



Confederazione Nazionale  
dell'Artigianato e delle Piccole  
e Medie Imprese  
Macerata



CONFCOMMERCIO  
SINDACATO PER L'ATTIVITÀ  
MARCHI CENTRALI



DIVINI  
SOCIETÀ AGRICOLA  
S.p.A. - SOCIETÀ AGRICOLA

Soggetto attuatore:

L.A.C.A.M.

Via Raffaello, 13 – Matelica (MC)

Svolto presso:

TOD'S S.P.A via Filippo Della Valle 1 – Sant'Elpidio a Mare 63811 (FM)

**"IL MADE IN ITALY"**

RELAZIONE STAGE CORSO I.F.T.S.

**Digital Social Media Specialist**

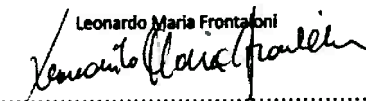
Finanziato dalla Regione Marche P.O.R. Marche – FSE 2014-2020, Asse 3 P.d.I. 10.4.- R.A. 10.6. Avviso pubblico per la presentazione dei progetti di formazione per percorsi di Istruzione Formazione Tecnica Superiore – IFTS 2021-2022. D.D.P.F. n. 692/IFD DEL 28.6.2021 e


D.D.P.F. n. 1142/IFD del 18.10.2021 - Sch. SIFORM2 n.1083357

di

**Leonardo Maria Frontaloni**

  
TOD'S S.P.A.  
Via Filippo Della Valle, 1  
63811 S. ELPIDIO A MARE (FM)  
C.F. e P. IVA 01113570442

Leonardo Maria Frontaloni  


VALTER BEVIGNANI 

# Indice

|  |    |
|--|----|
| • Introduzione .....   | 3  |
| • Contenuto.....   | 4  |
| 1. Tod's S.p.A .....   | 4  |
| 1.1. La storia .....   | 4  |
| 1.2. La sede .....   | 5  |
| 1.3. Organizzazione e suddivisione dei reparti .....                   | 6  |
| 1.4. La mission e i valori del Gruppo Tod's .....                      | 8  |
| 1.5. Tod's Group .....   | 10 |
| 1.5.1. Tod's.....  | 10 |
| 1.5.2. Hogan .....   | 16 |
| 1.5.3. Fay .....   | 18 |
| 1.5.4. Roger Vivier.....   | 21 |
| 1.6. Progetti e politiche del Gruppo Tod's .....                       | 23 |
| 1.6.1. Politica di sostenibilità.....                                  | 23 |
| 1.6.2. Politica ambientale .....                                       | 33 |
| 1.6.3. Politica di solidarietà e sostegno alle comunità.....           | 34 |
| 2. Organizzazione del percorso e inserimento in azienda.....           | 36 |
| 2.1. Inserimento e accoglienza in azienda .....                        | 36 |
| 2.2. Organizzazione del percorso.....                                  | 37 |
| 3. L'attività del percorso .....                                       | 39 |
| 3.1. Prima parte: Tod's sviluppo del prodotto RTW divisione uomo ..... | 39 |
| 3.1.1. Il prototipo di Tod's uomo .....                                | 43 |
| 3.1.2. I codici di Tod's uomo .....                                    | 44 |
| 3.1.3. La distinta base .....  | 45 |
| 3.1.4. La mia esperienza .....   | 47 |
| 3.2. Seconda parte: Fay grafica .....                                  | 50 |
| 3.2.1. La mia esperienza .....   | 53 |
| • Conclusioni .....  | 57 |

## INTRODUZIONE

L'esperienza che verrà trattata in questa relazione verte su una delle realtà più importanti a livello internazionale nel mondo della moda, la Tod's S.p.A. Sin dagli inizi del 900', è un'azienda specializzata nell'abbigliamento di lusso uomo e donna, famosa per l'autenticità e la qualità con cui viene realizzato ogni singolo articolo. Ogni anno decine di migliaia di persone provenienti da tutto il mondo scelgono l'originalità e l'eleganza dei suoi prodotti, un marchio per chi ama distinguersi e che preferisce la cura del dettaglio nei singoli particolari. Le persone scelgono gli articoli di Tod's Group in quanto questi ultimi sono unici nel loro stile e rispecchiano in pieno i bisogni dei clienti.

Tod's S.p.A rappresenta un'eccellenza del Made in Italy, ha radici che affondano nella tradizione della manifattura italiana e un patrimonio di valori che ne caratterizza la visione: la passione artigianale, la qualità assoluta e lo stile senza tempo. Qualità, creatività, tradizione e modernità sono questi gli elementi del DNA di Tod's Group e dei marchi che ne fanno parte, ognuno con la propria identità: Tod's, Roger Vivier, Hogan e Fay. Una visione d'insieme che prende forza grazie alla loro complementarità nell'alto di gamma ed ha permesso al Gruppo di affermarsi come leader nel settore delle calzature, della pelletteria e dell'abbigliamento, con una significativa presenza su tutti i mercati internazionali. Una ricca rete ben distribuita, capace di portare il meglio del Made in Italy a livello mondiale.

Un aspetto molto importante del Gruppo Tod's è l'impegno costante e quotidiano nei confronti delle persone, dell'ambiente e del patrimonio culturale. Per l'azienda la sostenibilità e la responsabilità sociale rappresentano da sempre elementi cardine del proprio *modus operandi*. Ad animare il Gruppo Tod's e a permeare i suoi valori è il legame stretto e saldo con il territorio, tradotto in iniziative a lungo termine che vengono intraprese costantemente da lunga data con convinzione, impegno e dedizione. Progetti che hanno assunto un respiro sempre più internazionale, per condividere su ampia scala il valore generato in tanti anni di storie e di eccellenza. Per concludere un ulteriore aspetto molto importante che valorizza il La Tod's S.p.A è l'impegno etico e responsabile volto in primis al benessere dei propri dipendenti e delle loro famiglie. Agendo nel pieno rispetto dei lavoratori e con l'obiettivo di offrire loro le migliori condizioni possibili introducendo costantemente i servizi e i benefit a favore dei dipendenti.

# CONTENUTO

## 1. TOD'S S.P.A

### 1.1. LA STORIA

Agli inizi del Novecento Filippo Della Valle, nonno di Diego, diede vita ad un piccolo laboratorio calzaturiero, un'antica professione che mise in pratica con cura e dedizione. Spinto da una forte passione, Filippo nobilitò nel tempo la propria attività calzaturiera, elevandola sul piano dell'eccellenza e tramandandone il sapere ai propri figli. Nel tempo si sono tramandati veri e propri codici di stile e di qualità che da allora sono divenuti un patrimonio essenziale per la Tod's S.p.A e che ancora oggi ne contraddistinguono il DNA.

Nel 1970 Diego ha trasformato l'azienda familiare del nonno in una società industriale nominandola Calzaturificio Della Valle D. S.p.A.

Il 1983 è l'anno in cui viene creato il marchio Tod's e successivamente l'azienda ha ampliato la propria offerta, lanciando e acquisendo prestigiosi marchi:

- nel 1985 Gestione in licenza del marchio Hogan (acquisito nel 2000).
- nel 1989 Gestione in licenza del marchio Fay (acquisito nel 2000).

Nonostante le varie acquisizioni l'azienda è rimasta sempre fedele al proprio credo: una qualità unica e senza compromessi. Una visione chiara, che sotto la guida di Diego e Andrea Della Valle ha portato Tod's S.p.A ad affermarsi come punto di riferimento nel panorama internazionale del lusso.

Nel 1998 vi è l'apertura della sede produttiva del Gruppo a Sant'Elpidio a mare, 2 anni dopo l'azienda si quota sul mercato telematico azionario organizzato e gestito dalla borsa italiana e nel 2003 vi è la gestione in licenza del marchio Roger Vivier, che verrà acquisito nel 2016.

Avendo saputo conciliare sapientemente tradizione artigianale e innovazione, il Gruppo Tod's rappresenta oggi uno dei principali player nella produzione e distribuzione di calzature, pelletteria, abbigliamento e accessori di lusso, portabandiera nel mondo di un Made in Italy fortemente radicato, espressione di lifestyle italiano e di una qualità impareggiabile.

## 1.2. LA SEDE

Immersa nel verde delle colline marchigiane, la sede principale del Gruppo Tod's è imponente ma discreta, in piena armonia con la natura circostante. Riflette quella sintesi di tradizione e innovazione che è parte del DNA dell'azienda. L'Head Quarter è situato a Brancadoro, a pochi chilometri da Civitanova Marche, è un edificio in marmo bianco dalle ampie vetrate, ricco di luce. L'interno è arricchito da una straordinaria collezione di opere d'arte contemporanea, alcune delle quali come "Wave", la scenografica scala in acciaio a forma di onda progettata da Ron Arad, i 900 aquiloni di carta di riso, bamboo e spago, realizzati dall'artista giapponese Jacob Hashimoto, la scultura in bronzo dell'artista Igor Mitoraj, il cocodrillo in marmo di Giovanni Manganelli e le opere di Anselm Kiefer e Vanessa Beercroft. Unico per la sua particolare ricerca architettonica, il polo produttivo è oggi per estensione il più grande centro di produzione di calzature di lusso in Italia. All'esterno l'azienda vanta una struttura a pianta quadra di 55.000 mq articolati su due piani, affacciata su circa 65.000 mq di spazio verde. È in questo contesto unico che si trovano gli uffici e i laboratori tecnici, ed è qui che ogni giorno vengono realizzate le collezioni del Gruppo, grazie alla cura e all'attenzione per ciascun dettaglio che ogni professionista presta in ogni passaggio. Ecco il mondo all'interno del quale prende forma il lusso contemporaneo della Tod's S.p.A, una tra le prime realtà italiane ad avere creato un asilo ed una palestra interni per i dipendenti, a dimostrazione di quanto il benessere dei lavoratori e delle loro famiglie sia una massima priorità per l'azienda.





### 1.3. ORGANIZZAZIONE E SUDDIVISIONE DEI REPARTI

Come già anticipato il quartier generale del Gruppo Tod's è situato in via Filippo della Valle 1, le altre sedi le possiamo trovare in diverse città d'Italia come Firenze, Milano, Arcuata ecc. **Brancadoro** è il nucleo centrale di tutta l'attività dei Patron Andrea e Diego Della Valle, qui troviamo tutti gli uffici e il reparto per la produzione degli articoli del brand, le boutique invece sono presenti in tutto il mondo, negozi concepiti come luoghi eclettici, dove ogni prodotto è valorizzato e ogni cliente è accolto in maniera esclusiva. Allo stato attuale Tod's S.p.A vanta circa 420 negozi e più di 4700 dipendenti, numeri veramente da capogiro per il colosso marchigiano. L'attività di produzione come accennato avviene nei pressi di Casette D'Ete (FM) dove i maestri artigiani elaborano i preziosi articoli del Gruppo Tod's. Una volta ultimati e dopo aver superato un meticoloso processo di selezione e sfoltimento, i prodotti vengono messi in commercio e sono distribuiti alle varie boutique per la successiva vendita. All'interno della sede di Brancadoro troviamo i seguenti reparti:

- **Risorse umane:** E' l'area che si occupa dell'assunzione di personale per l'azienda, attraverso la pubblicazione delle offerte di lavoro, dei curricula, lo svolgimento dei colloqui e le relative decisioni di assunzione.

- **Grafica:** E' un reparto estremamente importante in quanto la moda comunica principalmente con il canale visivo, ed è qui che vengono realizzate tutte le immagini e gli scatti fotografici relativi ai prodotti e ai capi d'abbigliamento del Gruppo Tod's.

- **Acquisti:** E' il dipartimento aziendale che si occupa dell'approvvigionamento dei materiali, in sostanza effettua gli acquisti per il fabbisogno aziendale, gestisce le scorte di magazzino e se vi sono rimanenze procede alla rivendita del materiale avanzato. Inoltre, un altro importante compito dell'ufficio acquisti è quello di mantenere le relazioni con i fornitori.

- **Logistica:** E' il reparto dove vengono immagazzinati e distribuiti gli articoli. Si occupa delle consegne, della loro conservazione e controlla regolarmente le scorte.

- **Amministrazione:** E' la sezione dove vengono registrati tutti i movimenti contabile in modo da rispettare le procedure e gli adempimenti fiscali e tributari.

- **Modelleria:** E' l'area in cui vengono realizzati i modelli tenendo in considerazione le indicazioni dell'ufficio stile e gli aspetti della produzione.

- **Stile :** Questo reparto si occupa essenzialmente di coordinare le collezioni aziendali, si relaziona quotidianamente con i fornitori per l'acquisto dei tessuti e in più ha un ruolo molto importante durante fasi di creazione e lancio di un campionario. Inoltre effettua le ricerche di mercato e partecipa costantemente a fiere di settore, crea i book delle collezioni primavera-estate e autunno-inverno che sono il biglietto da visita per eccellenza di ogni stagione. Tra le altre attività troviamo:

- Lo studio grafico per la creazione completa di immagini e lanci pubblicitari, attraverso lo studio di etichette ed accessori, l'ideazione dei nomi delle collezioni e i loghi.
- La creazione delle **collezioni** esclusive dalla progettazione alla campagna pubblicitaria personalizzata e la realizzazione di campioni per la produzione.
- Supporto nella scelta dei colori di tendenza e dei materiali.

In sintesi l'ufficio stile, detta le regole quando si tratta di produrre in concreto la creazione della propria collezione attraverso le tendenze di stagione e modelli esclusivi disegnati e supportati da schede tecniche dettagliate, in fatto di abbinamenti, accessori, scala colori e campionario tessuti.

- **Sviluppo del prodotto:** E' il dipartimento che gestisce lo sviluppo della specifica categoria di prodotto (Capo di abbigliamento, accessori, scarpe ecc) dalla progettazione concettuale, al modello campione, all'interazione con i fornitori e altri reparti fino alla produzione finale. Il product developer lavora con i produttori monitorando le prestazioni del fornitore e il programma di consegna, analizza il costo del prodotto, collabora con i designer per la modifica del progetto grafico, consiglia le tecniche di produzione e costruzione dei materiali per ridurre il prezzo e migliorare la produttività mantenendo il design e la qualità, infine gestisce le fasi di prototipazione e campionatura.

#### 1.4. LA MISSION E I VALORI DEL GRUPPO TOD'S

Tod's S.p.A nasce per creare uno stile di vita unico e senza eguali. Capi di abbigliamento curati e dettagliati che vantano eleganza, raffinatezza e autenticità. Nel corso degli anni il gruppo Tod's ha mostrato sempre un'immagine inconfondibile che lo contraddistingue dai suoi competitor. Ciò è anche grazie ai valori in cui l'azienda crede e che caratterizzano la sua mission.



