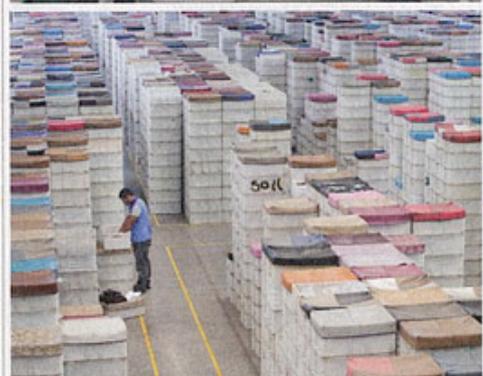
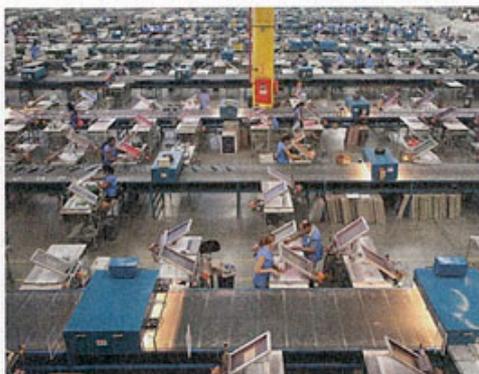


**IN
GN**

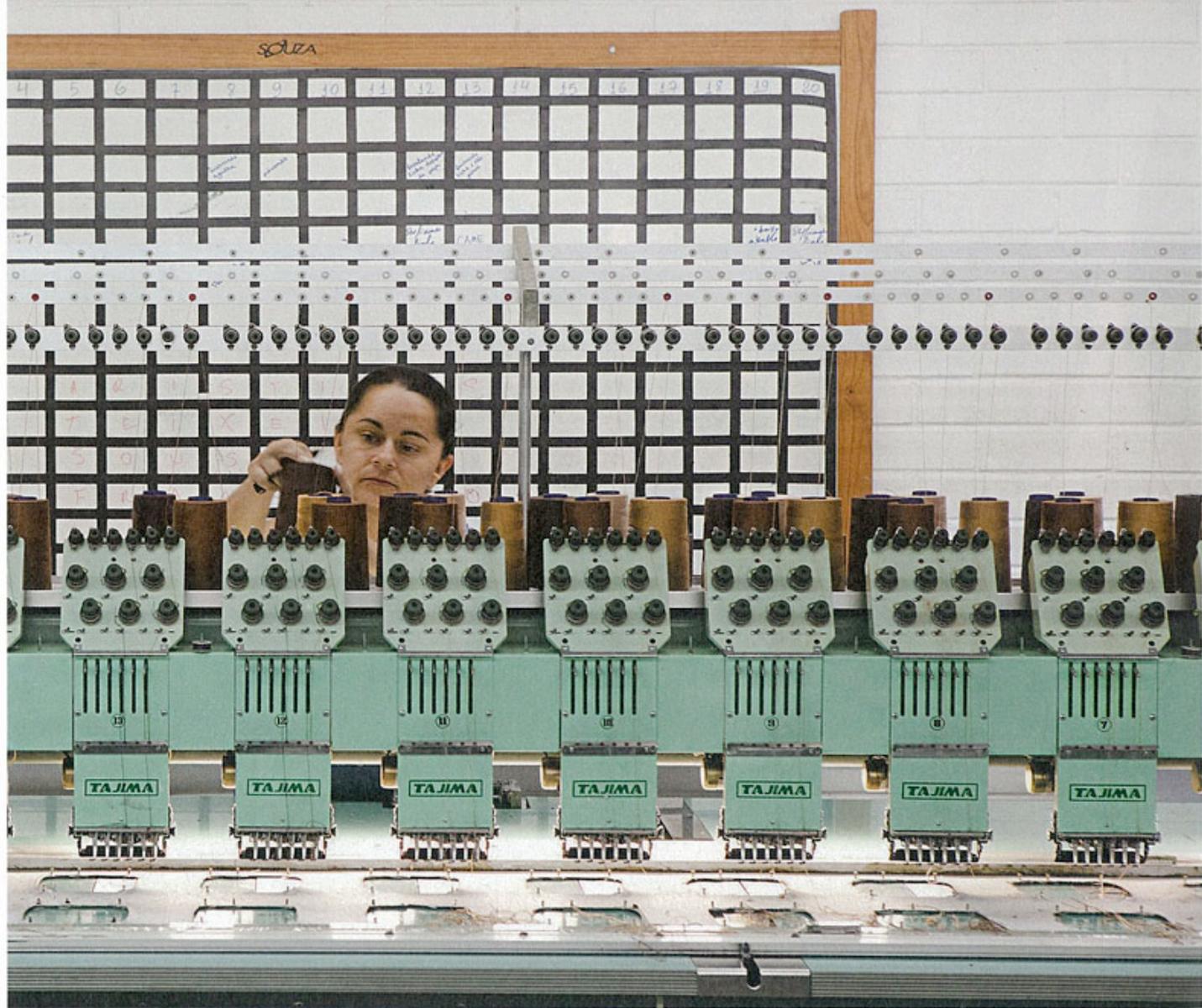
PASSO DOPO PASSO



LA storia di Grendene E DELLA SUA produzione
DI calzature in plastica SI LEGA
INTIMAMENTE ALLA biografia DELLA famiglia
vicentina CHE AGLI inizi DEGLI anni settanta
ARRIVA A FARROUPILHA, IN Brasile E, DOPO VARI
CICLI, si sta preparando AD AFFRONTARE
LA sfida DELLA sostenibilità

testo di Francesco Morace

Sesso parlando del Brasile pensiamo a un Paese compatto, raccolto attorno ai grandi stereotipi che lo hanno reso appetibile e conosciuto in tutto il mondo: le spiagge di Rio, l'incrocio di razze "arcobaleno" che ha prodotto il Carnevale, il Samba e la Bossa Nova, fino - per i conoscitori più raffinati della cultura brasiliana - al Candomblé o ai romanzi di Amado ambientati a Salvador de Bahia. La realtà è più complessa, anche più di quella misticizzante che ha segnato il successo mondiale di Paulo Coelho: il Brasile ha le varietà e le articolazioni di un intero continente. Pochi ad esempio conoscono il profondo Sud del Paese che corrisponde a una stratificazione socioculturale legata alla cultura tedesca e - per quanto riguarda l'Italia - alla radicazione di comunità venete arrivate negli anni della seconda immigrazione, dopo quella disperata e più povera di inizio secolo, sbarcate a New York e Buenos Aires. Una Italia già produttiva e laboriosa che negli anni Sessanta e Settanta del Novecento, dalle conerie della Valle di Chiampo, nel vicentino, tenta con successo il trasferimento in territori in qualche modo simili per morfologia e paesaggio, ma più aperta, con un respiro sul futuro che l'Italia già allora faticava a garantire. Arriviamo così a Farroupilha, un centinaio di chilometri