

SPECIALE SMALTATURA
COME RENDERE
ANCORA PIÙ PREZIOSI
ACCESSORI E GIOIELLI.

IN AZIENDA
NUOVO STABILIMENTO
AL VIA I LAVORI
PER L'ESPANSIONE.

GENIUS LOCI: IED FIRENZE
A SCUOLA DI DESIGN.
A FIRENZE IED FORMA
I FUTURI PROFESSIONISTI.

madein®

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



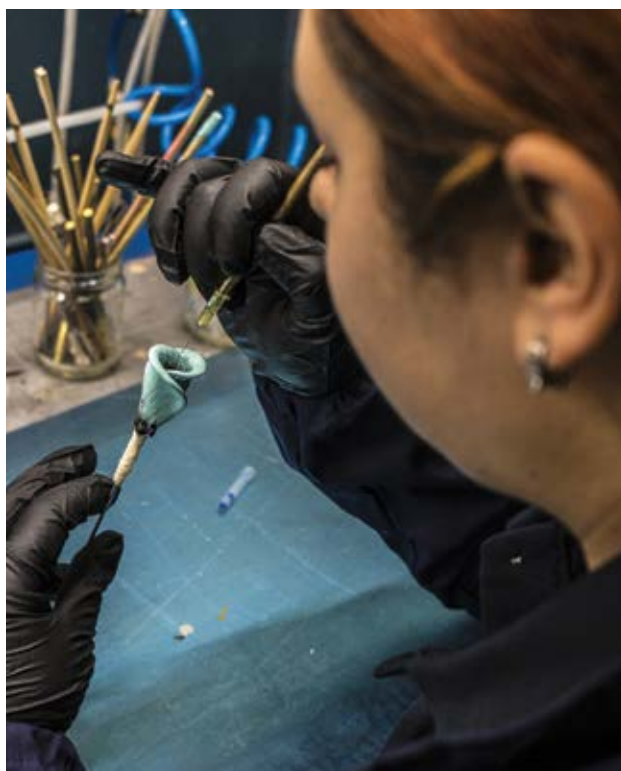
10° USCITA

Celebriamo la 10° uscita di MADEIN. In 5 anni oltre 26100 parole dedicate all'informazione e alla cultura tecnica nella moda.

LA SCIENZA DEL LAVORO DI SQUADRA

Nei lavori altamente specializzati o creativi il lavoro di squadra è l'elemento critico per il successo. Cosa rende davvero speciale il teamwork?





Scandicci, dicembre 2016

"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
MarketingCamp

FOTOGRAFIE
Marco Peluso

STAMPA
Tipografia Bertelli

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

© COPYRIGHT 2016

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

Le fabbriche devono imparare a rivelare il loro "lato segreto" e i distretti possono diventare agenti di promozione.

**PROCESSO E SCIENZA
DEL "FARE TEAM" 4**

Il lavoro di squadra ha vantaggi e svantaggi e oggi può finalmente contare su studi scientifici. Una risorsa straordinaria per le imprese di successo.

L'AZIENDA 5

Speciale nuovo stabilimento: la tradizione artigianale incontra l'innovazione. Nasce un luogo unico per sviluppare soluzioni sempre più vicine al cliente.

**GENIUS LOCI:
ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN 6**

A scuola di design. A Firenze IED forma i futuri professionisti della moda, delle arti e della comunicazione.

PERSONE AL LAVORO 7

Metallo e smalto insieme per abbellire accessori e gioielli. Focus sul nuovo reparto smaltatura interno all'azienda.

Saper fare e far sapere: vendiamo cultura ma non sappiamo raccontarlo.

Abbiamo un legame emozionale con gli oggetti che creiamo, attraverso le nostre radici, ma dobbiamo imparare a dare valore all'esperienza.



Apriamo al pubblico le nostre fabbriche! Questo può sembrare uno slogan da rivoluzione industriale, bensì è un'esortazione a rivelare il nostro "lato segreto" un po' come fanno i francesi durante le "Journées Particulieres", durante le quali, per alcuni giorni dell'anno ammettono i visitatori negli atelier del gruppo, la maggior parte dei quali in Italia, per mostrare come nasce un oggetto di lusso.

