

Filiere Filiere Filiere
Produttive Produttive
Dimensione Dimensione
Collaborativa Collaborativa
Cultura Cultura
del Progetto del Progetto
Ecosistema Ecosistema
Complesso Complesso
Produzioni Produzioni
Specifiche Specifiche
Design Design Design
della Moda della Moda
Processi Processi
Produttivi Produttivi
Dimensioni Dimensione
Culturali Culturali

1.Premesse 1.1 Design per il Sistema Moda: cultura del progetto per un ecosistema complesso.

1.2 Valori e Responsabilità. 1.3 I driver

di Innovazione. 2.Dimensioni 2.1 Le dimensioni culturali, territoriali e identitarie della Moda italiana.

2.2 Sostenibilità, consapevolezza e dimensioni simbiotiche del Sistema Moda. 2.3 La transizione

digitale come strumento per una dimensione collaborativa e partecipata nei processi progettuali e produttivi. 2.4 La sfida sociale, multiculturale

e produttiva per una economia resiliente e inclusiva

3.Didattica 3.1 La didattica per la Moda come

sistema aperto ed integrato dal punto di vista culturale, identitario e produttivo. 3.2 Integrazione

dei saperi per la sostenibilità delle nuove filiere

produttive. 3.3 L'ecosistema della Ricerca

che informa la didattica e il sistema produttivo

1.1 In quanto generatrice di capitale tangibile e intangibile, attraverso le produzioni specifiche, la Moda si presenta come un insieme di territori geografici e culturali che testimoniano la capacità produttiva e del pensiero creativo, nell'insieme delle differenze ed evoluzioni produttive e tecnologiche.

Il Design per la Moda, quindi, si confronta con un ecosistema complesso che comprende processi produttivi, dimensioni culturali e progettuali, dinamiche comunicative e simboliche che determinano e caratterizzano i molti aspetti del progetto di Moda. Da un punto di vista strategico-produttivo, l'ecosistema della Moda è strutturato in filiere produttive specifiche che univocamente competono alla realizzazione di un determinato prodotto o servizio. Le fasi progettuali e creative tradizionalmente collocate a monte dell'intero processo realizzativo-produttivo e comunicativo, oggi si dispongono lungo tutta la catena del valore, stabilendo un nuovo modello caratterizzato da un forte accento di collaborazione e integrazione.

1.2 L'elaborazione di nuovi valori che emergono dalla consapevolezza globale delle profonde trasformazioni sociali, ambientali ed economiche determina una nuova catena del valore fondata su elementi quali responsabilità ambientale, inclusione, sostenibilità delle produzioni. La revisione della catena del valore su queste basi si trasferisce alla necessaria sistematizzazione delle conoscenze, all'integrazione dei modelli formativi e delle produzioni in accordo con i principi di inclusività digitale, innovazione consapevole e circolarità.

1.3 Il contesto trasformativo dettato dalla doppia transizione sostenibile e digitale propone cambiamenti sostanziali nelle metodologie,

negli approcci alla progettazione e nei processi di sviluppo del prodotto. Se in un primo momento il sistema manifatturiero della moda mostrava alcune resistenze nell'accogliere i paradigmi della transizione, oggi nuovi strumenti abilitanti consentono di rimodellare gli approcci progettuali e i processi industriali, influenzando la teoria e la pratica del design.

La necessità del sistema produttivo ad alta intensità di conoscenza come la Moda, di costruire un dialogo costante tra tecnologie abilitanti e saper fare dell'artigianato d'eccellenza, nell'ottimizzare tempi e fasi, consente di mantenere una produzione densa di significati e qualità tangibili e intangibili.

2.1 Le tre dimensioni che caratterizzano la Moda italiana ne delineano la singolarità nel panorama globale; il suo maggior valore, infatti, è dato dalle sue qualità intangibili (culturali e di progetto) e dalle qualità manifatturiere espresse dalle diverse vocazioni produttive territoriali. La territorialità e l'identità, riferibili ad una specifica cultura, si traducono in conoscenze tacite ed in quanto tali sono valorizzate come patrimonio culturale comune. Patrimonio determinato da una matrice manifatturiera originaria che qualifica il contesto in termini di paesaggio produttivo e culturale.

