

**TRADIZIONE E FUTURO**

06246 06246  
**Torna a ottobre  
GenovaJeans**

Servizio a pagina 7

**TRADIZIONE, CREATIVITÀ E INNOVAZIONE DEL TESSUTO PIÙ FAMOSO**

# Genova si ripresenta in jeans all'appuntamento con il mondo

*Volti noti di radio, tv e cinema in rosa come testimonial e influencer per l'edizione 2023 curata da Anna Orlando*



**QUATTRO GIORNI** di appuntamenti dedicati a tutto ciò che riguarda il denim, da immagine iconiche e tradizionali agli spunti che può ancora offrire per innovare in tutte le sue declinazioni

■ Parte il conto alla rovescia per la nuova edizione di GenovaJeans, che si svolgerà a Genova dal 5 all'8 ottobre, prodotta dal Comune di Genova e curata da Anna Orlando. Quattro giorni dedicati ai valori, ai messaggi intergenerazionali, alla creatività, all'innovazione e alla cultura del jeans, il tessuto che ha avuto proprio a Genova la sua culla.

Nelle settimane di avvicinamento a GenovaJeans - progetto nato da un'idea di Manuela Arata, che oggi presiede il Comitato Promotore, e di Emilio Iacopino - è stata presentata ieri mattina a Palazzo Tursi la campagna di informazione e promozione che intende veicolare e condividere con la città i messaggi chiave e i valori di Geno-

vaJeans. Saranno le immagini a farla da padrone: cinque soggetti frutto della creatività dell'artista fotografo genovese Fabio Accorrà, con la grafica di Giordano Panini, sono pensate per essere declinate sui manifesti della campagna affissioni, che partirà il 1° agosto, e sui banner per i canali social e video.

A dare volto e voce alla campagna saranno quattro genovesi di successo del mondo dello spettacolo, della TV, della radio e dei media, nominate negli anni scorsi dal Sindaco **Marco Bucci** "Ambasciatrici di Genova del Mondo". Si trasformeranno in influencer-testimonial: l'attrice e produttrice Alice Arcuri, la giornalista sportiva di Sky Sport Giorgia Cenni, l'attrice e conduttrice radiofoni-

ca Marina Minetti, la conduttrice televisiva e attrice teatrale, speaker radiofonica di Radio 105 Valeria Olivieri. Le loro testimonianze raggiungeranno i loro numerosi follower, veicolando e moltiplicando i messaggi di GenovaJeans ben oltre i confini cittadini.

«Si avvicina l'appuntamento di ottobre e vogliamo accompagnarlo con un percorso che ci aiuti a divulgare i valori di questo progetto che co-



involge tanti ambiti dalla creatività all'innovazione e alla cultura per creare un nuovo brand della città - ha dichiarato il vicesindaco di Genova Pietro Piciocchi - GenovaJeans è diventata anche un veicolo fondamentale di rigenerazione urbana del centro storico in particolare della zona di Prè. Abbiamo il tema dei locali che vogliamo mettere a disposizione attraverso un bando per metterli a disposizione del progetto GenovaJeans, quindi popolari di artigiani e artisti, un lavoro già iniziato col laboratorio del Jeans che vogliamo propagare a tutta via Prè».

«L'amministrazione comunale vuole condividere con la città l'entusiasmo che caratterizza le settimane di preparazione di questo grande appuntamento che sta entrando nel vivo - ha spiegato il curatore generale di GenovaJeans Anna Orlando - e che desideriamo comunicare. Stiamo mettendo a punto il programma definitivo su due asset fondamentali: l'appuntamento con gli operatori della settore moda, dai grandi brand alla produzione responsabile del tessuto jeans di nuova generazione, ai giovani creativi, toccando tutta la grande filiera italiana del jeans di chi opera all'insegna della sostenibilità ambientale; in parallelo, gli appuntamenti di edutainment con i quali invitiamo la città e i nostri ospiti da fuori Genova a partecipare a eventi di intrattenimento ludico-culturale per trasmettere valori importanti. Parliamo innanzi tutto di sostenibilità e di

quella rigenerazione urbana che il Comune ha attivato sulla 'via del jeans', ossia l'arteria urbana di origine medioevale che va da via Pre' a via del Campo, a Fossatello e via San Luca. Abbiamo scelto di trasmettere questi messaggi, che vanno quindi oltre un semplice "save the date" - precisa la storica dell'arte e manager culturale Orlando - avvalendoci della forza delle immagini artistiche di Fabio Accorrà, il fotografo genovese che sarà nominato 'Talent of Genova' quest'anno, a cui abbiamo chiesto di interpretare una delle caratteristiche fondamentali del jeans, ovvero di essere "pop", che significa per tutti, sottolineando la sua natura trasversale dal punto di vista sociale, storico e anagrafico: ognuno, indipendentemente dall'età e dalla capacità economica, ha un capo jeans nell'armadio».

Le immagini scelte per la campagna GenovaJeans diventeranno una vera e propria installazione artistica: nella 'via del jeans' le serrande saranno dipinte di blu, con pitture ecocompatibili, ricordando l'indaco del 'Blu di Genova' che si usava per tingere il fustagno poi denominato "jeans"; a queste si alterneranno le serrande degli esercizi commerciali chiusi, che ospiteranno le coloratissime fotografie di Accorrà. «Quando le saracinesche si alzeranno e le immagini si rovineranno per l'apertura quotidiana del negozio - conclude Orlando - avremo raggiunto l'obiettivo: l'effetto rigeneratore del bello e dell'arte avrà dato nuova vita alla strada».

06246

