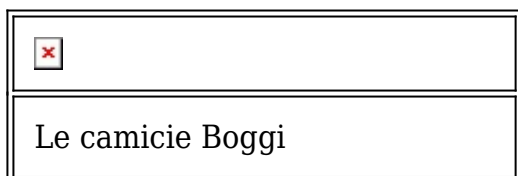


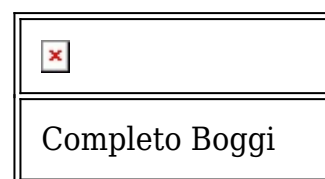
L'abito parla di noi, ma rappresenta anche l'azienda alla quale si appartiene specialmente se si è un manager, un agente di vendita o comunque qualcuno in contatto con il cliente o con il pubblico in genere. E può facilitare la costruzione di un rapporto di fiducia (eventuale chiusura di un contratto), nella misura in cui si è capaci di adeguare il modo di presentarsi all'interlocutore e alla situazione in cui si andrà ad incontrarlo. Partendo da questi presupposti, l'Associazione Moda e Modi ha organizzato, in collaborazione con Boggi (ditta di abbigliamento) un momento di formazione dedicato alla forza vendita di Cartemani, azienda leader nei prodotti per l'igiene sul posto di lavoro.



L'abito parla di noi. Esprime la modalità con cui vogliamo affacciarci al contesto sociale; esterna per gli altri la nostra personalità, il nostro approccio al mondo. Ma principalmente ci rappresenta. E' il primo e più immediato biglietto da visita con cui ci presentiamo al nostro interlocutore: dice per noi chi siamo, quale è la nostra "funzione" nella società. L'abito maschile è sempre stato simbolo dello status: nei secoli passati il magistrato vestiva in modo differente rispetto all'armatore o al mercante; a seconda della classe sociale si potevano utilizzare stoffe o colori definiti; l'abito definiva l'appartenenza ad un gremio, cioè l'ambito del proprio lavoro professionale. Senza approfondire oltre la storia, oggi tutto ciò è, in apparenza superato. Perché ancora oggi l'abito rappresenta chi lo indossa, ma anche il contesto sociale o professionale nel quale ci si muove. Allora l'abito parla di noi, ma

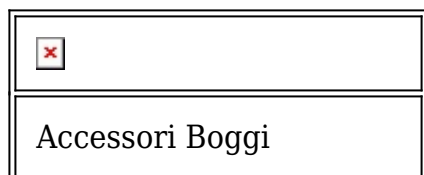
rappresenta anche l'azienda alla quale si appartiene specialmente se si è un manager, un agente di vendita o comunque qualcuno in contatto con il cliente o con il pubblico in genere.

E può facilitare la costruzione di un rapporto di fiducia (e magari la chiusura di un contratto), nella misura in cui si è capaci di adeguare il modo di presentarsi all'interlocutore e alla situazione in cui si andrà ad incontrarlo.



Queste sono state le linee conduttrici del corso che l'Associazione Moda e Modi ha organizzato, in collaborazione con Boggi (ditta di abbigliamento). Si è trattato di un momento di formazione dedicato alla forza vendita di Cartemani, azienda leader nei prodotti per l'igiene sul posto di lavoro.

“La vera forza di Cartemani sono gli uomini, con il loro entusiasmo e la loro volontà di crescita professionale, costantemente indirizzata e sviluppata attraverso specifici piani di formazione. Per questo abbia deciso di offrire alla nostra forza vendita un momento di formazione “~piacevole’ che possa essere loro di aiuto nella loro vita professionale e sociale”
, ha commentato Donato Losa, fondatore di Cartemani.



Il corso, molto pratico, ha offerto suggerimenti su come e quando utilizzare un completo o uno spezzato, i jeans o un blazer e soprattutto, su come abbinarli correttamente con camicia e accessori (ovviamente la cravatta ma anche le scarpe, la cintura, il fazzoletto, i calzini, i

gemelli, ecc.). E, inoltre con quale tipo di cliente è adatto un abbagliamento casual, o uno più formale; quando indossare un bomber, quando una camicia Oxford, quando un gessato o un Principe di Galles e così di seguito. Il tutto condito con poche ma sane regole di bon ton.

“Nell’organizzazione del corso - ha commentato Elena Guzzella, presidente di Moda e Modi - ci è venuto spontaneo cercare la collaborazione di un operatore di successo quale è Boggi che si propone, attraverso le sue collezioni, un’eleganza sobria e accessibile. Della casa condividiamo anche la volontà di vestire la persona in base alla sua fisicità anche con modelli costruiti su misura e che sono in grado di trasformare i difetti in elementi di stile personale”.