



Un museo a cielo aperto nel cuore dei vicoli per celebrare il jeans

di Fabrizio Cerignale

Le serrande dei negozi del distretto dei Jeans, tra via Pre', via del Campo, Fossatello e San Luca, che saranno dipinte di blu, a ricordare l'indaco del 'Blu di Genova' che si usava per tingere il fustagno, alternate alle saracinesche degli esercizi commerciali chiusi, che ospiteranno, invece, le immagini realizzate dal fotografo genovese Fabio Accorrà, creando una sorta di "museo a cielo aperto" Sarà questo il "segno" stilistico che caratterizzerà la seconda edizione di GenovaJeans, quattro giorni di eventi – tra incontri, mostre e spettacoli – dedicati alla creatività, all'innovazione e alla cultura del jeans, il tessuto che ha avuto proprio a Genova la sua culla, e

che si svolgerà dal 5 all'8 ottobre nella "via del jeans", nel cuore della città medievale dove questa stoffa, usata dai lavoratori del porto, veniva prodotta, colorata e commercializzata. «Noi vogliamo partire dalla nascita del jeans a Genova, che è un dato storico – racconta la curatrice, Anna Orlando – per parlare di valori, dalla sostenibilità al riuso, ma anche di rigenerazione urbana. Vogliamo aprire la città a una nuova community del fashion, che vuole parlare del jeans di nuova generazione, e coinvolgere i genovesi in un messaggio identitaria forte ricordando che il jeans, che è un capo universale – tutti ne hanno uno nell'armadio – è nato proprio a Genova. Stiamo mettendo a punto un programma basato su due asset: l'appuntamento con gli

operatori, dai grandi brand ai giovani creativi, toccando tutta la grande filiera italiana e gli appuntamenti di edutainment con i quali invitiamo la città e i nostri ospiti a partecipare a eventi di intrattenimento ludico-culturale per trasmettere valori importanti di sostenibilità, riuso, creatività e tecnologia». Un progetto che si pone l'obiettivo di inserire Genova nel circuito del "Fashion" an-



Superficie 54 %

che attraverso una campagna di comunicazione dedicata a cittadini, turisti e addetti ai lavori. Una campagna "pop" con manifesti con le immagini di Accorrà e messaggi social rilanciati da quattro influencer: l'attrice Alice Arcuri, la giornalista di Sky Sport Giorgia Cenni, la conduttrice radiofonica Marina Minetti, e la speaker di Radio 105 Valeria Olivieri. «Si avvicina l'appuntamento con GenovaJeans – spiega il vicesindaco Pietro Piococchi – e vogliamo accompagnarlo con un percorso che ci aiuti a divulgare i valori di questo progetto per creare un nuovo brand della città».

Ma l'evento diventa anche veicolo di rigenerazione urbana con A messa a bando di locali non utilizzati della *via del jeans* destinati ad artigiani e artisti. «Abbiamo allestito un primo *laboratorio del Jeans*, per creare nuovi artigiani – spiega Manuela Arata, ideatrice di GenovaJeans e presidente del Comitato Promotore – e abbiamo pensato che il luogo ideale fosse una zona medievale come quella di Pre' dove i jeans sono nati 500 anni fa. Diesel ci ha regalato le macchine, Candiani ha messo le stoffe e Cna Federmoda si occuperà della formazione. Abbiamo già fatto i primi incontri con esperti che hanno insegnato a fare stampe su jeans, collane, anche perché questa zona deve diventare famosa nel mondo perché qui si potrà trovare ogni cosa fatta con il jeans».

06246

Dal 5 all'8 ottobre
secondo edizione
della rassegna dedicata
al tessuto nato
cinquecento anni fa
nella nostra città. Nel
segno del pop



La curatrice
Anna Orlando,
curatrice
dell'edizione 2023
GenovaJeans,
che avrà come
testimonial
quattro donne:
Alice Arcuri,
Giorgia Cenni,
Marina Minetti e
Valeria Olivieri