

VOLUME 01 NUMERO 00 FALL 2023

EMPOWERING DENIM

REAL STORIES
FROM REAL
PEOPLE

A New Frontier

Stories about people and businesses.
Sustainability, diversity, and inclusion.

Milena Andrade

A Brazilian designer of
Italian origins with a
passion for the perfect
jeans.



Letter from the Editor



WELCOME TO EMPOWERING DENIM

Dear reader, today a new bookazine is born that we have named inspired after my brand, Milena Andrade The Empowering Denim Business & People. Bookazine, that is something more than a book because it is sensitive to the phenomena and trends of a rapidly changing world but also something more than a magazine because it is fascinating and exhaustive as only a book can be.

"A NEW
BOOKAZINE IS
BORN..."

”

We imagined creating a showcase of experimentation, contamination and connections, a meeting place and new opportunities to reflect, inspire and be inspired, an open window on both the world of business and that of people. Because behind every business there are actually people. People are made of energy, and only when people come together and connect does business flow and amazing things can happen!

Good ideas easily involve valuable people. Around this project, a good team was quickly formed with different skills, sensitivities and stories. Cesare Romanò, Lucio Bergamaschi, Isabella Tebaldi, Madeline Stone, each one has given their contribution to the birth of the editorial product you are holding. A big thank you to them and to all the professionals and entrepreneurs who gave us their word even before physically holding anything in hand. First of all Massimo Novarini of Mood, Ulisse of 1floor, Kikka Ricchio and Laura Pianazza, Evija Kocina, Fabio of Pura Pietra, Vigevano41 showroom, Larissa Marchiori, Corvasce, Marcella Giusto, and many more. Connect, share your story, get inspired, offer inspiration to others, come be part of our community. Sharing is beautiful and good especially for those who offer.

BENVENUTO A EMPOWERING DENIM

Cara/o lettrice/ore, nasce oggi un nuovo bookazine che abbiamo chiamato come me, Milena Andrade The Empowering Denim Business & People.

Bookazine, ovvero qualcosa di più di un libro perché sensibile ai fenomeni e alle tendenze di un mondo che cambia velocemente ma anche qualcosa di più di un magazine perché affascinante ed esauriente come solo un libro può esserlo.

Abbiamo immaginato di realizzare una vetrina di sperimentazione, contaminazione e connessioni, un luogo di incontro e di nuove opportunità per riflettere ispirare e farsi ispirare, una finestra aperta sia sul mondo del "business" che su quello del "people". Perché dietro ogni business, in realtà, ci sono persone. Le persone sono fatte di energia, e solo quando le persone si incontrano e si connettono il business fluisce e cose incredibili possono accadere!

Le buone idee coinvolgono facilmente le persone di valore. Intorno a questo progetto si è costituita rapidamente una bella squadra con competenze, sensibilità e storie diverse. Cesare Romanò, Lucio Bergamaschi, Isabella Tebaldi, Madeline Stone, ognuno ha dato il suo contributo alla nascita del prodotto editoriale che avete in mano. Un grande grazie a loro e a tutti i professionisti e gli imprenditori che ci hanno dato fiducia sulla parola ancor prima di avere in mano fisicamente qualcosa. Innanzitutto Massimo Novarini di Mood, Ulisse di 1floor, Kikka Ricchio e poi Laura Pianazza, Evija Kocina, Fabio di Pura Pietra, Vigevano41 showroom, Larissa Marchiori, Corvasce, Marcella Giusto, ecc. Connettiti anche tu, condividi la tua storia, fatti ispirare e offri ispirazioni agli altri, vieni a far parte della nostra comunità. Condividere è bello e fa bene soprattutto a chi offre.



Milena Andrade
Editor

Milena Andrade

Denim

THE JEANS LADY

Milena Andrade Denim is, The Italian brand known for its collections of women's jeans with perfect fit: a true object of desire for the Empowered Woman that shapes the shape of every woman's body, thanks to the precise cut and the selection of materials. Based in Milan since 2017, Milena Andrade Denim Company is the result of a great teamwork, of the brilliant and innovative style director and her team of international professionals. The result is a high quality denim, 100% designed in Italy.

Milena Andrade is a Brazilian designer of Italian origins with a passion for the perfect jeans. Nicknamed "The Jeans Lady", she was a pioneer in Italy by proposing patented models of special push-up jeans. Milena combines her Brazilian roots with "Made in Italy" know-how; creativity with innovation and high quality. Not just a perfect pair of jeans, but a powerful "tool" to enhance the beauty of all women. Magic 3?: cutting, stitching and revolutionary fabrics here is the secret that makes each pair of jeans designed by Milena Andrade unique. The woman can finally find her perfect pair of jeans thanks to the fit, the perfectly placed pockets on the back and the perfect cut of the legs present throughout the collection. With six different quality control procedures, Milena Andrade Denim products are made in Italy with the highest quality denim fabrics. Milena Andrade uses a refined technique to adapt jeans to different female shapes and obtain a perfect effect even in the most "difficult" points. This denim was specially created to respect and enhance the curves and silhouette of every woman.

