



I Mestieri d'Arte della Moda. Intervista a Franco Cogni.



Franco Cogni ph E, Zamponi

Franco Cogni è sicuramente uno dei massimi esperti del settore del lusso: fondatore nel 1973 della prima filiale di Cartier nel mondo (Le Must de Cartier Italia), Presidente del Comitato Culturale della Fondation de la Haute Horlogerie, Non-Executive Director e membro del Nominations Committee della Compagnie Financière Richemont SA, Presidente di Creative Academy.

Lo abbiamo voluto intervistare in qualità di Presidente della Fondazione Cogni dei Mestieri d'Arte per ascoltare il suo punto di vista sui mestieri legati al settore Moda. Ci ha mosso il desiderio di dare, attraverso la nostra rivista, un piccolo contributo alla valorizzazione tra i giovani di antichi mestieri essenziali per mantenere quell'eccellenza del prodotto italiano nel mondo.

Innanzitutto lasciamo che sia lui stesso a presentare la Fondazione di cui è Presidente.

Le iniziative della Fondazione Cogni dei Mestieri d'Arte sono volte, soprattutto, a sensibilizzare e a favorire una nuova cultura del mestiere d'arte d'eccellenza. Trasmettere cultura significa agire su più livelli: culturale, educativo, orientativo. Proprio a questo scopo che collaboriamo per esempio con la Fabbrica del Talento, organizzazione sviluppata dalla facoltà di Scienze della Formazione dell'Università Cattolica, che ha tra i propri obiettivi quello di aiutare i giovani dai 6 ai 18 anni a manifestare il loro talento artistico e svilupparlo tramite il legame con un savoir-faire "tecnico" e trasmissibile.

Sempre a tale scopo, nel corso dell'anno accademico 2009/2010, abbiamo costituito la



cattedra "Fondazione Cologni" in Sistemi di gestione dei mestieri d'arte presso la Laurea Triennale in Economia e Gestione dei Beni Culturali. Collaboriamo inoltre con il CROSS (Centro di Ricerca per l'Orientamento dell'Università Cattolica) e abbiamo contribuito a realizzare il progetto RE.T.I.C.A. - Rete Territoriale per l'Innovazione della Creatività Applicata. "Giovani idee cambiano il futuro" - progetto co-finanziato da Regione Lombardia nell'ambito delle Politiche Giovanili per avvicinare i giovani alle risorse, alle tradizioni e alle bellezze artistiche e culturali del territorio lombardo.

Partecipiamo inoltre all'attività di Creative Academy, la scuola di design del Gruppo Richemont con sede a Milano. Fra le prime azioni intraprese figura la costituzione e finanziamento di una biblioteca specializzata in design e arti applicate presso la sede milanese della Scuola e l'organizzazione di un seminario dedicato ai rapporti tra mestieri d'arte, design e mondo del lusso.

Promuoviamo e sosteniamo una serie di iniziative culturali, scientifiche e divulgative, tra cui l'attività editoriale con le due collane "Mestieri d'Arte" e "Ricerche", entrambe edita da Marsilio; l'organizzazione di convegni e di mostre; il finanziamento della ricerca scientifica attraverso il Centro di ricerca "Arti e mestieri" presso l'Università Cattolica di Milano. In collaborazione con Swan Group, sviluppiamo il progetto editoriale "Mestieri d'Arte", una rivista dedicata all'eccellenza del Made in Italy.

Attraverso la collaborazione con la Civica Scuola di Liuteria del Comune di Milano abbiamo finanziato tre tirocini formativi per giovani liutai e, proprio in questi giorni, una mostra sulla liuteria contemporanea sviluppata insieme a La Verdi di Milano e alla Fondazione Stradivari di Cremona.

Presidente Cologni, una preoccupazione pervade il settore tessile e della moda. Come



I Mestieri d'Arte della Moda. Intervista a Franco Cologni.

mantenere l'eccellenza del Made in Italy se scompaiono le professionalità essenziali a questo fine?

Premetto che sono fiducioso sul fatto che i settori del tessile e della moda, così come tutti quelli legati ai Mestieri d'Arte, resteranno a lungo alla base dell'eccellenza del Made in Italy. Ma è comunque nostro dovere preservarli dal rischio di scomparsa, che purtroppo esiste ed è concreto.

La scarsa visibilità di cui godono queste nobili professioni, infatti, è causa di una loro limitata conoscenza presso le giovani generazioni, senza il cui apporto sarebbe difficile mantenere il vantaggio competitivo che, al momento, permette ancora al nostro Paese di rintracciare aree di eccellenza non imitabili né esportabili.

Quali sono le artigianalità imprescindibili nel campo moda, tessile, abbigliamento ed accessori?



Ricami in oro e cristalli di Pino Grasso

Se oggi la moda italiana evoca ovunque nel mondo una brillante sintesi di eleganza, genialità e tradizione, il merito spetta anche al lavoro, spesso oscuro, di generazioni di sarti, modellisti, pellettieri, ricamatori e così via. Maestri riconosciuti spesso come semplici fornitori o collaboratori ma che, pur tra mille difficoltà, hanno tenuto vive tradizioni locali di assoluta eccellenza nei loro atelier.

Proprio in quest'ottica, nell'ambito di "Milano Loves Fashion" dello scorso febbraio, la Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte ha promosso e curato la mostra "Mestieri d'Arte, Moda d'Autore", con il Comune di Milano e il Gruppo RCS.

