



Presentati i Project Work “MODA e DESIGN: come i vari brand moda interagiscono nel design e architettura” realizzati dagli studenti del Master di “Comunicazione e Marketing per la Moda”, ideato e diretto da Fabiola Cinque, che si è tenuto all’Istituto Europeo di Design di Roma. Accolto con entusiasmo dagli esponenti della moda l’invito a partecipare alla Presentazione dei Project Work “MODA e DESIGN: come i vari brand moda interagiscono nel design e architettura” realizzati dagli studenti del Master di “Comunicazione e Marketing per la Moda”, ideato e diretto da Fabiola Cinque, all’Istituto Europeo di Design di Roma.

Per valutare i lavori, frutto dell’elaborazione del processo creativo e strategico commissionato da **Vincenzo Merli**, Amministratore Delegato e Brand Manager dell’Azienda Egon Von Furstenberg, è intervenuto lo stilista d’Alta Moda **Marco Coretti**, che si è dichiarato molto sorpreso e colpito positivamente dai progetti; il Presidente della Gattinoni **Stefano Dominella** che ha affermato quanto ci sia esigenza, da parte delle aziende, di una forte attenzione alla corretta e coerente comunicazione del marchio; **Fabio Tagliacozzo** titolare dell’azienda di pronto moda romana Effetti Moda, positivamente impressionato dalla presentazione dei lavori “così realistici e pratici e applicabili” trasversalmente da una maison ad un’azienda di pronto moda come la sua; **Cristina Rigano** ufficio stampa dello stilista libanese Abed Mahfouz, che non è riuscito a rientrare in tempo a Roma ma ha condiviso il progetto, si è mostrata propensa ad esportare questi



progetti alle Maison del lusso di risonanza internazionale, e **Antonio Falanga**, fashion producer di importanti manifestazioni della moda capitolina, che ha guardato con interesse la possibilità di avvalersi di questi studenti professionisti della comunicazione per l'organizzazione dei suoi prossimi eventi.

L'ideatore e coordinatore del Master, Fabiola Cinque, ha dichiarato al termine delle discussioni di tesi: *Sono molto soddisfatta che dopo dieci anni (e cinque edizioni) del Convegno da me ideato e organizzato dal 1998 al 2003, "Moda e Pubblicità: separati in casa?" e cinque edizioni del Master che dirigo qui allo IED di Roma, le aziende moda guardino alle strategie di marketing per nuove opportunità di business, avvalendosi della comunicazione per valorizzare la loro immagine. E questo mi rende orgogliosa di aver previsto questo percorso obbligato di tutte le piccole, medie e grandi imprese, comprese quelle della Moda, che inorridivano alla pronuncia della parola "Marketing" relegandola solo a noi pubblicitari! Inoltre la validità di questo Master è testimoniata dalle numerose storie di ex allievi che si sono inseriti nei vari ambiti professionali ricoprendo importanti ruoli nelle più note Maison italiane.*

Vincenzo Merli, coinvolto in prima persona nella presentazione dei lavori elaborati sui marchi della Egon Von Furstenberg e della linea home design Epoque, ha dichiarato: *Sono entusiasta di aver affidato il Project Work a questo Master, e sono rimasto molto sorpreso di valutare questi progetti di comunicazione e marketing presentati con entusiasmo e professionalità. I lavori esaminati non hanno niente da invidiare ad elaborati di reali agenzie di comunicazione e pubblicità. A tutto ciò posso aggiungere che i progetti sull'analisi e riposizionamento del marchio Egon Von Furstenberg sono stati così accurati che saranno di estrema utilità per l'azienda, e per questo non posso che ringraziarli e congratularmi con tutti loro, ed in particolar modo con chi ha profuso le energie per monitorare i progetti, cioè l'ideatore del Master Fabiola Cinque, a cui auguro un proficuo proseguimento anche per le*



prossime edizioni del corso.