a ovest di Porto Alegre, paesaggio di colline nebbiose che non ha nulla da invidiare ai Colli Berici di Vicenza, dove arriva la famiglia Grendene, che nel giro di qualche decennio, a partire dal 1971, impianta con ingegno tipicamente italiano, una produzione prima di imballaggi, poi di accessori in plastica, che implica la progettazione di stampi e il concepimento di nuove famiglie e tipologie di prodotto. Assistiamo così - ancora una volta - al dispiegarsi di quella relazione virtuosa che dalla passione artigianale del prodotto unico e ben fatto, si trasferisce alla produzione di macchine industriali altrettanto uniche e innovative, che permettono la realizzazione di prodotti in plastica, inseguendo l'utopia di una radicale modernizzazione del Paese, attraverso la magia di un materiale che introduce al futuro. Negli anni '80 viene compiuto da Grendene l'ulteriore salto innovativo - sempre guidato dalla creatività applicata - che la porterà ad essere oggi la più avanzata fabbrica di calzature "a iniezione" del mondo: per la prima volta il materiale plastico viene utilizzato nella produzione di calzature monomateriche, in cui la plastica costituisce la pelle e l'anima del prodotto. Gli aspetti di funzionalità, igienicità, lavabilità, risultano nel tempo irresistibili e il successo sul mercato - sostenuto da un imbattibile rapporto prezzo/qualità - appare inevitabile, accompagnando la difficile transizione del Brasile da Paese sottosviluppato, governato da dittature militari, a



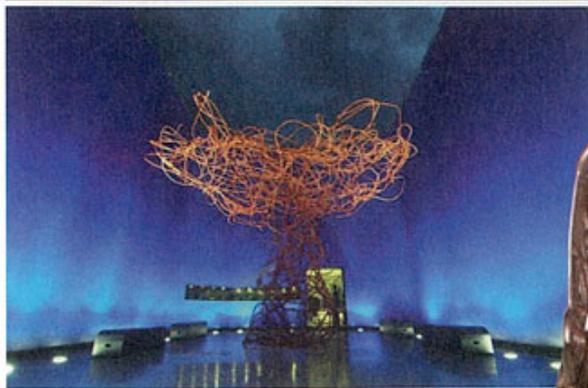
MOMENTI DELLA PRODUZIONE NELLO STABILIMENTO DI GRENDENE A FARROUPILHA, NEL SUD DEL BRASILE. SI TRATTA DELLA PIÙ AVANZATA FABBRICA DEL MONDO CHE REALIZZA CALZATURE IN MATERIALE PLASTICO A "INIEZIONE". FOTO DI CICERO RODRIGUES.

