

ready to grow

TIMELESS streetwear



'Collection 0' Mordecai



Selezione capi GimmiJeans

NEW JEANS generation



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

194943

ready to grow

Mordecai

Fondato a Milano da Ludovico Bruno, Mordecai, con la sua prima collezione presentata durante l'ultima Milano Moda Uomo, si propone - come spiega il brand stesso - "di rivitalizzare il panorama del menswear al di là dei dogmi tradizionali e delle strutture stagionali", pensando a un prodotto capace di connettere sport, lavoro, streetwear e abbigliamento formale. Con il suo progetto Bruno mira infatti a presentare un guardaroba completo e versatile di streetwear a tutte le condizioni: dai pezzi più essenziali a quelli più funzionali, passando per quelli più 'concettuali'. Tra le proposte della 'Collection 0' di Mordecai, si trovano capispalla leggeri in cotone e nylon da paracadute, maglieria in merino, mohair e cashmere, camicie e giacche in popeline cerato, oltre che cargo in tela lavata e jersey.

Il lancio della label - che vede il coinvolgimento di Riccardo Grassi (presidente di Riccardo Grassi Showroom) e del produttore italiano Hostage come soci -, è per il creativo, l'ultimo tassello di una carriera già consolidata: Bruno ha infatti iniziato il suo percorso lavorando come designer di maglieria con Edward Buchanan presso Sansovino 6, per poi passare tre anni da Moncler ed avventurarsi successivamente nella couture. Negli anni ha affiancato stilisti del calibro di Giambattista Valli, Thom Browne, nel ruolo di senior designer, Matthew Williams e Simone Rocha.

di Davide Fogato

GimmiJeans

Un forte legame con il passato ma uno sguardo sempre rivolto al futuro. Da questi due elementi, e da una passione condivisa di due ragazzi vicentini - Francesco Vantin e Matteo Sandri - per il tessile, nasce nel 2020 GimmiJeans, brand di jeans realizzato in fibre di canapa e in cotone organico. Alle basi del progetto anche un grande esempio: quello di Gilda, la nonna di Vantin, che da bambina vedeva crescere la canapa nei campi attorno a casa e da giovane la coltivava per fare tessuti e cordami che poi erano condivisi con la comunità. Una pratica, quella di coltivare la canapa, che hanno ripreso anche i due giovani imprenditori tre anni fa, piantando semi di futura 75 su circa 600 metri quadri di terreno, che gli hanno permesso successivamente di lavorare il tessuto poi trasformato in jeans. Oggi il marchio, guidato solo da Vantin, propone capi in denim sia per uomo che per donna, ed accessori come tote bag e grembiuli, realizzati nel totale rispetto dell'ambiente. A sottolineare l'impronta green del progetto è anche la particolare capule collection fatta di tessuto secolare, realizzato dalla bisnonna di Vantin ben 120 anni fa.

Lo scorso mese il marchio è stato selezionato tra i 'giovani creativi del jeans' nel contesto di GenovaJeans, la manifestazione del Comune di Genova che dal 5 all'8 ottobre ha interessato il capoluogo ligure raccontando, in tutte le sue sfumature, la storia, il presente e il futuro del jeans.