La mostra, allestita presso la Sala Alessi di Palazzo Marino, era dedicata al grande ricamatore milanese Pino Grasso, vera eccellenza della moda italiana. Oltre ad essere da



cinquant'anni il punto di riferimento per molti nomi dell'alta moda e del prêt-à-porter di lusso italiani - solo per citarne qualcuno: Valentino, Giorgio Armani, Etro, Dolce & Gabbana, Prada, Mila Schön, Versace, Gianfranco Ferré e Raffaella Curiel - il maestro è continuamente alla ricerca di materiali e forme sempre nuove che possano arricchire il suo prestigioso archivio e stimolare la sua committenza.

Ma questo è solo un esempio: sarebbe infatti impossibile pensare a una moda italiana acclamata e desiderata in tutto il mondo se non ci fossero le abili mani e le menti creative dei sarti, dei textile designer, dei modellisti, di tutti coloro che con impegno, pazienza e passione traducono l'idea dello stilista in un capo eccellente.

Ci sono nuove artigianalità in questo settore dove la creatività si possa coniugare con le nuove tecnologie informatiche che sicuramente sono di richiamo per i giovani d'oggi?

Al giorno d'oggi esistono diverse tecniche innovative che vengono applicate nei processi produttivi professionali in tutte le fasi di realizzazione di una collezione: dal taglio di capi fino alla progettazione assistita da computer con programmi come Illustrator, AutoCAD o Adobe Photoshop.

Molti giovani intraprendono percorsi di studio mirati ad acquisire la conoscenza di queste tecniche di progettazione e le competenze necessarie per operare con i principali programmi informatici dedicati, con le tecniche del figurino, del design e della stilizzazione dei bozzetti, grafica 3D, taglio, confezionamento e lavorazione dei materiali.

La tecnologia non è nemica dell'artigianalità: al contrario, questi due fattori sono complementari e necessariamente in dialogo tra loro.

Un esempio molto chiaro viene dall'utilizzo dei nuovi materiali, o dall'evoluzione dei



materiali tradizionali: c'è molta attenzione per le diverse possibilità che si possono ottenere, ma è sempre necessario trovare il giusto equilibrio fra tradizione e innovazione, manualità e virtualità.

E' possibile nel futuro che gli artigiani del Made in Italy siano immigrati. Questo sarà un danno o potrebbe essere una soluzione? Potranno assorbire - sapremo trasmetterla- la cultura del "bello ben fatto" che caratterizza la nostra produzione?

Quella che lei prospetta è una visione plausibile, ma a mio avviso non rappresenta né un danno né, tanto meno, una soluzione: è la naturale evoluzione della società moderna, che trova riscontro nel mondo del lavoro come in ogni aspetto della vita di ogni giorno.

Gran parte dei figli degli immigrati che siamo abituati a incontrare per le strade sono nati in Italia, hanno nomi italiani, frequentano le nostre scuole e parlano correttamente la nostra lingua. E' naturale e anzi auspicabile che alcuni di essi intraprendano mestieri legati all'artigianato artistico d'eccellenza.

Può la Fondazione da lei presieduta essere un veicolo di promozioni delle artigianalità legate alla Moda?

La Fondazione Cologni è una piccola realtà privata, non-profit e concentrata sulla propria mission: ma cerchiamo, nel nostro piccolo, di offrire il nostro contributo. Ci sono diverse iniziative della Fondazione Cologni che riguardano artigianalità legate al mondo della moda. Ad esempio, il Centro di ricerca "Arti e mestieri" dell'Università Cattolica, che noi



finanziamo, ha condotto un'indagine per la storica Scuola Cova di Milano, con l'obiettivo di rintracciare le nuove professionalità richieste dalle imprese e dagli atelier della città in diversi settori, tra cui appunto la moda.

Cosa si aspetterebbe che facesse il settore moda per la promozione delle professioni inerenti al suo comparto?

Spesso rileviamo quanto sia limitata la conoscenza di questo settore e quanto siano invece radicate alcune convinzioni o preconcetti: quello della moda non è un mondo fatto solo dal glamour delle sfilate. Al contrario è un comparto complesso, variegato, caratterizzato da un elevato grado di professionalità, spesso occulto e poco noto. Dietro a ogni griffe di successo ci sono sempre l'impegno, lo studio e la dedizione di artigiani che, con la loro maestria, rendono grande un marchio e contribuiscono a veicolare i valori del nostro Made in Italy.

Sono queste le ragioni per cui i media, le istituzioni e l'ambiente accademico in generale dovrebbero dare spazio e visibilità ai Maestri d'Arte, raccontando e mostrandone abilità e talento.

Ritiene che la formazione che ricevono in Italia i giovani nelle varie scuole di Moda e nelle Università sia all'altezza delle necessità del momento?

Talento e creatività sono le caratteristiche necessarie per dimostrare la grandezza del Made in Italy nel settore della moda. Ma sono delle condizioni non sufficienti, da sole, a garantire creazioni di valore: è fondamentale, infatti, che ci sia una solida preparazione tecnica di base, che garantisca una profonda conoscenza del mestiere e la base su cui costruire e valorizzare percorsi di carriera.

Ecco, secondo me è quello che spesso manca alle scuole di Moda e Università: la capacità di



far conoscere il mondo delle "botteghe", delle sartorie e di quei luoghi in cui l'arte "si fa".

Come definirebbe la creatività e quali sono i percorsi che ritiene necessari per svilupparla?

La creatività è essenzialmente una dote naturale, un valore aggiunto capace di far fare il salto di qualità. Tuttavia, essa ha bisogno di essere istruita e alimentata, ma soprattutto di essere messa a confronto con esempi di eccellenza. Ed è qui che entrano in gioco i Maestri d'Arte, artigiani d'eccellenza capaci di lavorare non solo con la mano, ma anche con la mente e, soprattutto, con la passione del cuore.