



MADE IN ITALY 4.0 - Comunicare il valore Italia nell'era digitale

Workshop - Il filo infinito del Made in Italy

Venerdì 26 ottobre 2018 – ore 9.30

IL FILO INFINITO DEL MADE IN ITALY

Incontro con giornalisti, stilisti e designer della moda italiana per scoprire come l'artigianato di lusso e la sartoria siano sinonimo di made in Italy e come queste vengono valorizzate in Italia e all'estero.

Aula D - Università Telematica San Raffaele Roma , via di Val Cannuta 247 – Roma

PROGRAMMA DELLA GIORNATA

Ore 9.45 Saluti e introduzione alla giornata di studi - *Mara Ferragina, coordinatrice del progetto "I workshop del saper fare"*

Ore 10 – *The Italian Touch* - *Silvia Luperini – giornalista moda e life style La Repubblica*

Ore 10.45/11 - *Sciucià si ... ma Chic!!!* - *Rosalina Dallago – titolare del marchio Sciucià Chic*
Coffe break

Ore 12 - *L'abito "su misura" e lo stile come questione di etica e non di estetica* - *Luca PaoloRossi – titolare della Sartoria Luca PaoloRossi*

Ore 12.45 - *Una bombetta alla Chaplin o un cilindro. L'accessorio che troneggia sulle teste dei divi. E non solo* - *Massimiliano Amicucci - designer e titolare di Move Officine del Cappello*

Lunch Break

Ore 14.30 - *Lo "stivale" va di moda. Valorizziamo il marchio Italia* - *Valeria Magistro Andersen – docente Laboratorio Moda - Università telematica San Raffaele Roma*

- *Esercitazione laboratorio moda - Coordina: Valeria Magistro Andersen Università telematica San Raffaele Roma*

MATTINA - ORE 9.45 INIZIO LAVORI

Saluti e introduzione

Maria Rita Ferragina – docente Università Telematica San Raffaele Roma

PRIMO INTERVENTO: Silvia Luperini – giornalista moda e life style La Repubblica



CHI E' SILVIA LUPERINI

Laureata in Architettura al Politecnico di Milano - CNC Scuola di Cinema del Comune di Milano. Giornalista di moda, design, life style e beauty ha collaborato con numerose testate: Marie Claire, Magazine del Corriere, Dove, Gulliver, Radio Svizzera Italiana e Radio Capital.

Ha realizzato una serie di documentari per Rai2. Dal 2005 a Repubblica TV, poi a Repubblica.It, dov'è prima Vicecaposervizio e poi Titolare redattore di moda, design e infine a Repubblica nelle pagine di Rclub.

TITOLO : *The Italian Touch*

ABSTRACT: Su Google il termine 'made in Italy' compare 141 milioni di volte ed è il terzo più cliccato in assoluto. Ma come ci si distingue? Come si comunica l'italianità, i valori materiali e immateriali di un marchio? Se siamo fortissimi su prodotto e creatività, non sempre siamo brillanti nel venderci. Attraverso case history di griffe che hanno sfruttato al meglio città e regioni di provenienza, i punti forti per raccontare chi siamo.

SECONDO INTERVENTO: Rosalina Dallago – titolare marchio Sciuscià Chic

CHI E' ROSALINA DALLAGO

Frequenta l'Accademia Internazionale d'Alta Moda e d'Arte del Costume per diventare, anche, un'indossatrice. Dopo le prime esperienze come modella, diversi lavori e una famiglia, l'idea brillante arriva nella primavera del 2000, periodo in cui comincia l'avventura alquanto



intraprendente e curiosa di Sciuscià Chic. Come lei stessa spiega: "l'intuizione è arrivata durante una "lustrata di scarpe" presso una di queste botteghe che ancora resisteva al centro di Roma. Di fatto però, l'idea iniziale era quella di scattare una foto dove io mi facevo lucidare le scarpe con tacco 12 da un uomo ma poi nella mia testa l'immagine si è capovolta, ero io che lucidavo le scarpe ad un uomo e da lì il desiderio di farlo veramente nella vita. La passione per le scarpe l'ho sempre avuta sapendo così, anche, come curarle e oggi nella Roma del XXI secolo, vicino a Piazza del Parlamento, questa passione è nelle mie mani, ed ogni giorno nelle mie botteghe, con orgoglio, faccio la lustrascarpe". Sciuscià chic è sicuramente un'idea antica e innovativa e forte allo stesso tempo, negli anni hanno aperto tre sedi su Roma, la principale in centro a via in Lucina.