The global credibility of fashion today also passes through sustainability. Even the world of denim must adopt responsible behavior and adopt environmentally friendly production techniques. In order to reduce the impact on the environment, MILENA ANDRADE treasures

LA SIGNORA DEL JEANS

Milena Andrade Denim è, Il marchio italiano noto per le sue collezioni di jeans da donna con vestibilità perfetta: un vero oggetto del desiderio per le Empowered Woman che modella la forma del corpo di ogni donna, grazie al taglio preciso e alla selezione dei materiali. Con sede a Milano dal 2017, Milena Andrade Denim Company è il risultato di un grande lavoro di squadra, della geniale e innovativa style director e del suo team di professionisti internazionali. Il risultato è un denim di alta qualità, 100% progettato in Italia.

Milena Andrade è una designer brasiliana di origini italiane con la passione per il jeans perfetto. Soprannominata "La Signora del jeans", è stata pioniera in Italia proponendo modelli brevettati di jeans push-up speciali. Milena combina le sue radici brasiliane con il know-how "Made in Italy"; creatività con innovazione e alta qualità. Non solo un paio di jeans perfetti, ma uno "strumento" potente per migliorare la bellezza di tutte le donne. Magic 3?: taglio, cuciture e tessuti rivoluzionari ecco il segreto che rende unico ogni jeans firmato da Milena Andrade. La donna può finalmente trovare il suo paio di jeans perfetto grazie alla vestibilità, le tasche perfettamente posizionate sul retro e il taglio perfetto delle gambe presente in tutta la collezione. Con sei diverse procedure per il controllo della qualità, i prodotti firmati Milena Andrade Denim sono realizzati in Italia con la più alta qualità di stoffe in denim. Milena Andrade utilizza una tecnica raffinata per adattare i jeans alle diverse forme femminili ed ottenere un effetto perfetto anche nei punti più "difficili". Questo denim è stato creato appositamente per rispettare e valorizzare le curve e la silhouette di ogni donna. La credibilità mondiale della moda passa oggi anche dalla sostenibilità. Anche il mondo del denim deve assumere comportamenti responsabili e adottare tecniche produttive rispettose dell'ambiente.





the waste material to give life to the models of its special line called "Recycle", thus minimizing technical waste and limiting the use of natural resources. Made with regenerated fabric inserts, the models in this line are certified low environmental impact and embellished with the exclusive cut of Milena Andrade.

WHO IS MILENA ANDRADE?

Milena started with beauty products and then moved on to her great passion: fashion. She specialized in the world of Denim, dealing with design, creation, marketing, brand reputation. She has participated in various creative projects in fashion for various Italian and foreign brands.

After a few years in the textile sector, she developed various experiences in the creative part, in production, and in the relationship with the public, especially for women. In fact, her brand is aimed at the female public and her creations are specialized in enhancing the female figure. Since 2017, thanks to her experience gained in the world of Denim, she has opened various popup shops in strategic locations, giving great visibility to the presented brands, including her own. Thanks to her background, Milena, together with her team of professionals, is able to offer valuable support for selected projects, offering her experience for an analysis of costs and timing of implementation and development of various projects ranging from fashion, to furnishing to business.

SUSTAINABLY PRODUCED

A sustainable production process is the essential condition of Milena Andrade creations. Milena Andrade is focused on innovation in the denim world, in a continuous path of improvement. She always plans for the future not only in terms of aesthetics but of the global impact of her creations. For Milena Andrade, this means future-proof denim by investing in sustainable innovation and involving the entire supply chain from raw material to distribution in an integrated and circular approach. Quality denim with respect for people and the planet, transparency and sustainability of the supply chain, innovative and original approach. THIS IS MILENA ANDRADE DENIM COMPANY!

Al fine di ridurre l'impatto sull'ambiente, MILENA ANDRADE fa tesoro del materiale di scarto per dare vita ai modelli della sua linea speciale chiamata "Recycle", riducendo così al minimo i rifiuti tecnici e limitando l'utilizzo delle risorse naturali. Realizzati con inserti di tessuto rigenerato, i modelli di questa linea sono certificati a basso impatto ambientale e impreziositi dal taglio esclusivo di Milena Andrade.

CHI È MILENA ANDRADE?

Milena ha iniziato dai prodotti di bellezza passando successivamente alla sua grande passione: la moda. Si è specializzata nel mondo del Denim, occupandosi di progettazione, realizzazione, marketing, brand reputation. Ha partecipato a diversi progetti creativi nel fashion per vari brand sia italiani che esteri. Dopo alcuni anni nel settore tessile, ha sviluppato diverse esperienze nella parte creativa, nella produzione, che nel rapporto con il pubblico, soprattutto al femminile. Il suo brand infatti si rivolge al pubblico femminile e le sue creazioni sono specializzate nella valorizzazione della figura della donna. Dal 2017, grazie alla sua esperienza maturata nel mondo del Denim, ha aperto vari popup shop in location strategiche, dando grande visibilità ai brand presenti incluso il suo. Grazie al suo background, Milena, insieme al suo team di professionisti, è in grado di offrire un prezioso supporto per progetti selezionati, offrendo la sua esperienza per un'analisi dei costi e delle tempistiche di realizzazione e sviluppo di vari progetti che spaziano dal fashion, all'arredamento al business.

