

Interviste

Fashion research scalda i motori

Il polo formativo per la moda voluto da Masotti e dall'Università di Bologna prende forma. E, con il supporto delle aziende fashion, si prepara a inaugurare i corsi ad aprile 2017. **Andrea Guolo (Bologna)**

Alberto Masotti, alla vigilia dell'ottantesimo compleanno, è impegnato anima e corpo nel progetto **Fri-Fashion research Italy**, la fondazione che realizzerà a Bologna il primo polo di ricerca e tecnologie di comunicazione d'avanguardia per il mondo della moda, su cui l'imprenditore ha investito personalmente 15 milioni di euro (vedere *MFF* del 24 settembre). L'ex presidente di **La Perla** ed ex numero due di **Cnmi-Camera nazionale della moda italiana** segue passo dopo passo i lavori di riqualificazione dell'ex area industriale da sette mila metri quadrati di via del Fonditore, con consegna prevista a fine anno, che diventerà la sede di Fri e ospiterà il master su nuove tecnologie, marketing e comunicazione in ambito fashion realizzato con l'Università di Bologna. «Stiamo contattando con esito positivo», ha spiegato Masotti a *MFF*, «le aziende di eccellenza dell'Emilia Romagna per coinvolgerle nelle attività della fondazione, che non ho voluto chiamare a mio nome proprio per evitare che fosse strettamente collegata alla mia persona.

Chi ha già dato disponibilità?

Una delle tre aree in cui opererà Fri sarà l'archiviazione fotografica delle creazioni realizzate dalle nostre eccellenze regionali, con cui ricostruiremo la storia della moda in Emilia Romagna dagli anni Sessanta a oggi. Avremo le immagini degli archivi di **Max Mara, Furla, Gaudi, Les Copains,**

La Perla, Borbonese, Moschino, Alberta Ferretti. Penso che otterremo un bellissimo archivio da mettere a disposizione dei giovani talenti, con la preziosa aggiunta dei ventimila disegni e dei 5 mila libri del fondo **Brandone** già acquisito.

Quando inizieranno le lezioni del master organizzato con Alma mater?

Non potendo partire all'inizio del prossimo anno, per il rischio che le aule fossero indisponibili a causa dei lavori, abbiamo deciso di spostare l'attività di qualche mese: inizieremo ad aprile in vista della pre-selezione di giugno 2017. Il master sarà aperto a giovani laureati provenienti anche da altre facoltà

oltre a moda e architettura; il solo criterio scelto per l'ammissione sarà quello del merito. Con **Alma** mater ci siamo confrontati per circa un anno nella definizione dei contenuti del master ed è stata accettata la nostra visione della formazione, che sarà proiettata al futuro e all'internazionalizzazione con una solida base culturale, e l'apertura a insegnanti esterni con competenze specifiche che integreranno la maggioranza del corpo docente di **Unibo**. Partiamo con un solo master, ma l'obiettivo è di avviarne altri.

Quale sarà la terza area di attività di Fashion research Italy?

Ci stiamo organizzando per creare a Bologna uno spettacolare centro italiano di e-commerce, il più ricco di competenze. L'idea nasce dalla volontà di offrire un supporto a quelle piccole e medie imprese che hanno un approccio carente o mancato rispetto a questo canale, partendo da un corso annuale tenuto dalla fondazione, che debutterà

all'inizio del 2017 arrivando a definire tutti gli aspetti delle vendite online. Punteremo quindi a successivi sviluppi che ancora non posso anticipare, ma che passano attraverso la creazione di consorzi di aziende mirati a sviluppare competenze e ad accedere a forme sostenibili di finanziamento.

Avete ampliato il raggio dei partner istituzionali?

Posso dire che la presentazione di Fashion research ha trovato pieno consenso ai vertici della Regione Emilia Romagna, che potrebbe concretizzarsi in un premio destinati alle aziende per la partecipazione ai corsi, e anche all'interno del Comune di Bologna, che guarda con attenzione ai nostri studi critici sui contenuti del retail in città. Il prossimo semestre faremo un'esposizione di tecnologie adatte al dettaglio per incentivare le vendite. Pensiamo infine alla costituzione di una piattaforma comune tra 60 commercianti per website e social network, forti dell'esperienza fatta in piccoli negozi di provincia che, avviando simili iniziative, hanno ottenuto il raddoppio degli incassi. (riproduzione riservata)



Nella foto, Alberto Masotti e una veduta del nuovo progetto immobiliare

