

# Creatività degli studenti per gli shopper Calzedonia

**Partnership.** Dal corso di Design del Tessile della Oliver Twist di Cometa la linea a tema "vacanze italiane" per gli outlet italiani del fashion brand

COMO

Un progetto nato tra i banchi di scuola che arriva negli outlet Calzedonia di tutta Italia. Gli studenti del corso di Design del Tessile della Scuola Oliver Twist di Cometa hanno progettato una linea di shopper in tela con grafiche originali sul tema "vacanze italiane", pensata appositamente per i punti vendita outlet del brand.

Fin dall'inizio dell'anno scolastico, gli studenti hanno avuto la possibilità di confrontarsi direttamente con l'azienda, vivendo in prima persona un vero processo creativo e produttivo. È questo il cuore del metodo educativo di Cometa: la commessa come strumento concreto di apprendimento e occasione per mettersi alla prova in contesti reali. Una filosofia che affonda le radici nella visione di Erasmo Figini, fondatore di Cometa: «Questo è un luogo che non giudica, ma accoglie - afferma - 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 ha preso avvio con la costruzione di moodboard, la raccolta di immagini e suggestioni, gli schizzi a mano, fino all'elaborazione digitale delle proposte grafiche con Photoshop, sempre con il supporto dei docenti dell'ufficio stile. I lavori sono stati sviluppati in coppia, favorendo il confron-



Gli studenti della Oliver Twist con Erasmo Figini

to tra idee e linguaggi diversi, con un filo conduttore comune e ampio spazio all'espressione personale. A rendere la sfida ancora più stimolante, un vincolo tecnico preciso: l'utilizzo di massimo tre colori, che gli studenti hanno saputo trasformare in un'opportunità di sintesi creativa e attenzione alla sostenibilità produttiva.

Dopo una prima selezione interna, i progetti 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 spiegarlo sono Linda e Nicole, studentesse del quarto anno: «Quando ci è stato presentato il progetto da Calzedonia eravamo entusiaste. 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 percorso dal forte impatto, umano e professionale insieme. «Questo percorso ci ha fatto capire cosa c'è dietro ogni progetto creativo: il confronto, il lavoro di squadra, i tentativi e le correzioni - sottolineano le studentesse. -

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 - ognuna con il proprio sguardo sul tema, ognuna con una proposta diversa di cosa voglia dire fare vacanza in Italia. Le shopper sono oggi negli outlet Calzedonia. 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 - dice Giovanni Figini, preside di Cometa - La commessa diventa così uno strumento concreto di apprendimento, capace di trasformare gli studenti in protagonisti del proprio percorso formativo. I ragazzi si mettono davvero in gioco, affrontano responsabilità e dinamiche autentiche del lavoro, scoprendo capacità, passioni e talenti personali». **F. Ber.**