

Alunni del MAFED - SDA Bocconi

Formare i giovani talenti di tutto il mondo sugli aspetti manageriali cruciali per la moda, il design, il lusso e in generale tutti i comparti ad alta valenza estetica e simbolica: è questo l'obiettivo di MAFED (Master in Fashion Experience & Design Management) della Scuola di Direzione Aziendale Bocconi, che nel 2011 compie 10 anni. Tenuto in lingua inglese, il master milanese si presenta come unico nel suo genere a livello internazionale, avvalendosi di docenti di notevole esperienza e guest speaker di altissimo profilo. Il programma didattico contempla non solo lezioni tradizionali, ma anche visite frequenti ad aziende ed enti sul territorio, prevedendo parimenti stage intensivi (grazie alla proficua partnership con la Fondazione Altagamma).

Il progetto MAFED è stato concepito nel 2001 dal team del Sistema Moda Bocconi, già attivo da anni sul fronte della ricerca e della formazione specifiche per la moda italiana, di cui ha sempre cercato di valorizzare e promuovere le competenze distintive. Diretto da Stefania Saviolo, che ne è pure la fondatrice, MAFED in un decennio ha visto passare per le sue aule più di 450 studenti, divenuti poi manager o imprenditori di successo, capaci di gestire l'estrema complessità della produzione, della distribuzione, della comunicazione dei prodotti e servizi del settore moda/design.

Per fare un bilancio di questi due primi lustri di MAFED abbiamo intervistatola Professoressa Saviolo.

1) ***Quali sono le specificità di MAFED? A chi si rivolge in particolare?***

Stefania Saviolo del MAFED-SDA Bocconi

E’ forse l’unico programma al mondo in lingua inglese che si rivolge a giovani talenti internazionali (laureati, con 2 anni di esperienza lavorativa) abbracciando i settori del fashion, ma anche del design e di quei settori che chiamiamo experience (auto, hotel, alimentare), proponendo l’approccio italiano di management della creatività e del progetto con una base a Milano, quindi la possibilità di avere in aula più di 80 testimoni aziendali ogni anno e visite alle aziende leader.

2*) Che materie insegna e su quali temi di management si focalizza di più*?

Il MAFED è un piccolo MBA, il che significa che insegniamo l’approccio alla gestione della creatività e innovazione in tutte le aree aziendali: prodotto, distribuzione, comunicazione, supply chain.

3) ***Come si riesce a coniugare la capacità di analisi con la sensibilità estetica nella formazione di un futuro manager del Sistema Moda?***

Si selezionano persone in ingresso che hanno dimostrato una forte attitudine e interesse per i beni simbolici, si mescolano in aula accademici con specialisti, si lavora molto con le aziende.

4) ***In che modo MAFED educa i propri studenti alla gestione della complessità dell’impresa al giorno d’oggi?***

Portando la complessità in aula. Il MAFED ha 50 partecipanti da più di 22 paesi, gli italiani sono meno del 10%, le materie sono svolte con una integrazione complessa tra teoria e pratica, si lavora su molti progetti reali dove affrontare la complessità è il primo punto.

5) ***Quanto è importante per un manager/imprenditore del Fashion System saper gestire relazioni e team interfunzionali/multiculturali?***

E' fondamentale. Infatti lavoriamo moltissimo con progetti in gruppo e chiediamo continuamente ai ragazzi di valutare se stessi e gli altri come leader e come team members

6) ***Aspetti come il retail, il merchandising, il brand, la supply chain, l'e-commerce, sono sempre più fondamentali a livello di gestione. Ne sono tutte consapevoli le imprese italiane?***

Le grandi aziende di Altagamma sì. Le aziende più piccole, con una tradizione di orientamento al prodotto, meno.

7**)** ***Quali sono le nuove competenze richieste al manager della moda a livello di sapere, saper fare, saper essere?***

Un'integrazione tra le tre come punto di arrivo di un processo che parte con il sapere e il saper fare.

8) ***Quali sono oggi i punti di forza e di debolezza della moda italiana?***

Forza: la creatività anche come capacità di reinventarsi; debolezza: l'individualismo e il familismo (non la famiglia)

9) ***Quali opportunità possono ancora essere colte dalla nostra moda?***

Il ritorno del lusso a livello internazionale verso una dimensione di prodotto di qualità (anche in Cina e Russia)

10) *E' possibile iniettare nuova linfa creativa e innovativa nella moda e nel design attuali?*

Dando spazio ai giovani e permettendo loro di sbagliare.

11) *Come si declina la collaborazione con Altagamma?*

Attraverso progetti, guest speaker in aula e momenti comuni di condivisione di problemi e scenari

12) *Progetti per il futuro**?***

Sensibilizzare ancora di più i nostri ragazzi sull'importanza di "saper fare" attraverso visite e testimonianze. Portare i nostri studenti all'estero per capire altre realtà: oggi facciamo già study tour in Spagna e Francia e accoglimento di study tour di business school internazionali in Bocconi, aumenteremo queste opportunità. Continuare a lavorare sui soft skills.