

SPECIALE FORMAZIONE

A FIRENZE IL SISTEMA MODA
VA A SCUOLA D'ECCELLENZA E
FORMA IL FUTURO.

IN AZIENDA

DALLA ZAMA, ALLE
TECNOLOGIE, AL BASSO
IMPATTO AMBIENTALE.

PROPOSITION 65

IN CALIFORNIA L'INNOVAZIONE
È PARTITA DAL BASSO: COME
RISPONDONO LE AZIENDE.

madein®

informazione e cultura tecnica nella moda a cura di 2C Coveri

Produzione sostenibile.

Le aziende del Sistema moda
possono sfruttare il cambiamento
e i nuovi paradigmi per sviluppare
nuove opportunità e continuare
ad essere competitive.





un'aula dell'Alta Scuola di Pelletteria Italiana



Scandicci, dicembre 2012

"madein" è una pubblicazione di proprietà esclusiva di 2C di Coveri Srl destinata esclusivamente all'informazione aziendale sia ad uso interno sia presso il pubblico. Ai sensi del comma 2° legge 62/2001 sono esclusi gli adempimenti di cui alla legge 47/1948.

GRAFICA, LAYOUT E PRODUZIONE

esociety marketing

TESTI

esociety marketing

FOTOGRAFIE

Yakir Yahish
Giovanni Giannoni (sfilata a pg. 6)
Roberto Tavano (aula a pg. 6)
Gaia Rosilde (pg. 3 foto 2, pg. 8)

STAMPA

Grafiche Leonardo

STAMPATO SU

Carta ottenuta impiegando materiale riciclato. Disinchiostrata senza impiego di sbiancanti e priva di brillantanti. Certificata per il controllo delle emissioni durante la produzione e per il rispetto dell'ambiente.

© COPYRIGHT 2012

Tutti i contenuti, salvo dove indicato, sono di proprietà di 2C Coveri Srl e sono tutelati ai sensi delle leggi sul diritto d'autore e sul diritto di proprietà industriale. I marchi eventualmente citati a scopo informativo, didattico o didascalico appartengono ai rispettivi titolari. I dati personali sono trattati nel rispetto del Decreto Legislativo 30 giugno 2003 n. 196.



EDITORIALE

3

Etica ed estetica: Massimo Coveri riflette sul futuro dei processi produttivi e sulla competitività del Sistema moda.

ALTAMODA SOSTENIBILE

4

Quando cambia un'epoca, cambiare non basta. Occorre anticipare il cambiamento e sfruttare ogni spinta disponibile. Un esempio di spinta dal basso: speciale sulla Proposition 65.

L'AZIENDA

5

Le nostre risposte al mercato che cambia. Cosa abbiamo già fatto e cosa faremo nel 2013 per continuare ad essere un punto di riferimento.

GENIUS LOCI: FIRENZE

6

La moda va a scuola d'eccellenza. Nei due prestigiosi istituti fiorentini si forma il futuro del Sistema moda.

PERSONE AL LAVORO

7

Focus sul reparto modelleria: un buon team e tanta tecnologia la forza di questo reparto.

Etica ed estetica: le due facce della stessa medaglia.

L'alta moda incontra la sostenibilità dei processi produttivi e diventa più competitiva. Importante il ruolo delle "piccole imprese manifatturiere".



Ho pensato di dedicare il secondo numero a qualcosa di importante. Un argomento che dà forma alle imprese e spesso ne determina la sostanza, i risultati.

Nel Sistema moda il valore viene generato da molti passaggi: i servizi creativi e tecnici di progettazione, le

industrie manifatturiere che realizzano i prodotti, le attività di relazione coi clienti, il management, la comunicazione, etc. Le "piccole imprese manifatturiere" - come la nostra - contribuiscono direttamente e indirettamente all'estetica delle collezioni. Già! L'estetica, perché in fondo la moda è da sempre estetica, bellezza. Ma da qualche tempo è in corso una rivoluzione epocale, uno di quei cambiamenti che finiscono nei libri di storia: la sostenibilità è diventata il paradigma dell'essere e del fare. La crisi ha dimostrato che per rimanere sul mercato occorre dare nuova forma e nuova sostanza alle imprese. Inoltre, ha provato che l'impatto delle attività economiche non riguarda solo l'ambiente e può diventare un importante strumento di competitività. Se in passato la nostra azienda non

avesse avuto la capacità di vedere opportunità là dove molti vedevano solo minacce, se non avessimo investito riconvertendo produzione e organizzazione, probabilmente non avremmo anticipato il cambiamento e oggi non saremmo di alcuna utilità ai nostri clienti.

