

Frida, brand made in Como

Il debutto in Rinascente fra tendenza e sostenibilità

COMO
SERENA BRIVIO

La crescente consapevolezza dei consumatori per contrastare lo spreco e l'inquinamento nel tessile moda sta spingendo gli acquisti di capi "usati" sia nelle boutique che nei più prestigiosi grandi magazzini del mondo.

È ufficialmente iniziato il countdown per Frida - brand vintage di abbigliamento, accessori e home décor - che oggi farà il suo ingresso alla Rinascente di Milano e di Roma, portando un'interpretazione tutta nuova del concetto di vintage.

Ricerca costante

Frida nasce dalla costante ricerca di Daiana Giorgi - comasca d'adozione, founder del brand e appassionata di vintage, con alle spalle un'esperienza ventennale nel mondo della moda e dello styling



Daiana Giorgi

- che attraverso un'attenta selezione propone i migliori capi provenienti anche dal guardaroba di note signore comasche, per poi reinterpretarli in chiave contemporanea, creando dei look unici e personalizzati.

Completano la proposta i Servizi Frida, che spaziano dall'armo-

romia, all'analisi del viso e del corpo, fino alla completa rivalorizzazione dell'armadio, il tutto con un approccio volto al riutilizzo e al potenziamento della propria immagine.

Eclettico, contemporaneo e anche romantico è il modo in cui Frida desidera proporre le proprie collezioni, ridando vita al passato e promuovendo una moda realmente sostenibile e circolare.

«Entrare in Rinascente non è solamente un piccolo grande traguardo, ma è soprattutto l'inizio di una nuova fase per il mio marchio - dice l'imprenditrice/stilista - Un traguardo perché ho avuto la conferma che quello che propongo, il vintage in chiave contemporanea, è una novità che piace. L'inizio di una nuova fase perché con Rinascente avrò una grande visibilità internazionale, visto che sarò presente a Milano e a Roma,

per di più a Milano durante il Salone del Mobile, e l'opportunità di far immergere il cliente nel mio mondo grazie all'esperienza di retail fisico. Sarà inoltre un'altra occasione per diffondere il mio messaggio: il vintage non è solo sostenibile ma può essere anche cool e di super tendenza! E sono sicura che lo diventerà sempre di più».

Immagine e mercato

Daiana Giorgi è specializzata nelle dinamiche di immagine, di mercato e delle tendenze del sistema moda. Una cultura maturata da professionista nel mondo dell'alta moda e in grandi department store. Professionista eclettica come lei stessa si definisce in un'intervista pubblicata sull'ultimo numero della rivista "Tess" edita dal nostro giornale, affianca l'attività moda con consulenze per grandi maison d'alta gamma e della grande distribuzione.

Il riuso è sempre stato centrale nella sua filosofia: «Ognuno deve fare la sua parte, ma penso che si stia andando nella direzione giusta proprio grazie alle pressioni esterne di istituzioni e clienti finali che hanno preso coscienza del forte impatto ambientale del sistema moda. Sarà una sfida complicata perché, come suggerisce la domanda, le aziende puntano sempre a far crescere il loro fattu-



Uno dei modelli del brand Frida

rati, obiettivo che forse in futuro potrebbe anche essere rivisto a favore di altri indicatori, probabilmente maggiormente legati alla sostenibilità. In ogni caso l'ascesa continua di tessuti più sostenibili e del fenomeno vintage e/o second

hand offre strumenti per garantire una maggiore circolarità della moda, argomento molto caro alle nuove generazioni, rappresenta sicuramente un tema prioritario per il futuro di molte aziende».