



LA CANALI DI SOVICO FARÀ SCUOLA

# IN CATTEDRA I SARTI DI OBAMA

Calderola all'interno

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



164114

# Canali sale in cattedra

## La sartoria brianzola entra nella scuola di alta formazione

L'azienda che ha vestito Obama aderisce al polo dei prototipi creato dallo storico Istituto Secoli di Milano con altri marchi di alta moda come Gucci, Versace, Herno e Alexander McQueen

di **Barbara Calderola**  
SOVICO

**Giovani** sarti crescono, Canali in cattedra con l'Istituto Secoli per formare i prototipisti di domani. Accordo fra la scuola milanese di formazione e lo storico marchio brianzolo della moda maschile alla terza generazione con cinque stabilimenti, 1.400 dipendenti e 190 boutique sparse in tutto il pianeta.

**Un gigante** nato nel 1934 a Sovico che dopo quasi 90 anni di storia ha messo radici in tutti i continenti: è presente in più di mille store in oltre 100 paesi. Ad amare il marchio sono soprattutto gli Stati Uniti, indimenticabile la foto di Barack Obama dopo la prima vittoria alla Casa Bianca con il braccio alzato e l'etichetta che spuntava dalla fodera interna della giacca, sopra il nome che ha fatto il giro del globo: Canali, una consacrazione difficile da eguagliare.

Ora, storia ed esperienza

dell'azienda vengono messe a disposizione delle nuove leve.

È curioso che i due partner che hanno unito le forze siano nati nello stesso anno, fra le due guerre mondiali.

Anche l'Istituto Secoli è stato fondato nel '34 e a ottobre ha inaugurato un polo formativo a Novara, «unico nel suo genere», spiega la scuola, dedicato a una figura particolare della catena del fashion, quella che realizza i capi-campione. «Il polo ha l'obiettivo di crescere una nuova generazione di professionisti e di diffondere la cultura e l'anima del prodotto italiano», aggiunge.

Canali si aggrega al piano «per condividere il proprio know-how». Fra i valori in comune oltre al certificato di nascita, «il rispetto e l'attenzione per le persone».

«L'eccellenza del Made in Italy nasce dall'artigianalità più autentica che si crea a partire da un continuo sovrapporsi di processi, a volte lenti, a volte complessi, che richiedono competenze

rare - sottolinea il presidente del Gruppo Stefano Canali -. In un momento storico in cui è così difficile trovare certe figure, è nostro dovere impegnarci per plasmarle e supportare le nuove generazioni proteggendo il 'saper fare'».

«Diamo il benvenuto a una delle firme più prestigiose del settore che arricchirà il corso di prototipia di competenze ed esperienze uniche - sottolinea Matteo Secoli, alla guida dell'Istituto -. Per noi la moda è molto di più di un'arte manuale: è pensiero, idea creativa e tecnica trasformata in progetto. È la nostra passione, la nostra cultura e l'obiettivo che abbiamo quando insegniamo».

La prima edizione del corso è arrivata agli esami, poi per i ragazzi cominceranno gli stage dai diversi partner - Alexander McQueen, Gucci, Herno, IN.CO, Versace e Zamasport - il 16 settembre, in corso della Vittoria 91, a Milano, porte aperte per l'opening del nuovo anno.

### L'OPPORTUNITÀ

**Anche gli studenti di Monza e dintorni potranno accedere alle borse di studio messe a disposizione dei brand partner**

## Stefano Canali

### L'AZIENDA



### Il Ceo brianzolo

«Proteggere l'arte del saper fare»

«È nostro dovere impegnarci per formare e supportare le nuove generazioni, proteggendo l'arte del saper fare e salvaguardando una professione che fa della moda italiana un'eccellenza nel mondo»

## Matteo Secoli

### LA FORMAZIONE



### Il presidente

«Coinvolgere le nuove generazioni»

«Diamo il benvenuto a uno dei brand più prestigiosi della moda maschile che arricchirà il corso di prototopia di competenze ed esperienze uniche. Insieme si possono rendere attrattive verso le nuove generazioni tutte quelle professioni di cui il settore ha necessità»



Lo storico marchio conta 1.400 dipendenti e 190 boutique nel mondo