PRODOTTO SOSTENIBILITÀ

Un processo produttivo sostenibile è la condizione imprescindibile delle creazioni Milena Andrade. Milena Andrade è focalizzata sull'innovazione nel mondo denim, in un percorso continuo di miglioramento.. Progetta sempre per il futuro non solo sotto il profilo estetico ma dell'impatto globale delle sue creazioni. Per Milena Andrade, questo significa denim a prova di futuro investendo in innovazione sostenibile e coinvolgendo tutta la filiera dalla materia prima alla distribuzione in un approccio integrato e circolare. Denim di qualità nel rispetto delle persone e del pianeta, trasparenza e sostenibilità della filiera, approccio innovativo e originale. QUESTA E' MILENA ANDRADE DENIM COMPANY!



PHOTO: VITO CORVASCE

AN INTERVIEW WITH MILENA ANDRADE

A corner of the living room, this is the studio where Milena receives us. Furnishings and hospitality that make that feeling at home real. It's a beautiful day, sunny, like her, which is told slowly, because like every woman she has her own story.

How did it start?

I was born in a city a few kilometers from Sao Paulo, I've always had a passion for fashion and for all those accessories that enhance a woman. I especially liked jeans, a piece of clothing that we all have in our closet since we were girls. I arrived in Italy curious to know my origins. I love this country, here you can breathe the air of

UN INTERVISTA CON MILENA ANDRADE

Un angolo di salotto, questo è lo studio dove Milena ci riceve.

Arredi e ospitalità che rendono reale quel sentirsi a casa. E' una bella giornata, solare, come lei, che si racconta piano, perché come ogni donna ha la sua storia.

Come è iniziata?

Sono nata in una città a pochi chilometri da San Paolo, ho sempre avuto la passione per la moda e per tutti quegli accessori che valorizzano una donna. Mi piacevano in particolare i Jeans, un capo d'abbigliamento che tutte abbiamo nel nostro armadio fin da ragazze. Arrivo in Italia curiosa di conoscere le mie origini. Amo questo

food. One afternoon I'm walking, one of my many walks to discover Milan. I see the empty window of a shop in an area not far from the centre. I imagine myself setting up and fixing jeans inside, it's something that conquers me immediately. Thus began my business.

A dream that comes true....?

Yes, it was 2002 and it was decided to stay in Italy, to try: I seek the courage and strength that we women put into play when we feel we have found the right path. The first months and years are a rush, a rush: I had to plan everything from the new business, the designs, research and creation, but one step at a time I manage to organize myself and shortly after the dream becomes reality, a boutique for friend them.

What do you mean a boutique for friends?

Clients came to see me frequently, it was an opportunity to have a chat, some advice, a coffee together and not just to try on or buy a pair of jeans. The boutique becomes a meeting place: they meet at my place. Female complicity. They said: "See you at Milena's" and so there was always a new friend who came in. Not only. They invited me to go to them and bring some jeans: they met at home, lunch break or an aperitif, we stayed together, they introduced me to new friends. The shop "at home", beautiful, fun, there was always a mutual exchange of ideas and suggestions, advice. A new experience that made me think.

And Milena Andrade as a brand, when was it founded?

In 2017, after meeting a team of professionals from a completely different sector to whom I tell about myself and present my project.

The idea of creating the Milena Andrade brand and sharing a work project was born. All the elements were there: the support of a group of professionals, a new fabric for a special Jeans «to be worn and listened to» and the desire to create a work environment where this feminine complicity could be maintained, at home, with the friends. And here I am, today, sharing this reality with you!

This is Milena. It is she who enthusiastically confides in us, who in each of her days is always looking for something new, positive, to be grasped, like now, as she smiles and greets us, as a friend.

Paese, qui si respira l'aria della tradizione, della moda, del design, dell'arte, della cultura e della buona tavola. Un pomeriggio sto camminando, una delle mie tante passeggiate per scoprire Milano. Vedo la vetrina vuota di un negozio in una zona poco distante dal centro. Mi immagino mentre allestisco e sistemo dei jeans all'interno, è qualcosa che mi conquista subito. Inizia così la mia attività.

Un sogno che si realizza....?

Sì, è il 2002 è decido di restare in Italia, di provare: cerco il coraggio e la forza che noi donne mettiamo in campo quando sentiamo di aver trovato la strada giusta. I primi mesi e anni sono una corsa, un affanno: dovevo programmare tutto dalla nuova attività, i disegni, la ricerca e la realizzazione, ma un passo alla volta riesco a organizzarmi e poco dopo ecco che il sogno diventa realtà, una boutique per le amiche.

In che senso una boutique per amiche?

Le Clienti venivano a trovarmi di frequente, era l'occasione per fare due chiacchiere, un consiglio, un caffè insieme e non solamente per provare o acquistare un paio di jeans. La boutique diventa un momento di ritrovo: si danno appuntamento da me. Complicità femminile. Dicevano: «ci vediamo da Milena» e così c'era sempre un'amica nuova che entrava. Non solo. Mi invitavano ad andare da loro e portare qualche jeans: si riunivano a casa, la pausa pranzo o un aperitivo, stavamo insieme, mi presentavano nuove amiche. Il negozio "a casa", bello, divertente, c'era sempre uno scambio reciproco di idee e suggerimenti, consigli. Un'esperienza nuova che mi ha fatto riflettere.

E Milena Andrade come marchio, quando nasce?

Nel 2017, dopo l'incontro con un Team di professionisti di tutto un'altro settore a cui racconto di me e presento il mio progetto.

