



COMUNICATO STAMPA

COMETA X CALZEDONIA: le idee delle studentesse diventano shopper distribuite negli outlet di tutta Italia

Como, 19 Maggio 2026 - Un progetto nato a scuola che viaggerà presto nei punti vendita outlet Calzedonia di tutta Italia: è la commessa realizzata dagli studenti e dalle studentesse delle classi seconda e quarta del corso di Design del Tessile della Scuola Oliver Twist di Cometa, chiamati a progettare grafiche originali sul tema “vacanze italiane” per una linea di shopper in tela destinata agli outlet del brand. La sfida è stata presentata direttamente dall’azienda all’inizio dell’anno scolastico attraverso un brief reale, offrendo agli studenti la possibilità di confrontarsi con un vero processo creativo e produttivo. Un’esperienza che rappresenta il cuore del metodo educativo di Cometa, dove la commessa diventa strumento concreto di apprendimento e occasione per mettersi alla prova in contesti autentici. «Questo è un luogo che non giudica, ma accoglie», ricorda Erasmo Figini, fondatore di Cometa. «Un luogo in cui ciascuno è accompagnato a scoprire i propri talenti, senza paura dell’errore. L’errore non è qualcosa da evitare, ma da attraversare: è ciò che permette di conoscersi e ripartire più consapevoli».

Il percorso progettuale è nato da una domanda semplice: cosa significa davvero vivere le “vacanze italiane”? A partire da questo punto, gli studenti hanno sviluppato moodboard, raccolto immagini e suggestioni, realizzato schizzi a mano e successivamente elaborato le proposte grafiche in digitale con Photoshop, supportati dai docenti dell’ufficio stile. Il lavoro è stato svolto in coppia, favorendo il confronto tra idee e linguaggi differenti, mantenendo un filo conduttore comune ma lasciando spazio all’espressione personale. Il progetto prevedeva inoltre un vincolo tecnico preciso: l’utilizzo di un massimo di tre colori, trasformato dagli studenti in occasione di sintesi creativa, ricerca e attenzione alla sostenibilità produttiva.

Non sono mancati momenti complessi, soprattutto nella fase digitale: trovare il giusto equilibrio tra forme e colori, adattare le grafiche alla shopper, ripensare e correggere alcune soluzioni progettuali. Un percorso che ha richiesto capacità di adattamento, precisione e tenacia.

Dopo una prima selezione interna, i lavori sono stati valutati dal team Calzedonia attraverso un ulteriore processo di scelta che ha coinvolto l’ufficio commerciale e i punti vendita outlet del gruppo in tutta Italia.

A raccontare il valore del progetto sono anche le studentesse coinvolte nella commessa. «Quando ci è stato presentato il progetto da Calzedonia eravamo entusiaste», raccontano Linda e Nicole, studentesse della quarta tessile. «Abbiamo lavorato in coppia partendo dal tema “vacanze italiane”, cercando di capire cosa rappresentasse davvero per noi. Attraverso moodboard, ricerca visiva e sviluppo grafico abbiamo trasformato le nostre idee in design reali destinati alla produzione». Per il loro progetto, le studentesse hanno scelto di rappresentare la Sicilia, ispirandosi ai limoni, alle maioliche e ai colori del Sud Italia: «Abbiamo scelto elementi semplici e quotidiani che raccontano il mare, l’estate e la vita del territorio. Anche il limite dei tre colori ci ha aiutato a fare sintesi e a progettare con maggiore consapevolezza».



Un altro gruppo di studentesse sottolinea invece il valore umano e professionale dell'esperienza: «Questo percorso ci ha fatto capire cosa c'è dietro ogni progetto creativo: il confronto, il lavoro di squadra, i tentativi e le correzioni. Abbiamo scoperto che idee diverse, lavorando insieme, possono trasformarsi in qualcosa di concreto e significativo».