Etica ed estetica sono da sempre due facce della stessa medaglia: l'etica ci consente di mantenere l'estetica e l'estetica fa da guida nell'agire in modo etico. Ecco come unendo l'etica all'estetica ancora una volta le "piccole imprese manifatturiere" possono contribuire in modo concreto al Sistema moda.

MASSIMO COVERI



Lavorazione ottone senza piombo



Modelleria

Estetica: è la percezione soggettiva e condivisa del nostro legame con l'ambiente caratterizzata da una profonda ed equilibrata armonia dinamica.

Etica: è la capacità soggettiva e intersoggettiva di concepire e compiere azioni capaci di mantenere sano ed equilibrato il legame con l'ambiente.



1



2

FOTO 1: Inserimento della lega di ZAMA nel forno;

FOTO 2: Lingotti di ZAMA.

Alta moda sostenibile, cambia un'epoca.

«Una dopo l'altra le imprese del Sistema moda si convertono al paradigma della sostenibilità ambientale e umana. Non si tratta di uno "stile di management" passeggero ma di una vera e propria svolta epocale».

Stando ai bilanci di poco meno di un centinaio di imprese della moda quotate, nel 2012 si è assistito a un rallentamento della crescita. Finora l'alto di gamma aveva goduto di una discreta salute per fatturato e redditività degli investimenti, ma ora anche qui il cambiamento si rende sempre più necessario. Ma cosa cambiare, cosa ottimizzare, dove intervenire per tornare a crescere? Secondo alcuni esperti "non siamo più in un'epoca di cambiamenti, ma nel cambiamento di un'epoca". Che poi aggiungono: "un po' come nell'ottocento, quando l'igiene diventò paradigma imprescindibile della società, dell'industria e dei comportamenti, il nuovo paradigma di oggi è la sostenibilità". Non si tratta, semplicemente, di "stare attenti" all'impatto ambientale e ai relativi eco-cost di produzione, quanto piuttosto di "ripensare" lo spirito, l'identità, i valori e l'organizzazione dell'impresa. Insomma, le aziende non potranno cavarsela solo con la comunicazione ed "una qualche" certificazione ambientale, etica o di sistema. Che questa sia una ghiotta opportunità per il rilancio delle imprese è evidente e se ne è accorto anche il Governo italiano, che proprio su questo tema

pensa di introdurre importanti novità nel 2013. Secondo il Ministro dell'ambiente Corrado Clini, infatti: "l'analisi e la riduzione degli impatti delle attività economiche rappresentano un driver non solo ambientale, ma anche un potente strumento di competitività a livello nazionale e internazionale, in un mercato, che sempre di più, ricerca la sostenibilità anche nei beni di lusso". Molti grandi brand si sono già mossi e stanno facendo letteratura: è facile trovare articoli, ricerche, manuali di management, white paper con buone pratiche e modelli di sostenibilità innovativi. Come fenomeno parallelo anche molte piccole imprese manifatturiere del Sistema moda hanno ripensato se stesse sostenendo forti investimenti per cambiare e aprire nuove strade. In questo caso, un po' ha aiutato la pressione della crisi, un po' la visione di alcuni (pochi) illuminati e un po' i passaggi generazionali in corso. Ma ci sono altre spinte al cambiamento, bottom-up, quelle che vengono dal basso, dai consumatori, dalla comunità: vedi il caso della California e della Prop. 65. Un caso interessante che ha segnato una svolta per quanti non si siano limitati a considerarne solo gli aspetti critici.

PROPOSITION 65 In California un esempio di collaborazione tra imprese e consumatori.



