BELLA®

MAGGIO 2017

€ ~~2,80~~ € 1,50

VERGINITÀ E SOCIAL NETWORK

SESSO IN VENDITA SUL WEB PER POCHI MINUTI DI NOTORIETÀ. GIOCA MOLTO IL DESIDERIO DI APPARIRE, LA VOGLIA DI ESSERE PROTAGONISTI, SPIEGANO GLI ESPERTI...

NATALIA DENEGRI

Oltre la bellezza di una donna c'è di più

LA RIVINCITA DELLE DONNE

MAMME IN TACCHI A SPILLO E TAILLEUR E PAPÀ CASALINGHI

CINEMA

IL PERMESSO

LA VITA A VOLTE SI RIVELA UNA TRAPPOLA MA IL DESTINO VINCE SEMPRE

DIANE KRUGER

La modella tedesca torna a sorridere

MODA

LE NOVITÀ DEL

2017

VIAGGI

EGITTO, GIORDANIA, ISRAELE

SPECIALE STACCABILE BENESSERE E SALUTE

CHARLIZE THERON

LA BIONDA "ATOMICA"

SONO ITALIANI I NUOVI TALENTI DEL LUXURY BRAND MANAGENT, L'UNIVERSITÀ "GLION" FA SCOUTING A ROMA

DI LUDOVICA MARTINI

Gli studenti italiani, questi bistrattati. Dicono di loro che non sanno scrivere, che sono meno colti, curiosi e intraprendenti dei loro coetanei stranieri. Ma ora, finalmente, è arrivata la loro riscossa e a "sdoganarli" è nientepopodimenoche la prestigiosa Università Svizzera Glion Institute for Higher Education. In ogni ambito formativo questa Università compie costanti monitoraggi internazionali, per verificare quali siano i paesi da cui poter ingaggiare i giovani che abbiano le capacità, il talento e le caratteristiche per essere ammessi a questo istituto. E per il corso di Luxury Brand Mangenet l'Italia è stata ritenuta un bacino di provenienza interessante, perché i giovani italiani hanno capacità e attitudini molto vicine al mondo del management del lusso. Non solo designer e creativi, dunque, a quanto pare i giovani del Bel Paese sanno affermarsi anche nel management di ciò che è bello, innovativo e prezioso. I recenti studi dell'Università di GLION hanno rilevato che i giovani italiani hanno un particolare talento ed una attitudine naturale a saper valutare, riconoscere e gestire tutto ciò che si colloca nella fascia alta del mercato, che, tra l'altro, non conosce mai crisi. Il fatto di essere nati nella culla della creatività e di aver imparato, sin da bambini, a valutare, cercare e riconoscere la qualità e l'eccellenza conferisce loro un'attitudine naturale a imparare con maggiore facilità rispetto a coetanei provenienti da altri paesi le tecniche, le regole e l'impostazione che la gestione di un brand di



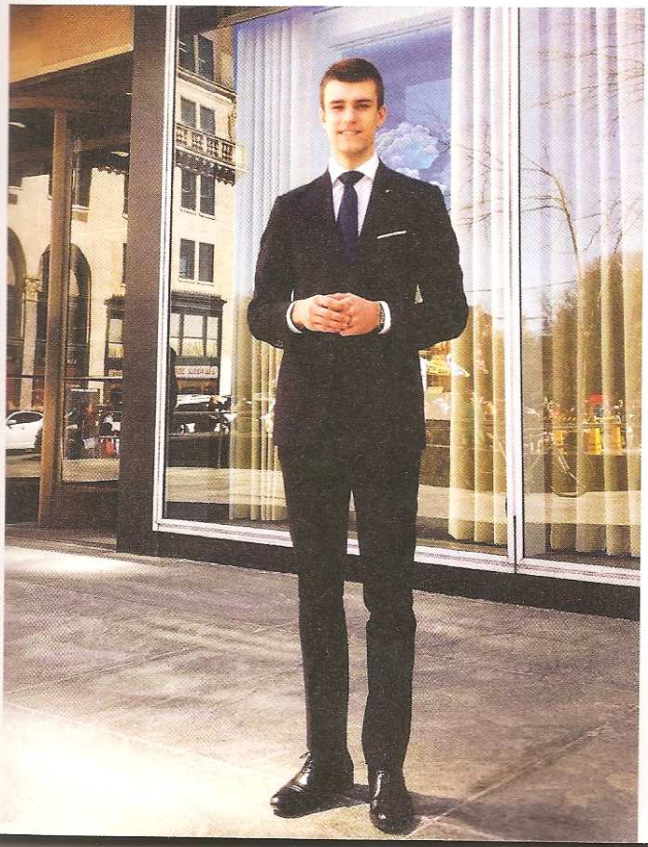
I NOSTRI GIOVANI HANNO TALENTO NELLA GESTIONE DI BRAND DI LUSSO



MARIOTTO HA RACCONTATO

LA GENESI DEL PROCESSO CREATIVO: COME SI CREA UNA COLLEZIONE

lusso richiede nelle strategie di posizionamento internazionale. Allo scopo di incontrare e individuare i potenziali futuri talenti del management, GLION ha organizzato a Roma un workshop presso l'atelier Gattinoni, cui hanno partecipato, dopo aver superato una selezione, 20 ragazzi tra i 18 e i 22 anni. Ideatrice e coordinatrice dell'evento è stata Simona Travaglini, da sempre attiva nelle attività legate alla moda, al lusso e alla charity. Il programma del workshop ha visto un incontro con Stefano Dominella, Presidente della maison Gattinoni e presidente



della sezione Tessile, Abbigliamento, Moda e Accessori di Unindustria - l'Unione degli industriali e delle imprese di Roma, Frosinone, Latina, Rieti, Viterbo -, una visita all'atelier Gattinoni ed uno scambio di idee con il direttore creativo della maison Gattinoni, Guillermo Mariotto. Stefano Dominella ha svelato i meccanismi più nascosti del mondo della moda, le sue criticità e le sue tempistiche, ha spiegato come sia sempre più strettamente collegata e osmotica con gli altri beni e servizi di lusso, e infine ha fornito alcuni dati interessanti. La moda fa lavorare, in Italia, un milione di persone, impegnate in aziende che si occupano di tessitura, accessori, manifattura dei capi ed infine della vendita. L'Italia è al secondo posto in Europa in esportazione con un fatturato di 64 miliari di Euro e al primo nell'industria artigiana. Da parte sua, Guillermo Mariotto ha raccontato la genesi del percorso creativo, come si struttura una collezione e come si realizzano i capi da sogno che, esposti su manichini, hanno fatto bella mostra di sè durante la giornata di lavoro. E a fine giornata non potevano mancare i selfie, accanto agli abiti che sono stati indossati da dive del calibro di Audrey Hepburn e Anna Magnani o agli outfit che hanno calcato le ultime passerelle dell'AltaModa facendo sognare il pubblico di ogni età. I partecipanti, estasiati dalla visita all'atelier e ammaliati dalle parole di Dominella e Mariotto hanno trascorso una giornata diversa, proiettati nel mondo del management del lusso, da tutti sognato e ambito. Jini Heller, program leader del corso, presente al workshop in rappresentanza della Glion, ha avuto modo di rispondere alle mille domande dei ragazzi, incuriositi dalla la specializzazione in Luxury Brand Management. In molti già si vedevano in uno dei tre campus, due in Svizzera ed uno a Londra, a studiare e sperimentare i segreti del management dei beni di lusso, come la moda, il design, l'orologeria, i gioielli. Buon lavoro e buona formazione a tutti! B