

*fashion*



Eugenia Gadaleta  
Communication

Data 18 MARZO 2019  
Pag  
Foglio

Anno 50 | N°5 del 18.03.2019 | quindici euro | € 8,00 | [www.fashionmagazine.it](http://www.fashionmagazine.it)



Photo: Stefano Sestini - ...pubblinter in abbonamento postale - Ed. 1/15/2019 - Roma, tel. 06 2009 2000 - P. 1 - Camera 1 - Tariffa 1/1500

Made in Italy: Scollato Venezia

# I MESTIERI DELLA MANIFATTURA SI IMPARANO QUI

Tra digital specialist, sustainability expert e consumer psychologist si moltiplicano le nuove professioni nel mondo della moda. Ma il protagonista indiscusso resta il prodotto: ecco perché modellisti, sarte e artigiani del settore sono richiestissimi dalle aziende del made in Italy. Lo sanno bene i responsabili delle scuole, attenti a proporre percorsi di studio in grado di proiettare nel futuro i mestieri che da sempre rendono unica la moda italiana

DI CARLA MERCURIO



Secondo una ricerca commissionata a **DeSloitte** nel 2018 da **Istituto Marangoni** le professioni più ricercate nel settore moda sono quelle specializzate: si parla di *strategic store manager*, *omnichannel manager*, *merchandise* e *strategic brand manager*, profili con una formazione specifica per far vivere al consumatore una shopping experience sempre più coinvolgente. Molto apprezzato è anche il *consumer psychologist*, importante dal punto di vista della soddisfazione del cliente: un ruolo mirato a elaborare un sistema di dati per prevedere i trend, individuando le opportunità di business future. In campo ci sono anche i *sustainability expert* e i *fabric&research manager*, in grado di coniugare l'eccellenza del prodotto con la consapevolezza di una filiera sostenibile. Le opportunità di intraprendere percorsi di studio nuovi non mancano nel mondo della moda e le scuole si danno da fare per proporre corsi in grado di dare risposte concrete alle richieste che vengono da un settore in continua evoluzione. Un'esigenza sentita anche allo **Iulm**, **Libera Università di Lingue e Comunicazione** di Milano, che in questo momento guarda con interesse anche al progetto di *sales transformation*. Come spiega **Daniela Corsaro**, associate professor of marketing & sales dell'ateneo e delegata del rettore alle relazioni didattico-impresе, «sono diversi i fattori che stanno portando

a ripensare il ruolo delle figure commerciali: buyer sempre più preparati, tecnologie che evolvono in direzione dell'omnicannalità, attenzione alla misurazione della performance». In un mondo caratterizzato da un eccesso di marche, spesso percepite come simili tra loro, «la differenziazione comportamentale diventa ancora più rilevante - sottolinea Corsaro - e quindi assume maggiore importanza il ruolo degli addetti commerciali, come generatori di relazioni e di fiducia. Ecco perché in futuro aumenterà l'esigenza di una formazione specifica di nuove figure, che abbiano competenze trasversali di marketing, vendita e comunicazione». Anche al **Glion Institute of Higher Education** (gruppo **Sommet Education**), in Svizzera, si ragiona in un'ottica trasversale e dal prossimo settembre nei campus di Glion sur Montreux e Bulle partirà un master in *Luxury Management and Guest Experience*: «Un programma di un anno, più un semestre di stage, nato per rispondere alla domanda di figure specializzate nel retail e nel digital da parte della aziende di alta gamma, con argomenti di studio come l'economia e la sociologia del lusso, le strategie di marketing e di brand management, la trasformazione

“ I MESTIERI LEGATI ALLA MANIFATTURA SONO CIÒ CHE RENDE L'ITALIA IL FULCRO DELLA PRODUZIONE DI BENI DI LUSO A LIVELLO GLOBALE ”

digitale, la gestione strategica di un luxury brand, la finanza di impresa e il diritto», come spiega **Nicoletta Giusti**, director del master. Ma non c'è stratega del digital, esperto di merchandising, guru della sostenibilità o psicologo del consumo che tenga, se a monte non esiste un prodotto valido da proporre, pubblicizzare, postare sui social o indossare sul red carpet. Un argomento tanto più forte e sentito, in un momento in cui nel settore del lusso l'attenzione si sposta sempre più sulla façon, la modellistica, i tagli, i dettagli e la qualità dei tessuti. In poche parole, sul vero made in Italy, che vede tornare in auge figure e mestieri in alcuni casi quasi in via di estinzione, soppiantati dalla frenesia di una moda che è andata a un ritmo troppo veloce e ora riscoperti e rivalutati dalla maison di punta di tutto il mondo. Il messaggio viene anche dalle scuole di moda, che sottolineano la grande richiesta da parte delle aziende di professionalità attente agli aspetti tecnici. Come spiega **Lupo Lanzara**, vice presidente dell'**Accademia Costume & Moda** di Roma, «per noi sono fondamentali la salvaguardia e la comunicazione dei mestieri legati alla manifattura, perché sono ciò che rende questo Paese il fulcro della produ-