- **TRADIZIONE**

La trasmissione dei valori di generazione in generazione, rappresenta le fondamenta stesse del Gruppo. È il patrimonio della tradizione ad animarne la visione odierna, valorizzandone la costante ricerca nell'innovazione e la visione del futuro.





- **QUALITA'**

Intrinseca a ogni marchio del gruppo Tod's, è la qualità a distinguere in modo imprescindibile la realizzazione delle collezioni, indirizzando lo sviluppo dei prodotti senza compromessi.



- **ETICA**

Una scala di valori che va ben oltre i prodotti, permea ogni aspetto dell'azione del Gruppo Tod's. Pioniere di un approccio orientato all'etica e all'agire responsabile, l'azienda è costantemente protagonista di iniziative volte alla cura e alla salvaguardia del territorio, delle persone e del patrimonio culturale.



- **ECCELLENZA ARTIGIANALE**

E' lo spirito artigianale nella sua forma più pura ed elevata ad animare la produzione del Gruppo Tod's. Un vero e proprio codice di eccellenza legato all'inconfondibile saper fare italiano, che contraddistingue la realizzazione dei prodotti iconici dell'azienda.



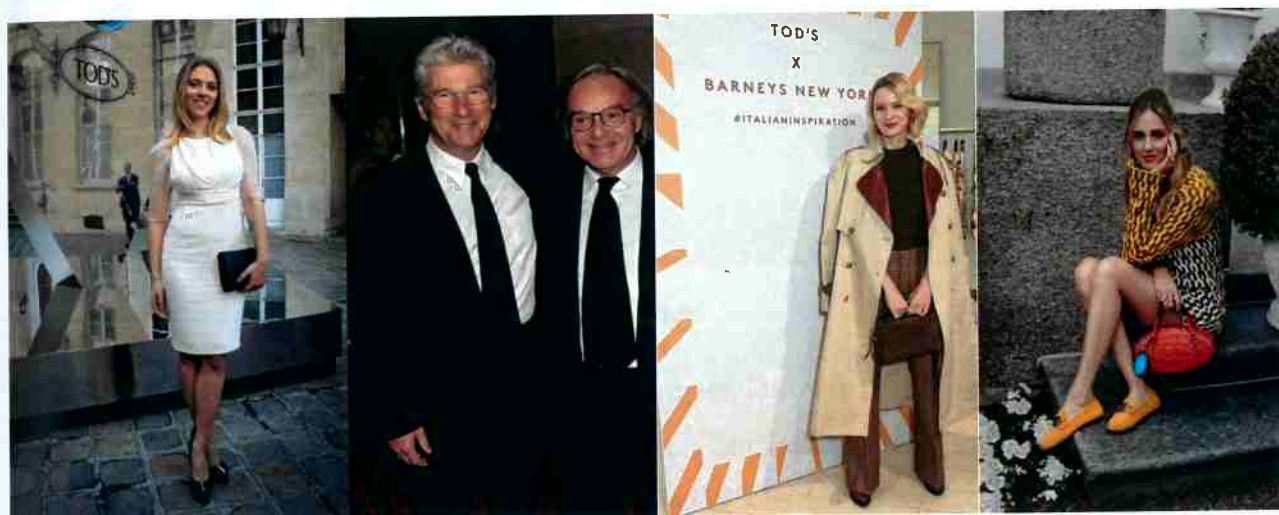
- **MADE IN ITALY**

La tradizione artigianale del Gruppo Tod's, la ricerca costante dell'eccellenza e della massima qualità sono l'espressione del Made in Italy più nobile e autentico che rappresenta l'essenza stessa dell'azienda, attraverso un legame solido e inscindibile con il territorio da cui proviene e viene valorizzato.



## 1.5. TOD'S GROUP

Il gruppo Tod's attualmente comprende 4 tra i marchi di alta moda più importanti a livello internazionale ossia Tod's, Fay, Hogan e Roger Vivier. Ognuno di essi è caratterizzato da una forte identità che lo contraddistingue nel mondo del fashion luxury. Tod's S.p.a è un brand cardine del mondo del lusso, i suoi articoli sono realizzati con estrema cura e precisione, in modo da poter garantire uno standard di qualità molto elevato. Per Fay, Hogan e Tod's le linee di abbigliamento sono, uomo, donna e kids, mentre per Roger Vivier attualmente vengono realizzati articoli in maggiore misura per la linea donna e in misura minore per la linea uomo. Il target di clienti a cui il Gruppo Tod's si rivolge è di un certo spessore in quanto è un marchio internazionale conosciuto in tutto il mondo proprio per la sua qualità. Nella sua clientela possiamo trovare tantissimi personaggi del mondo dello spettacolo e del cinema, come ad esempio Tom Cruise, Scarlett Johansson, Naomi Watts, Richard Gere ecc.



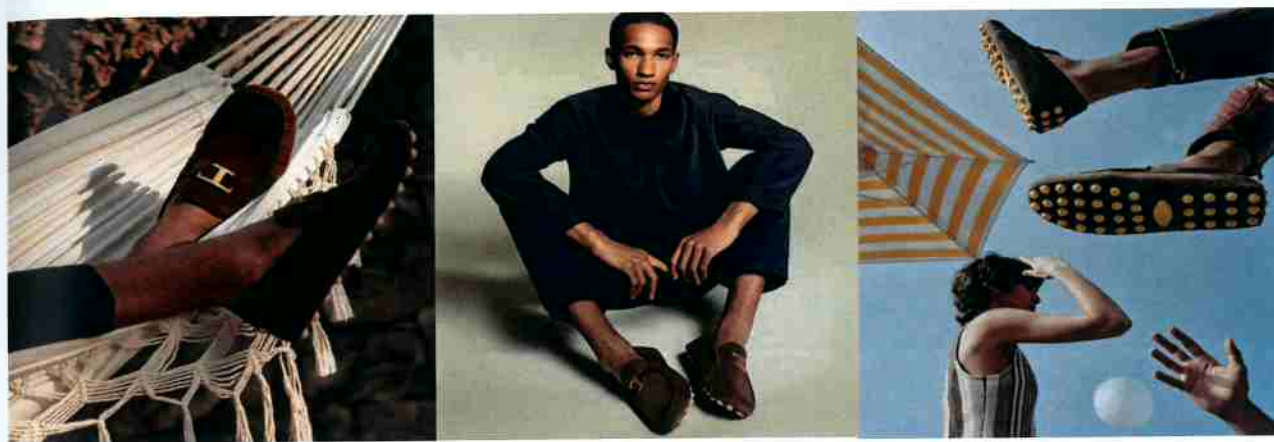
### 1.5.1. TOD'S

E' Icona del Made in Italy, Tod's rappresenta uno stile di vita che unisce eleganza senza tempo e qualità artigianale. Un lifestyle intrinsecamente legato al concetto di italianità, al buongusto e al saper vivere. Sinonimo nel mondo di uno stile inconfondibile, sobrio e raffinato, nelle collezioni di calzature, abbigliamento e pelletteria, Tod's ha dato vita, nel corso della sua storia, a modelli divenuti vere icone di stile del portamento italiano. Ogni articolo è realizzato seguendo le accurate tecniche dell'alto artigianato, attraverso una serie meticolosa di passaggi e controlli che danno vita ogni giorno a prodotti esclusivi, in una reinterpretazione unica di eleganza contemporanea. Dall'Ottobre 2019, Walter Chiapponi è il Direttore Creativo delle

collezioni Donna e Uomo, rappresentando l'eccellenza di Tod's nel panorama internazionale della qualità e dello stile italiano. Tra gli articoli più gettonati troviamo:

### **Il Gommino:**

Tutto è nato alla fine degli anni Settanta, da una driving shoe e da una suola con 133, iconici "gommini". In poco tempo, il Gommino è diventato la calzatura Tod's per eccellenza, conquistando estimatori da tutto il mondo e rappresentando un simbolo del fatto a mano. Gli artigiani con estrema cura e ricercatezza rifiniscono un'icona contemporanea, caratterizzata dalla forma destrutturata e l'inconfondibile suola con i gommini.



### **Di Bag:**

La borsa più iconica del brand, nasce nel 1977 diventando immediatamente di successo grazie alla famosa clientela. Dalla Principessa Diana a Naomi Campbell, da Nicole Kidman alla principessa Carolina di Monaco, sono solo alcune delle personalità che hanno indossato la borsa negli ultimi decenni. Reinterpretata oggi con audacia dal Direttore Creativo Walter Chiapponi e realizzata a mano dai maestri artigiani, rappresenta un equilibrio perfetto di tradizione artigianale, sperimentazione e creatività.





Nelle immagini seguenti vi è un'anteprima del catalogo Tod's per linea uomo e donna.



Il laboratorio creativo di Tod's prende il nome di T Factory. Un'officina di stile e sperimentazione, al cui interno si sviluppano collaborazioni con talenti creativi del panorama internazionale, chiamati ad interpretare il brand secondo la propria visione personale. Il risultato sono collezioni in edizione limitata, capsule, collaborazioni uniche ed esclusive, progetti attraverso i quali Tod's arricchisce il proprio immaginario grazie a contaminazioni stilistiche portatrici di nuovi stimoli e risultati inattesi.



Tra le collaborazioni spiccano:

#### **- Tod's x 8 Moncler Palm Angels**

Tod's x 8 Moncler Palm Angels è una collezione di calzature in limited edition, frutto di un'inedita sperimentazione, che fonde l'estetica sportiva americana degli anni '90 e la qualità dell'artigianato italiano. L'energia creativa e le radici nella cultura pop americana di Palm Angels trasformano per Moncler Genius due icone del lifestyle Tod's: il Gommino e lo stivaletto Tod's W.G. I codici stilistici di Tod's sono stati valorizzati da Francesco Ragazzi, Direttore Creativo di Palm Angels che ne ha aggiunto inediti elementi di contrasto con dettagli e applicazioni.





### - Hender Scheme X Tod's



Il brand giapponese di calzature in pelle, Hender Scheme, fondato da Ryo Kashiwazaki, è il protagonista della collaborazione Hender Scheme X Tod's. La collezione unisex combina l'approccio creativo "New Craft" di Hender Scheme con l'heritage Tod's in una reinterpretazione creativa di artigianalità, design e autenticità. Partendo dal concept "TOD'S ⇄ DOT'S" il designer ha ideato una collezione che crea un'esclusiva connessione dei rispettivi DNA.

### - Alessandro Dell'Acqua x Tod's

È Alessandro Dell'Acqua il primo talento chiamato a inaugurare il progetto T Factory. Il designer ha immaginato per Tod's un guardaroba dall'eleganza tattile e sensuale, unendo raffinatezza e praticità in una serie di capi e accessori dal sapore contemporaneo. Un connubio tra i riconoscibili tratti dello stilista e l'arte di Tod's nella lavorazione della pelle, con gli inconfondibili Gommini tradotti in mocassini e le nuove ballerine con fiocchi in velluto.



### - Tod's Happy Moments by Alber Elbaz



Una collaborazione esclusiva che ha segnato l'attesissimo ritorno di Alber Elbaz sotto i riflettori della moda. Quella realizzata dal couturier israeliano prende il nome di Tod's Happy Moments Collection, una collezione uomo/donna permeata dai concetti di gioia e divertimento e composta da borse, calzature e t-shirt. Partendo dal concetto delle scarpe come auto del futuro, Elbaz ha immaginato nuovi e inaspettati scenari per le driving shoes, rendendole vivaci con toni brillanti e con linee aerodinamiche con suole da sneakers.

## - Mame Kurogouchi X Tod's

Il terzo capitolo del progetto T Factory è la capsule collection realizzata con la designer Mame Kurogouchi, creativa emergente scelta per il suo talento e passione per l'artigianato tradizionale giapponese. Il risultato della collezione in edizione limitata è un guardaroba sofisticato di capi ed accessori essenziali, ispirati al viaggio. Eleganza e stile senza tempo uniti alla ricerca della qualità assoluta: sono questi i codici alla base della collaborazione fra Tod's e Mame Kurogouchi.



## - Tod's No\_Code



Innovazione tecnologica ed eccellenza artigianale si fondono assumendo nuova forma nel progetto Tod's No\_Code, lanciato nel 2018. Un concetto di footwear ibrido che anticipa le esigenze del lifestyle moderno, combinando eleganza casual e funzionalità tecnologica attraverso il know-how unico di Tod's. Analizzando da vicino i cambiamenti in atto nel vivere contemporaneo, Tod's dà vita ad un progetto dall'impronta *tecno-craftsmanship*, che si evolve al passo della società. A progettare le creazioni, il designer coreano Yong Bae Seok che, grazie al suo passato nell'industrial design, permea No\_Code di soluzioni inedite per il mondo del footwear.

### 1.5.2. HOGAN

Era il 1985, Hogan nasceva e con esso un nuovo concept di calzatura: la luxury sneaker, capace di fondere armonicamente codici sportivi ed eleganza urbana. Oggi come allora, il marchio rappresenta la visione pionieristica del concetto di casual luxury con il suo lifestyle esclusivo, che bene si adatta ad ogni occasione: contemporaneo e dinamico, insieme informale e ricercato. Il Brand è stato artefice di un vero e proprio cambiamento del costume sin dai primi Anni Novanta con la sneaker 'Interactive': icona per eccellenza, nata da un'intuizione innovativa e ancora oggi tra i modelli Hogan più imitati che ha reso il codice distintivo 'H' simbolo del Brand nel Mondo. Marchio italiano con un forte appeal internazionale, Hogan ama incrociare tradizione e innovazione estetica alla qualità dei migliori materiali. Un binomio che contraddistingue l'approccio atemporale rappresentato dai prodotti iconici del Brand: oggetti destinati a mantenere inalterato il loro valore nel tempo, interpretando con grande contemporaneità lo stile di vita di chi li indossa.



Tra i prodotti più importanti troviamo:

#### - Interactive:

Interactive, icona di stile con oltre 20 anni di storia, è la sneaker Hogan divenuta simbolo di lifestyle inimitabile e senza tempo. Eleganza informale e contemporaneo, design essenziale sono trascritti attraverso codici estetici diventati firma distintiva del modello più celebrato del Brand – ancora oggi protagonista indiscusso delle collezioni Hogan.



### - Hogan Atelier:

Realizzate artigianalmente con materiali di pregio e lavorazioni esclusive, le collezioni Hogan Atelier celebrano le icone del Marchio attraverso creazioni uniche dall'animo estremamente prezioso.



Nelle immagini successive vi è un'anteprima delle collezioni Hogan uomo e donna.