Nasce l'idea di creare il marchio Milena Andrade e di condividere un progetto di lavoro. C'erano tutti gli elementi: il supporto di un gruppo di professionisti, un nuovo tessuto per un Jeans speciale «da indossare e da ascoltare» e la voglia di creare un ambiente di lavoro dove poter mantenere questa complicità femminile, a casa, con le amiche. Ed eccomi qui, oggi, a condividere con voi questa mia realtà!



LENA ANDRADE



Turning Trash into Treasure

OCEAN BLUE LIFE

Made from 100% denim waste materials and plastic Waste Bottle is obtained from recycled and recyclable plastic flakes in PET and HDPE and, for this reason, it's totally sustainable.

Reducing the environmental impact to a minimum, having control over the entire life cycle of materials both in interior architecture and design: these topics have become almost imperative for Milena Andrade, which has always been very keen on circular economy and sustainability.

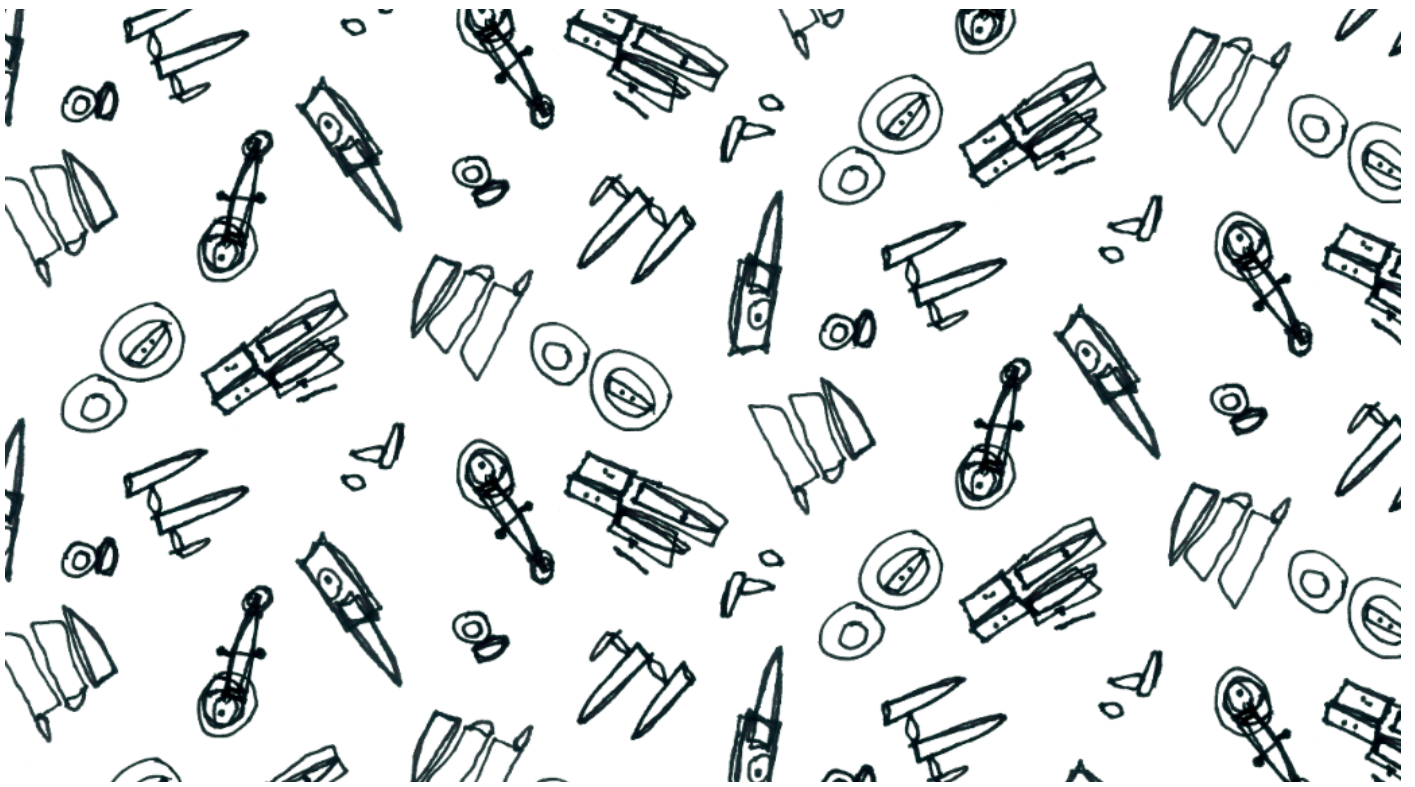
It took place during the ad hoc event attended by over 66 textile companies from all over the world. We want to send a loud and clear message: Stop waste and fast fashion. 90% of plastic is not recycled and much of it ends up in our seas. Dozens of marine animals risk dying every day from plastic.

VITA BLU OCEANO

Realizzata al 100% con materiali di scarto del denim e plastica Waste Bottle è ottenuta da scaglie di plastica riciclata e riciclabile in PET e HDPE e, per questo, è totalmente sostenibile.

Ridurre al minimo l'impatto ambientale, avere il controllo sull'intero ciclo di vita dei materiali sia nell'architettura d'interni che nel design: questi temi sono diventati quasi imperativi per Milena Andrade, da sempre molto attenta all'economia circolare e alla sostenibilità.