“ Un esempio di come i consumatori possano cambiare le imprese si trova in California, dove nel 1986 i residenti hanno fatto passare con voto popolare la "Safe Drinking Water and Toxic Enforcement Act", nota come "Prop. 65" ”



LO SCOPO DELLA PROP. 65

L'intento di questa legge era quello di fermare il rilascio di sostanze chimiche dannose per la salute e rendere i consumatori più consapevoli attraverso una semplice etichetta "WARNING" apposta sui prodotti pericolosi.



PROP. 65 E MODA

La Prop. 65 ha influenzato anche l'industria della moda per l'uso del piombo: devono essere infatti soddisfatti requisiti specifici sui livelli di piombo in vernici, pelle, PVC e in genere in tutti gli accessori (esclusi cristallo, vetro, strass, zirconia cubica).



I RISULTATI

La Prop. 65 ha scatenato la corsa all'innovazione, cambiando approcci, processi produttivi e comunicazione. Solo una manciata le azioni legali. I produttori hanno sposato la misura adottando azioni volontarie e "quiet compliance".



IL FUTURO

La Prop. 65 ha sfidato le aziende sul campo della responsabilità e la risposta è stata positiva. Imprese e consumatori dalla stessa parte per poter contare sempre (e a lungo) gli uni sugli altri.

«Non è male perché è vietato dalla legge, ma è vietato dalla legge perché è male»

Sant'Agostino

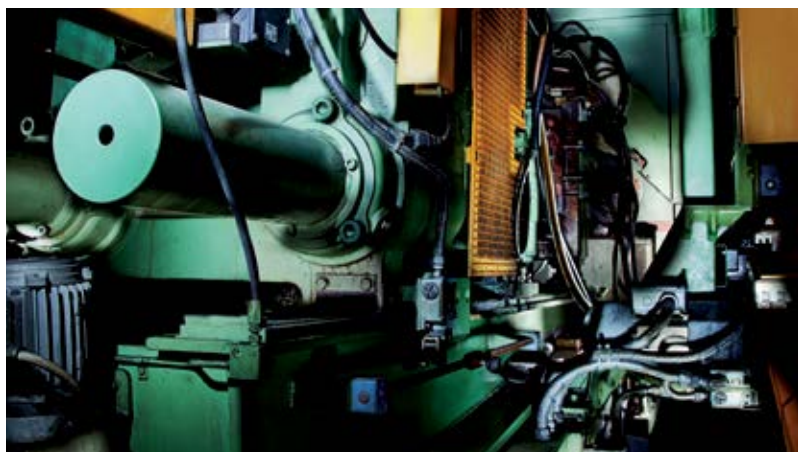
La risposta dell'azienda

Le nostre risposte al mercato che cambia. Le politiche aziendali per anticipare il cambiamento e rispondere ai clienti.

In meno di dieci anni abbiamo messo sotto sopra la nostra azienda: la sede, l'organizzazione, i processi, le tecnologie, le persone. Solo i valori e la visione sono rimasti gli stessi di 40 anni fa. Ci siamo dotati di impianti tecnologici all'avanguardia e abbiamo formato tecnici altamente specializzati. Dall'idea al prodotto finito, garantiamo internamente tutte le fasi del processo produttivo: progettazione, costruzione stampi, stampaggio, lavorazione meccanica, pulitura metalli e lucidatura, trattamenti galvanici, collaudo e consegna. Oltre a rispondere alle richieste del cliente ci siamo chiesti continuamente come avremmo potuto anticipare il cambiamento ed essere pronti per nuove sfide. Ridurre gli "eco-cost", convertire tutta la produzione alla Zama, investire sulle persone sono, dunque, solo il risultato di una forte e continua interazione col cliente.

BASSO IMPATTO AMBIENTALE.

Il ciclo produttivo di lavorazione della Zama ha un basso impatto ambientale. Lo Zinco, infatti, non disperde sostanze inquinanti ed il punto di fusione poco oltre i 400°C permette un notevole risparmio energetico. Inoltre, gli articoli realizzati con la pressofusione in Zama sono completamente riciclabili.



MACCHINA PER LA FUSIONE NEL REPARTO PRESSOFUSIONE ZAMA.



LINGOTTI DI ZAMA

LA SCELTA DELLA LEGA DI ZAMA.

