

**FORMAZIONE.** Dai tempi delle riviste a quello degli «influencer» che orientano i consumatori

# Moda a scuola di social «Per gestire le tendenze»

Presentata all'Università la summer school di giugno Baruffi: «Si valorizza la dimensione locale in cui operano imprese internazionali come Calzedonia»

Valeria Zanetti

C'era una volta equilibrio tra maison di moda, riviste di settore, pubblicità. L'arrivo di web, social e influencer ha fatto impazzire il sistema. In una manciata di anni non sono più le grandi griffe a creare le tendenze, ma i blogger di turno. Così per accendere i riflettori sulle proposte, un brand deve scendere a patti con la Chiara Ferragni di turno, che indossando un paio di occhiali, o una giacca, crea interesse per un'intera collezione.

Alla moda nel mondo digitale è stato dedicato un convegno alla facoltà di Scienze giuridiche dell'Università di Verona. L'appuntamento ha consentito di presentare la seconda edizione della summer school «Univ fashion week - L'industria della moda nell'Unione Europea», dal 19 al 24 giugno. Una full immersion nei meccanismi produttivi, di marketing e tutela di marchi e brevetti in Italia e all'estero, offerta gratis ai partecipanti, cofinanziata dal programma Erasmus+ della Commissione Ue, attra-



Maria Caterina Baruffi, docente di diritto internazionale a Verona

verso il modulo Jean Monnet. L'anno scorso la settimana è stata seguita da 41 iscritti: neolaureati, dottorandi, avvocati, commercialisti, notai, da 21 a 57 anni. «L'iniziativa resta l'unica sostenuta con il modulo Jean Monnet in Italia e dedicata al fashion», evidenzia Maria Caterina Baruffi, ordinario di diritto internazionale e coordinatrice del progetto, «Il percorso valorizza la dimensione locale che nel caso di Verona, con marchi come Calzedonia e Intimissimi, e del Veneto, vede operare imprese in-

ternazionali, che creano occupazione qualificata, innovano, valorizzano la creatività italiana e fanno network». L'aggregazione, per Anna Caprara, che dirige il Consorzio della moda veronese con sede a Mozzecane, «avrà il suo punto di forza nella rete innovativa regionale che sta per nascere su iniziativa delle imprese del sistema moda scaligero, di Confindustria, Confartigianato e Certottica». Sarà un soggetto trasversale progettato per raggruppare gli attori del fashion dall'abbigliamento alla pellet-

teria, dalla calzatura - di lusso e sportiva - agli accessori, dalla maglieria agli occhiali. Nell'abbigliamento, pelletteria e concia in Veneto operano 9.500 aziende con 100mila addetti. «L'ateneo veronese, con la facoltà di giurisprudenza è stato il primo soggetto della conoscenza ad aderire», sottolinea Caprara.

Per il fashion (abbigliamento, accessori, gioielli, calzature, profumi e cosmesi firmata dalle griffe) il 2016 si è chiuso con il segno più, ma il tessile-abbigliamento fatica. Un'ancora di salvezza potrebbe arrivare dai nuovi media che molte imprese devono ancora imparare a governare. «Una volta erano i direttori di Vogue Usa e Italia a dettare le tendenze», sostiene Andrea Albanese, esperto di social media e comunicazione digitale, «ora il brand si relaziona con il consumatore attraverso i social. Gli influencer sono opinion leader, non solo per i giovani. Il problema è che possono spostare il consumatore anche verso acquisti discutibili, non sempre orientano verso la qualità». Quanto alle mode subiscono una variabilità così veloce «che sta diventando impossibile per la maison programmare una collezione a distanza di mesi, come i tempi di produzione e commercializzazione impongono». ●

M&J Group e ReArt Fashion Institute

## Bangladesh a Verona per preparare gli stilisti

Sviluppare un asse culturale tra Bangladesh, leader nella manifattura tessile e Italia, patria di grandi imprese della moda e sede di istituzioni e scuole, che formano i profili di cui il fashion necessita. Con questo obiettivo il bengalese M&J Group, realtà internazionale specializzata nella manifattura tessile, che ha sempre sostenuto i giovani talenti e considerato le persone un capitale essenziale, ha siglato un accordo di collaborazione con ReArt Fashion Institute di Verona, che prepara designer e stilisti.

Si tratta di un progetto pluriennale finalizzato ad aiutare gli studenti ad acquisire una visione completa dell'industria della moda, costruendo un ponte tra scuola e lavoro, tra l'idea di una collezione moda e la sua reale produzione.