È tanta l'enfasi su MADEIN Italy che in Cina le principali maison francesi vengono riconosciute come italiane e questo la direbbe lunga sul fatto che ci si dovrebbe unire

tutti nella promozione non centrata solo sulle città d'arte ma anche sui nostri distretti, industriali e manifatturieri, portando così valore e visibilità.

In 2C Coveri stiamo creando un grande laboratorio "silenzioso", adiacente alla fabbrica, dove mischieremo cultura del prodotto e contatto commerciale, in un unico contenitore atto a stimolare e affascinare, dove realmente le cose prenderanno forma sotto gli occhi del visitatore. Perché oggi vendi l'azienda, non solo il prodotto, chi compra acquista tutto il pacchetto, così facendo avremo consensi importanti di cui beneficerebbero tutti, producendo cultura e rendendo straordinari prodotti altrimenti ordinari.

Il rientro in Italia di alcune produzioni (cosiddetto "reshoring"), portate all'estero negli anni della grande fuga, verso paesi con un basso costo del lavoro, è un fenomeno dilagante attuato da aziende spinte dall'aumento dei costi del lavoro in Asia e dalla ripresa in America ed Europa, con il risultato della creazione di nuovi posti

di lavoro, mantenimento delle competenze e valorizzazione nel Paese. Si manterrebbe così un pieno controllo sul know-how soprattutto nei prodotti di fascia media che necessitano di riqualificazione, richiedendo uno sforzo di comunicazione per andare oltre il brand, creando trasparenza sulla filiera e sui processi di produzione, adottando nuove tecnologie produttive ormai alla portata di aziende nostrane e entrate a pieno titolo nel tessuto e nelle competenze dei nostri operai. Sto parlando di scanner 3d, sintetizzatrici a prototipazione veloce, robot antropomorfi, che potrebbero rendere personalizzabile anche un prodotto di prezzo medio, perché non dimentichiamoci che la differenza di prezzo è giustificata dall'esperienza che vive il consumatore.

**Mattia Reggiani
commerciale e marketing**

«La fabbrica non può guardare solo all'indice dei profitti. Deve distribuire ricchezza, cultura, servizi, democrazia. Io penso la fabbrica per l'uomo, non l'uomo per la fabbrica».

Adriano Olivetti

**SIGNORE E SIGNORI,
ECCO A VOI IL 10°
NUMERO DI MADEIN.**



10 in chimica è il numero atomico del Neon (Ne), per questo vogliamo simbolicamente accendere una luce celebrativa sulla nostra entusiasmante esperienza editoriale. Per chi come noi è più bravo a "fare" che a "comunicare", scrivere di informazione e cultura tecnica della moda sembrava una sfida impossibile. Oggi, invece, grazie a tutta la redazione, ai colleghi che ci hanno sostenuto con le nuove notizie e all'azienda che continua a credere nel progetto siamo fieri di raccontare in modo naturale un nuovo modo di vivere la fabbrica.

Auguri MADEIN!

Il processo al lavoro di squadra e la scienza del "fare team".

Far crescere gruppi di lavoro vincenti è ormai una scienza e una responsabilità precisa delle imprese di successo.

«Vostro onore, il "lavoro di squadra" sviluppa appartenenza, condivisione, socializzazione e partecipazione attiva» sostiene l'avvocato difensore. «Mi oppongo vostro onore! Nel "lavoro in gruppo" si litiga, lo stress aumenta, si producono distrazioni e chi è più competente viene rallentato dagli incapaci», risponde l'accusa. Questo potrebbe essere l'inizio di un ipotetico e surreale processo al "lavoro di squadra". Negli ultimi quarant'anni i "gruppi di lavoro" sono stati studiati più di ogni altra dinamica aziendale. Per ogni vantaggio individuato nel collaborare è stato evidenziato anche un limite. Già la tradizione popolare italiana si era espressa in modo chiaro col proverbio: "chi fa da sé fa per tre".

