

Modellista

Una figura da valorizzare

di **Debora Ferrero**

L'incontro organizzato dal **CLUB IACDE ITALIA** ha riunito studenti, tecnici e imprese in un dibattito sul ruolo del **modellista** e dello **stile** nell'era dell'**Industria 4.0** e della **sostenibilità**

È stata Napoli a ospitare quest'anno la riunione natalizia della sezione italiana di I.A.C.D.E. – International Association of Clothing Designers and Executives. La scelta è ricaduta sul capoluogo partenopeo anche per poter visitare la Di.Conf. del socio Rosario Parlato, una delle realtà più dinamiche del panorama di confezioni di qualità presenti nel napoletano.

“FAMIGLIARITÀ” E GIOVANI

Oggi la Di.Conf. produce circa 200 giacche e qualche centinaio di pantaloni al giorno. Si tratta di un'azienda verticalizzata, che realizza e controlla internamente tutti i passaggi necessari a confezionare il capo finito e che esternalizza solo in caso di picchi produttivi, in ogni caso ad aziende di comprovata qualità con cui collabora da tempo (oltre alle controllate). «Di.Conf. è una realtà industriale, ma ci piace sottolinearne gli aspetti di artigianalità, per la cura della qualità che utilizziamo in ogni passaggio produttivo» ha raccontato il proprietario. «Noi parliamo di “famigliarità” dell'attività, perché siamo davvero come una famiglia: i nostri dipendenti sono con noi chi da quarant'anni, chi da venticinque, e questo è uno dei nostri punti di forza. L'esperienza maturata non solo viene trasmessa ai nuovi i giovani inseriti in azienda, ma soprattutto viene utilizzata per lavorare al meglio i capi che produciamo: un know-how che si traduce in altissima cura dei dettagli e nel saper risolvere le eventuali problematiche che si presentano nel corso del processo di confezionamento».

Alla visita hanno preso parte, invitati da IACDE Italia, alcuni studenti dell'Accademia della Moda di Napoli, che hanno così potuto osservare di persona come viene realizzato nel concreto un capo d'abbigliamento maschile. Il tour in Di.Conf. è stato considerato di grande utilità anche dagli oltre cinquanta membri dell'associazione che hanno preso parte all'evento di Napoli, guidati dal Presidente della sezione italiana Fabrizio Brescianini e dal Presidente



internazionale Lodovico Zandegù. «Per noi coinvolgere i giovani e far conoscere loro le lavorazioni legate alla Moda è fondamentale – hanno spiegato – perché è uno dei nostri obiettivi societari principali. Non a caso tra i nostri membri ci sono professionisti che insegnano in diversi istituti: il senso di questa comunità sta nel condividere e nel tramandare il know-how ottenuto in tanti anni di lavoro nel Design e nella Confezione».

Uno dei principali obiettivi societari per il **Club IACDE** è quello di **coinvolgere i giovani** e far conoscere loro le **lavorazioni** legate alla Moda





3



2



4

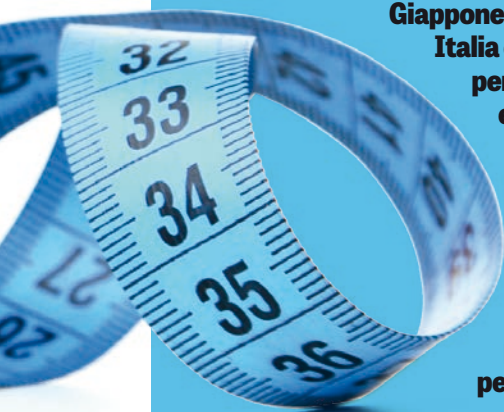
1. Un momento dell'assemblea e del workshop di IACDE nel pomeriggio del 14 dicembre. La discussione ha approfondito le possibili strategie di coinvolgimento dei giovani modellisti e stilisti nelle attività dell'associazione, e i nuovi trend dell'eleganza maschile

2. Un prototipo di giacca nell'ufficio CAD della Di.Conf.

3-4. Il reparto di confezione delle giacche dell'azienda Di.Conf., che sforna in media 200 capi al giorno

IACDE

L'associazione IACDE è parte di una piattaforma internazionale che si rivolge a professionisti del settore quali modellisti, disegnatori e ingegneri, responsabili dello sviluppo prodotto, amministratori e fornitori dell'Industria dell'Abbigliamento. Con oltre 100 anni di esperienza, IACDE è presente in sei paesi (Stati Uniti, Canada, Italia, Germania, Giappone e Svezia). Il club IACDE Italia è punto di riferimento per designer, manager e tecnici del settore Tessile-Abbigliamento italiano e ha l'obiettivo di condividere conoscenze, approfondire contenuti e sviluppare progetti di formazione per giovani studenti.



L'INGEGNERE DELL'ABBIGLIAMENTO

Di strategie per entrare in contatto con i giovani modellisti e disegnatori si è discusso nell'assemblea pomeridiana del 14 dicembre. «La figura del modellista – ha sottolineato il presidente Brescianini – purtroppo oggi è meno valorizzata di un tempo; eppure è l'ingegnere dell'Abbigliamento, colui che fa da tramite fra i figurini disegnati dallo stilista e la lavorazione che conduce al capo finito, traducendo ciò che il primo ha in mente in soluzioni concrete e realizzabili. Tutti noi siamo consapevoli di quanto tale ruolo sia fondamentale per fare la differenza in termini di vestibilità e qualità. Certo i tempi sono cambiati, il fitting è costoso, le aziende cercano di tagliare le spese e anche tra i consumatori c'è meno consapevolezza e meno capacità di distinguere tra un capo ben fatto e uno che non beneficia dell'intervento di un modellista esperto. Sta a noi fare opera di sensibilizzazione, affinché le aziende comprendano l'importanza dei modellisti; dobbiamo inoltre coinvolgere i modellisti stessi nelle attività del nostro Club in modo che possano fare rete, confrontarsi per risolvere problematiche e trovare soluzioni, approfondire sempre meglio i tanti aspetti di questo lavoro».