1. Forbici e centimetro: strumenti preziosi per gli studenti dell'Istituto Secoli 2. Un'alunna al lavoro all'Accademia Costume & Moda 3. Un'aula del Gilon Institute of Higher Education



Italy. Succede poi che i ragazzi abbiano voglia di continuare a lavorare presso queste aziende. Cilegna sulla torta, puntualizza Lanzara, «è il nostro master in partnership con **Modateca Deanna**, unico al mondo, che si svolge sul territorio a San Martino in Rio, in provincia di Reggio Emilia, e che vanta oltre 40 aziende manifatturiere partner, con una ulteriore unicità data dalla presentazione dei progetti a **Pitti Filati**, grazie al sostegno di **Pitti Fondazione Discovery**». Anche l'Istituto Secoli di Milano è tra le realtà attente a preservare le tradizioni più preziose del made in Italy. «Le aziende cercano sempre più spesso figure tecniche e modellisti - racconta **Matteo Secoli**, presidente della scuola -. I corsi più gettonati sono quelli triennali in modellistica uomo e donna, perché offrono il maggiore equilibrio tra formazione creativa e tecnica. Sono percorsi che preparano i futuri designer con uno studio completo di tutta la progettazione di una collezione di

moda». Molto richiesti anche i master e i percorsi specialistici, che offrono una formazione completa nel campo della modellistica: «Tutti i nostri corsi permettono di avere degli sbocchi lavorativi e l'80% degli studenti che terminano gli studi da noi si inserisce in modo qualificato nel mondo del lavoro entro sei mesi dal conseguimento del diploma. Chi ci sceglie sa che non sono i riflettori l'obiettivo», conclude Matteo Secoli. Con un'offerta formativa che va dal fashion design al fashion business, dal design management all'art direction, il **Polimoda** di Firenze non lascia da parte gli aspetti più tecnici del fare moda. «Offriamo iter specifici nelle aree della modellistica (*Fashion Technology*), che formano modellisti e prototipisti, e tra le novità ci sono i percorsi (undergraduate e master) dedicati al *Product Management*, che formano pro-

zione di beni di lusso a livello globale». Ecco perché, prosegue, «le attività a salvaguardia del made in Italy sono fondamentali ai fini del processo di experience che i nostri corsi danno ai ragazzi. Abbiamo sempre avuto un approccio contraddistinto dal *Genius Loci* trasversale a tutti i distretti manifatturieri italiani con cui collaboriamo». Per esempio, gli studenti del Triennio del corso di Diploma Accademico di Primo Livello Costume & Moda hanno la possibilità di beneficiare di un *Fabrics Day* con alcune tra le più importanti manifatture italiane: tessutai, ricamifici, maglifici, concerie, eccetera. Mentre nei master, oltre a proporre industry project con maison, griffe di accessori e maglifici, esistono anche progetti in collaborazione con le aziende manifatturiere italiane sempre legate al made in

fessionisti con una forte capacità di gestione negli ambiti complessi dei progetti di moda e della competenza tecnica su materiali e logiche di filiera», spiega un portavoce. Del resto anche alla Marangoni, corsi come il *Fashion Design* non prescindono dagli aspetti tecnici, sottolinea **Barbara Toscano**, school director di **Istituto Marangoni • The Milano School of Fashion**: «Gli studenti affrontano un percorso che va dallo studio di stili e tendenze, ma la ricerca di tessuti e materiali innovativi ha un ruolo chiave per arrivare alla creazione di una vera collezione di moda». Interessanti sono i master studiati per rispondere alle esigenze delle aziende del lusso: «Il più recente è quello in *Sportswear Design*, che specializza gli stilisti nella realizzazione di collezioni in quest'ambito. ■

## FASHION RESEARCH ITALY CORSI AVANZATI E CUSTOM-MADE

Sono partiti già dal 2017 i corsi alla Fondazione Fashion Research Italy di Bologna, progetto che fa capo all'imprenditore **Alberto Masotti**: un polo didattico, espositivo e archivistico no-profit dedicato all'innovazione e alla valorizzazione dell'heritage nel settore moda. Come spiega **Pietro Cervellati**, che coordina la formazione nell'ambito della struttura in via del Fonditore 12, ex sede di **La Perla**, «l'offerta comprende un corso trimestrale di modellistica digitale 2d e 3d dedicato a ragazzi che escono dagli istituti tecnici superiori, più altri quattro rivolti a un pubblico trasversale per età, formazione e obiettivi: dall'iter di alta formazione nell'architettura per la moda a quello di formazione dedicato a fashion film & multimedia design, dal percorso dedicato all'e-commerce a quello focalizzato sugli archivi di moda. In collaborazione con l'Università **Alma Mater** di Bologna, inoltre, è nato anche un master in Design and Technology for Fashion Communication.