La realtà è che ad alimentare il dilemma c'è la semplice constatazione che lavorare in gruppo è al tempo stesso la causa del successo e il motivo della catastrofe di un progetto, di una sfida o di un business. Come se non esistessero mezze misure. Alcuni gruppi sono celebrati come vincitori, mentre altri come causa dell'insuccesso. Nessun equilibrio sembra essere ammesso.

Gli esperti hanno raggiunto alcune conclusioni interessanti. In modo scientifico, oggettivo, fuggendo dal fumo delle cattive e delle buone esperienze individuali. Oggi sappiamo, ad esempio, che ciò che conta veramente non sono la personalità, gli atteggiamenti o gli stili comportamentali dei membri di una squadra. Quello che serve per avere successo sono alcune "condizioni abilitanti". Gli studi individuano, in particolare, tre condizioni: una direzione convincente, una struttura forte e un contesto incoraggiante.

Anni di ricerca ci hanno insegnato che sebbene gli elementi di criticità tendano

ad aumentare e a diventare più complicati, il numero di fattori che impattano positivamente sul successo di un gruppo restano relativamente limitati. Insomma, più complicate sono le sfide che i team si trovano ad affrontare e più semplici sono le chiavi del successo che questi devono ricercare.

Dalle analisi dei team vincenti emerge la necessità di comunicare in modo continuo, scambiare informazioni costantemente a tutti i livelli. I team perdenti, al contrario, hanno spesso soggetti dominanti, gruppi dentro i gruppi. Ogni componente del team deve impegnarsi a dedicare tempo a parlare e ascoltare. Ma non basta avere bravi ascoltatori e bravi oratori nel gruppo: le due competenze devono essere spese in egual misura da ogni singolo componente. Grande coesione interna ma anche grande apertura all'esterno: i team vincenti sono curiosi, amano innovare esplorando idee e informazioni al di fuori del gruppo. Un ulteriore aspetto critico è la comunicazione informale: i team migliori spendono molto tempo, oltre la metà di quello che hanno a disposizione a interagire fuori dalle riunioni formali.

Ciò che distingue i successi dai fallimenti, dunque, non è il "team" in sé, quanto la capacità di "fare team". Ancora una volta, il dinamismo del verbo ha la meglio rispetto alla staticità del sostantivo. Le imprese non possono più improvvisare o affidare le persone agli stregoni del team building. "Fare team" non è questione di buona volontà né di esperienza di qualche manager. Anche se tutto il sapere del mondo non può garantire fortuna ad una squadra lanciata verso i propri obiettivi, ormai la "scienza della squadra vincente" è il punto di partenza per imprese, progetti e sfide di successo.



L'INTERAZIONE INFORMALE.



La Pattuglia Acrobatica Nazionale è il fiore all'occhiello dell'Aeronautica italiana. Solo i piloti migliori accedono alle Frecce Tricolori. Un solo pilota all'anno viene ammesso nello speciale gruppo. Egli deve possedere il massimo delle qualità, attestandole con oltre 1000 ore di volo e delle verifiche sul campo. Pochi sanno, tuttavia, che una delle prove di selezione avviene fuori dalla base militare ed è "informale". I "giovani" candidati vengono fatti uscire dalla base e trascorrono del tempo in "libera uscita" insieme agli esperti "Pony" - così vengono chiamati gli 11 piloti delle Frecce Tricolori. Durante questa "sessione informale" vengono osservate le qualità umane e relazionali dei candidati. E questo farà la differenza nella loro selezione.