Si è svolto durante l'evento ad hoc a cui hanno partecipato oltre 66 aziende tessili provenienti da tutto il mondo. Vogliamo lanciare un messaggio forte e chiaro: Stop agli sprechi e al fast fashion. Il 90% della plastica non viene riciclata e gran parte finisce nei nostri mari. Dozzine di animali marini rischiano di morire ogni giorno a causa della plastica.



Diversity and Inclusion

FEDERICO FA

This capsule collection was created by Milena Andrade, a special edition for Federico Fa, an artist with disabilities who created the abstract designs that decorate and give life to this fantastic capsule. The materials used are above all in recycled denim, the leitmotif of the "Milena Andrade" brand that has embraced this project. Initially it was just a game, to make a person considered "unskilled" by society feel important, the result was surprising, becoming a vehicle to focus on the theme of diversity and inclusion.

WHO IS FEDERICO?

When he was born in 1986, he was hit by a very serious brain infection that changed his life forever. Federico with his immense will to live was brought back into the world and reborn a second time! Federico loves being around people and drawing for him is the only way he has found to express his feelings.

FEDERICO FA

La capsule collection è stata realizzata da Milena Andrade, una special edition per Federico Fa, un artista con disabilità autore dei disegni astratti che decorano e danno vita a questa fantastica capsule. I materiali utilizzati sono soprattutto in denim riciclato, filo conduttore del brand "Milena Andrade" che ha sposato questo progetto. Inizialmente era solo un gioco, per far sentire importante una persona considerata dalla società "non abile", il risultato è stato sorprendente, diventando un veicolo per mettere focus al tema della diversità e l'inclusione.

CHI È FEDERICO?

Quando lui è venuto al mondo nel 1986, è stato colpito da una gravissima infezione al cervello che ha cambiato per sempre la sua esistenza. Federico con la sua immensa voglia di vivere è stato rimesso al mondo e rinato una seconda volta! Federico ama stare in mezzo alla gente e disegnare per lui è l'unico modo che lui ha trovato per esternare i suoi sentimenti.





**Larissa
Marchiori**

THE LIFE OF A MODEL

The reality of a model goes far beyond what appears in the media, what is reported largely tells of the more glamorous side and the final product of hard work and dedicated time. Long before getting a job, the model does several auditions, or "castings", in fashion week seasons they stay until dawn waiting to do clothes tests for the shows, these are just a few examples.

The fashion industry is much denser than what is exposed, the models considered "standard" suffered and still suffer to a certain extent from the pressure to maintain measurements and those considered outside this standard had no space and women in general were under the illusion this dictatorship of the ideal body that does not represent a large portion of women, myself being considered by many within this old "standard" I have already suffered pressure from designers and agents to lose even more measurements reaching a point where I was putting my health at risk. We have seen the inclusion and diversity movement finally weakening this idea of an ideal body and empowering women to accept their curves and so we see many brands adapt to this new market by changing the way of designing, producing and advertising their pieces.

YOUR RELATIONSHIP WITH DENIM

My relationship with denim dates back to when I was a child, since I was always a child who was adept at jeans and a T-shirt and until today I carry that with me. This last season I wore a lot of pieces made in denim, corsets, dresses, skirts... My choice always focused on comfort and versatility, I love the combination of a white t-shirt, a good wash of jeans, sunglasses, and if this look day for a night out I just change the accessories and put on a red lipstick.

YOUR FAVORITE CITY

New York has my heart, the freedom I feel here in being able to express myself is unmatched. Choosing a dish is very complicated for me, I love many different cuisines but I believe my favorite is Ramen. I have the dream of

LA PROFESSIONE MODELLA...

La realtà di una modella va ben oltre ciò che appare sui media, ciò che viene riportato racconta in gran parte il lato più glamour e il prodotto finale di duro lavoro e tempo dedicato. Molto prima di trovare lavoro, la modella fa diversi provini, o "casting", durante le stagioni della settimana della moda restano fino all'alba in attesa di provare i vestiti per le sfilate, questi sono solo alcuni esempi.

L'industria della moda è molto più densa di quanto esposto, le modelle considerate "standard" hanno sofferto e soffrono ancora in una certa misura la pressione del mantenimento delle misure e quelle considerate al di fuori di questo standard non hanno avuto spazio e le donne in generale si sono illuse di questa dittatura del corpo ideale che non rappresenta una grande porzione di donne, essendo io stesso considerato da molti all'interno di questo vecchio "standard" ho già subito la pressione da parte di designer e agenti per perdere ancora più misurazioni arrivando a un punto in cui stavo mettendo a rischio la mia salute. Abbiamo visto il movimento di inclusione e diversità indebolire finalmente questa idea di un corpo ideale e consentire alle donne di accettare le proprie curve e così vediamo molti marchi adattarsi a questo nuovo mercato cambiando il modo di disegnare, produrre e pubblicizzare i loro pezzi.

