

Anna Molinari

PD 1990

Anna Molinari nasce e lavora a Carpi dove oggi ancora vive e lavora. Terminati gli studi superiori entra nell'azienda dei genitori, noto maglificio carpigiano, dove matura esperienza e perfeziona la tecnica. La madre, una delle donne più eleganti dell'ambiente, le trasmette forza, tenacia e ambizione. Nel 1977 Anna Molinari decide di distaccarsi dall'azienda dei genitori e di correre la sua sfida nei circuiti della moda: fonda insieme al marito Gimapaolo Tarabini, la *Blumarine*. Nasce così la "favola" di Anna Molinari.

La stilista possiede un'incredibile creatività e gioia di vivere che trasmette in tutte le sue collezioni. Ama i suoi figli, gli amici e il marito. Le piace viaggiare e circondarsi di oggetti antichi e moderni, ama la pittura e la musica.

La ricerca dello stile e la divulgazione dell'immagine giocano un ruolo importante nel successo di *Blumarine*: Albert Watson ha realizzato le prime dieci campagne pubblicitarie. In seguito l'interpretazione è stata affidata all'occhio trasgressivo di Helmut Newton e al magico obiettivo di Ellen Von Unwerth, poi fu Peter Lindbergh, con il suo inconfondibile stile, a firmare le immagini della primavera-estate 1999, mentre per l'autunno-inverno, il giovane Tim Walker ha saputo esprimere al meglio la sensibilità della stilista, cogliendo l'allure e la bellezza delle sue collezioni. Innumerevoli i premi e riconoscimenti conferiti ad Anna Molinari che dal suo debutto al Modit nel 1980 ad oggi ha scalato le tappe del successo nel mondo della moda, diventando uno dei marchi più importanti ed esclusivi a livello internazionale.

Per Anna Molinari la moda è un mix di sensazioni e di influenze culturali, rivisitando il passato e intuendo il futuro, per una donna moderna, sexy, femminile e gioiosa come è la stessa Anna Molinari.

Signora Molinari, come è nato e quale è il segreto del successo di *Blumarine*?

«Il marchio *Blumarine*, il cui nome rispecchia l'amore mio e di mio marito Giampaolo per il mare, è stato creato nel 1977. Il mio desiderio più grande e il mio obiettivo erano quelli di poter essere considerata un'innovatrice nel panorama della moda, creando un marchio e apportando uno stile che fosse il frutto del mio gusto e della mia sensibilità e che rispecchiasse il mio modo di essere. L'entusiasmo, la ricerca continua, il mettersi in gioco ogni giorno, la reale volontà di comprendere le donne, le loro aspettative e le loro esigenze per realizzare i loro sogni e il loro desiderio di sentirsi belle con abiti in grado di esaltare la loro femminilità, credo abbiano rappresentato aspetti determinanti per la crescita di *Blumarine*».

Un successo, leggiamo nel suo curriculum, arrivato in pochi anni e costantemente consolidato e ampliato nel tempo grazie a quali strategie?

«Fra i molteplici fattori che concorrono al raggiungimento del successo, in un settore costantemente in divenire come quello della moda, citerei la capacità di rinnovarsi costantemente, senza paura di affrontare i cambiamenti richiesti dal mercato, pur mantenendosi fedeli al proprio stile e alla propria filosofia aziendale, ponendosi obiettivi ambiziosi ma concreti e cercando di non correre mai l'errore di "sentirsi arrivati", conservando un atteggiamento di umiltà».

Quanto è stata importante in questa escalation il coinvolgimento della sua famiglia?

«È stato determinante e tuttora affrontiamo ogni giorno insieme le principali problematiche lavorative, discutendo di progetti ed obiettivi: mio marito Gianpaolo da sempre si occupa della gestione manageriale dell'azienda, mio figlio Gianguido si occupa del settore Licenze dei nostri marchi, mentre mia figlia Rossella disegna con grande successo la collezione *Anna Molinari*. Il confronto continuo e una visione critica delle cose, unitamente a un grande entusiasmo, costituiscono gli elementi distintivi del nostro positivo "lavoro di squadra"».

In un momento così importante della sua carriera, in cui le sono stati conferiti numerosi e prestigiosi premi, quali obiettivi si prefigge per il futuro?

«Spero di continuare in questa direzione, con lo stesso entusiasmo e la stessa passione e con la speranza di cogliere le opportunità che mi si presenteranno di apprendere ogni giorno nuove cose. Ho due sogni nel cassetto: dedicarmi all'arredo di giardini e scrivere un libro! Non solo abiti comunque, ma un total look che amplia i propri orizzonti anche in altre direzioni... *Blumarine* da tempo ha diversificato il proprio core business,

rivolgendosi ai settori dell'underwear e del beachwear, della pelletteria, dell'arredo casa, degli orologi e dei gioielli, sino alla recente creazione di una linea di piatti e bicchieri per l'arredo tavola, il cui progetto mi ha coinvolto e appassionato: dalla moda al concetto di life-style globale».

Come affrontate il momento di mercato internazionale particolarmente delicato?

«Con grande prudenza, monitorando con attenzione tutti i passaggi della filiera produttiva, mantenendo elevata la qualità del prodotto e l'identità del nostro stile, selezionando produttori e distributori, senza compiere passi azzardati. Stiamo inoltre rivolgendo un'attenzione particolare ai mercati esteri emergenti che stanno prospettando nuove opportunità di crescita».

Quali sono le tendenze moda delle vostre griffe per la prossima stagione autunno-inverno?

«Una moderna zarina, con un esprit romantico, che sovrappone morbidi drappaggi, chiffon intarsiati o ricamati al taglio impeccabile di trench e cappotti a redingote per un connubio di fogge femminili e forme classiche di ispirazione maschile: estrema femminilità e sofisticatezza che rimanda a mitiche epoche: gli anni trenta e quaranta sovrapposti ai primi anni settanta. Seduzione e mistero, glamour e humor di fasciose muse come Bianca Jagger o Marina Schiano».

Quando per lei una donna è elegante ?

«Eleganza si può tradurre in armonia nelle proporzioni, nei colori, negli accessori coordinati, nella femminilità e seduzione che l'insieme equilibrato di queste componenti realizza. Lo stile è invece qualcosa che nasce con noi, fa parte della nostra personalità, è l'espressione esteriore di quanto caratterizza la nostra individualità».