La risposta dell'azienda



SPECIALE AMPLIAMENTO: IL NUOVO STABILIMENTO E L'ARTIGIANATO 4.0

Anche la nostra azienda sta vivendo il fenomeno del "Rinascimento digitale". Dal territorio nel XV secolo ha visto nascere il profondo processo di trasformazione sociale, artistica ed economica che donò al mondo tanta bellezza e tanto splendore, 2C Coveri interpreta il recente periodo di cambiamento come un'opportunità per concepire un nuovo ruolo della fabbrica. Stiamo investendo per riscoprire la bellezza delle arti e dei mestieri dimenticati per portare valore alle lavorazioni di elevato livello, tipiche della moda e del lusso. I mercati di massa sembrano essere in estinzione e le aziende - come la politica contemporanea - fanno sempre più difficoltà a decifrare gli atteggiamenti e prevedere i comportamenti delle persone. 2C Coveri risponde adattando la produzione alle mutate esigenze del mercato. Se prima per mantenere la qualità dei manufatti occorreva produrre piccole serie ed essere piccoli artigiani, oggi grazie all'innovazione applicata ai mestieri tradizionali, il nostro nuovo ruolo ha una potenzialità rivoluzionaria. Con l'apertura del nuovo stabilimento saremo in grado di diventare un punto di riferimento per il settore tessile-abbigliamento e calzaturiero. Innumerevoli, infatti, i benefici per le aziende produttrici di abiti e accessori made in Italy in termini di qualità, costi e creatività.

STUDIO DI ARCHITETTI BEDINI & PARTNERS

Lo studio Bedini & Partners realizza progettazioni nell'ambito residenziale, commerciale e industriale. La progettazione oltre che riguardare la parte architettonica, può essere completa dal punto di vista strutturale che impiantistico avvalendosi di collaboratori. I progetti sono sempre calibrati sulle esigenze del cliente con il quale sviluppiamo gli aspetti architettonici.

BEDINI&PARTNERS

via delle Masse 24 Montelupo F.no (FI)
+39 0571 929175

bediniepartners.it

IED Firenze.

La scuola di riferimento per le nuove tecnologie e l'alto artigianato nel centro storico di Firenze.



LA SEDE IED FIRENZE

Il Modello formativo di IED rappresenta una vera e propria "immersione" nel fashion system.

Essendo parte di una grande rete accademica in stretto contatto con i distretti cruciali della produzione "made in Italy", i corsi IED offrono un'opportunità unica per gli studenti di essere coinvolti e attratti dal sistema moda. La comunicazione o la progettazione nei contesti moda, non è solo una questione di teoria. Importanti case-histories di riferimento vengono analizzate e studiate all'interno di diverse esperienze educative con innovativi percorsi di ricerca, come l'analisi delle tendenze moda e dell'alto artigianato del sistema moda.

La metodologia proposta prevede visite aziendali, incontri con importanti referenti del fashion business e processi sperimentali, in un percorso formativo multidisciplinare per i futuri professionisti come visual designer e progettisti di prodotto, esperti di marketing e pubblicità, fashion buyers, fotografi, video-maker o fashion business strategist.

Nel **Corso di Laurea triennale in Fashion Design**, sia nell'orientamento shoes and accessories che nell'orientamento abbigliamento gli studenti uniscono una formazione nell'area stile a una conoscenza approfondita di alcuni elementi cardine della filiera manifatturiera moda,

come la modelliera e la prototipia. Visite e incontri con aziende del made in Italy forniscono agli studenti un approccio fattivo e realistico. Gli Studenti lavorano su brief assegnati da grandi brand di moda come **Adidas (Germania), Tod's, The Bridge, D.A.T.E e FullSpot.**

Nell'ambito del **Corso di Laurea triennale in Fashion Stylist and Communication**, in lingua inglese, gli studenti mettono insieme valori del sistema moda e della filiera attraverso strategie avanzate di comunicazione e styling supportate dai new media. Nel programma di **Master in Fashion Business** gli studenti invece acquisiscono capacità di comunicazione, marketing e management che affrontano tematiche cruciali del sistem made in Italy tra produzioni di alta moda e mercato globale. Gli studenti lavorano su brief assegnati da grandi brand di moda come **Peggy Guggenheim Collection, Pepsico Cina, Viarno and Adidas (Germania), Vibram, Tod's, The Bridge e UniCoop.**

In particolare, organizzando workshop e special week di ricerca all'interno del calendario didattico IED, l'Istituto crea una vera e propria dialettica con le PMI del "made in Italy" e i professionisti della moda. Queste esperienze di ricerca comuni ai diversi orientamenti, concentrandosi su design di moda, styling e strategie di comunicazione, rappresentano un format efficace per creare un vero collegamento tra istruzione e imprese. Questa connessione è un metodo molto importante per rendere gli studenti consapevoli dell'importanza del patrimonio culturale incluso nel sistema moda italiano.