www.sciusciachic.com

TITOLO : Sciuscià si ... ma Chic!!! -

ABSTRACT : La storia di un'azienda e di un marchio nata dalla passione per le scarpe e da un'intuizione. Un lavoro che ripescava la tradizione, riportandola all'attualità come cultura artigiana dell'oggetto scarpa. In più aggiungendo valore con una buona dose di femminilità, trasformando l'idea dello Sciuscià in una idea e una professione chic!

TERZO INTERVENTO –Luca Paolo Rossi – titolare della sartoria Luca PaoloRossi



CHI E' LUCA PAOLOROSSO

“Ho iniziato a 13 anni. Durante la settimana imparavo il mestiere, stando in sartoria con mio padre, il sabato, mentre i miei amici andavano a giocare, io recuperavo nelle fabbriche della zona i jeans usati di terza scelta, li risistemavo, per poi rivenderli al mercato. La nostra famiglia ha lavorato da sempre con le stoffe. Il mestiere è stato tramandato dal mio prozio, Isidoro Garbuglia, che faceva il sarto già dai primi del '900” Questa la storia di Luca Paolorossi che da sempre si è dedicato ai tessuti e alla sartoria. Nel 2001 inaugura il marchio Sartoria su misura Luca Paolo Rossi, che nel tempo ha cominciato a vestire numerosi nomi e volti del cinema e della televisione italiana, disegna linee sportive e di

home design. Dal 2001 al 2018 aprono diversi showroom in tutta Italia della sua sartoria ed è protagonista di numerosi progetti e collaborazioni, anche all'estero, in cui l'alta sartoria si lega alla ristorazione, al mondo del vino, dello sport e in altri importanti ambiti del luxury style.

www.lucapaolorossi.it

TITOLO: L'abito "su misura" e lo stile come questione di etica e non di estetica

ABSTRACT : Dalla tradizione di famiglia alla creazione di un brand internazionale riconosciuto per qualità e professionalità. Il made in Italy che si afferma con il lavoro artigiano e il design, con l'arte sartoriale che si trasforma in impresa. Luca Paolorossi racconta il suo percorso professionale, l'amore e la passione per le stoffe che si trasforma in un lavoro e poi in un marchio riconosciuto nel mondo. Gli step verso il successo, le strategie e i riconoscimenti.

QUARTO INTERVENTO – Massimiliano Amicucci - designer e titolare di Move Officine del Cappello



CHI E' MASSIMILIANO AMICUCCI

Da sempre si dedica all'arte e in particolare al costume teatrale. Ha lavorato presso un importante laboratorio artigianale di costumi teatrali da cui ha appreso ed ereditato gli insegnamenti dei grandi maestri cappellai e si specializza nelle realizzazioni di cappelli ed accessori per il costume cinematografico, teatrale ed operistico. Nel 2010 crea la sua azienda Move Officine del Cappello srl, con l'idea

di fondere la conoscenza storica, artistica e artigianale dei cappelli cinematografici e teatrali con l'espressione moderna della moda. Collabora con grandi costumisti come **Milena Canonero, Sandy Powell, Gabriella Pescucci, Joanna Johnston, Maurizio Millenotti, Alessandro Lai, Tim Aslam** e molti altri. Ha partecipato alla realizzazione di costumi di film come "Les Misérables", "Sherlock Holmes-Gioco di Ombre", "Hugo Cabret", "King Arthur", "007 Spectre", "Jupiter", "Kingsmann", "Allied", "Assassinio sull'Orient Express". Lavora alla realizzazione di cappelli, corazze, accessori per grandi Serie televisive come "I Medici", "Black Sails", "The Musketeers", "Dracula" etc. e collabora con grandi costumisti per opere di grandi Teatri Nazionali e Internazionali.

