

SaronnoNews

Paolo Giausa e Macedonia Jewels Piercing: il piercing d'autore sbarca a Milano e guarda all'Europa

Tommaso Guidotti · Tuesday, September 29th, 2026

Ci sono brand che nascono per intercettare una tendenza e altri che la tendenza la creano. **Macedonia Jewels Piercing, per tutti MJP**, appartiene alla seconda categoria. Nato a Lecce dall'intuizione del fondatore **Paolo Giausa**, oggi il marchio **approda a Milano con un nuovo store**, segnando il passaggio da realtà di culto a marchio di respiro nazionale.

Una visione contro gli stereotipi

Giausa, salentino di nascita, racconta di aver portato nel proprio lavoro due valori appresi nella sua terra: la cura del dettaglio e l'autenticità delle relazioni. Li traduce ogni giorno in un metodo che unisce precisione progettuale e calore umano, con l'obiettivo di dare un'identità precisa a tutto ciò che il brand realizza.

L'idea da cui tutto è partito è netta: liberare il piercing dai vecchi cliché del mondo underground e farlo dialogare con la gioielleria contemporanea, trasformandolo in un atto di stile e di cura personale. Il nome stesso, "Macedonia", ne riassume la filosofia: una miscela vivace di personalità, forme e materiali che, ben combinati, trovano un'armonia perfetta.

Da qui l'approccio che distingue MJP: superare il concetto di foro fine a se stesso per proporre una vera composizione su misura. L'anatomia dell'orecchio viene studiata come un progetto architettonico, in cui ogni punto luce e ogni linea sono pensati per valorizzare chi li indossa.

Il momento della svolta

Il punto di svolta, spiega Giausa, è arrivato quando la distanza tra il brand e il suo pubblico si è azzerata. I clienti non cercavano più un semplice gioiello, ma volevano vivere l'esperienza MJP. Le attese fuori dallo studio di Lecce sono diventate una costante e, sui social, la community ha iniziato a condividere con orgoglio i propri "progettini", le composizioni create insieme al team.

«Ho capito che non stavamo semplicemente vendendo un servizio», ricorda il fondatore. «Stavamo dettando un trend e creando un forte senso di appartenenza».

Perché Milano

La scelta del capoluogo lombardo non è casuale. Milano è la capitale italiana del design e della moda, una città dagli standard elevatissimi e dai ritmi serrati. Per un marchio che fa di innovazione

ed estetica i propri pilastri, confrontarsi con questa piazza rappresenta, nelle parole di Paolo Giausa, «il banco di prova definitivo».

Il nuovo store si rivolge a un pubblico cosmopolita ed esigente, che cerca qualità senza compromessi: dalla scelta dei metalli anallergici fino al design finale del gioiello.

Due anime, un'unica etica

Tra la sede storica di Lecce e quella milanese esistono differenze di carattere. Lecce resta il cuore pulsante del progetto, la radice, il luogo in cui tutto ha avuto inizio e dove si respira il legame più profondo con la prima community.

A Milano, invece, l'impatto estetico compie un salto in avanti. Lo spazio è concepito come una boutique-galleria dal concept minimale e immersivo, in cui l'esperienza visiva convive con i più alti standard di sicurezza igienico-sanitaria.

Ciò che non cambia, da Sud a Nord, è l'impostazione etica del lavoro: consulenza anatomica personalizzata, accoglienza empatica e un'attenzione costante alla salute e alla bellezza di chi entra in negozio.

Il futuro: nuove città e nuovi prodotti

Per Macedonia Jewels Piercing, Milano non è un traguardo ma un punto di partenza. Il brand sta già lavorando per portare l'esperienza MJP in altre città strategiche, italiane ed europee, consolidando la propria presenza fisica sul territorio.

Parallelamente, l'azienda investe con decisione nella ricerca di prodotto. Sono in arrivo nuove linee di gioielleria proprietaria, con design sempre più identitari e ricchi di valori, ma anche un intero ecosistema di accessori dedicati e strumenti innovativi per la cura del piercing.

L'obiettivo, conclude Paolo Giausa, è continuare a ridefinire gli standard di un settore che, grazie a realtà come MJP, ha smesso di essere un fenomeno di nicchia per diventare parte integrante del linguaggio della moda e del design contemporaneo.

This entry was posted on Tuesday, September 29th, 2026 at 9:27 am and is filed under [Brianza](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can skip to the end and leave a response. Pinging is currently not allowed.