

Studiare da startup**I giovani imprenditori fashion crescono così**

Dopo Via Montenapoleone, inaugura il prossimo 27 settembre in Piazza di Spagna 9 un nuovo atelier formativo dell'Accademia del Lusso, a due passi dalla Maison di Valentino. «Aprendo una nuova sede a Roma, dove la moda va a braccetto con l'arte, ampliamo la nostra offerta formativa», spiega Pietro Polidori, ceo dell' accademia specializzata in creatività orientata al lusso.

L'istituto forma profili altamente professionali nella moda, marketing, influencer, brand management e fashion. La boutique school punta a una didattica ed un approccio innovativo in grado di coniugare aspetti tecnico-creativi e quelli più prettamente di management. «Il nostro focus è intercettare le esigenze delle aziende. Siamo un bacino dove le imprese possono trovare giovani creativi — aggiunge Polidori —. Oggi l'ingresso nel mondo del lavoro è profondamente cambiato. I ragazzi si presen-

tano alle aziende più strutturati, hanno idee su quello che intendono realizzare e lo propongono sotto forma di startup, di applicazioni, creando capsule collection da far visionare alle aziende per poi farsi finanziare. Noi abbiamo il compito di accompagnarli in questa delicata fase di crescita professionale».

Le fashion startup nell'ultimo anno sono quelle con il tasso di crescita più elevato. Secondo il Fashion Technology Accelerator, solo a luglio 2018 erano 70, 88 nell'arco di tutto il 2017, 71 nel 2016. La metà delle giovani imprese vende online, l'altra metà si occupa invece di software, app e tecnologia applicata al settore.

Tra le start up moda più in voga del momento si distinguono Maatroom di Giulia Soldà ed MM company di Marco Magalini, due giovani che dopo aver seguito corsi di formazione all'Accademia del Lusso, hanno deciso di mettersi in

proprio. Giulia Soldà realizza tutta la produzione in Italia, con particolare attenzione all'ecosostenibilità dei materiali, coinvolgendo nella realizzazione dei capi anche piccole cooperative sociali. La collezione Maatroom, che nasce a Torino nel 2016, sfilerà alla prossima Vancouver Fashion Week come uno dei tre ospiti che rappresenteranno l'Italia. Marco Magalini, invece, ha cofondato MM Company, un'agenzia milanese di comunicazione creativa a 360 gradi.

La boutique school ha permesso a questi due ragazzi di puntare in alto grazie anche ai tanti servizi tailor-made «La scuola instaura rapporti one-to-one, avendo volutamente impostato i corsi con al massimo 12 partecipanti» spiega Barbara Lg Sordi, Academic Director and Tutor. «Ad oggi, molti dei nostri corsi sono in doppia lingua, con l'ultimo anno solo in inglese».

Ba. Mill.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Innovazione**

Pietro Polidori, ceo dell'Accademia specializzata in creatività orientata al lusso che ora apre una sede a Roma