Paese emergente, in grado di costruire il futuro con le proprie forze e le proprie straordinarie risorse umane e naturali. Ed è qui che il *design thinking* - con l'inizio del nuovo millennio - fornisce materia e conoscenza per questo triplo salto finale, che si dimostrerà non mortale ma vitale, in una sorta di capriola innovativa che oggi vediamo realizzata nella rigenerazione e nel successo mondiale del Gruppo Grendene. Più in particolare l'azienda si nutre del successo di Melissa, una marca che sotto la guida di Edson Matsuo - un designer illuminato che gestisce da più di un decennio la divisione Ricerca e Sviluppo di Grendene e dirige il Centro Design interno - ha letteralmente stravolto la concezione della calzatura in plastica come semplice prodotto *basic*,

low cost, adatto esclusivamente a una fruizione quotidiana e poco attrattiva. Melissa, infatti, già da un decennio ha avviato - proprio come Alessi in Italia alla fine degli anni '80 - una serie illimitata di collaborazioni con designer brasiliani e internazionali (dai fratelli Campana a Zaha Hadid), per concepire, realizzare e vendere una famiglia di calzature fortemente innovative, che partendo dalla matrice plastica, sperimenta forme, strutture, colori e perfino odori (la collezione Melissa è infatti caratterizzata da una profumazione inconfondibile, diventata marchio di fabbrica a tutti gli effetti) che corrispondono ai dettami del *Quick & Deep*, della qualità creativa nel quotidiano, della personalizzazione spontanea del proprio abbigliamento attraverso l'accessorio.



MELISSA, IL BRAND DI PUNTA NEL MERCATO FEMMINILE DEL GRUPPO GRENDENE, GIÀ DA UN DECENNIO HA AVVIATO UNA SERIE DI COLLABORAZIONI CON DESIGNER INTERNAZIONALI. LO SFORZO CREATIVO E PRODUTTIVO VIENE PERIODICAMENTE PRESENTATO NEL CONCEPT STORE DI OSCAR FREIRE A SÃO PAULO. IN QUESTA PAGINA L'ALLESTIMENTO DELLA GALERIA MELISSA DISEGNATA NEL 2008 DA ZAHA HADID. PHOTO COURTESY MELISSA



LA VETRINA DELLA GALLERIA MELISSA E LA BALLERINA CORALLO (IN VERSIONE ORO/RAME NELL'INTERPRETAZIONE CREATIVA DEI FRATELLI CAMPANA (2007).

LE SCARPE DI PLASTICA PROFUMATA DISEGNATE PER MELISSA DA GAETANO PESCE NEL 2010 (AL CENTRO), DA KARIM RASHID NEL 2009 (A DESTRA) E DA ZAHA HADID NEL 2008 (IN BASSO).



L'intero sforzo creativo e produttivo viene presentato ormai da un decennio nel primo *concept store* nato in Brasile, nella via della moda e dell'innovazione, Oscar Freire di San Paolo: la Galleria Melissa.

Ma la storia non finisce qui, anzi sembra alimentare un nuovo inizio. L'ultima sfida che oggi l'azienda sta affrontando con serietà e con grande dispendio di mezzi e di ricerca applicata riguarda, in questa dinamica da triplo salto mortale, il terzo passaggio dopo quello dell'innovazione produttiva e quello del *design thinking*: la sfida della sostenibilità. Nel caso di Grendene e dei suoi *brand*

(oltre a Melissa, che è la marca di punta nel mercato femminile, e Ipanema, che con la collaborazione di Osklen ha elaborato una nuova strada di creazione e produzione per *flip-flop* dal forte carattere carioca, cioè ispirate allo spirito di Rio de Janeiro, ricordiamo Rider, Grendha, Ilhabela e Grendene Kids) la sostenibilità corrisponde al riciclo integrale dei suoi prodotti, in gran parte monomaterici. È sul filo del nuovo paradigma *Crucial & Correct* che la storia di Grendene e della sua produzione di calzature in plastica, sembra voler rilanciare il proprio messaggio prima in Brasile, poi nel mondo.

Hadid. Photo courtesy of Melissa. - **Caption pag. 113** The window of Galleria Melissa and the Corallo flats (in the gold/copper version, by the Campana brothers, 2007). The perfumed plastic shoes designed for Melissa by Gaetano Pesce in 2010 (center), Karim Rashid in 2009 (upper right) and Zaha Hadid in 2008 (below).