IL TUO RAPPORTO CON IL DENIM

Il mio rapporto con il denim risale a quando ero bambina, da quando sono sempre stato una bambina abile con jeans e maglietta e fino ad oggi lo porto con me. Quest'ultima stagione ho indossato molti capi realizzati in denim, corsetti, abiti, gonne... La mia scelta si è sempre concentrata sul comfort e la versatilità, adoro l'abbinamento di una t-shirt bianca, un buon lavaggio di jeans, occhiali da sole, e se questo aspetto il giorno per una serata fuori, cambio solo gli accessori e mi metto un rossetto rosso.

LA TUA CITTA PREFERITA

New York ha il mio cuore, la libertà che sento qui nel potermi esprimere non ha eguali.

having my own business and through it being able to help people, the idea is still in the process of formation but it is already planted. A fear is letting my insecurity stop me from accomplishing something, but this is something I've been working on for a few years. A quality of mine is to be pragmatic, I am very organized, attentive and dedicated.

“ALWAYS
BELIEVE IN
YOURSELF,
REMEMBER
HOW STRONG
YOU ARE...
”

WHAT INSPIRES YOU

A phrase to inspire other women would be, “Always believe in yourself, remember how strong you are and don't let anyone tell you otherwise. Accept yourself, forgive yourself and love yourself.”

I had a moment in my career where many people told me toxic things about my appearance, at that time I discovered yoga, the practice in the beginning was my way of escape and reunion with myself.

As the months went by, I began to see the benefits of the practice, not only mentally but also physically, which gradually led me to the practice of other sports. I engaged in bodybuilding to strengthen muscle groups that I didn't work so much and to prevent my posture since I spend hours standing in high heels.

Nowadays I do a little bit of everything, bodybuilding, yoga, meditation, running, cycling and surfing. I found my balance in physical activity, it's what makes me feel good and keeps me mentally healthy.

La scelta di un piatto è molto complicata per me, amo molte cucine diverse ma credo che il mio preferito sia il Ramen. Ho il sogno di avere un'attività in proprio e attraverso di essa poter aiutare le persone, l'idea è ancora in fase di formazione ma è già piantata. Una paura è lasciare che la mia insicurezza mi impedisca di realizzare qualcosa, ma questo è qualcosa su cui lavoro da alcuni anni. Una mia qualità è quella di essere pragmatico, sono molto organizzato, attento e dedicato.

COSA TI ISPIRA

Una frase per ispirare altre donne sarebbe: “Credi sempre in te stessa, ricorda quanto sei forte e non permettere a nessuno di dirti il contrario. Accetta te stesso, perdona te stesso e ama te stesso. Ho avuto un momento nella mia carriera in cui molte persone mi hanno detto cose tossiche sul mio aspetto, in quel momento ho scoperto lo yoga, la pratica all'inizio era la mia via di fuga e ricongiungimento con me stesso.

Con il passare dei mesi ho iniziato a vedere i benefici della pratica, non solo a livello mentale ma anche fisico, che mi hanno portato gradualmente alla pratica di altri sport. Mi sono impegnato nel bodybuilding per rafforzare i gruppi muscolari che non ho lavorato così tanto e per prevenire la mia postura poiché passo ore in piedi con i tacchi alti. Oggi faccio un po' di tutto, bodybuilding, yoga, meditazione, corsa, ciclismo e surf. Ho trovato il mio equilibrio nell'attività fisica, è ciò che mi fa stare bene e mi mantiene sano mentalmente.

“CREDI SEMPRE
IN TE STESSO,
RICORDA
QUANTO SEI
FORTE...
”



PHOTO: @FELIPEESPINAL STYLING: @ITSMANUWORLD CLOTHING: @VALERYKOVALSKA HAIR & MAKEUP: @MARIANA.JIMENEZMAKEUP PRODUCTION: @COCORACREATIVES

ONE OF YOUR FAVORITE DISHES

Choosing a dish is very difficult for me, I love many different cuisines but I think my favorite is Ramen.

YOUR DREAM

I have the dream of having my own business and through it being able to help people, the idea is still in the process of forming but it's already planted.

YOUR FEAR

One fear is letting my insecurity stop me from accomplishing something, but this is something I've been working on for a few years.

YOUR QUALITY

One of my qualities is to be pragmatic, I am very organised, attentive and dedicated.

UN TUO PIATTO PREFERITO

La scelta di un piatto è molto complicata per me, amo molte cucine diverse ma credo che il mio preferito sia il Ramen.

UN SOGNO

Ho il sogno di avere un'attività in proprio e attraverso di essa poter aiutare le persone, l'idea è ancora in fase di formazione ma è già piantata.

LA PAURA

Una paura è lasciare che la mia insicurezza mi impedisca di realizzare qualcosa, ma questo è qualcosa su cui lavoro da alcuni anni.

UNA TUA QUALITÀ

Una mia qualità è quella di essere pragmatica, sono molto organizzata, attenta e dedicata.



Pura Pietra

A BRAND TO KNOW

PURAPIETRA is a project of renewal and hybridization that combines creative urgency and contemporary craftsmanship, a modern know-how with the most ancient material par excellence: natural stone.

A young and dynamic brand, whose experience has its deepest roots in the sculpting tradition, in the talent of skilled hands and in the deep comprehension of stone material complexity. The path is a continuous exploration of the infinite possibilities that natural materials offer: marbles, onyxes and stones that present a kaleidoscopic spectrum of original and unique colors and nuances. The design is irreverent and curious, a stylistic choice that folds notoriously solid and compact materials in favor

UN BRAND DA CONOSCERE

PURAPIETRA nasce da un progetto di rinnovamento e contaminazione che unisce urgenza creativa e artigianalità, un saper fare contemporaneo con la materia più antica per eccellenza: la pietra naturale.