### 1.5.3. FAY

La storia del brand nasce nei primi Anni Ottanta, negli Stati Uniti, quando Diego e Andrea Della Valle scoprono le giacche da lavoro indossate dai pompieri del Maine. Intuendone il potenziale, rilevano il marchio Fay, specializzato in abbigliamento tecnico per pescatori e vigili del fuoco, introducendolo in Italia con un'idea precisa: prestare il workwear all'uso urbano. La giacca da lavoro diventa quindi un eccellente capo cittadino, elevandosi velocemente ad oggetto cult nelle capitali internazionali: il "4 Ganci Fay". Un giaccone iconico, costantemente reinterpretato e accompagnato da una linea di abbigliamento, capispalla in particolare, che si distingue per il trattamento tecnico dei tessuti, il culto dei dettagli e l'estrema funzionalità dei capi. Fortemente legato alla tradizione e all'eleganza senza tempo, oggi Fay continua a comunicarne l'essenza, combinando materiali innovativi e caratteristiche senza tempo dell'autentico outerwear italiano: stile, eccellenza e versatilità.

Nel 2019 nasce **Fay Archive**, un'edizione in chiave contemporanea del glorioso "4 Ganci Fay", che introduce nuovi capitoli di una storia ricca di capi versatili da indossare a lungo, icone senza tempo, libere dal susseguirsi delle stagioni e delle mode. Possedere un Fay Archive significa esprimere un'attitudine outdoor sempre attuale. Fay Archive riparte dal DNA di Fay, celebrandone le origini e allargandole alle esigenze di avventura a tutto campo, dalla città ai grandi spazi aperti.





Tra gli articoli di punta troviamo i seguenti prodotti:

#### - 4 Ganci:

Lo storico 4 Ganci è stato rivisitato nelle forme e nei materiali mantenendo tuttavia immutata la sua eleganza senza tempo. Ispirato dalle divise dei pompieri americani e realizzato in cordura di nylon super resistente, il giaccone 4 Ganci divenne un vero must have dell'abbigliamento. Un capo dalla forte identità pensato per uomini e donne moderni e cosmopoliti, attivi ed esclusivi, che amano circondarsi di oggetti "speciali" che rispondano al loro gusto casual-chic.



#### - Morning Coat:



Codici contemporanei, carattere versatile e vocazione urbana. Il Morning Coat è l'iconico raincoat maschile con costruzione double front che ridefinisce i canoni del classico. Declinato in tessuti differenti, sceglie tratti puliti, dettagli studiati. Interpreta in modo dinamico la logica del vestire day to day.

#### - 3 Ganci:

Una rivisitazione femminile dell'iconico per eccellenza, il 3 Ganci è caratterizzato dal colletto in velluto a coste e i dettagli in canvas e crosta, che rimandano immediatamente al dna del brand. La scelta dei materiali in costante aggiornamento, racconta invece di un'evoluzione stilistica fatta di ricerca e sperimentazione.



## - Romantic Coat:



La linea a tulipano e il collo avvolgente sono i tratti distintivi di questo iconico cappotto con chiusura a 3 ganci. Femminile, non scontato, ha le proporzioni equilibrate e vestibilità perfetta. E' estremamente versatile e disinvolto, perfetto in ogni momento della vita dinamica in città.

Nelle successive possiamo vedere un'anticipazione del catalogo Fay linea uomo e donna.



### 1.5.4. ROGER VIVIER

Monsieur Roger Vivier, ideatore del primo tacco a spillo creato negli Anni Cinquanta, disegnava scarpe stravaganti e lussuosamente arricchite, che descriveva come sculture. Artigiano virtuoso e, allo stesso tempo, amante dell'eleganza femminile, ha elevato la scarpa a oggetto d'arte, attraverso il savoir-faire delle Maison di ricamo francesi. Oggi il patrimonio artistico e le eccellenti radici tradizionali della Maison Vivier trovano ogni giorno nuova espressione. Grazie al lavoro del Gruppo, la creatività e la visione di Roger Vivier continuano a vivere e nuovi capitoli si aggiungono ogni stagione a questa storia unica, che va oltre l'expertise calzaturiera e include borse, piccola pelletteria e gioielli. La donna Roger Vivier è una donna sofisticata ed elegante ma anche dotata di un pizzico di eccentricità: una persona che cerca, attraverso i suoi abiti, di esprimere la propria eleganza senza tempo, senza però dimenticare il proprio tocco impertinente e stravagante.



Per quanto riguarda i prodotti più gettonati troviamo i seguenti articoli:

#### - La Fibbia:

Forse quella che può essere considerata il simbolo eterno di Roger Vivier, la fibbia simboleggia l'eterno ciclo della moda, la quale attinge ai concetti del futuro ma arrivando dal passato. Da Roger Vivier a Bruno Frisoni a Gherardo Felloni, la fibbia ha subito molti cambiamenti, ma non ha mai perso i suoi elementi distintivi, rendendola firma della Maison



### - La Belle Vivier:

“Belle de jour”. – Il momento in cui Roger Vivier toccò l’apice del successo fu il 1965, quando progettò una décolleté impreziosita da una fibbia oversize cromata per la sfilata di Yves Saint Laurent. Da quel momento è stato lo stile più richiesto. Nel 1967 le scarpe furono immortalate nel film di Luis Bunel “Belle de Jour” indossate da Catherine Deneuve.



Nella immagine seguente vi è un’anteprima degli articoli targati Roger Vivier.





## **1.6. PROGETTI E POLITICHE DEL GRUPPO TOD'S**

Un impegno costante e quotidiano nei confronti delle persone, dell'ambiente e del patrimonio culturale, per il Gruppo Tod's la sostenibilità e la responsabilità sociale rappresentano da sempre elementi cardine del proprio *modus operandi*. Ad animare l'azienda e a permeare i suoi valori è il legame stretto e saldo con il territorio, tradotto in iniziative a lungo termine che vengono intraprese costantemente da lunga data con convinzione, impegno e dedizione. Progetti che hanno assunto un respiro sempre più internazionale, per condividere su ampia scala il valore generato in tanti anni di storie e di eccellenza. Il rispetto e la valorizzazione del patrimonio culturale sono centrali nell'impegno del Gruppo, resi tangibili attraverso un percorso di progetti a sostegno dell'arte e della cultura, con uno sguardo sempre rivolto al futuro. Il territorio, inteso come bene e come ricchezza da preservare e valorizzare, è parte integrante della filosofia della Tod's S.p.A. In questa direzione, l'azienda continua da anni a intraprendere iniziative locali e nazionali a sostegno dell'Italia e dei luoghi a cui appartiene.

### **1.6.1 POLITICA DI SOSTENIBILITÀ**

La politica di sostenibilità del Gruppo Tod's è stata sviluppata con l'obiettivo di favorire la diffusione dei principi di responsabilità sociale e ambientale che da sempre sono alla base delle attività dell'azienda e della sua strategia di business. I principi sono fondati sui valori di eguaglianza, imparzialità, trasparenza, affidabilità, onestà, correttezza, buona fede e riservatezza. Il rispetto di essi è imprescindibile tanto all'interno del Gruppo quanto nei confronti dei soggetti con i quali lo stesso entra in rapporto nel suo operare quotidiano. La presente politica è allineata ai principi del Global Compact delle Nazioni Unite relativi alla tutela dei diritti umani, degli standard lavorativi, della salvaguardia dell'ambiente e della lotta alla corruzione e ai Sustainable Development Goals (SDGs) che Tod's S.p.A. persegue attraverso il proprio piano di sostenibilità. I destinatari della presente Politica di Sostenibilità sono gli organi sociali, i dipendenti senza eccezione alcuna, i collaboratori (tra cui, a mero titolo di esempio, consulenti, agenti, rappresentanti, intermediari, etc.) e chiunque cooperi o collabori con le società del Gruppo Tod's a qualunque titolo. Nella redazione e nell'applicazione della presente Politica sono tenuti come riferimento i principali stakeholders interni ed esterni dell'azienda, includendo dipendenti, clienti, fornitori e laboratori esterni, azionisti, investitori, comunità finanziaria, territorio, comunità, media, influencer, enti governativi e di controllo, scuole, università, istituti di design e associazioni di settore. Per il Gruppo Tod's,



sostenibilità significa condurre le proprie attività con uno sguardo al futuro e orientare la strategia di business alla creazione di valore per gli stakeholders in un'ottica di medio e lungo periodo. In linea con i pilastri del piano di sostenibilità, la politica riafferma l'attenzione del Gruppo per i seguenti ambiti:

- Benessere, tutela e valorizzazione delle persone e delle loro unicità.
- Tracciabilità e filiera sostenibile,
- Tutela dell'ambiente e degli ecosistemi.
- Ecodesign e circolarità.
- Solidarietà verso le comunità e i territori.
- Sostegno al patrimonio artistico e culturale.

La Tod's S.p.A crede fermamente nella tutela e valorizzazione della persona in quanto considera i propri dipendenti risorse preziose e si impegna a prendersi cura della loro salute, della loro sicurezza, del loro benessere e del loro "saper fare". Passione, **eccellenza**, integrità, rispetto, collaborazione, empatia, coraggio, innovazione, sono i valori organizzativi che indirizzano le attività delle persone nel conseguimento degli obiettivi di aziendali e nella gestione delle relazioni umane. Tod's inoltre promuove i valori dell'inclusione e della piena parità tra le persone in tutte le fasi del rapporto di lavoro, dalla fase di selezione a quella di conclusione del rapporto stesso. Il Gruppo si impegna ad agevolare una gestione equilibrata del rapporto tra vita familiare e vita professionale, promuovendo il benessere dei dipendenti. Tale aspetto è garantito e ricercato anche attraverso la promozione di adeguate condizioni di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, in tutte le sedi dell'azienda, nel pieno rispetto delle disposizioni normative vigenti nei diversi paesi in cui esso opera, in linea con politica per la salute e la sicurezza sul lavoro del Gruppo. Tod's S.p.A sostiene iniziative e progetti di formazione e di rafforzamento delle competenze delle proprie persone, anche attraverso lo sviluppo di partnership e collaborazioni con università, associazioni di settore e istituti di design promuovendo, altresì, progetti volti a sostenere la ricerca e l'innovazione sulle tematiche di sostenibilità nel settore della moda. La proprietà sostiene altresì progettualità, interne ed esterne, volte allo sviluppo di competenze artigiane e del "saper fare" tra i giovani. L'unicità dei prodotti del Gruppo da sempre si fonda su valori quali l'artigianalità, la creatività, la tradizione, l'innovazione, la qualità e la promozione del Made in Italy, valori essenziali dalla fase di approvvigionamento delle materie prime

a quella di gestione delle lavorazioni, fino alla distribuzione dei prodotti, richiedendo la medesima attenzione anche a tutti i partner commerciali, siano essi fornitori o laboratori esterni. Tod's è interessata a programmi di qualifica, monitoraggio e crescita sostenibile dei propri fornitori per integrare le istanze di tutela e valorizzazione dell'ambiente e delle persone lungo tutto il ciclo produttivo, dalla materia prima al prodotto finito. L'azienda svolge attività di audit presso le filiere produttive sulle tematiche ambientali, sociali, relative ai diritti umani, alla salute, alla sicurezza e ai principi etici. Inoltre, ricerca un costante monitoraggio del rispetto dei limiti nell'utilizzo delle sostanze chimiche potenzialmente dannose per le persone e per l'ambiente, con l'obiettivo di gestirne la progressiva riduzione nella catena di fornitura, secondo un approccio integrato di prevenzione, precauzione e massima trasparenza. Al fine di assicurare il rispetto dei comuni obiettivi di eccellenza del Made in Italy, di qualità e lotta alla contraffazione, il Gruppo è impegnato nel costruire e mantenere con i fornitori relazioni quanto più possibile continuative, basate su rapporti di fiducia solidi e duraturi e improntate sui valori di lealtà, correttezza e professionalità. Il rispetto dei diritti umani e dei principi di responsabilità etica, sociale e ambientale rappresentano caratteristiche fondamentali nel rapporto con i fornitori di materie prime e con laboratori esterni. La Tod's S.p.A è attiva nel definire e comunicare con trasparenza, obiettivi e target di riduzione del proprio impatto sul clima, in linea con i principali standard internazionali. Analoga è la ricerca di una progressiva riduzione dell'impronta sull'acqua e sulla biodiversità generata dalla propria catena del valore, coinvolgendo la propria filiera. Inoltre, in linea con la propria politica ambientale, la proprietà si impegna a minimizzare e ottimizzare l'impatto che le proprie attività di business generano sull'ambiente, tanto nei siti produttivi, quanto in quelli commerciali. In particolare, il Gruppo è alla costante ricerca del progressivo miglioramento del proprio profilo energetico, anche favorendo il crescente impiego di energia da fonti rinnovabili. Analogamente, anche l'impatto sulle risorse idriche è gestito e monitorato in un'ottica di continua ottimizzazione. Tod's S.p.A si è altresì attivata per lo sviluppo di piani di mobilità sostenibile dei dipendenti, al fine promuovere soluzioni in grado di favorire la sostenibilità ambientale e il benessere sociale. Infine, in considerazione della sua vocazione internazionale e dell'estensione della sua rete distributiva, l'azienda è interessata a ridurre l'impatto ambientale delle attività di trasporto e logistica, nel rispetto dei livelli di qualità del servizio finalizzato alla soddisfazione del cliente. La proprietà favorisce, inoltre, il ricorso, quando possibile, a vettori logistici meno impattanti dal punto di vista ambientale. Il Gruppo TOD'S è alla continua ricerca di processi di ecodesign e produzione circolare, coinvolgendo le proprie filiere. Intende avviare di iniziative di assessment e misurazione del profilo ambientale dei prodotti, anche mediante analisi dell'impronta ambientale sul ciclo di vita (life cycle assessment) e il crescente impiego di materie prime certificate. L'organizzazione è attenta alla gestione responsabile dei rifiuti prodotti,

