La copertina

by Marinella Calzona

ll volume intitolato “Agente di moda: una professione storica proiettata nel futuro”, editore Franco Angeli è interessante e rispecchia l’esperienza degli autori nel settore: Massimo Costa, Segretario Generale di Assomoda Italia, Riccardo Pagani consulente legale della stessa Associazione e da Ada Cattaneo, che è assistente di Giampaolo Fabris nella facoltà di Sociologia dell’Università S. Raffaele. Il pregio essenziale del volume e quindi il suo interesse è quello di essere un testo monografico e per ciò stesso esauriente sulla figura professionale dell’agente moda.Glia autori hanno voluto fornire accenni alla storia di Assomoda, l’Associazione che dal 1969 è l’unica organizzazione rappresentativa degli agenti moda per i quali ha anche elaborato un codice deontologico.

Un testo edito da Franco Angeli e curato da Assomoda Italia. La significativa evoluzione del professionista della vendita. L’antica figura del rappresentante si pone oggi in una posizione chiave della filiera della moda, dove può svolgere un suo specifico ruolo anche di consulente di mercato e di tendenze, divenendo quindi figura importante per il successo delle collezioni e della produzione.
Un percorso formativo alla professione voluto da Assomoda.

La copertina

Non si tratta solo di fare la storia della professione, che comunque viene tracciata, ma di ridisegnare una figura professionale importante nel settore moda, alla luce dell'evoluzione del sistema moda stesso e dell'evoluzione della società.
L'agente di moda -significativo cambio terminologico per indicare l'antica figura del rappresentante-, si pone oggi in una posizione chiave della filiera della moda. A monte sono i produttori e gli agenti buyers e a valle i rivenditori, i dettaglianti, gli acquirenti finali: in ogni passaggio della filiera l'agente può svolgere un suo specifico ruolo anche di consulente di mercato e di consulente di tendenze divenendo quindi figura importante per il successo delle collezioni e della produzione.

Molti sono i cambiamenti essenziali che la figura professionale sperimenta. Prima fra tutti l'inversione di "ruolo" tra agente e cliente, nel senso che oggi è il cliente a recarsi dall'agente e non il contrario; spesso l'agente deve trasformarsi in titolare di uno showroom in cui di fatto riceve il cliente e per ciò stesso acquisire competenze manageriali che prima non erano richieste. E inoltre una conoscenza dei sistemi informatici che possono consentirgli una sempre più ampia ed efficace attività di comunicazione e di vendita, senza allontanarsi dalla sua postazione di lavoro. Ciò non toglie l'esigenza che oggi è generalizzata di ampliare il raggio di azione; il suo lavoro non è più localizzato in una, potremmo dire, porzione di territorio; la globalizzazione esige, anche per l'agente di moda, una visione aperta a tutto il mondo.

A completamento del testo esaminato sembra utile accennare al fatto che Assomoda in collaborazione con Oltremoda Italia e JobPass (www.jobpass.it/scuolaagenti.htm) si è fatto promotore di un sistema permanente di formazione e aggiornamento per l' Agente di Moda

che prevede un percorso formativo che, oltre alle competenze di base richieste dalla professione di Agente, fornisca anche le specificità tipiche di chi opera nel settore moda, dalle conoscenze dei tessuti, dei prodotti e dei processi produttivi alle capacità di prevedere le tendenze e le esigenze dei Consumatori finali, nei mercati di riferimento, in modo da far trovare sul mercato il prodotto giusto al momento giusto, incrementando il fatturato di tutta la filiera.

I corsi saranno rivolti a tre differenti target di utenza, a seconda del livelli di esperienza dei partecipano.