UNA PANORAMICA STORICA

Nella seconda parte della riunione Simone Visani, Segretario di IACDE Italia, ha fatto il punto della situazione riguardo all'eleganza maschile

confezione

eventi

nell'era dell'Industria 4.0 e della sostenibilità. Visani ha condiviso un excursus sui diversi stili di abbigliamento che si sono succeduti dal secolo scorso fino ai giorni nostri: dal grigio degli anni Trenta ai colori degli anni Settanta, dalla perdita di orientamento degli anni Novanta al ritorno del vestito nel decennio successivo. Fino ad arrivare al 2019, in cui si guarda con sospetto all'abito formale: un esempio è la scelta di Mark Zuckerberg di indossarne uno durante l'audizione al Congresso sul caso Cambridge Analytica, occasione in cui molti osservatori hanno notato l'imbarazzo e la difficoltà del fondatore di Facebook nel gestire la situazione. Un disagio dovuto anche al vestiario in palese contrasto con il look casual sempre sfoggiato dall'imprenditore. Cresce inoltre il numero di aziende che hanno pubblicato nuove linee guida relative al codice di abbigliamento dei propri dipendenti, consentendo look più rilassati.

ITALIA, SOSTENIBILITÀ E PERCEZIONE DI VALORE

«Considerando che nei prossimi anni la più grande fascia di popolazione (il 64%) sarà costituita dai Millennials e dalla Generazione Z (i nati dopo il 1997) – ha spiegato Visani – il tema dell'impatto della filiera del Tessile-Abbigliamento sull'ambiente diventerà ancora più centrale. Queste nuove fasce di consumatori sono più sensibili e attente, e sono anche disposte a pagare prezzi più alti per prodotti che siano sostenibili. Non si tratta di un trend destinato a esaurirsi in tempi brevi, per cui le aziende dovranno tenerne sempre più conto». La buona notizia è che l'Italia, secondo un'indagine McKinsey, è al primo posto nella classifica mondiale

Nei prossimi anni la più grande fascia di popolazione (il 64%) sarà costituita da Millennials e Gen Z: il tema dell'impatto ambientale della filiera TAM diventerà ancora più centrale



dell'associazione mentale tra luogo di produzione e sostenibilità, seguita da Giappone, Germania e Francia. Al contrario invece Cina, India, Pakistan e Vietnam sono percepite come nazioni in cui l'attenzione per l'ambiente è molto bassa e i cui prodotti, di conseguenza, sarebbero più dannosi. Questo è solo uno dei motivi alla base del reshoring in Italia, ovvero del rientro in patria di molte aziende manifatturiere italiane che avevano delocalizzato in passato: il fenomeno è in crescita perché all'estero i costi di produzione sono aumentati, la distanza incide sui tempi di consegna e la forza del brand "made in Italy" - ovvero della qualità per eccellenza - rappresenta un prezioso valore immateriale.

PROSPETTIVE FUTURE

Dal punto di vista stilistico, come accennato, «l'Abbigliamento formale non è più un must – ha sottolineato Visani – e diminuisce anche la fedeltà ai brand. L'Industria del Tessile-Abbigliamento è quindi chiamata a soddisfare una serie di nicchie di mercato in continuo mutamento, obbligando le catene produttive ad affrontare incognite e discontinuità. Attualmente il premium shopper è uomo, ha un'età compresa tra i 24 e 34 anni, ha un lavoro autonomo, conosce bene la tecnologia ed è iperconnesso, per cui quando desidera qualcosa si aspetta di riceverlo immediatamente o in un lasso di tempo molto breve; ciò impone alla filiera produttiva molta flessibilità e grande reattività. Secondo una ricerca di Euromonitor International, entro quest'anno l'Abbigliamento maschile supererà quello femminile grazie a un tasso di crescita più alto: il 2,3% a livello globale rispetto al 2,2% dei capi da donna».

L'abito maschile, che si modernizza abbracciando un approccio casual e rilassato, avrà un futuro solo se saprà adattarsi al continuo cambiamento degli stili di vita e della cultura maschile.

«Il nuovo formale è un connubio di tradizione, innovazione e qualità – ha spiegato il Segretario di IACDE Italia – e coniuga elementi apparentemente distanti, come il gusto sartoriale e i codici degli stili più classici con l'abbigliamento casual e lo sportswear. Tradizione e innovazione rimangono le uniche guide e la prospettiva da seguire è la qualità in tutte le sue accezioni». Secondo Deutsche Bank, se le aziende vorranno sopravvivere dovranno integrare creatività e sostenibilità, due dei criteri che i consumatori di beni di lusso prediligono nelle loro scelte di acquisto insieme alla qualità, il Fashion e la storicità ed esclusività del marchio. «L'impegno del Club – ha commentato il Presidente Fabrizio Brescianini – si esprime in una serie di incontri e iniziative finalizzati a fornire formazione tecnica e aggiornamenti su tematiche di grande attualità del settore. Questo impegno, volto a valorizzare il know-how del Tessile-Abbigliamento italiano, vuole essere un contributo concreto alla nascita di nuove idee e allo sviluppo di innovazioni sostenibili per rispondere alle esigenze di un settore Moda in continuo divenire».