2.2 La sostenibilità del Sistema Moda si costruisce attraverso la consapevolezza e l'applicazione del principio della circolarità dei flussi di materia ed energia. L'ottimizzazione richiede l'instaurarsi di relazioni tra filiere produttive auto-organizzate in network funzionali a produzioni specifiche; evolvono nel modello interconnesso trans e inter-filiera che prelude alla dinamica

della simbiosi industriale, determinando sistemi manifatturieri resilienti.

2.3 Il processo di transizione verso il digitale predispone strumenti che ri-orientano metodologie progettuali, la pratica stessa della Moda e i processi produttivi e distributivi; inoltre le possibilità del digitale conferiscono nella progettazione di moda uno spazio di lavoro condiviso e collaborativo dove è possibile esprimere un'autorialità collettiva.

L'adozione delle tecnologie abilitanti, allo scopo di ottimizzare tempi e fasi, è favorita dalla necessaria costruzione di un dialogo costante tra le PMI, dall'eccellenza artigiana dei territori e dalla conoscenza aperta e accessibile.

Rafforzare la dimensione collaborativa e partecipata, garantisce la persistenza di produzioni dense di qualità materiali e immateriali.

2.4 La Moda si confronta con il social change rivolgendosi contemporaneamente ai sistemi produttivi e socioculturali, realizzando azioni di networking inclusivo e multiculturale. L'innovazione sociale, ambientale e produttiva rappresenta la priorità per diffondere la cultura della Moda in ambiti differenziati, attraverso la sensibilizzazione ad una crescita resiliente, giusta e competitiva.

In questa ottica si intende la moda come un mezzo di trasformazione culturale e sociale.

3.1 Il modello della didattica per la Moda si esplicita attraverso il ruolo di coordinamento tra nuove istanze e bisogni, allo scopo di assicurare processi di innovazione aperti e aggiornabili.

La capacità di instaurare un dialogo paritario e inclusivo tra cultura, identità e produzione concorre alla nuova rappresentazione, alla maggiore diffusione

e alla continua attualizzazione dei percorsi formativi. La cultura del progetto di Moda italiano, nelle sue diverse declinazioni, è un valore fondamentale nella formazione e si manifesta attraverso una matrice identitaria, riconoscibile sui mercati internazionali che va salvaguardata e rilanciata.

3.2 La didattica deve essere promotrice della ibridazione tra conoscenze codificate e multidisciplinari, saperi taciti che preparano alla comprensione e alla gestione dei processi di trasformazione e transizione attuali. La maggiore specificazione e specializzazione in importanti settori applicativi, nasce da una visione integrata e complessa; nuove figure di esperti con il supporto delle innovazioni tecnologiche sono in grado di configurare ed attuare processi e sistemi di prodotti-servizi innovativi e sostenibili. Il necessario dialogo tra formazione, imprese e territori, guida la competitività globale, grazie all'acquisizione continua di nuovi saperi e cutting edge technologies.

3.3 L'ecosistema della ricerca italiano si configura come una filiera complessa le cui relazioni tra le diverse sedi, e i territori dove sono collocate si estendono al tessuto produttivo, alla cultura manifatturiera locale e alle tante storie di eccellenza produttiva. Il terzo livello di formazione è il luogo in cui maturano le competenze della ricerca nel settore del design per la Moda in un confronto continuo con le nuove tecnologie e gli scenari contemporanei del progetto e della produzione.

I dottorati locali, di fronte alle nuove sfide, hanno minor senso: è necessaria una dimensione collaborativa e aperta ai nuovi saperi, in connessione stretta con le imprese allo scopo di collegare ricerca, formazione e territori produttivi in un ecosistema dialogante.