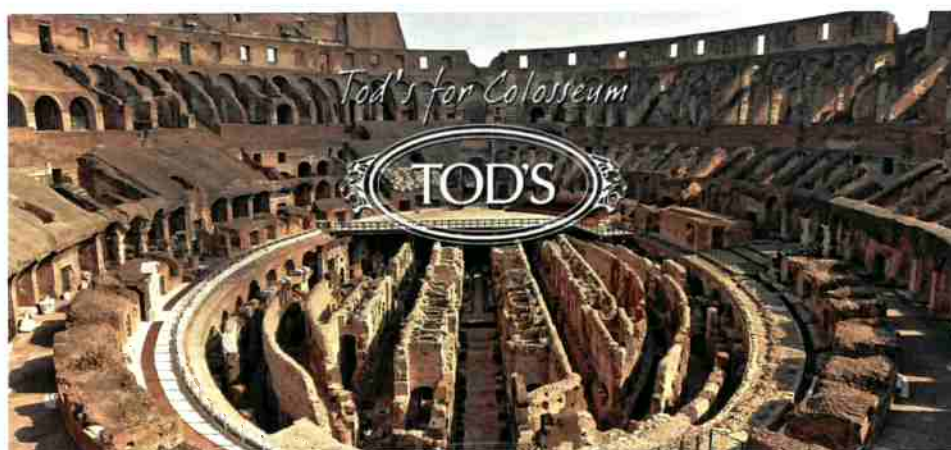
favorendo il riciclo degli stessi e la diminuzione dei quantitativi da conferire in discarica, anche sostenendo iniziative di recupero e upcycling. Inoltre, l'azienda favorisce la promozione di iniziative per la gestione del fine vita dei prodotti e servizi post-vendita di cura e riparazione, al fine di estenderne la durabilità. Il Gruppo intende realizzare la riduzione dei consumi di materiali quali carta e plastica, favorendo l'impiego di materiali riciclati e riciclabili, nonché l'utilizzo di soluzioni alternative certificate a minore impatto ambientale. La Tod's S.p.A ha sempre manifestato il proprio impegno al fianco dei più fragili, a tutela dell'infanzia, a favore dei giovani e a supporto delle donne, nel rispetto dei principi di integrità e trasparenza enunciati nel codice etico e nella politica anticorruzione del Gruppo. La proprietà è consapevole di essere un attore fondamentale per la promozione dello sviluppo socioeconomico del territorio e il sostegno ai più fragili e, sin dalla sua fondazione, sostiene iniziative per far crescere le comunità nelle quali opera e generare sviluppo e valore per i loro territori. La ridistribuzione del valore generato e distribuito alle comunità e ai territori nei quali – e grazie ai quali – opera, rappresenta per Tod's un'opportunità per coniugare la competitività con la creazione di valore sociale nel lungo periodo. Pertanto, il Gruppo cerca di connettere le esigenze locali con gli obiettivi aziendali, fino a identificare i progetti e le iniziative che rispondano a interessi condivisi, al fine di generare un impatto positivo concreto e misurabile sulle comunità. Inoltre l'azienda è orientata, altresì, a condividere il valore generato in tanti anni di storia e di eccellenza, anche attraverso la collaborazione a progetti e iniziative dal respiro internazionale, con l'obiettivo di non lasciare indietro nessuno. Il sostegno della cultura e la valorizzazione dell'italianità nel mondo rappresentano, da sempre, importanti obiettivi per l'azienda, che promuove numerose iniziative volte alla tutela del patrimonio storico e culturale dell'Italia, con l'intento di promuoverne l'immagine e diffonderne i suoi valori. La proprietà si impegna ad assicurare la massima diffusione possibile della presente politica di sostenibilità, attraverso l'utilizzo di adeguati strumenti conoscitivi, di formazione e di sensibilizzazione in merito ai suoi contenuti.. La Tod's S.p.A considerando fondamentale il coinvolgimento degli stakeholders, si impegna a rendicontare con continuità le proprie performance sociali, ambientali ed economiche all'interno dei processi e strumenti di reporting della Sostenibilità, messi a disposizione degli stakeholders sul sito internet aziendale.

Il Gruppo Tod's è tutt'ora ed è stato protagonista di moltissime iniziative e progetti riguardanti proprio la politica di sostenibilità, in quanto come abbiamo visto tale aspetto è uno dei punti centrali che caratterizzano la mission e identificano il brand. Tale prospettiva è volta proprio a sostenere il patrimonio italiano e le sue ricchezze oltrechè le persone che ne fanno parte e sono proprio questi

valori che caratterizzano il Gruppo. Tra i vari progetti e azioni di sostenibilità possiamo sicuramente citarne alcuni tra i più importanti:

### **Restauro del Colosseo**

Il Gruppo TOD'S ha preso parte con orgoglio al restauro del Colosseo di Roma, contribuendo con un importante finanziamento a riportare al suo splendore il principale simbolo di Roma e della storia del nostro Paese. Un piano di interventi iniziato nel 2011 e voluto anche dall'allora Commissario Delegato per le Aree Archeologiche di Roma e Ostia Antica, in collaborazione con la Soprintendenza Speciale per il Colosseo e l'area archeologica di Roma. La prima fase dei lavori è giunta a compimento e ha riguardato il prospetto settentrionale e quello meridionale, pari a circa 13.300 mq di superficie, e la sostituzione dell'attuale sistema di chiusura dei fornic con la realizzazione di nuove cancellate. Il piano degli interventi iniziato nel 2011, continuerà con il restauro degli ambulacri, dei sotterranei del Colosseo, la messa a norma e l'implementazione degli impianti e la realizzazione di un centro servizi che consenta di portare all'esterno le attività di supporto alla visita che sono attualmente all'interno del monumento. Il Gruppo Tod's è orgoglioso di aver preso parte al restauro del Colosseo, contribuendo a restituire al mondo intero un monumento iconico, simbolo della storia di Roma e dell'Italia. La seconda fase dei lavori, iniziati nel dicembre 2018, sotto la guida del nuovo istituto autonomo Parco Archeologico del Colosseo, ha interessato l'area degli ipogei, un *monumento nel monumento* che corrisponde alla parte dell'anfiteatro sottostante all'arena e, in età antica, invisibile agli spettatori. Le operazioni di restauro hanno visto il coinvolgimento di più di 80 persone, tra archeologi, restauratori, architetti, ingegneri, geometri e operai. A conclusione dei lavori è stata installata una passerella lunga 160 metri accessibile a tutti, restituendo così ai visitatori del Colosseo un'area che mai prima d'ora era stata praticabile.





### **Sostegno al Teatro alla scala**

Dal 2011, il Gruppo TOD'S è entrato a far parte della Fondazione Teatro alla Scala come Socio Fondatore. Un sostegno che il Gruppo dà con onore ad un'eccellenza italiana, ammirata in tutto il mondo.



### **Restauro del Colle dell'infinito**

Il restauro del Colle dell'Infinito figura tra gli ultimi progetti del Gruppo TOD'S a favore del territorio italiano. Un contributo volto a sostenere e valorizzare un luogo simbolo del genio leopardiano, insieme a una serie di interventi sull'Orto delle Monache per salvaguardare e promuovere a livello nazionale e internazionale il borgo di Recanati e la regione Marche.





## PAC

L'impegno del Gruppo TOD'S sul piano artistico si concretizza anche nel sostegno al PAC – Padiglione d'Arte Contemporanea Milano, in qualità di sponsor dell'attività annuale del prestigioso spazio, tra i principali poli culturali della città lombarda.



### Sostegno alle comunità locali

L'impegno del Gruppo TOD'S a sostegno del territorio parte dalla devoluzione dell'1% dell'utile netto, destinato a progetti di solidarietà a favore delle comunità locali e a sostegno delle fasce più deboli della popolazione nella regione Marche. A iniziare dal sostegno alimentare, che ha permesso la fornitura di pacchi alimentari a quasi 30.000 persone, come anche gli interventi sanitari verso i soggetti fragili e il progetto anziani "Missione Benessere", rivolto fino a oggi a circa 2.000 persone, che hanno potuto usufruire gratuitamente di servizi assistenziali, informativi e ricreativi. A sostegno dei disabili è stato messo in atto "Il volo delle farfalle", un'iniziativa finalizzata a incentivare integrazione sociale e abilità di 250 ragazzi con disabilità. Un apposito fondo di solidarietà è stato poi destinato a sostenere circa 500 nuclei familiari in difficoltà, mentre per un gruppo di giovani studenti è stata resa possibile l'alternanza scuola-lavoro con esperienze in Italia e all'estero. Grazie a questi interventi è anche nato il "Centro Giovanile Casette d'Ete", uno spazio polifunzionale di aggregazione, a testimonianza di un'attenzione reale e concreta nei confronti delle persone e dei luoghi dove l'azienda stessa produce. Nonché un esempio concreto e un incentivo per gli altri imprenditori italiani.

### **Contributo alla fabbrica di Arcuata**

Nel cuore di un'area colpita dal terremoto nel 2016, il Gruppo TOD'S ha costituito la nuova fabbrica di Arcuata del Tronto. Uno stabilimento di 2.000 metri quadrati dedicato alla produzione di calzature e costruito in meno di un anno, subito dopo il sisma, per dare lavoro, speranza e futuro a persone e famiglie vittime degli eventi sismici.



### **Tod's per San Patignano**

Dalla collaborazione tra il Gruppo TOD'S e San Patignano sono nate due collezioni di pelletteria realizzate dai membri della Comunità stessa. Un impegno concreto per rafforzare la formazione dei giovani, che hanno realizzato i prodotti utilizzando le pelli donate da TOD'S, mettendo in pratica il know-how trasferito dalle maestranze artigianali del Gruppo. Le collezioni sono state vendute sul sito [tods.com](http://tods.com) e negli Outlet del Gruppo, devolvendo la totalità dei ricavi alla Comunità stessa.



### **Save the Children per Tokyo**

A seguito del terremoto e dello tsunami che hanno colpito Tokyo nel 2011, il Gruppo TOD'S si è impegnato con Save the Children in un progetto a sostegno dei bambini, progettando e costruendo per loro una scuola d'infanzia e un parco giochi.



### **Save the Children per il punto luce di Barra**

Grazie all'intervento di TOD'S e di Save the Children, nel quartiere Barra di Napoli è nato nel 2015 un nuovo Punto Luce. Uno spazio di 4.500 metri quadrati ad alta densità educativa realizzato in un quartiere svantaggiato con l'obiettivo di accogliere bambini e adolescenti per usufruire di contenuti educativi e ludici, dispositivi tecnologici e consulenze dedicate.



### **Sostegno per i propri dipendenti**

L'impegno etico e responsabile del Gruppo TOD'S è volto in primis al benessere dei propri dipendenti e delle loro famiglie. Agendo nel pieno rispetto dei lavoratori e con l'obiettivo di offrire loro le migliori condizioni possibili, il Gruppo persegue l'eccellenza sul piano del Welfare aziendale, introducendo costantemente i servizi e i benefit a favore dei dipendenti:

- Il bonus solidarietà.
- L'assistenza sanitaria.
- Il sussidio allo studio per i figli dei dipendenti.





### 1.6.2. POLITICA AMBIENTALE

Il Gruppo Tod's ritiene di primaria importanza la tutela dell'ambiente e lo sviluppo sostenibile del territorio in cui opera, in considerazione dei diritti della comunità e delle generazioni future. Il rispetto del territorio ha contrassegnato la storia dell'azienda fin dagli albori con sedi perfettamente integrate nell'ambiente della comunità locale che rappresenta di fatto la culla dello sviluppo aziendale. La Tod's S.p.A pertanto, in attuazione della propria politica di sostenibilità, si è sempre impegnata a proteggere l'ambiente, a prevenire l'inquinamento e ad utilizzare risorse sostenibili, riducendo e minimizzando l'impatto che le proprie attività di business generano su di esso, tanto nei siti produttivi, quanto in quelli commerciali. Il Gruppo Tod's oltre a soddisfare gli obblighi di conformità legati alle sue attività ha la ferma volontà di diminuire la propria impronta ambientale, dando forza ai seguenti ambiziosi obiettivi:

- riduzione ed ottimizzazione dei consumi energetici, anche ricorrendo all'autoproduzione ed all'impiego di energia da fonti rinnovabili;
- riduzione delle emissioni generate direttamente dalle sue attività di business, nel pieno sostegno alle politiche adottate con l'Accordo di Parigi, volte a contenere l'aumento delle temperature globali;
- adozione di criteri di progettazione e costruzione dei propri edifici, orientati all'efficienza energetica e alla riduzione degli impatti ambientali;
- riduzione della produzione di rifiuti nei siti produttivi, uffici, negozi e logistica distributiva, favorendo il riciclo degli stessi e la diminuzione dei quantitativi da conferire in discarica;
- riduzione ed ottimizzazione dell'impiego di materiali in carta e plastica, con particolare attenzione al packaging, promuovendo anche il ricorso a soluzioni alternative sostenibili e plastic free;
- progressiva eliminazione dal processo produttivo di alcune sostanze chimiche, benché consentite, nel rispetto dei termini di legge;
- promozione della ricerca e dello sviluppo dei propri prodotti in ottica eco-compatibile, considerando l'intero ciclo di vita.

Il Gruppo Tod's si impegna al miglioramento continuo del sistema di gestione ambientale, per accrescere le prestazioni ambientali, fornendo le necessarie risorse economiche, tecnologiche e professionali per assicurare il raggiungimento degli obiettivi enunciati.