Riceve l'importante premio da Cinecittà "Una vita professionale per il cinema" per il lavoro svolto in tanti anni di collaborazione con gli studios. Ottiene il riconoscimento internazionale nel 2012 come vincitore del concorso internazionale Who's on Next promosso da Vogue Italia, Pitti Immagine Uomo e AltaRoma. Oggi Massimiliano Amicucci è un artigiano ed artista riconosciuto ed apprezzato sia nel mondo Cinematografico/ Teatrale che nella Moda: egli infatti vanta di essere l'unico creatore di cappelli al mondo che lavora per entrambi i settori con successo portando nel mondo i valori del vero Made in Italy.

www.moveroma.it

TITOLO : Una bombetta alla Chaplin o un cilindro. L'accessorio che troneggia sulle teste dei divi. E non solo.

ABSTRACT: il cinema, il teatro e la moda si incontrano nell'accessorio cappello. Un elemento moda che ha una lunga storia, che non è mai andato in pensione, ma che si rinnova. Dalla quotidianità alle occasioni speciali, fino ai palcoscenici e alle storie del grande cinema, i cappelli disegnati e creati da Massimiliano Amicucci sono un must. Creatore di un marchio che ha saputo imporsi con successo in modo trasversale tra il mondo artistico e quello del design e della moda.

MODERATRICE MARA FERRAGINA

Chi è Mara Ferragina: Docente di Strategie di Comunicazione e Responsabile Comunicazione e Marketing dell'Università Telematica San Raffaele Roma. Laureata in scienze politiche, con master per la carriera diplomatica e in pubbliche relazioni europee. Responsabile dell'ufficio Contenzioso di una società a partecipazione pubblica. Docente in diversi corsi di formazione per dipendenti della PA, responsabile di Ufficio stampa e pubbliche relazioni. Ha collaborato con il Sole 24 ore. Tra le sue pubblicazioni di settore: *Il difensore civico; Manuale di marketing; Il lavoro a turni; Il nuovo condono edilizio.*

POMERIGGIO DALLE ORE 14.30 – seconda parte WORKSHOP

QUINTO INTERVENTO - Valeria Andersen Magistro – docente Università telematica San Raffaele Roma

CHI E' VALERIA MAGISTRO ANDERSEN



Fashion Designer. Laureata presso l'Accademia Nazionale D'Arte Drammatica Silvio D'Amico in Direction and costume design prima continua i suoi studi presso la Copenhagen Academy of Fashion design fino a completare il percorso con un master in Accessory design

– Leathergoods, shoes, eyewear presso l'Accademia di Costume e Moda Roma. Dal 2003 costumista e aiuto regista teatrale e per la tv, cura gli allestimenti di scena di numerosi spettacoli teatrali come

Indovina chi viene a cena per la regia di Patrick Rossi Gastaldi, *Il Decamerone* con Peppe Barra e Andrè de la

Roche e altre commedie, fino al concerto di Vasco Rossi a Latina. Consulente e collaboratrice di diversi brand danesi come Mini Rodini, Petit, Colors of Copenhagen.

Docente e responsabile del Laboratorio di Moda presso l'Università Telematica San Raffaele Roma e docente di progettazione del prodotto moda presso l'istituto superiore Sistema Moda di Roma.

Autrice anche di due libri: **101 motivi per cui gli uomini sposano le cattive ragazze** (Newton Compton Editori); **La perfetta seduttrice da Cenerentola a Pretty woman** (Bruno Editore).

TITOLO: Lo “stivale” va di moda. Valorizziamo il marchio Italia.

ABSTRACT : L'Italia ha una tradizione sartoriale invidiata in tutto il mondo e combatte la crisi con cifre che lasciano intravedere una speranza. Questo marchio, però, deve essere tutelato nel migliore dei modi possibili: crescere una nuova generazione di artigiani italiani mettendo in contatto maestri artigiani e giovani. Per questo motivo lo studio della Moda deve e non può prescindere da laboratori creativi che toccano con mano la sartorialità del prodotto.