Un brand dall'identità giovane e dinamica, la cui esperienza affonda le sue radici più profonde nella tradizione della scultura, nell'abilità di mani sapienti e nella profonda comprensione della materia litica.

Il percorso è un'esplorazione continua delle infinite possibilità che il materiale naturale offre: marmi, onici e pietre che restituiscono uno spettro caleidoscopico di cromie e sfumature originali e uniche.

of round, harmonious and sculptural shapes. A hybrid product of natural plasticity and tactile authenticity.

Purapietra's experience is not limited to product design only, but extends to an entire interior design scale. Tailor-made works whose protagonist is the lithic product, contextualized with a complementary environment that shapes the spatial reality of everyday life.

Il design è irreverente e curioso, una cifra stilistica che piega materiali notoriamente solidi e compatti a favore di forme rotonde, armoniose e scultoree. Un prodotto ibrido di naturale plasticità e autenticità tattile.

L'esperienza di Purapietra non si limita al design di prodotto, ma si allarga su una scala progettuale a tutto tondo. Lavori sartoriali che vedono come cardine della loro identità il prodotto litico, che si delineano attorno ad esso e plasmano la realtà spaziale del vivere quotidiano.





Medusa Hypnotises the Night with MoodWine's Luminous Bottle

INTERVIEW WITH MASSIMO NOVARINI AD MOOD

In the world of the night, 'drinking with style' finds its consecration in the bubbles of MoodWine. The iconic bottle with the illuminated face of Medusa is the new object of desire, to be uncorked to accompany special moments of conviviality. It presents an elegant Prosecco DOC, which originates in the Veneto region of the Berici Hills, home of prized vineyards, Palladian villas and the excellent Glera white grape variety, exclusive to north-eastern Italy.

But even before that, it conquers by the visual impact of its black glass robe, with a design that enhances the energy of the night. To strongly celebrate the quality of Mood sparkling wine (written with the infinity symbol in place of the double 'o') and the energy of the logo, represented by the stylised face of Medusa, it is in fact equipped with a sophisticated LED lighting system. Lit up, it is therefore perfect to accompany the magic of a special event, to give a tone of uniqueness to a quality evening with friends in the trendiest venues, to decorate the centrepiece of the table in an original way, precious even to collect.

"I believed in the strength of Mood at first sight, after meeting the magnetic gaze of the Medusa that lights up through the glass and hypnotises, literally," says Massimo Novarini.

INTERVISTA DI MASSIMO NOVARINI AD MOOD

Nel mondo della notte, il 'bere con stile' trova la sua consacrazione nelle bollicine di MoodWine. L'iconica bottiglia con il volto di Medusa illuminato è il nuovo oggetto del desiderio, da stappare per accompagnare speciali momenti di convivialità. Presenta un prosecco doc elegante, che nasce nel territorio veneto tra i Colli Berici, patria di pregiate vigne, di ville Palladiane e del vitigno d'eccellenza a bacca bianca Glera, un'esclusiva dell'Italia nord orientale.

Ma, prima ancora, conquista per l'impatto visivo della sua veste di vetro nero, dal design che esalta l'energia della notte. Per celebrare con forza la qualità dello spumante Mood (scritto con il simbolo dell'infinito al posto della doppia 'o') e l'energia del logo, rappresentato dal volto stilizzato di Medusa, è infatti dotata di un sofisticato sistema di illuminazione a led. Accesa, è dunque perfetta per accompagnare la magia di un evento speciale, per dare un tono di unicità a una serata di qualità con gli amici nei locali più di tendenza, per decorare il centro tavola in modo originale, preziosa anche da collezionare.

"Ho creduto nella forza di Mood a prima vista, dopo avere incrociato lo sguardo magnetico della Medusa che si illumina attraverso il vetro e ipnotizza, letteralmente" afferma Massimo

The entrepreneur from Lombardy is an authority in the world of beverages made in Italy, thanks to the family business Tecnomax-Due, a leader in the design and construction of bottling plants. Novarini has thus become an entrepreneur in the world of nightlife, launching and managing internationally renowned trendy clubs.

“With Mood, the Italian bubbly is asserting itself strongly in the universe of nightclubs, as a valid alternative to the more noble brands of the transalpine tradition. Also because our wine is bottled by Cantine Riondo Spa, an excellence in the world of wine. It has in fact received (in 2022) the Equalitas recognition, a statement certifying the sustainability of a company according to the three founding pillars of sustainability: social, environmental, economic. However, I decided to believe in the Mood project first of all because of its bottle, which I find impressive because of its Medusa-shaped logo: when it lights up, it emanates an energy that hypnotises. It is one of a kind.”

“THE ITALIAN
BUBBLY IS
ASSERTING
ITSELF
STRONGLY IN
THE UNIVERSE
OF NIGHT -
CLUBS...