### 1.6.3. POLITICA DI SOLIDARIETA' E SOSTEGNO ALLE COMUNITA'

L'obiettivo è di estendere e valorizzare le iniziative attraverso le quali l'azienda esprime il proprio impegno al fianco dei più fragili, a tutela dell'infanzia, a favore dei giovani, a supporto delle donne e a sostegno al patrimonio storico, artistico, ambientale e culturale. I Brand del lusso stanno ridefinendo i propri valori e i propri obiettivi, estendendo la propria mission oltre la creatività e l'eccellenza, per diventare abilitatori di cambiamenti sociali e culturali e generatori di un impatto positivo sull'ambiente e sulle comunità. Tod's è consapevole di essere un attore fondamentale per la promozione dello sviluppo socioeconomico del territorio e il sostegno ai più fragili e sin dalla sua fondazione, sostiene iniziative per far crescere le comunità nelle quali opera e generare sviluppo e valore per i loro territori, con l'obiettivo di non lasciare indietro nessuno. Al fine di estendere e valorizzare ulteriormente queste iniziative, il Gruppo ha promosso la definizione della presente politica, che formalizza gli indirizzi e le corrette modalità di implementazione delle iniziative di filantropia, solidarietà e sostegno alle comunità. La ridistribuzione del valore generato alle comunità e ai territori nei quali, e grazie ai quali, opera, rappresenta per Tod's un'opportunità per coniugare la competitività con la creazione di valore sociale nel lungo periodo. Pertanto, le esigenze locali vengono messe in connessione con gli obiettivi aziendali, fino a identificare i progetti e le iniziative che rispondano a interessi condivisi, al fine di generare un impatto positivo concreto e misurabile sulla comunità. Pertanto, gli indirizzi di supporto a iniziative di filantropia, solidarietà e sostegno alle comunità del Gruppo si sostanziano in diversi ambiti di intervento come il sostegno ai più fragili, alle persone più vulnerabili che vivono in situazioni di disagio a causa delle loro condizioni fisiche, psichiche, familiari, economiche, etniche e sociali, o in concerto con le istituzioni e le associazioni caritative attive nei territori di operatività del Gruppo. L'azienda intende sostenere interventi a supporto delle persone che versano in situazioni di oggettiva difficoltà, attraverso il sostegno alimentare, la copertura delle spese mediche, l'acquisto di farmaci, il pagamento delle utenze domestiche, il contributo al pagamento dell'affitto o il supporto in situazioni di emergenza, come nel caso degli sfratti, oltre che iniziative a favore dei giovani e inserimenti socio-lavorativi. Attraverso i propri presidi sul territorio, Tod's effettua un tutoraggio e monitoraggio continuo di queste situazioni di fragilità. Collaborando con le associazioni presenti nei territori di operatività del Gruppo, l'azienda vuole favorire l'integrazione sociale dei ragazzi affetti da disabilità, anche offrendo supporto alle loro famiglie. La proprietà intende collaborare con istituzioni e associazioni del terzo settore, per promuovere programmi di formazione e di inserimento professionale di persone affette da dipendenze, per aiutarle a tracciare nuovi percorsi di vita costruiti sull'autostima e sulla dignità personale. Tod's potrà collaborare con istituzioni e associazioni non profit in Italia e nel mondo, per

sostenere e progetti di tutela della vita, della salute, del benessere e dei diritti dell'infanzia. Il Gruppo potrà altresì sostenere lo sviluppo di centri di aggregazione giovanile, anche in aree periferiche e marginali. Inoltre la proprietà intende favorire iniziative a sostegno della parità di genere e dell'emancipazione femminile, attraverso progetti di formazione, coaching e sviluppo professionale. Tra le attività dell'azienda vi sono anche interventi a contrasto della violenza di genere, progetti di accoglienza delle donne vittime di molestie, abusi e violenza e dei loro figli, con assistenza sanitaria, supporto psicologico, supporto sociale, accompagnamento nel percorso legale, progetti personalizzati di uscita dalla violenza, accompagnamento ai servizi e al reinserimento sociale, inserimento scolastico per minori e sostegno educativo-genitoriale. Il Gruppo TOD'S è interessato a prendersi cura del patrimonio storico, artistico, ambientale e culturale presente nei siti di sua operatività e a sostenere iniziative di tutela e valorizzazione, anche al fine di restituire alle comunità locali parti preziose del loro territorio e della loro cultura. Le iniziative di filantropia, solidarietà e sostegno alle comunità a favore di fondazioni, istituzioni, organizzazioni o enti dediti allo svolgimento di attività sociali, culturali sono ammesse in quanto avvengano nell'assoluto rispetto della legge, in conformità ai principi di integrità e trasparenza enunciati nel codice etico e nella politica anticorruzione del Gruppo e non compromettano in alcun modo l'integrità e la reputazione dell'azienda. In particolare, i destinatari della presente Politica autorizzati ad attuare iniziative di donazione / sponsorizzazione devono rispettare i seguenti principi:

- tutte le iniziative devono essere autorizzate e formalizzate in apposita documentazione, dalla quale si evinca in maniera univoca la controparte dell'iniziativa e le motivazioni sottostanti l'erogazione;
- il beneficiario dell'iniziativa deve essere previamente sottoposto a controlli di due diligence volti ad accertarne la credibilità e l'onorabilità; il processo di erogazione del contributo, se erogato in denaro, deve essere eseguito per il tramite di banche/intermediari finanziari autorizzati;
- è vietato offrire o corrispondere sponsorizzazioni e liberalità, nel caso possano essere interpretati come finalizzati a influenzare l'autonomia di giudizio o a ottenere trattamenti di favore o vantaggi impropri;
- tutte le operazioni devono essere adeguatamente tracciate e archiviate.

## 2. ORGANIZZAZIONE DEL PERCORSO E INSERIMENTO IN AZIENDA

### 2.1. INSERIMENTO E ACCOGLIENZA IN AZIENDA

Attraverso L'ente di formazione L.A.C.A.M di Matelica ho avuto la possibilità di effettuare questa importante esperienza alla Tod's S.p.A. Il mio inserimento è stato molto positivo in quanto non ci sono state né problematiche né ritardi rispetto agli accordi presi e alle direttive stabilite. Ho effettuato il colloquio di preselezione per via telefonica con la Dott.ssa Simona Pelosi in primis e successivamente con la responsabile delle risorse umane Alessandra Virgulti. Nel corso della conversazione mi venne chiesto di parlare di me e di quali fossero le motivazioni che mi spingevano ad aver scelto la Tod's S.p.A per effettuare il mio stage. Dopo aver concluso la chiamata non ero molto soddisfatto di come fosse andata la conversazione in quanto essendo Tod's Group una realtà molto importante e gettonata, le possibilità di fare anche solo un'esperienza di stage erano molto limitate. Nei giorni successivi ancora non avevo ricevuto nessuna chiamata per un colloquio frontale e iniziai a pensare di cercare un'altra azienda per poter sostenere il mio training on the job. Dopo circa 2 settimane, ho ricevuto una chiamata da parte della Dott.ssa Virgulti, la quale mi comunicava la possibilità di poter effettuare un secondo colloquio stavolta in modalità frontale presso la loro sede a Sant'Elpidio. Ovviamente ho accettato ed esattamente dopo circa 10 giorni alle 14:00 circa ero davanti al cancello di entrata. Essendo la prima volta in Tod's dovetti effettuare una procedura di riconoscimento in cui mi venne chiesto il documento d'identità, la motivazione per il quale ero lì e la persona che avrei dovuto incontrare. Al termine di questa fase mi venne rilasciato un badge con cui potevo entrare all'interno dell'area riservata dell'azienda e potevo accedere al colloquio di selezione. Una volta varcato l'ingresso dell'azienda la signora del centralino mi fece accomodare in una sala di attesa, aspettai 5/10 minuti e poi arrivò la Dott.ssa Virgulti che prima mi fece compilare alcuni documenti e successivamente sostenei il colloquio proprio con lei. Una volta terminato quest'ultimo ne affrontai un secondo ma stavolta con la Dott.ssa Pelosi. Questo fu leggermente più complesso in quanto ci furono domande più specifiche ma ero comunque soddisfatto di come avevo affrontato la selezione. Alla fine della conversazione ci salutammo, uscii dall'azienda e dopo aver ripreso i miei documenti all'ingresso feci ritorno verso casa. Circa 15 giorni dopo ricevetti una chiamata da parte della Dott.ssa Virgulti che mi comunicava l'esito positivo del colloquio e il 5 Dicembre feci il mio primo vero ingresso alla Tod's S.p.A. Venni accolto in maniera molto professionale da parte di tutto il personale con cui mi sono interfacciato, sono entrato alle 08:30 e dopo aver compilato la documentazione relativa allo stage e firmato le varie pratiche mi venne consegnato il manuale sulla sicurezza dei lavoratori e il badge che avrei utilizzato in seguito. Alle 10:00 ero in ufficio ed avevo



conosciuto tutti i colleghi di lavoro. Un ambiente molto sereno e con una professionalità unica, successivamente il mio tutor Valter Bevignani mi ha illustrato l'organigramma dell'azienda e le mansioni che mi spettavano durante il periodo di stage. Posso confermare in pieno che difficilmente vengono effettuate accoglienze di questo tipo e mi posso ritenere soddisfatto di come sia andato questo primo approccio.

## **2.2. ORGANIZZAZIONE DEL PERCORSO**

La durata del mio stage presso la struttura Tod's S.p.A è stata di 320 ore pari a circa 2 mesi. L'orario lavorativo era suddiviso in 2 turni, dalle 08:30 alle 13:00 e dalle 14:00 alle 17:30, per un totale di 8 ore giornaliere e di 40 settimanali. Tutte le mattine una volta entrato in azienda compilavo il registro delle presenze apportando orario e firma d'ingresso e quando era terminato il turno lavorativo ripeteva la stessa operazione inserendo orario e firma di uscita. Tra le 13:00 e le 14:00 poteva essere effettuata la pausa pranzo presso la mensa aziendale, quest'ultima era totalmente gratuita e potevo accedervi timbrando il badge che mi era stato affidato il primo giorno quando arrivai in sede. L'accesso alla mensa era totalmente facoltativo in quanto sia dipendenti che stagisti e tirocinanti potevano usufruirne o meno a seconda delle necessità individuali. Inoltre sempre per tutti coloro che operavano all'interno dell'azienda vi era la possibilità dalle 17:30 alle 21:00 di utilizzare la palestra aziendale sempre gratuitamente previa prenotazione attraverso l'applicazione presente nel sito Tod's S.p.A. Altresì per i dipendenti era possibile usufruire dell'asilo che era situato nella struttura, gestito in toto dalla proprietà a cui si poteva accedere attraverso una graduatoria. All'interno della sede vi erano distributori di acqua e cibo e macchinette del caffè che potevano essere utilizzati durante l'arco della giornata lavorativa. Vi era anche un distributore di acqua sia frizzante che naturale totalmente gratuito a cui ci si poteva rifornire qualora si avesse bisogno. Ulteriori servizi che venivano forniti da parte dell'azienda erano ad esempio la possibilità di partecipare a corsi di formazione e specializzazione totalmente gratuiti in modo che tutti i dipendenti avevano la possibilità di poter ampliare le proprie competenze e le loro specializzazioni. Sempre in riferimento alla vasta gamma di attività offerte dall'azienda, da alcuni anni il Gruppo Tod's ha dato vita alla Bottega dei Mestieri, una Academy per la formazione nata nel 2012, attraverso cui vengono formate le nuove figure tecniche specializzate nella realizzazione dei prodotti dei brand del Gruppo stesso. L'obiettivo è quello di incentivare i giovani a sviluppare l'expertise artigianale e a mantenere vivo il savoir-faire tradizionale. Il motivo per cui ho scelto la Tod's S.p.A come esperienza per lo stage è che durante il periodo in cui ho svolto il corso Digital Social Media Specialist

L.A.C.A.M mi ripeteva sempre, che avrei voluto sfruttare questa opportunità di “formazione finale” in una grande realtà, in modo da poter implementare le mie competenze e arricchire il mio bagaglio culturale. Tod's S.p.A fu la mia prima ed unica scelta sin dalle prime lezioni del corso, anche perché proprio durante lo svolgimento del corso presentai due elaborati proprio riguardanti la Tod's Group, uno per la materia “Business Blogging” e uno per la materia “Web Reputation”. Quindi posso confermare che avevo le idee chiare fin dall'inizio e di sicuro non è stato un ripiego, ma al contrario una grande opportunità per estendere le mie competenze e migliorare la mia persona dal punto di vista professionale. Per quanto riguarda il mio approccio alla realtà aziendale è stato molto positivo, mi sono messo in gioco in un contesto per me nuovo in quanto provenendo dal mondo dello sport non ero mai venuto a contatto con il settore lavorativo del fashion. Proprio per questo motivo ho cercato di adattarmi e allinearmi alle varie dinamiche che erano presenti in azienda. Inoltre posso ritenermi molto soddisfatto di essermi inserito in maniera molto positiva sia in relazione con i colleghi di reparto, che in riferimento all'ambiente dove ho svolto la mia esperienza di stage.



### 3. L'ATTIVITA' DEL PERCORSO

Premesso che come già anticipato provengo da un altro settore lavorativo, la mia esperienza alla Tod's Group è stata molto particolare ed esaustiva, ho svolto un percorso fortemente vario e completo all'interno del settore fashion luxury. Strutturalmente il periodo di stage è stato suddiviso in due parti in cui ho potuto mettere in pratica le mie conoscenze e apprendere nuove competenze nel mondo dell'alta moda. Il primo mese ho svolto la mia attività presso l'ufficio sviluppo del prodotto del marchio Tod's RTW divisione uomo, in cui ho potuto assistere e contribuire a tutte le fasi e i processi che avvengono per la creazione dei capi e degli articoli della Tod's S.p.A. Successivamente il secondo mese invece ho svolto e concluso la mia esperienza di stage presso l'ufficio grafica di Fay, in cui ho messo in atto alcune tra le mie competenze nel settore digitale della grafica.

#### 3.1 PRIMA PARTE: TOD'S SVILUPPO DEL PRODOTTO RTW DIVISIONE UOMO

In questa prima parte verrà trattata la mia esperienza all'interno dell'ufficio sviluppo del prodotto del marchio Tod's divisione Rate to Weather (RTW) uomo. Posso confermare che in questo breve periodo passato in questa sezione ho imparato molto e soprattutto ho avuto modo di mettere in pratica ciò che ho appreso. Il reparto sviluppo è una divisione molto particolare in quanto al suo interno è molto facile trovare prototipi e campioni riguardanti gli articoli prodotti dall'azienda. Infatti molto spesso nell'ufficio vi erano i carrelli con i capi di abbigliamento proprio perché in questa sezione vengono ultimate ed effettuate modifiche o conferme relative proprio alla merce. All'interno della Tod's S.p.a il reparto ricerca e sviluppo del prodotto si occupa di svolgere diverse mansioni tra cui:

- Effettuare e seguire gli ordini di campionario e produzione, in particolare dei tessuti e materiali (bottoni, spille, etichette ecc) che verranno utilizzati per produrre i capi di abbigliamento, il tutto sempre in base alle esigenze dell'ufficio stile.
- Calcolo degli ordini di produzione dopo la campagna vendite.
- Creazione, modifica ed aggiornamento delle distinte base dove vengono inseriti il calcolo del prezzo del capo finale comprendente i costi del cartamodello, del tessuto misurato in metri quadri, dell'etichetta, del cartellino, delle eventuali passamanerie, bottoni, finissaggi, fodere, zip, rivetti, grucce ecc. Il tutto viene calcolato sul capo, di solito il prezzo del cartamodello è ammortizzato sul costo della produzione e non viene inserito il costo di ogni capo, tutto il procedimento avviene dopo la fase del campionario. Le distinte base vengono fatte anche durante la prima fase della collezione,

in modo che così si potranno ordinare i tessuti per la produzione e successivamente si potrà captare il prezzo di tod's durante la fase di campagna vendite in showroom.

- Elaborazione del prezzo della campagna vendite e monitoraggio degli ordini di campionario e della produzione.
- Compilazione delle schede tecniche con i dati che vengono forniti dalla modelliera e le schede che vengono realizzate dai tecnici che di solito sono designer interni o esterni all'azienda.
- Compilazione delle schede prodotto anagrafiche.
- Contattare i fornitori per gestire i finissaggi (zip, bottoni, passamanerie ecc), sempre sia in fase di campionario che di produzione.
- Controllo di qualità sia in fase di campionario che produzione. Ciò avviene per far sì che il prodotto arrivi in boutique in condizioni perfette, in quanto talvolta ci si può accorgere di alcuni difetti solo quando il capo è già stato confezionato, in quel caso bisogna ripetere gran parte dei passaggi precedenti;
- Relazione con l'Ufficio Acquisti per la programmazione degli ordini di materie prime per campionario e produzione.
- Rapporto diretto con il magazzino per le giacenze e le mancanze dei materiali.
- Sdifettamento dei capi sotto la supervisione del responsabile di reparto.
- Ricerca materiali ed accessori relazionandosi direttamente con i fornitori.
- Lancio dei prototipi e dei campioni interfacciandosi con gli uffici della modelliera e dello stile.
- Gestione e coordinamento dell'avanzamento di prototipi e campionari rispettando il timing concordato.

