

# Presente e futuro della **professione** **del modellista**

di **Greta Aldobrandi**

Un momento  
dell'evento



**T** Il Club IACDE Italia ha chiuso l'anno 2022 interrogandosi sul futuro del settore. Durante il tradizionale incontro di fine anno, che è stato seguito da una visita guidata all'Armani Silos in zona Tortona (Milano), il Presidente Lodovico Zandegù ha avviato la discussione con una domanda: «Le tecnologie 3D sono un supporto utile al lavoro del modellista classico, o i due aspetti non sono compatibili? Possono superarlo per efficienza e qualità finale del prodotto, oppure non ne sono all'altezza?».

## **DNA DI TRADIZIONE SARTORIALE**

È indubbio che il su misura sia il business del momento e che molte aziende italiane si stiano specializzando in questo ambito: oltre a offrire ai clienti il lustro di possedere e indossare un abito bespoke, garantisce alle aziende vantaggi per quanto riguarda le marginalità, i fondi di magazzino, gli sprechi di materiale in produzione e così via.

«La sartorialità è intrinseca del DNA della produzione di Moda italiana, le figure dei modellisti di oggi derivano dalle professionalità dei sarti che si sono evolute negli anni Sessanta con il sopraggiungere dell'industrializzazione»

commenta Zandegù. «In molte nostre aziende spesso si lavora ancora con le basi di trent'anni fa, che risultano ancora attuali e sono state aggiornate nel tempo solo per quanto riguarda le dimensioni, le costruzioni più soft, i dettagli del collo o dei revers e dettagli simili».

## **AVATAR VIRTUALI VS LAVORO A MANO**

Quindi, anche in Italia sentiamo l'esigenza di integrare 3D e intelligenza artificiale nella produzione Moda?

«Il rischio è che, utilizzando questi strumenti, la struttura tecnica dei

capi venga trascurata» osserva il Presidente del Club. «Diventa meno importante che l'operatore sappia come confezionare sartorialmente un indumento, come lavora una linea, come mantenere il prodotto standard e uniforme».

L'evento di fine anno del **Club IACDE Italia** ha ospitato un dibattito incentrato su una provocazione: **il 3D e l'intelligenza artificiale** possono essere strumenti interessanti per la produzione di **Moda Made in Italy?** Si è cercato di fare il punto raccogliendo le impressioni dei **designer, modellisti e titolari di aziende** presenti alla tavola rotonda



Gian Mario Borney



Lodovico Zandegù,  
Presidente IACDE Italia

Si pensi ad esempio a piattaforme digitali che sviluppano avatar (e di conseguenza abiti) virtuali raccogliendo informazioni approssimative da una foto a figura intera del cliente. Possono essere utili nel mass market, ma nella produzione di Moda italiana di Alta Gamma creare un modello, un capo basandosi su misure corporee indicative o standard e dati generici non garantirebbe lo stesso risultato di un lavoro svolto a mano.

I clienti del Luxury in tutto il mondo, rivolgendosi a professionisti nel nostro Paese, sono interessati a una confezione sartoriale, con un fit ottenuto attraverso un lavoro made-to-measure: con il valore aggiunto

del "cerimoniale" di misurazione e vestizione effettuato di persona da un sarto italiano.

#### VANTAGGI DEL DIGITAL

«Tuttavia, le tecnologie digitali offrono indubbiamente dei vantaggi» sottolinea il moderatore della tavola rotonda Gian Mario Borney. «Ad esempio, in un mondo che mostra sempre più attenzione e interesse per la sostenibilità, AI e 3D consentono al Fashion di diminuire il numero di modelli sviluppati, ottimizzare la prototipizzazione, ridurre l'inventario a fine stagione grazie allo studio delle preferenze del target di riferimento, abbattere la quantità di resi grazie al virtual fit nell'e-commerce».

In più, i brand oggi hanno un'esigenza di varietà e di timing che non è possibile sostenere con il modello classico degli step di lavorazione sequenziali: diventa essenziale operare in modo velocizzato, ottimizzato e integrato. Di conseguenza, per determinate tipologie di prodotto moda (in particolare con capi lontani dal capospalla tradizionale) è essenziale poter contare sul supporto di AI e 3D.