Abbiamo anticipato il cambiamento puntando tutto sulla lavorazione della Zama, una lega formidabile che permette di ottenere accessori dai contorni molto precisi, resistenti, di qualità costante e a costi molto contenuti. Esattamente quello che oggi serve ai clienti. Una lavorazione semplice, ma non per tutti: basta, infatti, veramente poco per inquinare la lega con altri metalli per annullare la maggior parte dei vantaggi. Questo è uno dei motivi per cui è necessario riconvertire tutta la produzione a questo tipo di lavorazione.

AZIENDE MIGLIORI, PERSONE MIGLIORI.

Il mercato ci chiede ormai energie e impegno personale altissimo. Ogni componente della nostra azienda è orientato al servizio, alla flessibilità, alla tempestività e alla competenza specifica per eccellere. È quindi fondamentale essere orientati alle persone, mettere in campo ogni possibilità di miglioramento delle performance e del clima interno che permetta all'azienda di emergere sulla concorrenza.



REPARTO PRESSOFUSIONE ZAMA

COSTI COMPETITIVI.

Le lavorazioni di ripresa, rifinitura e lucidatura della Zama sono molti più economiche di quelle su altri materiali come alluminio e ottone. Inoltre, la pressofusione in Zama facilita i processi di verniciatura, satinatura, lucidatura, cromatura, argentatura e doratura. Questi vantaggi, uniti all'ottimizzazione degli "eco-cost", rendono le nostre produzioni estremamente competitive.

PROPOSITION 65.

La California, si sa, è l'ottava economia del mondo subito dopo l'Italia. Nessun brand può ignorare questo mercato. Per questo siamo in grado di rilasciare per ogni nostra produzione opportune certificazioni di conformità dei materiali alle nuove specifiche della Proposition 65.

Precauzioni ed igiene metallurgica

La ZAMA (o Zamak) è una lega di zinco con parti di alluminio, magnesio e rame. È resistente, economica e versatile ma deve essere lavorata in modo opportuno: molte fonderie usano le stesse apparecchiature per lavorare Zama ed altri metalli, causando inquinamento della lega e sgraditi fenomeni di corrosione inter-cristallina. In questo modo si vanificano quasi tutti i vantaggi dell'uso della Zama.

A Firenze la moda va a scuola di eccellenza.

I centri di alta formazione addestrano le nuove figure professionali della moda.



Firenze ha un legame con la moda antico e complesso. Senza voler scomodare il Medioevo possiamo dire che insieme a Milano, Roma e in parte anche Venezia ha contribuito alla nascita della Moda italiana. È stata teatro della prima grande manifestazione internazionale di moda italiana e oggi esprime uno dei distretti moda più importanti del mondo. Tra le varie eccellenze c'è il fenomeno dell'alta formazione nella moda. Due istituti spiccano per qualità e prestigio: Polimoda e l'Alta scuola di pelletteria italiana.

Polimoda, Istituto internazionale di fashion design e marketing, è un centro di eccellenza italiano riconosciuto a livello internazionale per l'alta qualità dell'offerta didattica. Nella nuova e spettacolare sede di Villa Favard gli oltre 1000 studenti vengono formati a due diverse professionalità: creazione e design; e comunicazione, marketing e management. Metà degli studenti sono stranieri e quasi il 90% dei diplo-

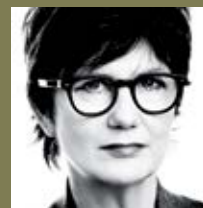
mati trova lavoro entro 6 mesi dalla fine degli studi. Il continuo contatto con oltre 2000 aziende è il valore aggiunto di Polimoda: nell'ultimo anno scolastico l'ufficio Stage e Sbocchi professionali ha organizzato quasi 250 stage in 125 aziende, garantendo il lavoro ad un terzo dei tirocinanti. A condurre l'Istituto solo esperti: a partire dal presidente Ferruccio Ferragamo e dal direttore Linda Loppa, nome internazionale di rilievo per la formazione moda che ha recentemente rilanciato l'immagine dell'Istituto e rielaborato un'offerta didattica improntata alla qualità, alla ricerca e alla creatività.

