

26 Maggio 2015

J&F, ecco i costumi che valorizzano il tessile bergamasco

Jazz & Flower Beachwear è il marchio creato da Elisabetta Giazzi e Francesca Fiorini realizzato interamente in Bergamasca. Debutto in centro con un negozio temporaneo. «Non capi per modelle, ma pensati per le diverse corporature»



Elisabetta Giazzi e Francesca Fiorini

Il momento della prova costume quest'anno potrebbe essere un po' meno drammatico, grazie ad un nuovo marchio tutto bergamasco.

A crearlo due vulcaniche amiche, Elisabetta Giazzi, 32 anni, e Francesca Fiorini, 33, i cui cognomi, in libera versione inglese, sono diventati il brand Jazz & Flower Beachwear.

La collezione del debutto è presente come temporary shop in Galleria Mazzoleni a Bergamo fino al 28 giugno, forse qualche settimana in più, e poi si farà conoscere tra eventi e negozi. Nel frattempo è già riuscita a regalare uno sprazzo

di colore in un sabato grigio (lo scorso 23 maggio) con la sua sfilata all'interno del complesso commerciale.

«Dare vita ad una produzione di costumi era il nostro sogno», racconta Francesca Fiorini. «Lavoriamo in altri settori, io negli investimenti, Elisabetta nel marketing, ma ci piace metterci in gioco e siamo sempre pronte a fare qualcosa di nuovo». J&F Beachwear nasce dopo dieci mesi «di duro lavoro» nei quali le due amiche sono andate alla ricerca di tessuti, stilista, modellista e confezione per dare concretezza al loro progetto. «Abbiamo scelto di affidarci alle aziende e alle professionalità presenti a Bergamo - sottolinea Francesca -, dato che sul versante del tessile non siamo secondi a nessuno. È anche un modo per dare un segnale di fiducia al settore, che vive una crisi ma non certo di qualità».

Per i tessuti il fornitore è la Carvico, di Carvico. Il cosa realizzare deriva da una vera e propria passione di Francesca per il mare, le isole e per i costumi, di cui ha una collezione che spazia dai marchi famosi ai modelli trovati in giro per il mondo. «Ogni volta che si è in costume si sta bene - fa notare -. Fare costumi per noi significa proporre uno stile di vita all'insegna del divertimento, dello stare con gli amici».

E se dentro al costume ci si trova a proprio agio è ancora meglio. «I nostri non sono due pezzi per modelle, tanto che la taglia 38 non c'è nemmeno - evidenzia -, si va dalla 40 alla 46. È moda giovane, sì, ma pensata per rispondere alle esigenze delle diverse corporature. Per le taglie prima e seconda, ad esempio, ci sono modelli che valorizzano il seno; salendo di misura ci sono soluzioni per sostenere, ricorrendo anche a tessuti più tecnici e all'allacciatura dietro al collo. Diciamo che è una concezione consulenziale, da boutique, fino quasi al su misura, se serve qualche aggiustamento, infatti, lo realizziamo». «La personalizzazione è facilitata dalla possibilità di comprare un singolo pezzo - aggiunge -. Si possono abbinare il reggiseno di un modello con lo slip di un altro oppure con tre pezzi realizzare due costumi diversi o ancora comprare una parte da abbinare ad un costume che già si possiede: c'è grandissima libertà». A fare il resto ci pensano fantasie, colori e stile, racchiusi in sette linee tutte ispirate ad un'isola.

«Anche il prezzo è un aspetto che crediamo possa fare la differenza - prosegue Francesca -. Per qualità i nostri costumi sono sullo stesso piano di quelli venduti attorno ai cento euro, da noi il prezzo medio è ottanta, e non è poco».

Su Bergamo si è indirizzata anche la scelta dei partner per tutto ciò che completa il costume da bagno da proporre in negozio: la boutique Le Fate di via Broseta per copricostume, cappelli, orologi e accessori spiaggia; per i teli mare Zenoni e Colombi di Albino.

Intelligente è anche l'idea del debutto itinerante. «Dopo il temporary shop abbiamo in programma alcuni eventi, ad esempio nell'estivo allo spalto di San Giacomo e in collaborazione con un negozio di ottica - anticipa -, e poi corner nei negozi, da Città alta a Brescia, alla Costa azzurra, dove ho contatti. Per quanto fantasiose, entusiaste e convinte del nostro progetto abbiamo i piedi per terra e non abbiamo fretta. Anche nei sogni non bisogna esagerare. Abbiamo investito nostre risorse, vediamo come risponde il mercato e poi faremo i passi successivi, come aprire un vero negozio».