Sono stati selezionati cinque progetti vincitori, realizzati dalle studentesse Anna Ghielmetti, Natalia Mihali, Clara Mazza, Emily Balalaieva, Vinu Liyanawattage, Giulia Villa, Alessia Carnelli, Sofia Righi e Mirea Barbati. Le shopper sono oggi distribuite negli outlet Calzedonia, entrando concretamente nell'esperienza del brand.

Tra i progetti selezionati, "Vorrei (a)mare" è stato scelto anche per i negozi "Prima Linea" di Calzedonia sul litorale del Circeo. Un gioco di parole che richiama il desiderio di mare, ma anche quello di amare e donare, trasformando il tema della vacanza in una metafora di incontro e possibilità.

"Cometa Formazione da sempre lavora attraverso l'esperienza: per noi fare didattica significa coinvolgere i ragazzi in situazioni reali. La commessa diventa così uno strumento concreto di apprendimento, capace di trasformare gli studenti in protagonisti del proprio percorso formativo. I ragazzi si mettono in gioco, affrontano responsabilità e dinamiche autentiche del lavoro, scoprendo capacità, passioni e talenti personali. Non si tratta solo di imparare una tecnica o sviluppare un prodotto, ma di vivere un'esperienza che aiuti ciascuno a capire chi è, cosa lo appassiona davvero e quale contributo può dare. È questo che rende la formazione un'esperienza viva, educativa e orientativa." Giovanni Figini, preside di Cometa

"In qualità di catena outlet, il nostro obiettivo è valorizzare e dare nuova vita ai capi e ai tessuti leftover provenienti dalle collezioni delle stagioni precedenti. Proprio per questo, abbiamo deciso di dedicare a questo progetto un'attenzione particolare, partendo da un'esigenza concreta dei nostri punti vendita: la disponibilità di canvas in tessuto per la stagione estiva, generalmente limitata nei nostri store. La creatività, l'energia e la freschezza delle idee degli studenti hanno rappresentato, e continueranno a rappresentare, un importante valore aggiunto sia per noi sia per i nostri clienti, contribuendo a rendere questo progetto un successo anche dal punto di vista commerciale." Francesca Rudi, responsabile Training Outlet Calzedonia

[QUI](#) è possibile scaricare alcune foto della commessa.

COMETA FORMAZIONE – SCUOLA OLIVER TWIST

Cometa Formazione è una realtà educativa nata nel 2003 per promuovere l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro attraverso percorsi professionali orientati alla pratica e alla relazione con il tessuto produttivo locale e nazionale, grazie a modelli didattici che prevedono collaborazioni con imprese e commesse aziendali. Ad oggi esistono tre corsi di formazione professionale (Falegnameria e progettazione di interni, design del tessile, ristorazione e sala bar), un Liceo Imprenditoriale Artigianale del Design e corsi personalizzati per giovani in cerca di lavoro o che stanno attraversando un momento di dispersione scolastica. Il metodo educativo della Scuola si basa sull'apprendimento attraverso l'esperienza; in questa prospettiva il lavoro diventa lo strumento per favorire una crescita culturale, professionale e della personalità a partire dal rapporto con la realtà. Per "fare per davvero" vengono create delle commesse ideate, progettate e realizzate dai ragazzi per clienti reali dei settori di



riferimento. I percorsi sono fortemente personalizzati, ogni studente è guidato da un tutor. La bellezza fa parte del metodo educativo e dell'obiettivo di apprendimento: non solo educa, ma è motore di crescita di tutti e per tutti.

CALZEDONIA

Oniverse è un gruppo italiano leader nel settore **fashion retail e lifestyle**, fondato nel 1986 a Verona da Sandro Veronesi.

Nato con il marchio Calzedonia, il gruppo ha conosciuto una crescita costante nel tempo, evolvendosi in una realtà internazionale **multi-brand** e cambiando ufficialmente nome in *Oniverse* nel 2023 per rappresentare la diversificazione e l'ampiezza del proprio business.