

Gianguido Tarabini e Anna Molinari courtesy Blufin

Non potevano mancare le sue rose emblematiche, i ricami, i cristalli, i pizzi, i merletti macramè, e poi i filati, le rocche, i tessuti, oltre agli abiti eterei, ai pregiati accessori e agli scatti dei grandi fotografi: tutto il mondo dolce e romantico, ma solido e ben definito, di **Anna Molinari**, anima creativa di **Blufin** e stilista di **Blumarine**, ha trovato il suo "punto di gravità permanente" nel **Museo di Carpi** a Palazzo Pio (dedicato ai personaggi che hanno fatto la storia della città modenese, da Matilde di Canossa a Ciro Menotti). Inaugurato il 4 Aprile scorso, lo spazio espositivo del brand carpigiano doc si configura come un percorso ideale per narrare i primi 40 anni di un'azienda che ha portato nel mondo il bello stile italiano, fatto di buon gusto, eleganza raffinata, equilibrio compositivo e cromatico, qualità dei materiali.

A coordinare l'allestimento, curato dalla Direzione museale, ha provveduto la stessa Anna Molinari, che ha voluto una mostra interattiva e polisensoriale, giocando con emozioni visive, acustiche e olfattive, così da accompagnare il visitatore in una sorta di grande armadio onirico, dove tessuti preziosi, abiti d'alta moda, scarpe e cappelli si animano nella magia del colore, rivelando i segreti della griffe più poetica che esista. L'esposizione, concepita per valorizzare la maestria artigianale delle creazioni, consente altresì di toccare con mano, senza barriere o filtri, tutti i capi, cosa più unica che rara, che sottolinea il valore di questo doppio "omaggio d'amore": di Blumarine a Carpi e di quest'ultima al suo brand più noto.

L'avventura di Anna Molinari e del marito Giampaolo, a cui poi si è affiancato il figlio Gianguido (oggi amministratore unico), ha preso il via nel 1977 lanciando su scala

planetaria la “regina delle rose”, come arrivò a definirla Franco Moschino, in grado di interpretare in sommo grado l’ideale della femminilità moderna, dolce ma determinata e caratterizzata da una forte identità. Non a caso nello storico Palazzo Pio di Carpi, in quella che è stata chiamata la “Sala di Anna” si incontra un trionfo di stampe con rose e bouquet floreali, esaltati da ricami sublimi con cristalli Swarovski, borse divenute icon-item e capolavori di maglieria come il **cardigan “Bluvi”**.



Allestimento Mostra courtesy Blufin

Impressionanti sono anche le foto scattate da “giganti” dell’obiettivo come Helmut Newton, Albert Watson, Tim Walker, che hanno ideato le più significative e indimenticabili campagne pubblicitarie della maison, aventi per protagoniste le super-modelle Naomi Campbell, Cindy Crawford, Eva Herzigova, Carla Bruni, Monica Bellucci.

Infine, qualche nota storica per ricordare, anche se forse non ce ne sarebbe bisogno, l’importanza di Blumarine nel panorama della nostra moda: un marchio che trae la sua denominazione dal colore delle onde del mare; un’azienda marcatamente e orgogliosamente sartoriale che a soli tre anni dal debutto, nel 1980, alla sua prima sfilata milanese ottenne il riconoscimento di “stilista dell’anno”. Il successo fu poi travolgente come l’alta marea, per restare nella metafora marina, e nel 1988 venne fondato il Gruppo Blufin, che comprende, oltre a Blumarine, i brand Anna Molinari (alto di gamma) e Blugirl (rivolto alle donne giovani). Intanto venne la volta della diversificazione (profumi, borse, accessori in pelle, ecc.) e della continua apertura di boutique a livello mondiale (attualmente sono più di 1000, di cui oltre 50 monomarca).

Celebre in tutto il pianeta e pluripremiata, Anna Molinari nel corso della propria carriera ha

conquistato anche l’ Isimbardi Fashion Award nel 2001 e La Kore Fashion Oscar nel 2003.

Un rosa è una rosa è una rosa…