

«Il mio hobby è la mia azienda» Vita (e sogni) di Marciano junior

di **Michela Proietti**

Un anno di vita, ma già le idee chiare sul denim perfetto. «Rilasciato, lavato, con una vestibilità baggy», spiega Nicolai Marciano, arrivato dalla sua Los Angeles in fiamme («grazie al cielo familiari e amici stanno bene») per raccontare a Pitti il secondo capitolo di Guess Jeans, che ha debuttato proprio lo scorso anno a Firenze. Il figlio di Paul Marciano, 30 anni appena compiuti di cui quasi la metà trascorsi in azienda (ci è entrato appena maggiorenne), raccoglie l'eredità del padre e la rielabora secondo nuovi codici, ma senza perdere di vista il passato. La stessa Firenze non è casuale: per la famiglia Guess è come una seconda casa, perché proprio qui, nel 1994, è stato aperto il primo negozio europeo. Ma l'obietti-

Chi è



Nicolai Marciano, 30 anni, figlio di Paul, torna con Guess Jeans alla Fortezza da Basso e nelle vetrine della Rinascente di Piazza della Repubblica, a Firenze. Domani alla Stazione Leopolda, party con DJ Hiver, DJ Tennis e Francesco Del Garda

anche nelle vetrine della Rinascente di Piazza della Repubblica con una installazione dedicata alla nuova tecnologia Guess Airwash™, realizzata con Jeanolgia. Un metodo che sostituisce le pletre pomice nel lavaggio con acqua e aria, introducendo pratiche di produzione eco-friendly, ma senza sacrificare il sapore vintage tipico del brand, primo tra tutti, nel 1981, a proporre i jeans *stone-washed*. «Per noi il rispetto per l'ambiente è fondamentale», dice Marciano, che ha studiato insieme a un team qualificato processi di produzione e trattamento responsabili.

Alla Fortezza da Basso andranno in scena denim ispirati al mondo californiano: gli stili menswear includono il modello *relaxed, dritto, slim e skinny*, mentre il mondo femminile è fatto di vestibilità *wide leg, skinny, mom, bo-*



Il modello e attivista transgender Kai-Isaiah Jamal con la collezione Guess Jeans

otcut e mid-rise straight. La parola che lega tutto è inclusività, anche rispetto al prezzo. «Guess è pensato per un mondo sofisticato e lussuoso: Guess Jeans vuole invece parlare alla generazione più giovane e il prezzo è pensato per attirarla». Una apertura dimostrata anche nel team, dove il 60% è composto da donne e i talenti più giovani vengono incentivati a collaborare. Non c'è un modello preciso da vestire: «Un singolo profilo non basta, mi interessa un mondo dinamico, fatto di sedicenni che vanno a scuola o di giovani mamme che partono per il weekend». E poi il pubblico rock, quello che a Coachella ama indossare Guess Jeans.

Il successo dell'impresa del giovane Marciano è testimoniata dalle aperture di concept store ispirati all'heritage californiano delle origini. «Amsterdam e Berlino, ma anche aperture in stile pop-



L'Italia è il primo mercato, ora puntiamo al Giappone. Il desiderio più grande? L'India

up a Orto al Serio, Atene e Kosovo, installazioni a Parigi, Barcellona, Milano: prestiamo grande attenzione all'Europa e all'Italia, il nostro mercato più importante. Ora puntiamo al Giappone, la patria del denim più nobile, con l'apertura del flagship il prossimo giugno. Ma il mio sogno più grande è l'India». Tutto con la «benedizione» di papà Paul, che incoraggia il nuovo corso. «Mi sostiene molto, è orgoglioso del mio lavoro e ci capita spesso di confrontarci». L'insegnamento più importante? «Lavorare duro, il mio hobby è la mia azienda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

vo ora è la conquista di un pubblico nuovo, più giovane e forse meno «fatale». Non ci sono le donne da favola che hanno costellato le campagne di Guess — dalla sedicenne Caria Bruni a Claudia Schiffer e poi Valeria Mazza, Carré Otis, Eva Herzigova, fino all'ultima musa Georgina Rodriguez — ma un mondo ispirato dalla musica, lo sport e l'arte. Al fotografo Rafael Pavarotti Nicolai ha chiesto così di fotografare la cantante Beabadoobee, il modello e attivista transgender Kai-Isaiah Jamal, l'attrice e modella Iris Law, il giocatore del Liverpool FC Trent Alexander Arnold e il musicista e modello Gene Gallagher, figlio di Liam e già intravisto sulle passerelle milanesi. «Siamo ovviamente ispirati dalle donne, ma non siamo focalizzati solo su quello: vogliamo creare un racconto differente», spiega Nicolai Marciano che da oggi sarà non solo alla Fortezza da Basso ma fino al 3 febbraio

Tinto in capo



Lo stivaletto di Sturini Firenze in cuoio verde tinto in capo nei bottali dell'azienda

Mocassino



Frangere per il Velour Dark Brown di Fabi calzature, omaggio all'eccellenza artigianale

ROY ROGER'S



Rock



Rebel by L'Atelier du Sac debutta al Pitti: un passo importante nell'evoluzione del marchio

Da tennis



Losanga '76 di Lotto Leggenda, ispirata alla vittoria dell'Italia nella Coppa Davis del 1976

di fotografare la cantante Beabadoobee, il modello e attivista transgender Kai-Isaiah Jamal, l'attrice e modella Iris Law, il giocatore del Liverpool FC Trent Alexander Arnold e il musicista e modello Gene Gallagher, figlio di Liam e già intravisto sulle passerelle milanesi. «Siamo ovviamente ispirati dalle donne, ma non siamo focalizzati solo su quello: vogliamo creare un racconto differente», spiega Nicolai Marciano che da oggi sarà non solo alla Fortezza da Basso ma fino al 3 febbraio

Tinto in capo



Lo stivaletto di Sturlini Firenze in cuoio verde tinto in capo nei bottali dell'azienda

Mocassino



RO