(www.polimoda.com)

L'Alta Scuola di Pelletteria Italiana

È la fucina della manodopera specializzata del distretto fiorentino del lusso. In meno di dieci anni è diventata il punto di riferimento per la formazione professionale specialistica nel settore pelletteria di lusso. La scuola contribuisce a perpetuare, innovare e diffondere quel "sapere" artigiano fatto di creatività, manualità e perizia, con cui vengono lavorati i pellami destinati a trasformarsi negli oggetti di lusso delle principali griffe internazionali. Nell'ultimo anno scolastico sono stati formati oltre 200 principianti e disoccupati: profili tecnici ad oggi già tutti impiegati nelle aziende con assunzioni a tempo indeterminato nel 70% dei casi. Per altri 450 studenti lavoratori sono stati organizzati corsi di specializzazione in collaborazione con aziende del comparto. Anche qui stessa formula di governance: il presidente è Karlheinz Hofer e la direttrice è Laura Chini, che ha visto nascere la scuola.

(www.altascuoladipelletteria.it)



LINDA LOPPA
[direttrice
Polimoda]

“ Il rapporto con il territorio è centrale nella filosofia di Polimoda: ritengo infatti che la Moda non possa definirsi tale se non è in grado di collegare idee, concetti, conoscenze e territori diversi, per dare vita a qualcosa di nuovo e innovativo. Il patrimonio di manualità, tecnica, competenze e conoscenze del nostro territorio è un plus importantissimo per i nostri studenti, che scelgono Polimoda anche per la sua posizione strategica. ”



KARLHEINZ
HOFER
[presidente Alta
Scuola di Pelletteria
Italiana]

“ L'Alta Scuola di Pelletteria Italiana è il punto di riferimento per la formazione professionale e la specializzazione nel comparto della pelletteria di lusso, ma anche un luogo di incontro in cui si scambiano le idee e si creano le premesse per il futuro. ”



un'aula dell'Alta Scuola
di Pelletteria Italiana

Dentro l'azienda: le storie e i personaggi

La rubrica dedicata alle persone nel reparto Modelleria: Andrea, Antonio, Claudio, Francesco e Lorenzo.

ANDREA



CARATTERISTICHE

- 24 anni
- è con noi da 1 anno
- si occupa principalmente di disegni tecnici e modellera varia

IL SUO STRUMENTO PREFERITO



ANTONIO



CARATTERISTICHE

- 33 anni
- è con noi da 15 anni
- si occupa principalmente di progettazione e modellera varia

IL SUO STRUMENTO PREFERITO



CLAUDIO



CARATTERISTICHE

- 20 anni
- è con noi da 2 anni
- si occupa principalmente di modellera varia e progettazione

IL SUO STRUMENTO PREFERITO



LORENZO



CARATTERISTICHE

- 37 anni
- è con noi da 5 anni
- è il responsabile del reparto mod-elleria

IL SUO STRUMENTO PREFERITO



FRANCESCO



CARATTERISTICHE

- 33 anni
- è con noi da 15 anni
- si occupa principalmente di disegni tecnici e modellera varia

IL SUO STRUMENTO PREFERITO



MACCHINA A LASER



MACCHINA PROTOTIPATRICE



MACCHINA A CONTROLLO

NEL PROSSIMO NUMERO



2C FESTEGGIA 40 ANNI.

Il prossimo numero sarà speciale e uscirà in occasione dei 40 anni di attività dell'azienda. Tante storie, tante persone, tanti stimoli dal passato per capire il presente e per anticipare le tendenze del futuro. La storia di una piccola impresa familiare che diventa grande, raccontata per conoscere meglio e rendere omaggio al Sistema di imprese della moda.

FOCUS: IMPRESE DI FAMIGLIA

Le imprese di famiglia sono un fiore all'occhiello del Sistema moda italiano e rappresentano uno straordinario elemento di memoria e continuità. Secondo gli esperti la "governance" familiare è addirittura uno dei segreti per la crescita degli indici di redditività e per il benessere dei dipendenti.



2C di Coveri Srl accessori per pelletteria calzature e confezioni
SEDE LEGALE: via Poliziano 5 Firenze p.iva 01357460482
SEDE OPERATIVA: via San Colombano (loc. Granatieri) 187/a Scandicci
tel +39 055 7311219 - 720546 fax +39 055 7310156
www.coveriweb.com