

lavoro



«Esistono salari minimi e condizioni lavorative che vanno rispettati anche nella produzione di massa»

Fashion, Experience & Design Management (MAFED).

«I ruoli in gioco vanno dai chimici per trovare i coloranti e le sostanze giuste, agli ingegneri per ottimizzare i cicli di produzione, sino ai giuristi che verificano che si rispettino i criteri di lavoro dignitoso. Competenze nuove che si spiano con profili professionali preesistenti e che ora si ritrovano a fare i conti con realtà diverse rispetto a pochi anni fa e, oggi, chi si occupa di marketing deve badare anche alla responsabilità sociale e ambientale».

Nel ventaglio di posizioni necessarie in questo settore, la parte del leone tocca ai comunicatori: «Il difficile non è solo trasmettere la sostenibilità di un'azienda ma anche, se necessario, creare iniziative che possano rendere ben visibile quella sensibilità». Quale che sia il ruolo, la sfida è separare le strade della produzione di massa da quelle dello sfruttamento, e riuscire a produrre quantitativi enormi di capi, anche su larghissima scala per i marchi internazionali low cost, garantendo ai lavoratori condizioni di lavoro accettabili.

«La produzione di massa è parte di questi tempi e non va demonizzata in sé. Va solo resa sostenibile», spiega Simone Cipriani, responsabile e fondatore dell'agenzia Onu Ethical Fashion Initiative dell'International Trade Centre (ITC) e considerato tra le 500 persone più influenti nella moda. Di recente ospite della Festa della Rete di Rimini, è intervenuto all'incontro *Re-Fashion: quando la moda diventa sostenibile*. «E se vuole sopravvivere lo deve diventare per forza: sia di altissima gamma, sia di fascia più popolare. Esistono salari minimi e condizioni di lavoro che devono essere rispettate anche nella produzione di massa e il fatto che una maglietta costi 10 euro non legittima di certo l'utilizzo di "schiavi". Esistono condizioni di lavoro e anche tradizioni, soprattutto femminili, che devono valere, essere considerate e includerle nel sistema moda significa dare loro un nuovo valore».

Incubatore consapevole

“Out of Fashion” è il corso di formazione sulla cultura della Moda Consapevole, Etica e Innovativa ideato da Connecting Cultures, agenzia di ricerca no profit. Con una struttura modulare e flessibile, si terrà insieme alla Fondazione Ferré, che ospiterà fisicamente le lezioni e si svolgerà da ottobre a maggio. Nel programma: innovazioni tessile e studio dell'impatto ambientale delle fibre, tracciabilità, responsabilità e giustizia sociale, infine materie come moda globalizzata, finanza, promozione, comunicazione e relazioni con il consumatore. Le lezioni (concentrate in due giorni al mese) si rivolgono a

giovani professionisti già inseriti a vario titolo nel mondo della moda, interessati però a specializzarsi o ad acquisire strumenti e competenze per dare il via a una nuova realtà imprenditoriale. Al termine, si potrà accedere al programma di pre-incubazione di impresa, curato dall'associazione Economia e Sostenibilità in collaborazione con la CNA di Milano, Monza e Brianza, a patto che rispettino il criterio di sostenibilità. **L.G.**

COMINCIA DA UN MASTER

Forse non sarà materia da talent show, ma il management della moda sostenibile è un settore in crescita. I profili possibili per diventare “manager” in questo campo sono mille e mille sono le strade per arrivarci. Ma esistono dei corsi di formazione che coniugano le conoscenze di business e quelle di settore.

■ Ad oggi il più celebre in Italia è a Milano il Mafed, il master di un anno a tempo pieno, in inglese, della SDA Bocconi. Le figure che escono avranno approfondito i temi della gestione di marchio, filiera e marketing.

■ Diverso è l'approccio, meno legato alla moda, ma in senso vasto alla sostenibilità, del Master Veneziano di Ca' Foscari. Il corso, da ottobre con formula executive (due weekend al mese), è rivolto a chi ha già una professione avviata e intende creare una figura relativamente nuova, in Italia, del *carbon manager*.

■ All'estero, ci sono i programmi del berlinese ESMD Master of Arts in Sustainability in Fashion, oppure i master della londinese University of the Arts London, scuola che nel 2008 ha avviato un Sustainable Fashion Lab, con Marks&Spencer e Oxfam.



Simone Cipriani, fondatore dell'agenzia Onu Ethical Fashion Initiative dell'ITC. Sopra: dall'alto in senso orario, la designer Stella Jean, la consulente Francesca Rulli, la stilista Vivienne Westwood.