

RECRUITING ONLINE

CASSA RAGIONIERI

INGEGNERI

CNR

M

PROFESSIONI

Le aziende sono tornate ad assumere **figure junior**: dal **buyer** al **visual merchandiser**. E le scuole adesso varano altri master

Fashion manager, c'è di nuovo posto

Chiuse le sfilate, riaprono le scuole per le professioni del settore della moda. «Le aziende più attente stanno già lavorando in un'ottica post-crisi», spiega **Luigi Castellani**, fondatore e partner di Suitex international, società di ricerca e selezione di personale per il sistema del fashion. «E così anche le figure junior possono trovare collocazioni interessanti». Stando all'analisi dell'osservatorio statistico di Suitex i profili più richiesti, escludendo il versante creativo, sono quelli di web store manager (responsabile del posizionamento sul canale online), export area manager e product manager. In più, aggiunge **Andrea Batilla**, direttore di Ied Moda Lab Milano, «oggi sono diventate fondamentali alcune professionalità prima ritenute di contorno: in particolare il fashion buyer e il visual merchandiser. Fattichiamo a far fronte a tutte le domande di inserimento delle aziende».

Lo Ied ha potenziato i master con questi indirizzi: dureranno dieci mesi, full time. Conferma **Linda Loppa**, direttrice di Polimoda, l'istituto di alta formazione fiorentino presieduto da **Salvatore Ferragamo** (tra i soci Stefanel e Tod's). «Abbiamo avuto un boom di iscrizioni ai master. E il placement degli studenti è del 95%». Mentre le scuole storiche aggiornano il tiro per adeguarsi alle tendenze, l'offerta di alta formazione si moltiplica. Tra pochi giorni partiranno i primi master (fashion design, marketing e gestione d'impresa, brand management) del nuovo Campus del-

la moda di Carpi, nel cuore del distretto emiliano del tessile. A guidarlo è **Philip Taylor**, ex direttore generale del Polimoda, che ha in mente una formazione legata a doppio filo alle necessità delle aziende locali: «Ho intervistato 85 imprenditori locali», racconta. I percorsi formativi sono stati cuciti su misura per le loro esigenze, con il risultato che mentre i primi 50 studenti entrano in aula, Taylor ha già sulla scrivania decine di proposte di stage.

Anche a Milano i nuovi corsi si agganciano alle richieste del sistema moda locale: «Il master in Fashion project management, partito a gennaio, risponde alla necessità di un profilo ibrido, in grado di seguire il prodotto dalla fase successiva alla creazione fino all'immissione sul mercato», spiega **Nicola Guerini**, managing director del neonato consorzio per l'alta formazione Milano fashion institute (Mfi) fondato da Bocconi, Cattolica e Politecnico con la Camera nazionale della moda. A febbraio prenderà poi il via il master in fashion & design retail: «Le richieste sono già superiori ai 25 posti disponibili», afferma Guerini. Ma quanto guadagnano i giovani manager del fashion? Secondo i dati Suitex, la retribuzione di un export area manager junior oscilla intorno ai 45 mila euro annui lordi (contro gli oltre 100 mila di un senior), mentre la figura emergente del web store manager raggiunge i 31.200 euro, che possono salire fino a 69 mila. Per Batilla di Ied Moda Lab, visual merchandiser e fashion buyer si attestano sui 1.500-1.600 euro lordi all'ingresso (spesso con un contratto a progetto). Con dieci anni di esperienza arrivano a 5-6 mila euro mensili netti. **Chiara Brusin**



Sotto, modelle in passerella. Nel tondo, Philip Taylor, direttore del Campus della moda di Carpi