In Tod's la sezione dell'ufficio prodotto è una divisione in cui vengono richieste importanti competenze tecniche riguardanti gli articoli prodotti. E' un reparto che funge da "mediatore" tra l'ufficio stile, la modelliera, l'ufficio acquisti, i fornitori e il magazzino, in quanto si relaziona principalmente con queste aree. L'obiettivo è quello di far sì che il prodotto non abbia ne problemi ne difetti, e arrivi alla fase di vendita in condizioni perfette. In sintesi l'ufficio prodotto è una divisione in cui vi sono figure professionali che si occupano di sovrintendere tutto il ciclo di produzione. Hanno forti conoscenze tecniche del capo e una solida conoscenza del prodotto. Garantiscono con ciò il rispetto dei criteri legati allo stile e quelli relativi al gusto ricercato dal cliente. In Tod's una



delle parti più importanti è la “messa in produzione” in cui si vanno ad effettuare gli ultimi sfidettamenti prima che il capo venga messo in vendita. E’ una parte molto complessa e soprattutto che richiede molti anni di esperienza a colui/lei che valuta l’articolo, in quanto in quel momento si decide se l’articolo va modificato, annullato o può andare avanti. Ritornando alla mia esperienza il primo giorno dopo aver conosciuto i miei colleghi ho iniziato a riordinare i vari book per iniziare a conoscere e riconoscere i vari tessuti con cui vengono realizzati i capi. Ve ne sono praticamente di ogni tipo e colore e vengono identificati attraverso codici. Questi ultimi sono utilizzati come linguaggio universale all’interno dell’azienda in modo tale che tutti coloro che ne vengono a contatto li possano riconoscere subito e non ci siano divergenze. In Tod’s vengono creati tantissimi book per avere una cronologia e un “database” cartaceo del lavoro svolto, ad esempio possiamo trovare i book dei tessuti, le cartelle colore, il book dei lanci ecc. Tutto viene catalogato in modo da poter sempre monitorare ed eventualmente apportare modifiche al momento. Il terzo giorno dopo aver ultimato la sistemazione e la gestione dei book, ho iniziato ad assistere i miei colleghi ed ad osservare tutte le varie fasi di lavoro che avvengono all’interno dell’ufficio Tod’s. Nella divisione eravamo in 9, e il reparto era diviso tra chi si occupava della linea uomo e chi della sezione donna. Per entrambe le aree vi è un responsabile che si occupa di svolgere le mansioni di coordinamento del team e alcune tra le varie funzioni di routine come creazioni delle distinte base, rapporto con i fornitori ecc. Per il settore uomo era Valter Bevignani, il mio tutor, mentre per la donna era Jasmine Haidar, successivamente sempre nell’area uomo vi erano Alessandro Carpineti che si occupava della creazione etichette e dei lanci, Virginia Giulianelli che era addetta a tutto ciò che riguardasse gli accessori (fibbie, bottoni, grucce ecc) e Michela Nataloni che effettuava lanci, ordini, controllava giacenze e scadenze ed era in rapporto diretto con il magazzino. Per quanto riguarda la divisione donna Oltre a Jasmine facevano parte del team anche; Laura Abbruzzetti che si occupava dei lanci, degli ordini, della creazione delle distinte base e della creazione dei codici, Alice Capotondo che era in rapporto con i fornitori e svolgeva anche alcune funzioni di Laura e Roberta che come me era entrata da poco in quell’ufficio ma a differenza mia, lavorava per Tod’s da moltissimi anni e stava piano piano imparando il mestiere. Queste erano le varie mansioni dei componenti di entrambi i team, ma in linea generale tutte le persone di entrambe le divisioni apparte i 2 responsabili che in più avevano il coordinamento e la rappresentanza, erano in grado di svolgere tutte le attività dell’ufficio. Nella pratica il più delle volte Valter e Jasmine assegnavano il compito di seguire linee di prodotto diverse ad ogni singolo componente e ciò valeva a significare che ogni risorsa del team doveva essere in grado di svolgere tutte le mansioni dell’ufficio prodotto che precedentemente abbiamo descritto. Come nella sezione sviluppo del prodotto anche in tutte le altre aree come acquisti, stile ecc vi era un responsabile, ma a capo di tutti gli uffici vi era il Manager della divisione abbigliamento, Rosa Piermattei. Una donna

molto rispettata e allo stesso tempo molto professionale ed esperta nel suo settore. La Sig.ra Piermattei era la figura che si relazionava direttamente con la proprietà ossia A.D.V e D.D.V e essendo il responsabile di tutte le attività che avvengono nella sede di Brancadoro tra le sue mansioni troviamo quella di decidere o meno sulla produzione di un capo nella fase finale del processo. Per semplificare la questione cerchiamo di illustrare come si colloca l'ufficio prodotto in relazione all'intera fase della produzione degli articoli e in linea generale quali sono i vari passaggi che vengono svolti:

- L'ufficio stile sceglie il tessuto e disegna il capo e successivamente passa il progetto all'ufficio prodotto.
- L'ufficio prodotto lancia il primo prototipo e manda le note e la distinta base al laboratorio in questa fase ci possono essere due scelte:
  - 1) Se il capo è approvato si procede con il lancio del campionario (sfilata o evento).
  - 2) Se il capo non è approvato, si procede al lancio del secondo prototipo sempre inviando le note e la distinta base al laboratorio. Successivamente vi è la fase di sdifettamento e poi lancio del campionario.
- Vengono scelti i capi che andranno avanti con il commerciale (editing);
- In questa fase vi è la "messa in produzione" che avviene esclusivamente sotto la supervisione della Piermattei che effettua l'ultimo sdifettamento e terminate le modifiche decide come procedere. Anche qui vi sono due opzioni:
  - 1) Se il capo è approvato si può iniziare con la produzione vera e propria.
  - 2) Se il capo non è approvato si effettua una seconda "messa in produzione" e in caso positivo si può procedere il successivo passaggio. Qualora i criteri non siano rispettati si continua ad effettuare il procedimento finché il capo non è perfetto.

In sintesi questo è come avviene l'avanzamento dell'articolo all'interno di Tod's S.p.A.

### 3.1.1. IL PROTOTIPO DI TOD'S UOMO

Come abbiamo anticipato precedentemente nell'ufficio prodotto vengono creati i prototipi degli articoli e dei capi di abbigliamento. Progettato il modello, si procede con il prototipo per verificare, prima che il modello vada in produzione, che il capo sia perfetto. Per poter creare un prototipo è fondamentale avere a disposizione le seguenti informazioni:

- Il nome e il tipo di tessuto da utilizzare.
- Il nome e la tipologia di accessori che il capo presenta.
- L'etichetta del marchio di cui fa parte l'articolo che verrà creato.
- L'etichetta della taglia del prodotto.
- La Dremina ossia la cosiddetta etichetta speciale in cui troviamo dati del capo riguardanti data, stagione, codice, taglia, tessuto e fornitore.

Ogni prototipo una volta che viene progettato è provvisto di un proprio fascicolo in cui troviamo i seguenti elementi:

1) Scheda in cui sono inseriti:

- La linea di abbigliamento (in questo caso Tod's uomo).
- La stagione (es: Winter 2024).
- Il nome del modello (es: Parka).
- Il codice del modello (es: X1M188707540).
- Il disegno del modello dove possono essere presenti appunti note riguardanti le modifiche da apportare al capo.
- Taglia del modello.
- La sottostagione.
- Alcune info relative al capo.
- Il nome del fornitore.
- Il numero dell'articolo (Es: 60894 – W16).
- Le immagini e i codici dei colori con cui è realizzato il modello (XTSXTA0 S700).

2) La raccolta delle immagini del capo, che vengono scattate da diverse angolazioni e nella maggior parte dei casi vengono fotografati anche alcuni dettagli importanti.

3) La distinta base del prototipo in cui vengono inseriti i seguenti dati:

- Codice del prodotto (Es: X2M15780800TRWA900).
- Taglia del modello (Es: Leather Bomber Jacket).

- La distinta base.

Una volta approvato il prototipo va lanciato e il procedimento segue sempre lo stesso iter:

- Creazione del codice modello e del codice materiale (tessuto).
- Comunicazione delle note al laboratorio che lo realizzerà.
- Creazione del codice prodotto e della distinta base.
- Inviare i materiali compreso il capo di riferimento qualora sia presente al laboratorio.
- Attendere l'arrivo del prototipo e successivamente vi è fase di sdifettamento con l'ufficio stile.
- In questa fase il prototipo o viene inserito nel campionario oppure lo si modifica e si ripete lo stesso procedimento lanciandone un secondo.

Successivamente al prototipo vi è il lancio del capo campionario che avviene nel seguente modo:

- Si inviano gli sdifettamenti al laboratorio.
- Compilazione della distinta base a seconda delle modifiche.
- Creazione del cartellino (Barcode).
- Attendere la data di arrivo dell'articolo.
- Avvio della produzione del capo.

### 3.1.2. I CODICI DI TOD'S UOMO

Ogni modello una volta creato ha una propria codifica con il quale viene identificato e riconosciuto all'interno dell'azienda. Principalmente vengono creati i seguenti codici:

- **Codice Modello:** Riferito al Modello del capo.





**Codice Materiale:** Con cui viene identificato il materiale usato per creare gli articoli.



**Codice Prodotto:** In cui vengono inseriti i simboli già presenti negli altri 2 codici.

# X2M12300700KFD600

Per poter ottenere i seguenti codici vi sono determinati programmi che sono già caricati nei notebook dei singoli dipendenti. Nella mia postazione non era presente il computer e per questo ogni qualvolta ci fosse da svolgere una delle molteplici mansioni richieste nell'ufficio, prima assistevo alla procedura e successivamente mettevo in pratica quanto appreso sotto la supervisione o del responsabile o dei vari colleghi utilizzando i loro pc. Per quanto riguarda i programmi venivano utilizzati i seguenti software e gestionali:

- **AS/400:** Software molto utile nella gestione aziendale (magazzino, contabilità ecc).
- **D-Moda e Pdmi:** Programmi utilizzati principalmente per la creazione di cartellini, ordini, etichette, lanci, distinte base ecc.

### 3.1.3. LA DISTINTA BASE

La distinta base è una scheda in cui sono inseriti tutti i componenti del materiale. In questa tabella sono presenti tutti gli elementi che andranno a costituire il capo con le relative quantità e caratteristiche. Nella distinta troviamo i seguenti elementi:

- Materiali di composizione.
- Tessuti con cui è creato il capo.
- Accessori vari.
- Etichetta del Marchio.

- Etichetta della taglia.
- Dremina.
- Buste e cartoni con cui verrà trasportato e imballato il prodotto.
- Note componente, ossia una tabella in cui sono indicati alcuni dettagli e particolari del capo in questione.

A seguito un esempio di distinta base:

| Rg | Dest.                  | Cat.                    | Materiale               | Consumo  | rp |
|----|------------------------|-------------------------|-------------------------|----------|----|
| 1  | Materiale principale   | TE                      | Pelle testa moro        | 0.001    | 01 |
| 9  | Fodera                 | TF                      | XD98745K500             | MT 0.455 | 01 |
| 11 | Rinforzi adesivi       | RA                      | Fornisce il laboratorio | 0.001    | 01 |
| 15 | Costina                | CO                      | CRN094578X909           | MT 0.455 | 01 |
| 24 | Accessori vari         | Fornisce il laboratorio |                         | 0.001    | 01 |
| 25 | Etichetta composizione | ET                      | EX8746TRU900            | PZ 1.000 | 01 |
| 26 | Etichetta speciale     | ET                      | EX8730TEU900            | PZ 1.000 | 01 |
| 28 | Etichetta Taglia       | AQ                      | EX0436TRU900            | PZ 1.000 | 01 |
| 30 | Busta per capo         | IM                      | Busta Tod's             | PZ 1.000 | 01 |

| NOTE COMPONENTE |   |
|-----------------|---|
| NUMERO          | GENERICHE   |
| 1               | <b>FILO INTERNO PER CUCITURE IN TINTA CON LA FODERA</b> |
| 8               | <b>NON STIRARE SUI BOTTONI PERCHE' SI OPACIZZANO</b>    |
| 14              | <b>FILO TITOLO APPLICARE A 3 CM DALLO SCOLLO</b>        |
| 20              | <b>PARKA IN PELLE</b>                                   |
| 35              | <b>CUCITURA TASCA IN TINTA CON BOTTONI</b>              |
| 46              | <b>SPOSTAMENTO BOTTONE 3 CM</b>                         |

### 3.1.4. LA MIA ESPERIENZA

Come già anticipato i primi 3 giorni ho svolto l'attività di riordino e archiviazione dei book tessuti, ognuno di essi è composto da una scheda "tecnica" in cui vengono indicate le caratteristiche del materiale e le particolarità. I book vengono realizzati per avere sempre un quadro di riferimento in merito a tutte le attività che si svolgono. Ogni scheda è composta diversi parametri che debbono essere riempiti ogni qualvolta vi sia un "nuovo" tessuto", il format di ogni "distinta è il seguente:

|                            |                  |                       |   |                   |
|----------------------------|------------------|-----------------------|---|-------------------|
| Campione<br>del<br>Tessuto | Colore Fornitore | Linea                 |   | Stagione          |
|                            | Colore Azienda   | Fornitore             |   |                   |
|                            | Metri            | Articolo Fornitore    |   |                   |
| Colore Tessuto             |                  | Composizione Articolo |   |                   |
| Colore Tessuto             |                  | Gr.Mt.L               | H | H Utile           |
| Colore Tessuto             |                  | Costo Campionario     |   | Minimi Produzione |
| Colore Tessuto             |                  | Gruppo Merceologico   |   |                   |
| Colore Tessuto             |                  | Descrizione Articolo  |   |                   |
| Colore Tessuto             |                  | Note                  |   |                   |
| Colore Tessuto             |                  | Codice Interno        |   |                   |
| Colore Tessuto             |                  | Tipo di Qualità       |   |                   |