Inoltre, la loro utilità è evidente in ambito di marketing, quando si tratta di utilizzare un rendering del prodotto finito per mostrarlo ai clienti o nelle campagne di comunicazione.

Non bisogna infine dimenticare che le nuove generazioni di modellisti sono molto giovani e difficilmente accetterebbero di rinunciare al digitale; un'azienda che integra al proprio interno queste tecnologie è sicuramente più appetibile e può farsi forza di un valore commerciale maggiore.

#### UNO SGUARDO AL FUTURO

Fondamentale è anche il cercare di intuire come ci vestiremo in futuro. Ad esempio, il Lusso nel tempo è profondamente cambiato, soprattutto con il recente boom

di Homewear e Streetwear: tendenze che si stavano diffondendo già prima della pandemia, ma che sono esplose quando il periodo di lockdown ha accresciuto esponenzialmente l'esigenza di vestire comodo. E il Fashion Luxury si è adeguato. In futuro ci sarà spazio per il sartoriale non formale? Assisteremo all'affermarsi di una sartoria evoluta, più morbida e leggera, con meno costruzione? E che ruolo avrà in tutto ciò la progettazione 3D dei capi?

#### OSTACOLO O AIUTO?

Alcune osservazioni hanno aiutato a indirizzare la discussione. «Porsi la domanda iniziale in riferimento al Made in Italy, o al Fashion in generale, è diverso» argomenta Borney. «La cultura della Moda sartoriale è tipicamente italiana: siamo conosciuti per estro, creatività, gusto del bello e per la capacità di rendere pratico e funzionale un modello dandogli vestibilità. Anche in futuro rimarrà fondamentale preservare questa identità, che è il DNA della nostra professione. Invece in Paesi che non possono contare su una simile tradizione ed esperienza, ad esempio nel Nord Europa, la produzione del Fashion incrementerà il proprio sviluppo verso e attraverso il digitale».

In Italia, comunque, la questione non è così semplice: bisogna differenziare tra settori di mercato (ad esempio il capospalla o abbigliamento più leggero), fasce di Moda accessibile o di Alta Gamma, target di riferimento, tendenze del momento, step di filiera in cui applicare queste tecnologie e così via.

«Ci sarà sempre un formale sartoriale diretto alla fascia alta che ha bisogno di un pattern maker esperto» ritiene Giorgio Marcarino di Chargeurs. «Il 3D è un aiuto aggiuntivo, che non sostituirà mai la parte tecnica

della produzione ma può essere estremamente utile in alcuni casi. Non va visto come una barriera, ma come uno strumento che implementa la capacità produttiva e l'efficienza di un'azienda».

#### QUINDI, QUAL È LA SOLUZIONE?

Un'idea costruttiva, da valutare di caso in caso, sarebbe quella di creare in azienda un Ufficio 3D dedicato i cui tecnici abbiano competenze specifiche e affianchi l'Ufficio modelli e l'Ufficio prodotto, collaborando con entrambi. Insomma, un servizio in più, che non vada a sostituire la professione del modellista tradizionale ma anzi ne accresca le potenzialità.

«Se un modellista in possesso del know-how tecnico del mestiere apprende e affina l'utilizzo di queste tecnologie, decidendo autonomamente in quali fasi del proprio lavoro applicarle e come integrarle alle proprie conoscenze, diventa un "super modellista"» conclude Gian Mario Borney. «Si tratterebbe di una modellistica "aumentata", cruciale nell'attuale contesto di crescita tecnologica e in questo momento storico di ricambio generazionale. È comunque essenziale che continui a generare:

- **valore del prodotto:** creare prodotti belli e apprezzati in tutto il mondo;
- **valore del brand:** realizzare capi caratterizzati da eccellente vestibilità, taglio, stile, che sono elementi fondamentali del DNA del marchio e devono rimanere riconoscibili pur evolvendosi.

Per riuscirci, questa figura di "super modellista" deve conoscere le logiche del merchandising, delle gamme, delle filiere, così da capire dove è utile ricorrere alle tecnologie (che miglioreranno di anno in anno) e dove invece proseguire con il modello di produzione tradizionale».