«M&J Group è legata all'Italia, dove si trovano gli uffici marketing e ricerca e sviluppo. Perciò la collaborazione con il ReArt Fashion Institute è nata in modo naturale, con l'obiettivo di andare oltre i banchi di scuola: abbiamo creato un programma che facilita e stabilizza un reale scambio interculturale, un'esperienza umana per gli studenti italiani e gli esperti del settore che provengono dal Bangladesh», sottolinea Fabio Adami Dalla Val, responsabile Ricerca e sviluppo e marketing manager. Gli esperti del gruppo asiatico hanno incontrato gli



Fabio Adami Dalla Val

studenti a Verona e hanno presentato i loro addetti, che lavorano dietro le quinte per produrre gli abiti indossati ogni giorno in Occidente. Durante le lezioni hanno studiato gli elementi necessari per la creazione di una collezione: la definizione del pubblico target, l'analisi del mercato, la previsione dei trend e gli strumenti commerciali utili a ideare un pacchetto completo di azioni che possono essere concretamente utilizzate nel mondo del lavoro.

Non si tratta di uno scambio unilaterale: gli studenti veronesi saranno invitati da M&J Group in Bangladesh per concludere il loro corso. Durante la loro permanenza lavoreranno fianco a fianco con il team Ricerca e sviluppo e potranno verificare come gli impiegati specializzati danno vita ai capi.

«È un'opportunità irripetibile per condividere i nostri percorsi formativi e per creare importanti momenti di confronto», afferma Barbara Corradini, direttrice Didattica di ReArt. **Va.Za.**

**AZIENDE E SPORT.** Corsi gratuiti per avvicinare gli alunni divertendoli

## Progetto di Vivigas & Power per il volley alle elementari

Impresa e istituzioni a braccetto per portare lo sport nelle scuole primarie. Torna infatti nelle elementari di Verona e provincia il progetto Vivigolley, programma di corsi gratuiti di pallavolo, realizzato con istruttori professionisti in orario scolastico.

Il progetto, patrocinato da Comune di Verona e Provincia, è promosso da Vivigas & Power, uno dei principali operatori nazionali indipendenti di vendita di energia

elettrica e gas metano, in collaborazione con la società sportiva veronese Vivigas Arena Volley.

La società, 143 dipendenti e ricavi a 445 milioni, guidata dall'ad Andrea Bolla opera su una rete di 24 punti vendita nelle aree di Verona, Brescia, Bergamo, Como, Varese, Novara, Verbania, Monza-Brianza, Roma, Viterbo e Terni e nel Milanese con Aemme Linea Energie. È da sempre attiva nei territori in



Andrea Bolla, ad di Vivigas

cui è presente con progetti educativi e di solidarietà e da alcuni anni è impegnata a promuovere lo sport tra i giovani.

Il progetto che sarà sviluppato in questa seconda parte dell'anno scolastico prevede la realizzazione di una cinquantina di laboratori per avvicinare gli alunni alla pallavolo divertendoli. Sono stati ideati due programmi a seconda la fascia di età dei partecipanti. I bambini da 6 a 8 anni si affacceranno alla pratica delle prime attività motorie con giochi di movimento semplificati, con i quali impareranno l'importanza della squadra. I ragazzini dagli 8 ai 10 anni, invece, inizieranno ad apprendere le prime rego-

le della pallavolo. Al termine dei corsi, ideati in collaborazione con Greca Pillitu e coordinati da Lorenzo Mori, entrambi allenatori di 3° livello ed esperti di psicomotricità, è previsto un «gioco-energia» a squadre, con un premio finale per i vincitori.

«La finalità del progetto è duplice: insegnare l'importanza di uno stile di vita sano e attivo e trasmettere gli importanti valori del gioco di squadra, il rispetto delle regole e dell'avversario, l'importanza della lealtà e del sostegno ai compagni, la passione e l'impegno. Tutti elementi necessari per la realizzazione personale di ciascun individuo», sottolinea Bolla. ● **Va.Za.**

## Fotonotizia



### Moxè Masi per Viktoria di Svezia

**STOCCOLMA.** Brindisi con il Moxè Masi, primo spumante di uve passite, al museo Millesgarden di Stoccolma con la principessa Viktoria di Svezia all'inaugurazione della mostra di abiti vintage di grandi case di alta moda francese (Chanel, Balmain, Dior) collezionati da Marianne Bernadotte, contessa di Wisborg attrice e filantropa.

SCEGLI LA TUA DESTINAZIONE.



Way of Life!

Un viaggio ai confini del mondo o un salto al negozio dietro l'angolo: la nuova ammiraglia di casa Suzuki ti porterà esattamente dove vuoi andare. Nuovo design, nuovi motori BOOSTERJET, trazione esclusiva ALLGRIP e frenata radar RBS. Scopri il vero sapore della libertà con il nuovo SUV Suzuki S-Cross.

Seguici su [suzuki.it](http://suzuki.it)

Numero Verde  
**800-452625**

Consumo ciclo combinato  
max 5,7 l/100km CO<sub>2</sub> max 128 g/km

3 PLUS CONTROLLI GRATUITI ASSISTENZA STRADALE GARANZIA



Concessionaria Ufficiale  
**Stratos**

Cologna Veneta (VR) - Viale del Lavoro, 29  
Tel. 0442 41 13 33

Verona - Via Basso Acquar, 30  
Tel. 045 80 69 144

[suzukistratos@gmail.com](mailto:suzukistratos@gmail.com)

PORTE APERTE SABATO 18 DOMENICA 19