Born as a startup in 2021, on the project of two young enthusiasts from the Pavia area, Roberto Smoter and Daniele Comini, who found support from another young entrepreneur Driss El Faria. Passionate about Unesco heritage prosecco, today MoodWine is part of the corporate structure chaired by Cristiano Bernardi. “I

Novarini. L'imprenditore lombardo è un'autorità nel mondo del beverage made in Italy, grazie all'azienda di famiglia Tecnomax-Due, leader in ambito della progettazione e realizzazione di impianti di imbottigliamento. Novarini ha così intrapreso l'attività di imprenditore del mondo della notte, lanciando e gestendo locali di tendenza noti a livello internazionale.

“LA BOLLICINA
ITALIANA SI
AFFERMA PRE -
POTENTEMENTE
NELL'UNIVERSO
DEI LOCALI
NOTTURNI...



“Con Mood, la bollicina italiana si afferma prepotentemente nell'universo dei locali notturni, come valida alternativa ai marchi più blasonati della tradizione d'oltralpe. Anche perché il nostro vino viene imbottigliato da Cantine Riondo Spa, un'eccellenza del mondo vitivinicolo. Ha infatti ricevuto (nel 2022) il riconoscimento Equalitas, attestato che certifica la sostenibilità di un'azienda secondo i tre pilastri fondanti della sostenibilità stessa: sociale, ambientale, economica. Ho però deciso di credere nel progetto Mood prima di tutto per la sua bottiglia, che trovo di grande effetto per il logo a forma di Medusa: quando si accende, emana un'energia che ipnotizza. È unica nel suo genere”.

Nata come startup nel 2021, su progetto di due giovani appassionati, originari della zona pavese Roberto Smoter e Daniele Comini, che hanno trovato supporto da un'altro giovane imprenditore Driss El Faria. Appassionati del prosecco patrimonio Unesco, oggi Mood Wine fa capo alla compagine societaria presieduta da Cristiano Bernardi. “Mi sono affacciato nel





Get in the mood

www.moodwines.com 





entered the world of Italian entrepreneurship at the age of 20. The first lesson I learnt was that if you have a strong idea and learn a method, then you can achieve your goal. However, you have to have courage, vision, intuition. I find it very interesting to work with young people, because they bring a new perspective and a different way of thinking about their business," Bernardi says.

In the space of two years, the Medusa luminous bottle has thus reached the milestone of 300,000 units distributed in eight countries around the world, including Greece, Romania, Poland, Korea, Angola, Nigeria, Namibia and South Africa. In addition, it animates parties and events in the entertainment world (in 2022, it was among sponsors of some events of Paris fashion week). Important numbers realised also thanks to the experience of the team in charge of market management and development formed by the founders. Art direction and communication is entrusted to Kikka Ricchio. "In the future, it will increasingly impose itself as the Italian style product of reference in night clubbing," promises Massimo Novarini. In the meantime, MoodWine strongly communicates the personality of its Medusa, available in three versions: the classic Mood Prosecco Doc Luminous (with the bottle that lights up green), Rosé (with the bottle that lights up pink), and the extra dry Mood White Gold, for the beach. Welcome "GET IN THE MOOD".

mondo dell'imprenditoria italiana a 20 anni. La prima lezione che ho imparato è che se hai un'idea forte e apprendi un metodo, allora riesci a raggiungere il tuo obiettivo. Bisogna però avere coraggio, visione, intuito. Trovo molto interessante lavorare con i giovani, perché portano una nuova prospettiva e un modo differente di concepire la tua attività" afferma Bernardi.

Nell'arco di due anni, la bottiglia luminosa di Medusa ha così toccato il traguardo delle 300mila unità distribuite in 8 paesi nel mondo, tra Grecia, Romania, Polonia, Corea, Angola, Nigeria, Namibia, Sudafrica. Inoltre, anima le feste e gli eventi del mondo dell'intrattenimento (nel 2022, è stato fra gli sponsor di alcuni eventi della fashion week parigina). Numeri importanti, dunque, realizzati anche grazie all'esperienza del team incaricato della direzione e sviluppo dei mercati formato dai fondatori. La direzione artistica e comunicazione è affidata a Kikka Ricchio. "In futuro, si imporrà sempre più come prodotto italian style di riferimento nel night clubbing" promette Massimo Novarini. Nel frattempo, Mood Wine comunica con forza la personalità della sua Medusa rendendosi disponibile in tre versioni: il classico Mood Prosecco Doc Luminous (con la bottiglia che si illumina di verde), Rosé (con la bottiglia che si illumina di luce color rosa), e l'extra dry Mood White Gold, da spiaggia. Benvenuti "GET IN THE MOOD".



VITO CORVASCE



MILENA ANDRADE
THE EMPOWERING DENIM

VOLUME 01 NUMERO 00 FALL 2023

EMPOWERING DENIM

REAL STORIES
FROM REAL
PEOPLE

A New Frontier

Stories about people and businesses.
Sustainability, diversity, and inclusion.

Milena Andrade

A Brazilian designer of
Italian origins with a
passion for the perfect
jeans.



CONTACT US

Founder

Milena Andrade

+39 338 410 1698

info@milenaandrade.com

Commerciale

Isabella Tebaldi

+39 335 235 488

info@empoweringdenim.com

contact@milenaandrade.com

Coordinamento Editoriale

Cesare Romanò

cesare@citypilgrimblog.com

Comunicazione e Ufficio

Stampa

Sema srls

info@semacomunicazione.it

Get in the mood

www.moodwines.com 

