

Scuole di moda crescono

*Istituto Secoli e Sleipner varano un piano di svolta
Si parte dal cambio di sede e dalla sfilata del di fine anno all'Alcatraz*



Milano. La storica scuola di moda Istituto Secoli, in attività dal 1934, ha deciso di voltare pagina con un restyling in grado di rafforzare la sua leadership a livello internazionale. La svolta è partita dalla partecipazione societaria siglata con Sleipner Consulting, finanziaria operante nel mondo della consulenza strategica, a cui è seguita la decisione di trasferire la sede in uno spazio innovativo di 1.100 metri quadri al numero 18/a di via Vittorio Veneto. A questo ha fatto eco la sfilata di fine corso che si è svolta il 12 giugno nell'eccezionale cornice dello spazio Alcatraz sul tema della primavera-estate 2008.

Abbiamo chiesto ad Alessandro Modesti della Sleipner, perché la società ha deciso di puntare su una scuola di moda.

L'Istituto Secoli è l'unica scuola storica che forma la figura professionale dell'Ingegnere della Moda, attraverso il "Metodo Secoli". Si tratta di un particolare metodo didattico che immette le tradizionali competenze sartoriali nella filiera industriale. Forte delle migliori

competenze, l'Istituto prepara modelisti con una conoscenza globale della filiera produttiva, dal taglio sartoriale alle più innovative tecniche di progettazione e produzione industriale. I risultati sono da primato: oltre il 99% dei diplomati trovano lavoro entro l'anno, e più del 50% delle griffe li assume per inserirli in posizioni di rilievo. Con 357 iscritti all'attivo (di cui il 65% italiani),



Alessandro Modesti

la previsione della scuola è di raddoppiare il numero di alunni entro 3 anni, con un incremento già del 15-20% nel 2007-2008.

Qualche accenno al piano strategico.

La partecipazione di Sleipner Consulting, che entra in società con una quota finanziaria del 20%, ha portato ad una trasformazione della ragione sociale da Srl a Spa, e ad un lancio di un

nuovo piano industriale incentrato su tre fondamentali linee guida: la transazione da un modello di governance familiare a manageriale, una più ampia e strutturata politica di comunicazione e immagine, l'identificazione di alcuni punti di unicità, per rendere la scuola più competitiva.

Oggi, una scuola italiana di moda può essere valutata come un investimento? Quanto è forte la richiesta formativa proveniente dall'estero?

Già adesso, la domanda straniera copre il 40, 50% del totale degli studenti, con un peso forte dell'Oriente, Corea in testa, mentre dalla Cina, per adesso, non provengono molte richieste. Altri importanti bacini di richiesta di formazione sono Spagna e Turchia - dove stiamo valutando addirittura la possibilità di creare delle succursali in loco -, e poi sono state riscontrate grandi attenzioni da parte degli Emirati Arabi. Considerando che il biglietto da visita della nostra scuola è l'apprendimento delle modalità creative e operative dettate dalla tradizione del 'fatto in Italia', ritengo che, sì, la richiesta di istruzione dall'estero andrà ad aumentare nei prossimi anni, innescando dinamiche virtuose di crescita di fatturato e di accrescimento di potenziale formativo.

di Teresa Favi

I corsi dell'Istituto Carlo Secoli in confezione, modellistica, progettista abbigliamento, organizzazione e stilismo sono molto apprezzati dalle aziende del settore moda

