vita alla Manifattura Paoloni, con la prima collezione pensata per «un uomo formale». Il fiore all'occhiello ancora oggi è il capospalla che rende confortevole il formale da ufficio «fatto in casa al 100 per cento», con un'attenzione al prezzo che aiutò il brand a raggiungere le migliori boutique, europee e poi internazionali.

Ma la moda ormai si era casualizzata e così vent'anni fa nasce anche il total look Manuel Ritz, declinazione più colorata e «gioiosa» a cui si aggiunse anche la versione femminile.

Il capo che identifica il brand resta la giacca dalla vestibilità dinamica. I tessuti particolari, i dettagli, come la fodera stampata, «ne fanno un pezzo ideale per rallegrare l'eleganza quotidiana». «I nostri consumatori sono persone solari, con forte personalità, che amano trasmettere il loro stato d'animo attraverso i vestiti» afferma l'imprenditrice.

Il look primaverile di Diletta? «La camicia-giacca in cotone sovrattinto, il bomber in panno o cotone e le maniche in simil pelle. Il color block, il monocolor che da sempre ci contraddistingue, giallo, arancio». Poi le stampe, tra cui spicca il camouflage reinventato in chiave ironica con tonalità accese.

«Sono entrata in azienda dalla porta laterale, ho fatto molta gavetta e ancora sto imparando dai designer e soprattutto da mio padre, uomo di pochissime parole, ermetico».



Moda e cura del mare «Costumi da bagno, obiettivo circolarità»

Yamay: impegno green per processi e prodotti

tamarano, ci porterà dalla base della Marina Militare di Taranto fino a Corfù, per un totale di 17 tappe in 10 settimane». Quasi tre mesi, in pratica, per misurare, insieme a volontari, biologi e ricercatori, la presenza di microplastiche e la minaccia rappresentata da inquinanti e specie aliene nei nostri mari. «Producendo costumi da bagno — osserva Cimmino — abbiamo sviluppato una sensibilità particolare nei confronti dell'ambiente marino. Inoltre, questa scelta di attenzione al mare rappresenta una grande possibilità per raccontare l'impegno di Yamamay non solo per rendere più sostenibili i processi e i prodotti, ma soprattutto a livello di cultura aziendale per contribuire a ridurre l'impatto generale del comparto. Il tessile, per gli obiettivi della transizione green della Commissione europea, è tra i settori più coinvolti per il passaggio (previsto nel 2030) da un'economia lineare a un'economia circolare».

Un vero cambiamento industriale che ha spinto Yamamay a riflettere su temi come i rifiuti tessili: a livello europeo, su 26 chili di prodotti consumati, solo 11 vengono correttamente smaltiti. Mentre, a livello mondiale, meno dell'1% degli indumenti viene riciclato come vestiario, a causa di tecnologie inadeguate. «Stiamo lavorando — conclude Cimmino — per modificare la struttura dei nostri prodotti: l'obiettivo è ridurre la quantità dei componenti, mantenendo intatta la bellezza del prodotto. Ci sono studi importanti, sia in ambito fisico che chimico,

Follow us on Instagram

@uspoloassneur

