Iperborea nella sua olimpica iperfemminilità, la donna di **Genny** per questa primavera/estate richiama archetipi antichi, forti e sensuali, espressi in giacche d'alta sartoria (destrutturate e scultoree allo stesso tempo), raffinati bustier, lunghi abiti plissettati, talvolta caratterizzati da tagli asimmetrici, con maniche che si aprono fluidamente a corolla, cinture alte che esaltano la silhouette da silfide e accessori preziosi, prestando molta attenzione al particolare (come le borsettine sferiche e gli stivaletti spuntati oppure i sandali dal tacco strepitoso). I tessuti utilizzati accentuano questa immagine di sofisticata classicità che "scivola addosso": sete impalpabili, morbida pelle, fibre metalliche in odore di fresca modernità. Dominano i colori lunari e aurorali, che spaziano dal bianco all'oro, dalle nuance rosacee e quelle coralline, inclini a farsi cangianti per suggerire giochi di luce inediti. Per una donna algida (meglio sarebbe dire, forse, nobilmente distaccata) e insieme romantica.

La "mente" di questa idea di femmina-dea by Genny è quella di **Sara Cavazza Facchini** (succeduta a Gabriele Colangelo), ex-modella divenuta stilista, che dal 2014 regge il timone creativo della maison anconetana fondata nel 1962 da **Arnaldo Girombelli**. Ci piace il suo stile così disinvoltamente chic, sicuro, in perfetto equilibrio fra estro e semplicità, in omaggio ad un concetto di donna autentica e integrale, rispettoso dei suoi sogni e bisogni.

Genny, che nel 2001 era entrata a far parte del **Gruppo Prada**, è stata poi acquisita nel 2011 dalla veronese **Swinger International**, che ha saputo rilanciarla a livello internazionale, facendole rivivere i fasti delle origini, quando il brand era tra i più iconici del fashion system italiano, presente nelle più prestigiose boutique del mondo. Ed è tornato ad esserlo, dal momento che l'attuale dirigenza è più che mai impegnata in un programma retail che contempla l'apertura di negozi monomarca su scala globale, apprezzati "ambasciatori" dell'**Italian style** in senso lato.

L’avventura del marchio Genny nel mondo della moda artigianale iniziò 55 anni fa in terra marchigiana grazie all’intraprendenza di Girombelli, che affiancò a sé, prima come stilista e poi anche come moglie, l’ottima **Donatela Ronchi** la quale prese le redini dell’azienda alla scomparsa del marito nel 1980.

Le cronache raccontano che nel 1968 fu inaugurato il primo stabilimento e nel 1973 venne assoldato come designer un giovane Gianni Versace, destinato in seguito a continuare la collaborazione con la maison marchigiana sino ai primi anni ’90, dando vita tra l’altro alla linea casual **Byblos**. Il grande creativo calabrese non fu l’unico talento a muovere i primi passi in questa azienda, la quale tenne a battesimo anche personaggi del calibro di Claude Montana, Dolce e Gabbana, Christian Lacroix, Rebecca Moses, solo per menzionare alcuni dei tanti. Anni di gloria hanno arriso a Genny in quel periodo, tanto che nel 1984 Donatella Girombelli venne invitata a Washington alla Casa Bianca, prima stilista italiana a ricevere un simile onore, e nel 1987 la sua casa di moda venne scelta come rappresentante dell’Italia alle celebrazioni **“Colombiane” di New York**. Intanto l’azienda subì la trasformazione in holding e sperimentò una sfidante strategia di brand extension, abbracciando la produzione di calzature, occhiali, fragranze e accessori vari.

Oggi il viaggio di Genny nel mondo del fashion procede sicuro e a vele spiegate, essendo il marchio tornato protagonista delle passerelle, lodato da stampa, buyer e pubblico worldwide. Con ciò è cresciuta fortemente anche la sua consapevolezza etica, tanto da essere diventato un paladino della **moda sostenibile** fondata sui valori della responsabilità sociale nei confronti dei collaboratori e del basso impatto ambientale dei prodotti (luxury responsible). Non a caso, Genny ha lanciato l’etichetta dei principi da indicare su tutti i suoi capi, che comunicano ai clienti la qualità sostenibile dei modelli Made In Italy, ovvero la consapevolezza sociale ed ecologica dei prodotti.

Potremmo forse applicare anche alla moda quanto il filosofo francese Blaise Pascal annotava a proposito della letteratura: “Quando troviamo uno stile naturale restiamo sorpresi e incantati, perché dove ci aspettavamo di trovare uno scrittore scopriamo un uomo”.