Nei giorni successivi il mio Tutor mi ha comunicato le direttive in merito a come svolgere il lavoro durante il periodo in RTW uomo. La prima settimana sono stato in affiancamento con Michela Nataloni, una persona fortemente responsabile, che sa lavorare molto bene in squadra e soprattutto che fornisce sempre stimoli positivi. In questo periodo ho avuto modo di osservare e mettere in pratica tutta l'attività riguardo ordini e lanci dei prodotti. Inizialmente osservavo, facevo domande e prendevo appunti, in modo da poter apprendere il più possibile per iniziare al più presto a svolgere l'attività in maniera autonoma. Inoltre la disponibilità di Michela ad aiutarmi è stata molto importante ma allo stesso tempo altrettanto utile, in quanto mi ha permesso nel giro due/tre giorni circa di iniziare ad effettuare i primi lanci e i primi ordini. Come già accennato in precedenza, ogni risorsa del team Tod's RTW uomo/donna, è in grado di svolgere tutte le mansioni all'interno dell'ufficio, ma vi sono suddivisioni proprio per motivi logistici e tempistiche. Durante il periodo in cui ho affiancato Michela

ho imparato ad utilizzare AS/400 e PDMI, due gestionali molto importanti all'interno di Tod's in quanto attraverso il loro utilizzo è possibile svolgere la maggior dell'attività in RTW, in caso contrario sarebbe impossibile perché altrimenti non vi sarebbe continuità nel processo di avanzamento del prodotto. I motivi sono fondamentalmente semplici perché AS/400 permette di poter avere un collegamento molto rapido ed efficace tra ufficio prodotto e magazzino, mentre attraverso Pdm è possibile effettuare tutta l'attività di lanci, ordini, distinte base ecc. Entrambi i due gestionali non li avevo mai utilizzati perché operando in tutt'altro settore sarebbe stato pressoché impossibile aver avuto modo di venire a contatto con questi software. Nonostante ciò, in modo graduale nel corso della settimana, ho imparato il funzionamento e sono riuscito ad utilizzarli in modo autonomo grazie anche ai suggerimenti di Michela. Inoltre posso confermare di essere stato in grado di portare a termine gli incarichi che mi erano stati affidati nelle tempistiche e nelle modalità comunicatemi prima dal tutor e in seguito da Michela. Il Lunedì della seconda settimana sono stato contattato dalla Dott.ssa Virgulti per l'induction dell'azienda, ossia una giornata in cui ai nuovi stagisti, tirocinanti e dipendenti si fa conoscere l'azienda in toto. Attraverso questa fase, la nuova risorsa viene introdotta nella struttura in modo tale da potersi integrare nel miglior modo possibile con le dinamiche aziendali e con l'ambiente in cui viene a contatto. In quella giornata eravamo presenti io, due persone provenienti da reparti differenti e una ragazza dell'amministrazione che ci ha mostrato in primis una presentazione Power Point che trattava storia, valori, mission dell'azienda e successivamente ci ha illustrato differenti dati relativi all'azienda. Nel pomeriggio la giornata si è conclusa con un giro turistico dell'azienda, in cui ho potuto notare la grandezza e l'eleganza della struttura in cui stavo svolgendo l'esperienza. A parte le bellissime opere famose che arredano la Tod's S.p.A, l'aspetto che più mi ha colpito è che nell'atrio vi è parcheggiata l'autentica Ferrari di Michael Schumacher, regalo donato da parte di Luca Cordero di Montezemolo alla proprietà. Posso confermare che questa è stata una giornata che ricorderò con molto piacere ed entusiasmo. Ritornando al mio percorso la seconda settimana ho affiancato Virginia Giulianelli, una delle risorse RTW più particolari, una persona molto energica e creativa con cui mi sono occupato di realizzare le cartelle colore, una delle mansioni più "pratiche" che si possono svolgere all'interno dell'ufficio prodotto. Sostanzialmente si tratta di ritagliare dei campioni di tessuto e di inserirli all'interno di cartoncini, sopra ad ogni pezzetto di tessuto va inoltre attaccata l'etichetta con il codice che identifica il colore e l'etichetta del modello del capo. Per ogni modello vengono create più copie perché una volta completata la procedura debbono essere distribuite ai vari uffici con cui si interfaccia RTW uomo, quindi acquisti, stile e anche alla manager Piermattei in quanto da responsabile deve essere sempre al corrente delle attività svolte. Posso confermare che sono riuscito a svolgere questa attività in maniera abbastanza semplice, autonoma e in tempistiche molto anticipate rispetto a quelle stabilite. In questa mansione la difficoltà non è stata tanto a livello tecnico ma più



che altro a livello cognitivo perché dopo varie ore che effettuavo tale attività era molto semplice sbagliare o confondersi, per cui controllavo sempre più volte le cartelle in modo da non avere problemi e non rallentare il processo di avanzamento del prodotto. La terza settimana invece ho affiancato Alessandro Carpineti, la risorsa che si occupa principalmente della creazione delle etichette e delle distinte base in RTW uomo. E' stata un'esperienza molto interessante e formativa in quanto le competenze richieste in queste 2 mansioni sono molto tecniche. Oltre alla diplomazia di Alessandro ciò che mi ha colpito di più è la sua qualità da mediatore e la sua capacità di mantenere un'atmosfera serena all'interno dell'ufficio. Come di routine ho preso appunti e ho cercato di imparare e mettere in pratica il più possibile e posso confermare di esserci riuscito in maniera ottima. Anche in questa situazione i primi 2/3 giorni ho seguito ed assistito Alessandro e in seguito ho iniziato ad utilizzare D-moda e Pdami, ossia i programmi da lui utilizzati per svolgere le sue mansioni. A differenza delle altre attività, questa sicuramente è quella più analitica e logica in cui magari si possono trovare delle difficoltà più che altro per la quantità di stimoli che il software fornisce. Ma nonostante questi aspetti posso ritenermi molto soddisfatto di come ho affrontato la situazione e anche qui sono riuscito ad portare a termine autonomamente gli incarichi affidati. L'ultima settimana in RTW è stata una settimana molto particolare e stimolante in quanto ho affiancato il mio tutor Valter Bevignani, una persona molto creativa dotata di una dialettica che va oltre le righe. In questo periodo ho avuto modo di assistere alla fase dello sdifettamento dei capi, ossia il processo che avviene prima della produzione degli articoli. E' stata forse una delle esperienze migliori fatte in tutto il percorso Tod's in quanto ho avuto modo di poter osservare da vicino la Sig.ra Piermattei all'opera durante questa meticolosa procedura. La competenza e l'esperienza della manager non ha eguali, riesce perfettamente a capire quale sia la soluzione adatta ad ogni capo e tale aspetto è quello che stupisce veramente. L'eccellente conoscenza della materia e la passione con cui svolge il suo lavoro, fanno di lei una risorsa che qualunque azienda nel mondo del fashion luxury, vorrebbe a capo del proprio team. Oltre alla professionalità, l'aspetto più positivo che emerge tra le sue qualità è il lato umano nei confronti del suo team, nonostante sia una persona molto rispettata, stimata e in alcuni casi anche temuta, in realtà la caratteristica che la rende un manager di serie A è proprio l'attaccamento, la disponibilità e la fiducia che ripone nel suo team. Ritornando al discorso dello sdifettamento, è una fase in cui partecipano diverse figure, tra cui indossatori, sarti e modellisti. L'obiettivo è quello di rendere il capo perfetto, di esaltarne la vestibilità e ridurne a zero i difetti. E' una procedura molto complessa che richiede da parte di chi valuta il capo, enorme esperienza, gusto e stile. Gli indossatori provano tutti capi che debbono essere esaminati e ad ogni controllo vengono annotate da parte di Valter e Alessandro le modifiche da apportare al prodotto. Detta così sembra semplice in realtà per Bevignani e Carpineti la questione è più che complicata perché la Piermattei grazie alla sua esperienza ha dei

ritmi di valutazione molto rapidi e il suo team in alcuni casi fa fatica a scrivere magari le modifiche da apportare, proprio perché la manager utilizza un linguaggio tecnico molto specifico con una dialettica altrettanto rapida. Ma nonostante ciò sia Valter che Alessandro erano sempre molto attenti alle dinamiche e riuscivano in tutte le situazioni ad appuntare tutti gli aspetti in questione. Per concludere questa prima parte posso solo dire un giudizio ottimo sulla divisione RTW Tod's uomo. E' stata una bellissima esperienza molto formativa e stimolante, ambiente veramente professionale e umano in svariate situazioni. Mi sono trovato molto bene con tutti i colleghi con cui ho avuto il piacere di collaborare, soprattutto per la qualità del rapporto che ho avuto con questi ultimi. Per quanto riguarda le difficoltà che ho incontrato sono sempre riuscito ad adattarmi e a superarle senza problemi, grazie alle qualità che la mia esperienza nel corso degli anni ha fatto emergere. Ad esempio tutte le volte che non conoscevo termini del linguaggio tecnico, la sera quando tornavo a casa mi informavo e li studiavo in modo da non farmi trovare impreparato. Oppure nei momenti in cui avevo più tempo libero facevo domande e cercavo di migliorare il più possibile le mie competenze in ambito fashion luxury. Se c'è una cosa che ho imparato in Tod's è che siamo noi padroni del nostro destino, non esiste la fortuna in quanto essa è formata dall'incontro tra l'opportunità e il talento, però posso confermare che il talento è nullo senza il duro lavoro, e soprattutto che quest'ultimo batterà sempre cento a zero il primo. E' proprio grazie a questa mia visione che ho raggiunto tutti i miei obiettivi professionali e grazie a questi principi che ho portato avanti la mia esperienza all'interno del reparto RTW di Tod's S.p.A divisione uomo.

### **3.2. SECONDA PARTE: FAY GRAFICA**

La seconda parte della mia esperienza di stage è stata svolta presso l'ufficio grafica di Fay divisione uomo. E' stata un'opportunità molto formativa che mi ha permesso di ampliare le mie competenze in ambito del graphic design. Anche qui posso confermare che in questo breve periodo trascorso in questa area, ho imparato molto e soprattutto ho avuto modo di mettere in pratica ciò che ho appreso. Il reparto di Fay dal punto di vista logistico è organizzato in modalità differente, infatti nella sua sezione, l'ufficio è suddiviso in due ambienti strutturalmente parlando, adiacenti l'1 all'altro, in cui troviamo le seguenti divisioni:

- Ufficio sviluppo del prodotto Fay.
- Ufficio grafica Fay.
- Ufficio grafica Tod's.

- Ufficio sviluppo del prodotto Hogan.

- Ufficio grafica Hogan.

Nella primo ambiente troviamo il reparto della grafica Tod's e Fay, e l'area sviluppo del prodotto Hogan, mentre nel secondo ingresso vi sono l'ufficio grafica Hogan e lo sviluppo del prodotto Fay. Tale organizzazione è puramente realizzata per motivi pratici e per migliorare la logistica e le tempistiche all'interno dell'azienda. In questa seconda parte del mio percorso stage, la mia esperienza come già anticipato si è svolta prettamente presso l'ufficio grafica Fay. Il reparto di graphic design è una divisione molto ma molto importante per un'azienda che opera nel mondo del fashion Luxury in quanto l'estetica del prodotto oltre all'aspetto della qualità, sono due tra i fattori che vengono tenuti spesso in considerazione anche da clienti non proprio esperti nel settore moda. Anche in questa area come in RTW Tod's uomo vi sono spesso carrelli pieni di capi d'abbigliamento ma la differenza è che, nel settore della grafica gli articoli vengono utilizzati per effettuare scatti e fotografie, che possono essere o meno ritoccate attraverso l'utilizzo di appositi programmi. Possiamo definire la divisione della grafica un'area estremamente importante anche dal punto di vista digitale e dell'e-commerce, perché come sappiamo la prima impressione è veramente importante e lo è ancor di più per un brand che si occupa di capi di abbigliamento di alta moda. Quindi risulta vitale che il prodotto abbia un'immagine impeccabile e che soprattutto colpisca il potenziale cliente che vuole acquistare l'articolo. Tra le mansioni del reparto grafica Fay è possibile evidenziarne alcune molto importanti:

- Responsabilità in un certo senso della comunicazione dell'azienda in quanto è la divisione che si occupa della progettazione grafica visuale dell'azienda, il grafico in Fay è un vero e proprio regista della creatività espressa attraverso il segno. Realizza concept visivi accattivanti, belli e funzionali allo stesso tempo, per tradurre idee e messaggi in immagini ed elementi grafici finalizzati alla stampa o alla pubblicazione sui media cartacei e digitali. Inoltre si occupa delle impaginazioni, delle brochure, delle campagne pubblicitarie, del packaging e dei biglietti da visita di un marchio.

- Estrema cura della grafica dei capi attraverso la collaborazione con l'ufficio stile e con lo stilista. Vengono trattate anche le fantasie dei tessuti, le stampe delle T-shirt, i ricami ecc. Il grafico interpreta l'idea dello stilista su quella collezione per quanto riguarda l'immagine. È spesso un lavoro di collaborazione continua, come un ping-pong di idee e di schizzi;

- Realizzare gli scatti degli articoli e successivamente le foto verranno poi ritoccate o meno con determinati software;

- Impostazione e realizzazione dell'impaginazione delle schede tecniche e attraverso le collaborazioni con l'ufficio tecnico vi è il riempimento di queste ultime.

