

IN GIAPPONE

Gucci dà lezioni di artigianalità

A Sendai i 50 anni del brand fiorentino celebrati con tutorial per giovani e progetti insieme all'Unesco

di Angelo Flaccavento

«Bella la borsa che stai cucendo: la regalerai alla mamma?» chiede Frida Giannini, insegnante d'eccezione di alto savoir faire italiano all'unico ragazzo tra le sei giovanissime partecipanti al workshop organizzato da Gucci a Sendai, Giappone, per dimostrare quanta manualità e destrezza siano necessarie a realizzare oggetti belli e utili. La risposta è spiazzante quanto divertente, un boom simile all'interiezione tutta punti esclamativi e stelline di un manga: «No, la terrò per me». Scroscio di risate. I ragazzi armeggiano con ago, pelle martellata e grossi fili, sotto l'attenta supervisione di Francesco Cianferoni, l'artigiano specializzato, bello come George Clooney, che Gucci manda in giro per il globo a far comprendere, attraverso lezioni aperte condotte usando il linguaggio senza frontiere delle mani, invece di quello verbale, che artigianalità, per la maison fiorentina, non è un semplice slogan, ma un dato di fatto.

Moda24 è nella Prefettura di Miyagi, a due ore scarse di Shinkansen - il famoso treno-prioritario, proverbialmente lindo e puntuale - a nord di Tokyo. L'area è stata tra le più colpite dal terribile tsunami del marzo 2011, ma lentezza e autocommiserazione non sembrano addirsi a questo popolo tenace e caparbio, capace di risorgere anche dalla più nera disperazione. Frida Giannini, smessi i panni di direttore creativo di grande successo, e indossati quelli, più vicini alla sua natura, di giovane donna interessata a tutto quel che succede nel mondo di oggi, è visibilmente scossa dalle tracce della distruzione, ma anche toccata dalla curiosità e dell'entusiasmo che il popolo giapponese le dimostra. «Ieri, entrando nel nostro negozio del quartiere di Ginza, a Tokyo, sono stata accolta

da un applauso, e mi sono commossa» racconta. È sull'isola, infatti, per celebrare i cinquant'anni di presenza di Gucci in un mercato lontano quanto fedele. Nel 1964, anno delle Olimpiadi di Tokyo, un imprenditore visionario di nome Choichiro Motoyama, in anticipo sull'idea stessa del lusso global, decise di far conoscere l'eleganza italiana al pubblico locale.

I flagship store Gucci nella sola Tokyo, oggi, sono tre: il principale, proprio a Ginza, subirà a breve un totale restyling, seguendo un pionieristico concetto, anticipa il presidente e ceo Patrizio di Marco, «di target tailor-made, con un messaggio diverso per ogni piano». Ma non è con l'apertura di nuovi punti vendita che Frida Giannini ha deciso di celebrare, adesso. Piuttosto, in accordo con quel misto di moda, artigianalità e responsabilità sociale che le sta davvero a cuore, offrendo la totalità dei proventi derivati dalle vendite di una capsule collection all'iniziativa "Unesco Association Scholarship - Gucci Scholar". I 25 milioni di yen raccolti si tradurranno in borse di studio per allievi disagiati perché, sottolinea, «la cultura è il vero bene e la sola forza». Attività del genere, con un impatto duraturo sulle vite delle persone, arricchiscono il sistema di valori prodotto dal marchio, ma sono anche il riflesso di una personalità, quella di Frida, avversa alle pose da star, e attenta a quel che conta sul serio. «Bello e buono sono i caratteri essenziali del lifestyle Gucci - spiega -. Oggetti eccellenti da un lato, la fama del marchio che genera attenzione su temi ineludibili dall'altro. I fatti parlano: i nostri progetti sono veri, tangibili e realizzati». Ma non di sola beneficenza vive un marchio. Il Giappone è anche occasione per esplorare una cultura dall'estetica peculiare e i contrasti eccitanti. «Ho visitato il Giappone per la prima volta dodici anni fa - racconta -. La prima sensazione che ho provato è stata di trovarmi dentro Blade Runner, in un Paese che ha però mantenuto intatta la propria identità. Noi siamo stati pionieri, e ne sono orgogliosa. Viviamo in un mondo virtuale: gli eventi che mi portano fisicamente vicina al pubblico sono essenziali. La risposta emozionale dimostra che i rapporti umani contano, e pure parecchio».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

WWW.MODA24.ILSOLE24ORE.COM

Patrizio di Marco e Frida Giannini in Giappone con i giovani «allievi» artigiani della Gucci





**GUCCI E I SEI GIOVANI
ALLIEVI ARTIGIANI**

In alto Frida Giannini, direttore creativo di Gucci, con i sei allievi - sopravvissuti allo tsunami del 2011 - che hanno partecipato al workshop organizzato nella Prefettura di Miyagi (Sendai) in occasione dei 50 anni del marchio Gucci in Giappone. Qui accanto, il maestro Francesco Cianferoni di Gucci