STEP BY STEP p. 110

text **Francesco Morace**

The story of Grendene and its production of plastic footwear is closely linked to the history of the family from Vicenza that reached Farrroupilha, in Brazil, at the start of the 1970s. Now, after various cycles, they are getting ready to approach the challenge of sustainability. When we talk about Brazil we often think of a compact country, gathered around big stereotypes that make the place appealing all over the world: the beaches of Rio, the rainbow mixture of races that has produced Carnival, Samba, Bossa Nova. More refined observers also know about Candomblé, or the novels of Amado. But the reality is obviously more complex: Brazil has the variety and scope of an entire continent. Few people, for example, know about the deep South, which corresponds to a socio-cultural stratification linked to German culture and, where Italy is concerned, to Venetian communities that came here in the period of the second wave of immigration, after the desperate, more impoverished migration of the early 1900s, that reached New York and Buenos Aires. An Italy that was already productive and industrious, that in the 1960s and 1970s, from the tanneries of Valle di Chiampo, near Vicenza, set off for similar but more open territories, looking for a bigger future than Italy seemed able to offer. So we reach Farrroupilha, about 100 km west of Porto Alegre, a landscape of foggy hills not so different from the Colli Berici of Vicenza, the former home of the Grendene family which in a few decades, starting in 1971, created first a packaging factory, then moved toward the production of plastic accessories, which involved the designing of dies and moulds, leading to the creation of new product families and typologies. Once again, we can observe the virtuous relationship between the craftsman's passion for a unique, well-made product and production with industrial machinery that is equally unique and innovative, permitting the creation of products in plastic, in pursuit of the utopia of a radical modernization of the country through the magic of a material that speaks of the future. In the 1980s Grendene made another innovative leap forward - always guided by applied creativity - making it the most advanced factory of 'injected' footwear in the world: for the first time, plastic was used to produce monomaterial footwear. Its features of functional quality, hygiene and easy cleaning soon made it an irresistible market success - sustained by an unbeatable price-quality ratio - in a period difficult transition of Brazil from an underdeveloped nation governed by a military regime to an emerging country capable of constructing its future with its own extraordinary natural and human resources. It is here that design thinking - at the start of the new millennium - supplies material and knowledge for this final leap, an innovative feat of athletic prowess that now takes the form of the regeneration and worldwide success of the Grendene Group. In particular, the company is thriving on the success of Melissa, a brand guided by Edson Matsuo - an enlightened designer who for more than a decade has been at the helm of the R+D division of Grendene, and directs its in-house design center - that has literally revolutionized the idea of plastic footwear as a mere low-cost product for everyday use. Melissa, in fact, like Alessi in Italy at the end of the 1980s, has launched an unlimited series of collaborations with Brazilian and international designers (from the Campana brothers to Zaha Hadid), to create, produce and sell a highly innovative family of footwear products, starting with the plastic matrix to experiment with forms, structures, colors and even odors (the Melissa collection, in fact, has a unique smell that has become a sort of trademark), corresponding to the tenets of Quick & Deep, of creative quality in the everyday dimension, of spontaneous personalization of dress through the use of accessories. This entire creative and productive effort has been on display for a decade in the first concept store born in Brazil, on the street of fashion and innovation, Rua Oscar Freire in São Paulo: Galleria Melissa. But the story doesn't end here. It even seems to be headed for a new beginning. The latest challenge faced by the company, with great expenditure of resources and research, has to do with a third passage, after those of productive innovation and design thinking: the challenge of sustainability. In the case of Grendene and its brands (besides Melissa, the front line brand on the women's market, and Ipanema, which with the collaboration of Osklen has found a new path for the creation and production of flip-flops with a strong Rio character, we should also mention Rider, Grendha, Ilhabela and Grendene Kids) sustainability corresponds to the entire life cycle of products, most of which are made with just one material. Along the lines of the new Crucial & Correct paradigm, the story of Grendene and its plastic jelly footwear seems to be renewing its message, first in Brazil and then in the world. - **Caption pag. 111** Moments of production in the Grendene plant at Farrroupilha, in Southern Brazil. This is the world's most advanced factory for the 'injection' production of plastic footwear. Photo Cicero Rodrigues. - **Caption pag. 112** Melissa, the leading brand on the women's market of the Grendene Group, has been working with many international designer for over a decade. The creative and productive results are periodically displayed at the concept store on Rua Oscar Freire in São Paulo. On this page: the Galleria Melissa installation designed in 2008 by Zaha