- Preparare la scheda del prototipo che comprende le principali caratteristiche del prodotto come disegno del capo, codice, colori ecc;
- Rappresentare la mission e i valori dell'azienda, comunicandoli attraverso le immagini e il disegno grafico;
- Utilizzare fotografie , strumenti computerizzati di progettazione e software per creare immagini e grafiche esteticamente piacevoli come i moodboard (serie di immagini unite tra di loro come in un collage), oggetti visivi, modelli, etc.
- Preparazione delle bozze, componendo la struttura di materiali grafici e stampati, gli elementi grafici dei soggetti da rappresentare usando strumenti tradizionali, software multimediali come gli elaboratori di immagini
- Sviluppare e mantenere il materiale di progettazione;
- Creazione e mantenimento delle risorse visive da utilizzare in pubblicità, pagine web ed altri mezzi di comunicazione;
- Utilizzare fotografie e illustrazioni già esistenti, oppure assumere un illustratore o fotografo per produrne di adatte alle esigenze;
- Consultare l'ufficio stile per definire le necessità e le preferenze, capire ed interpretare lo schema di design, per avere un quadro generale delle sue necessità riguardo elementi grafici, materiali e contenuti. A questo punto si determina quale mezzo sia il migliore per ottenere l'effetto visivo desiderato e per la comunicazione del contenuto. Inoltre vi è lo sviluppo di elementi grafici che incontrino le richieste dell'ufficio stile, con cui si discutono e definiscono i dettagli, inclusi eventuali cambiamenti necessari;

In Fay la sezione dell'ufficio grafica è una divisione in cui vengono richieste importanti competenze tecniche riguardanti l'utilizzo dei software. E' un reparto in cui la creatività e l'estro sono all'ordine del giorno, collabora principalmente con le aree di sviluppo del prodotto e in particolar modo con la divisione di Fay. L'obiettivo è quello di far sì che il prodotto abbia un'immagine perfetta e comunichi i valori in cui la proprietà crede. In sintesi l'ufficio grafica è un settore in cui vi sono figure professionali che si occupano sia di immagine, che di comunicazione digitale e in particolare in quest'ultima area in misura maggiore in modalità indiretta. I professionisti che fanno parte di questo reparto hanno forti competenze tecniche e una solida conoscenza del prodotto. Garantiscono con ciò il rispetto dei criteri legati allo stile e quelli relativi al gusto ricercato dal cliente. In Fay grafica una



delle fasi più importanti è il ritocco delle immagini e lo scatto delle fotografie dei capi. E' una parte molto delicata in quanto si debbono tenere in considerazione molteplici parametri tra cui:

- Tempo di scatto che corrisponde al tempo durante il quale l'otturatore della macchina rimane aperto. Quando scattiamo il sensore (o pellicola) viene esposto alla luce per un determinato tempo dandogli modo di catturare l'immagine. Il tempo di cattura può essere molto breve oppure molto lungo in base alle necessità dello scatto. Ovviamente dobbiamo fare attenzione a non avere un tempo troppo lento se scattiamo a mano libera e non vogliamo che le nostre foto salgano mosse.
- Iso indica la sensibilità alla luce che diamo al sensore della fotocamera digitale o il valore di sensibilità della nostra pellicola analogica (vecchie ASA).
- Apertura di diaframma che determina la quantità di luce che raggiunge il sensore o la pellicola nel periodo di tempo in cui l'otturatore rimane aperto. È costituito da un sistema a lamelle meccanico che ha la particolarità di poter creare un foro di dimensioni variabili (in base alle impostazioni). Il foro regola la quantità di luce che passa all'interno dell'obiettivo, riducendola o aumentandola.
- Posizione del capo di abbigliamento che è fondamentale al fine di ottenere simmetria e proporzione nell'immagine.
- Posizione dello scatto che permette di poter regolare la profondità dell'immagine.

I primi tre parametri sono regolabili attraverso la macchinetta fotografica, impostando determinati valori, mentre gli ultimi due dipendono esclusivamente da noi e dalla nostra abilità durante gli scatti ai vari capi di abbigliamento. Questa fase è sicuramente una parte del lavoro in cui l'esperienza risulta fondamentale al fine di ottenere immagini pulite e senza difetti.

### 3.2.1 LA MIA ESPERIENZA

Il mio ingresso nell'ufficio della grafica Fay avvenne subito dopo il periodo di pausa natalizio. Prima di lasciare il reparto RTW divisione uomo, Valter mi aveva comunicato che durante il periodo che avrei trascorso in Fay il responsabile a cui dovevo far riferimento per le attività relative alle mansioni era Simone Bigi. Appena entrato in ufficio ho conosciuto i miei nuovi colleghi e mi sono di nuovo messo all'opera, il primo giorno riordinai e archiviai le collezioni A/I e P/E della linea Fay degli anni passati in modo tale da poter allinearmi con il nuovo ambiente di lavoro. I book erano molto ampi e densi e grazie a questa procedura affidatami, sono riuscito a connettermi in maniera ancora più profonda con la visione del marchio Fay. Capi molto eleganti che rispecchiano in pieno i valori e gli ideali del marchio, articoli che rappresentano il "made in Italy" sotto tutti gli aspetti. Anche qui come nell'ufficio prodotto di Tod's divisione uomo, ogni capo d'abbigliamento è associato ad un codice ed ha una propria scheda identificativa. Impegnai come in RTW circa due/tre giorni per archiviare i vari

book, una volta completata questa fase passai ad assistere le colleghe che componevano la sezione grafica Fay ossia Martina Mengoni e Chiara Cappelletti. Anche qui come nel reparto sviluppo del prodotto di Tod's, la mia postazione non presentava computer in quanto durante il mio percorso nell'ufficio grafica mi sarei spostato di continuo per seguire svariate attività e avrei utilizzato molti pc proprio per ampliare al massimo le mie competenze in ambito fashion luxury. Le prime due settimane in Fay grafica ho affiancato Chiara, una persona molto disponibile e professionale, come mio solito durante i primi giorni ho assistito allo svolgimento delle sue mansioni e successivamente ho messo in pratica quanto appreso. Prendevo appunti e facevo molte domande, proprio perché le attività erano molto interessanti e stimolavano in pieno la mia curiosità. Principalmente le mansioni di Chiara erano volte allo scatto dei capi di abbigliamento e alla realizzazione del formato delle schede tecniche che successivamente venivano compilate con l'aiuto dell'ufficio tecnico. Le fotografie venivano realizzate di giorno attraverso una macchinetta Canon in cui venivano regolate le impostazioni per far sì che il ritocco fosse stato più leggero e la foto rimanesse il più autentica possibile. E' molto importante questo passaggio in quanto permette di risparmiare molto tempo nella modifica delle immagini, inoltre una foto ben scattata ha sempre molti lati positivi che delle volte difficilmente vengono colmati anche utilizzando appositi programmi per il ritocco. Lo sfondo delle foto poteva essere o bianco o nero a seconda dei colori e delle tonalità del capo, sempre sulla base di questi ultimi venivano modificate le impostazioni della macchinetta prima della foto. Inoltre a seconda del capo che veniva fotografato, l'angolazione dell'inquadratura era differente proprio far sì che l'immagine risulti limpida e senza ulteriori sbavature. Per ogni articolo venivano effettuate diverse fotografie, tra cui la parte anteriore, posteriore, l'etichetta e alcuni dettagli del prodotto. Durante questa procedura è fondamentale avere la "mano ferma" in modo che l'immagine non venga mossa. Nei prime giorni come già anticipato ho seguito Chiara e ho ascoltato tutte le sue istruzioni in merito agli scatti dei capi e successivamente ho iniziato ad effettuarli in autonomia. Questa attività mi è piaciuta in modo particolare perché ho avuto modo di vedere tantissimi capi targati Fay e in più ho imparato tantissime nuove nozioni in riferimento proprio agli articoli. Inoltre posso aggiungere che questa mansione non è stata difficile in quanto seguendo alla lettera le istruzioni fornitemi da Chiara non ho avuto problemi, anche perché la fotografia è uno dei miei hobby e quindi poteva solo che andare bene. Infatti sono riuscito a portare a termine nel tempo previsto tutte le richieste in merito all'attività di scatto dei capi. La seconda settimana sempre in affiancamento con Chiara ho affinato e ampliato le mie conoscenze nell'utilizzo del programma Illustrator e in seguito di In Design. Il primo software è il numero uno per quanto riguarda l'elaborazione delle immagini di grafica vettoriale, praticamente tutti i designer devono essere in grado di usarlo in quanto è un programma che è utilizzato in tutto il mondo. E' un programma che fa parte di Adobe e permette di costruire immagini

vettoriali attraverso forme geometriche o attraverso degli strumenti di tracciatura fondamentali, detti vettori. Tra il lavori più comunemente realizzati vi sono loghi, icone, prodotti pubblicitari, biglietti da visita, scritte, cartellonistica e layout per siti web. Quindi possiamo confermare che risulta estremamente fondamentale avere una conoscenza approfondita nell'utilizzo di questo software. Attraverso Illustrator ho visto tutto il processo di creazione loghi ed icone grazie alla disponibilità di Chiara, che nei primi due giorni mi ha aiutato al fine di riuscire ad acquisire anche nozioni anche avanzate del programma. Successivamente sono ho iniziato ad utilizzare il software in maniera autonoma e sono riuscito a completare le attività richieste nei tempi prestabiliti. Adobe In design a differenza del primo software è un programma che permette di impaginare i documenti multi pagina come ad esempio riviste, giornali, libri, testi, ma anche e-book, pdf e documenti digitali. Attraverso tale applicazione venivano realizzati i format per le schede tecniche che successivamente venivano compilate grazie alla collaborazione dell'ufficio tecnico. E' stato molto interessante in quanto la conoscenza che avevo del software In Design era limitata rispetto ad Illustrator. Grazie all'aiuto di Chiara sono riuscito ad imparare le funzioni anche avanzate del programma, sempre seguendo il solito iter, ossia prima affiancamento e successivamente messa in pratica. Posso confermare che realizzare il format delle schede tecniche non è un'attività molto complessa, mentre lo è invece la compilazione della scheda tecnica in quanto non possono esserci errori perché altrimenti bisogna ripetere il tutto. Nelle ultime due settimane del mio percorso in Tod's group, ho seguito Martina, con cui mi sono trovato molto bene grazie anche alla sua esperienza e competenza in materia. Le sue mansioni erano sia in parte quelle di Chiara ossia scatti e utilizzo di In Design e Illustrator, che l'utilizzo di programmi per la modifica delle immagini, una volta che venivano scattate le fotografie. Come programma veniva utilizzato esclusivamente Photoshop in quanto è il software di foto ritocco più utilizzato al mondo per la sua qualità e la sua vastissima gamma di funzioni. Attraverso tale applicazione è possibile creare, elaborare, modificare e ottimizzare le illustrazioni digitali, la principale differenza con Illustrator è che ogni immagine è formata da una griglia chiamata raster che è composta dai cosiddetti pixel. Martina è estremamente competente per quanto riguarda photoshop e grazie ai suoi consigli e le sue istruzioni ho ampliato di molto la mia conoscenza riguardo il software. L'attività di modifica delle immagini come già anticipato avviene dopo lo scatto delle stesse, si estrae la scheda sd dalla macchinetta fotografica, la si inserisce nel pc e si inizia con l'ottimizzazione delle immagini. I ritocchi principali avvengono al livello dei contrasti, colori, luci e ombre, mentre per quanto riguarda l'immagine in sé una delle procedure più frequenti è quella dello scontornamento. Si tratta di andare a "ritagliare" digitalmente tutto ciò che è superfluo nella foto. Una volta effettuate tutte le modifiche, si salva e si passa alla successiva. Questa ultima tappa del percorso in Fay grafica mi è piaciuta molto, photoshop è un programma che conoscevo e già avevo utilizzato sicuramente non a questi livelli,



motivo per cui l'esperienza è stata molto formativa. Per concludere questa seconda parte anche qui il mio giudizio non può che essere assolutamente positivo. Bellissima esperienza, attività stimolanti e formative colleghi molto professionali e disponibili. Mi sono trovato molto bene con tutte le persone con cui ho avuto il piacere di collaborare e posso confermare che anche in questo reparto l'ambiente è molto positivo e propositivo. In Fay a differenza di Tod's Le difficoltà non sono state a livello dei termini e metodiche di lavoro ma più che altro sui software che venivano utilizzati, in quanto nonostante conoscevo abbastanza bene sia photoshop che illustrator e in misura minore in design, in questo reparto tali programmi sono utilizzati in modalità molto avanzata. E' proprio questo uno degli stimoli che mi ha spinto ancora di più ad approfondire il loro utilizzo e a superare senza problemi le mie "difficoltà", in quanto praticando e studiando alla fine sono riuscito ad essere autonomo nella totalità delle richieste. Posso confermare che è stato proprio questo aspetto che mi ha permesso di portare avanti la mia attività in Fay grafica durante la seconda parte del mio percorso in Tod's Group. In questa parte finale della mia esperienza in Tod's ho imparato molto per tutto ciò concerne la grafica digitale, c'è veramente un mondo dietro, tantissime funzioni che permettono di realizzare immagini fuori dalle righe e sicuramente questa esperienza mi ha permesso di acquisire competenze che porterò sempre con me in qualsiasi nuova attività svolgerò in futuro.





## CONCLUSIONI

Questa esperienza è stata un'opportunità molto importante per me, mi ha permesso di potermi mettere in gioco in un settore che conoscevo marginalmente, ma soprattutto ho avuto la possibilità di poter collaborare con una realtà leader in campo internazionale nel settore fashion luxury. La Tod's S.p.A è una grande azienda formata da professionisti, un ambiente che incarna perfettamente la sua vision, dove è possibile veramente crescere sia sotto il lato professionale che umano. Il mio percorso è stato strutturato in maniera impeccabile, ho avuto modo di essere a contatto con moltissime figure in diversi reparti e ho visto e partecipato ad alcuni dei processi più importanti che avvengono durante la realizzazione dei loro articoli. Le competenze che ho appreso sono state tantissime e principalmente l'utilizzo di particolari software e gestionali che non avevo mai avuto l'opportunità di usufruire. Questa esperienza è stata la conferma che riesco a mettermi in gioco in realtà anche totalmente differenti da quelle abitudinarie e sono molto orgoglioso di me, del mio atteggiamento e del mio impegno nei confronti di questo percorso formativo. Inizialmente non è stato semplice in quando il settore del fashion luxury, è un mondo molto ampio in cui bisogna essere molto competenti sia da un punto di vista tecnico che sotto molteplici altri aspetti, ma grazie alla mia tenacia e volontà sono riuscito a portare a termine il mio stage. Prima di iniziare questo percorso in Tod's S.p.A avevo grandi aspettative in merito all'azienda e con enorme piacere posso confermare che sono state tutte rispettate in maniera esaustiva e ciò mi sarà sicuramente di aiuto per le mie future esperienze. Per quanto riguarda i punti di forza del gruppo Tod's, ne potrei elencare tantissimi, di sicuro cito la professionalità, la caparbia e la coerenza soprattutto in merito ai valori e alla vision dell'azienda. L'unico punto di debolezza è quello di aver dovuto terminare l'esperienza in Tod's S.p.A, in quanto una volta che sei entrato ci sono talmente tanti aspetti da approfondire che è difficile dover concludere il rapporto. Il gruppo Tod's come tutte le aziende di grande fama ha sicuramente delle aree anche se in minima parte da migliorare, ma per quanto riguarda il mio percorso, le attività sono state svolte nei tempi e nelle modalità prestabilite, quindi non mi sento di dare giudizi in merito. Per quanto riguarda i miei progetti futuri attualmente sto pianificando la mia attività lavorativa e per il momento ancora è tutto in costruzione e non voglio spoilerare nulla, però ho belle idee da utilizzare per il mio futuro percorso. Per concludere ringrazio L.A.C.A.M per l'opportunità di stage, la Tod's S.p.A per la fiducia, tutte le persone con cui ho collaborato per la loro preziosa disponibilità e la mia moglie Mary Ester e la mia famiglia.