Possiamo quindi concludere che la missione di questo processo "learning by doing" è quello di ricostruire fondamentali "ponti" tra formazione accademica e il mondo della moda.



Riccardo Bresciani
[coordinatore corso Master in Fashion business e Area Master IED Firenze]

“ IED Firenze sta sviluppando una forte e affascinante autonomia nello scenario della moda in continua evoluzione dove "mestiere" sembra essere la parola d'ordine: tutti i corsi sulla gestione, produzione, progettazione e marketing prendono in considerazione le future tendenze della moda e il nuovo significato di concetti quali lusso, stile, modelli di business, di comunicazione e, per non dimenticarlo, fast fashion. ci sono stati enormi cambiamenti nel settore della moda e IED Firenze ha modellato l'offerta in modo che corrisponda a questa situazione dinamica e che allo stesso tempo fornisca un programma di apprendimento che è stato altamente efficace e fino ad oggi. Questo è il modo con cui affrontiamo il futuro della moda e la sua richiesta di talenti contemporanei. ”



IED Firenze
via M. Bufalini 6/r 50122
Tel. +39 055 29821
infofirenze@ied.it

Dentro l'azienda: le storie e i personaggi

La rubrica dedicata alle nostre persone: in questa uscita il reparto smaltatura

SARA
capo reparto

SAADIA
assistente smaltatura



LA SEMPLICITÀ CHE DONA BELLEZZA E STILE AI MANUFATTI IN METALLO.

L'uomo si è sempre dato da fare per migliorare e impreziosire i propri manufatti. Nei secoli si sono succedute decine di lavorazioni e centinaia di strumenti. Una tecnica antica rimasta praticamente invariata è quella della smaltatura. Appena un po' di tecnologia in più ma dal suo concepimento non sono cambiate molte cose. In sintesi, la superficie metallica viene coperta da una polvere vetrosa che fondendosi decora l'oggetto. Tutto qui. Anche se appare semplice, in realtà la smaltatura è una delle lavorazioni artigianali più complesse e trae esperienza da decine di secoli di storia: cloisonné, champlevé, smalti

incrostanti, smalti a tutto tondo o email in ronde bosse, basse taille o smaltatura a bassorilievo, plique-à-jour, superfici sbalzate o smalti guilloché, smalti en plein e smalti dipinti, solo alcune delle tecniche a disposizione degli smaltatori. Una competenza che oggi hanno solo poche aziende specializzate. Per questo, 2C Cove-ri ha deciso di sviluppare un reparto interno interamente dedicato alla smaltatura. Due artigiani pazienti lavorano i manufatti con cura e scrupolo per far arrivare al cliente oggetti unici, di prestigio e duraturi. Dopo aver preso in carico i pezzi dagli altri reparti interni, gli

operatori della smaltatura stendono i colori e ripetono l'operazione anche molte volte fino alla copertura totale della superficie. Dopo un primo controllo di qualità gli oggetti passano nei forni dove varie temperature solidificano lo smalto vetroso e fanno emergere i colori nella loro bellezza. Fondamentali anche le successive fasi di finitura dei manufatti, dove gli artigiani eliminano le imperfezioni e fanno emergere al massimo la lucidità del metallo e dello smalto vetroso. Una tecnica (apparentemente) semplice ma sempre più richiesta per fornire carattere e riconoscibilità agli accessori moda.



SMALTATURA PETALI



REPARTO SMALTATURA



IL CAPO REPARTO AL LAVORO

NEL PROSSIMO NUMERO



ESPANSIONE DEL REPARTO GALVANICA.

Torneremo a parlare di un reparto centrale per l'azienda: la Galvanica. Presenteremo le novità e il contesto che ha spinto il management a investire per rendere la produzione ancora più flessibile e integrata.

FOCUS: IL PASSAGGIO GENERAZIONALE

Solo il 5% delle imprese sopravvive al terzo passaggio di generazione e ogni anno oltre 600 mila lavoratori perdono il posto per il fallimento della successione. Il modello a "conduzione familiare" italiano è ancora adatto a tenere il passo coi tempi moderni? Quali sono le alternative e i criteri di successo?



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 - info@coveriweb.com

