

Ecco Bag, il brand made in Brescia continua a crescere fra social e boutique

L'architetto Chicca Lorini coi suoi costumi e borse conquista nuovi negozi e il plauso di Instagram

Abbigliamento

Ilaria Rossi

i.rossi@giornaledibrescia.it

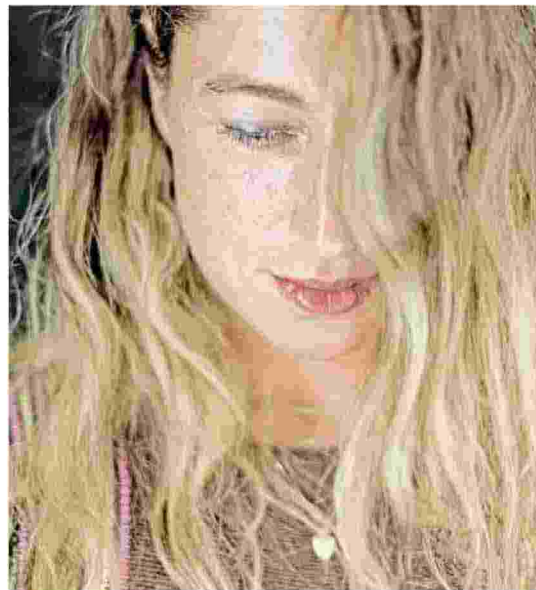
BRESCIA. All'inizio furono borse e costumi, realizzati con tessuti di qualità in un piccolo laboratorio e distribuiti in alcune esclusive boutique. Tre anni dopo il coloratissimo marchio bresciano Bag, creatura dell'architetto Federica Lorini (Chicca per gli amici), ha raddoppiato il fatturato e triplicato i laboratori, per sod-

disfare le richieste che giungono dai sempre più numerosi punti vendita, in Italia e all'estero. A contribuire al successo diversi fattori, «costanza e grande determinazione» in primis: «Senza - dice - l'avventura si sarebbe esaurita dopo un anno e con magre soddisfazioni». E invece... la caparbia imprenditrice ha lavorato giorno e notte, perfino nei weekend, seguendo personalmente anche tutte le fasi della produzione e commercializzazione, per conquistare traguardi importanti.

Dopo la partecipazione come brand indipendente alla

fiera «White» di Milano, lo scorso autunno, Bag è stato selezionato per l'evento «Mare-damare», che si terrà dal 22 al 24 luglio alla Fortezza da Basso di Firenze, location che ospita anche il Pitti.

Shop e online. Intanto i costumi e le borse disegnati dall'architetto col pallino per i tessuti wax africani sono sempre più richiesti: «A Formentera - racconta - ho posizionato Bag e BAGgy, ovvero la linea baby, nel più bel negozio dell'isola, nel piccolo borgo di San Francesc, e a Ibiza ha preso vita una bellissima collaborazione. Bag sarà presentata insieme al famoso brand Sep Jordan, realtà imprenditoriale di origine italiana che supporta le artigiane siriane rifugiate in Giordania. Da settembre avvieremo una collaborazione di cui sono davvero entusiasta». Il prossimo 8 agosto, invece, i costumi e le borse BAGgy saranno protagonisti a For-



Imprenditrice. L'architetto bresciano Federica Lorini di Bag

te dei Marmi di una sfilata al prestigioso bagno «Alpema-re» di Andrea Bocelli. Nel frattempo, dopo Brescia, Milano, le isole della Grecia, Pietrasanta, Milano Marittima e le Baleari, il brand bresciano è arrivato anche a Ginevra, in Sardegna e a Saint Tropez. Ottenendo pure riconoscimenti ufficiali nel mondo social.

Lo scorso autunno Instagram Italia ha scelto il profilo di «Bag», insieme a quello di altre nove piccole realtà imprenditoriali, per una promozione mirata. «Oggi Instagram è indispensabile: è importante avere un progetto grafico ben preciso, che ti permette di emergere nella giungla degli account» spiega Chicca.

«Da marzo sto lavorando anche al sito e allo shop online - racconta l'imprenditrice - . Il sito, pronto entro fine anno, oltre all'e-commerce avrà anche una parte destinata al blog, in cui racconterò progetti e soprattutto collaborazioni, che saranno due ogni anno». Le prime due guardano rispettivamente al Sol Levante e a casa nostra: «La prima è una collaborazione col brand The Sen Factory, che propone accessori fatti con cotone e sete del Giappone. L'altra Alessandro Fusari in arte Alfi, artista bresciano della balena blu buona. Ci accomuna l'uso spregiudicato del colore: da ottobre inizieremo a lavorare insieme e non vedo l'ora». //

