

UAT – Urban African Tribes (gemellaggio con scuola in Togo)

PRIMA EDIZIONE

Il progetto Urban African Tribes è un gemellaggio extraeuropeo fra tre scuole professionali, due trentine e una di Lomé (Togo). L'esperienza ha coinvolto in totale 30 studenti e 10 adulti, grazie al contributo e alla sponsorship della Provincia di Trento (Dipartimento Istruzione e Ass. alla Solidarietà Internazionale e Convivenza) e del Comune di Trento (Ass. Cultura Turismo e Politiche Giovanili). Le fasi di attività principali del progetto sono state:

Prima Fase:

settembre – dicembre 2011, presentazione del progetto, scelta degli allievi partecipanti, ricerca delle linee stilistiche di potenziali collezioni che ibridassero due temi: il tema tribale ed entico di ispirazione afro e il tema street e urban di forte tendenza oggi. Tali temi andavano sviluppati sia in senso fashion che in senso grafico e di design più in generale, vista la sintesi tra le due scuole trentine. Tanto più che grafica e moda si stanno avvicinando moltissimo dalla rivoluzione digitale in qua. Oltre alla parte progettuale in senso stilistico, si trattava poi di programmare la parte organizzativa: divisione dei ruoli e dei compiti in funzione degli obiettivi, dei tempi e dei compiti; individuazione delle macchine, degli strumenti vari necessari al lavoro a progetto.

Seconda fase:

novembre 2011, ospitalità degli allievi e docenti dal Togo. Dall'incontro fisico tra gli studenti si è potuto passare dalla pura ideazione all'attivazione del progetto, sviluppando una collezione in comune italo-africana. I docenti si sono confrontati tra loro su approcci e metodi sia di design che di modellistica, gli allievi - divisi in squadre di lavoro, sia al Centromoda che all'Artigianelli, utilizzando strumentazioni di entrambi i Centri - hanno iniziato a costruire le collezioni attraverso i primi disegni, modelli e prime prove di capo. Nello specifico hanno svolto:

- disegno stilistico del prodotto, sue indicazioni di tematica, di fattura, di colore ecc. secondo le specifiche del committente/cliente tradotte in termini di fattibilità;
- disegno tecnico del prodotto, con figurino piatto e indicazioni per la modellistica e il corretto abbinamento della parte grafica da stampare sul tessuto; disegno della grafica a complemento del capo, in modo da ottenere un complesso coordinato. Il tutto è stato arricchito dalla parte grafica al computer e dalle foto e riprese video grazie agli allievi dell'Artigianelli.

Terza fase:

dicembre 2011 – maggio 2012, sviluppo di tutta la progettazione post-stilistica, ovvero della traduzione tecnica di tutta la parte d'immagine, nello specifico:

- progettazione grafica e realizzazione di dettaglio per la parte di disegno grafico, utilizzando l'applicativo Photoshop per la porzione del capo d'abbigliamento da stam-

pare in serigrafia

- 2progettazione e confezione tecnica dei modelli della collezione di abbigliamento: ricavo del modello e confezione del modello in carta, confronto con il figurino per verificare corrispondenze o scostamenti dalle indicazioni stilistiche, realizzazione con tessuto di prova del prototipo per verificare vestibilità e rispondenza finale alle indicazioni stilistiche; stampa a plotter per piazzamento-modelli in varie taglie e taglio tessuto; taglio e confezionamento finali con tessuti definitivi.

Le collezioni realizzate consistono in:

- serie di magliette personalizzate (ogni allievo ne ha realizzata minimo 1)
- serie di abiti completi prodotti e fatti sfilare in Italia
- serie di abiti completi prodotti e fatti sfilare in Togo
- prodotti grafici, foto e video a corredo.

Quarta fase:

fine marzo – inizio aprile 2012, soggiorno in Togo di 20 allievi delle scuole trentine (10 per il CFP Centromoda e 10 per l'Artigianelli). In questi 10 giorni i ragazzi imparano a creare batik, rivedono le collezioni quasi ultimate, si confrontano su metodi di modellazione dei progetti di abiti, contaminano le grafiche e infine effettuano una sfilata di fronte a tutta la popolazione scolastica e del quartiere della scuola togolese a Lomè.

Quinta fase:

rientrati al CFP di Trento, rielaborazione dell'esperienza vissuta in Africa, a favore del resto della classe e degli allievi della scuola: incontro di presentazione di quanto fatto e appreso con presentazione all'equipe di coordinamento e ai colleghi non coinvolti nel progetto, in Assemblea studenti.

Chiusura prima edizione: il progetto si è concluso con la presentazione del progetto e della collezione durante la sfilata finale delle scuole sia di Trento che del Togo. Infine presentazione dell'esperienza a tutta la cittadinanza il 3 ottobre 2012, con narrazione orale, audio e video degli apprendimenti e dei vissuti, densi di emozioni.

SECONDA EDIZIONE

Fase 1

La prima fase del progetto, corrispondente al primo bimestre formativo (settembre-novembre 2013) prevedeva la creazione di un vero e proprio Brand che possa in futuro tradursi in qualcosa di realmente aziendale. Infatti ciò che mancava agli allievi (sia italiani che togolesi) non erano solo le competenze tecniche, ma quelle comunicative e commerciali. Occorreva pertanto partire fin da subito con una logica di marketing con profilo internazionale, tenendo conto che tutti gli analisti economici e di settore prevedono che, dopo il boom dei paesi asiatici, seguirà inevitabilmente (anche in considerazione delle situazioni di partenza e del fattore demografico) quello dei paesi africani, in ottica vera e

propria di incubazione di imprese.

Il focus tecnico ruotava attorno a due aree:

- il design e la modellistica ibridi tra spirito italiano e spirito africano
- la stampa digitale su tessuti

Il focus comunicativo ruotava attorno a due ulteriori aree:

- l'ideazione del logo e degli elementi primari dell'immagine coordinata
- l'editing di materiali promozionali iniziali (es. struttura del sito, video di lancio ecc.)

Nella fase iniziale si sono effettuate le ricerche culturali, artistiche, iconografiche ecc. per arricchire le idee di contenuti. Ci è voluto un intenso confronto a distanza per poter definire il timing delle fasi nel dettaglio, con gli output previsti per ogni fase.

In sintesi, nel diagramma qui sotto:

Fase 2

Nella seconda fase si è entrati nell'ideazione della collezione di abbigliamento in senso stretto, a partire dalla ricerca sui tessuti, passando per la creazione dei moodboards, esplodendo le idee negli sketch e figurini d'immagine, lavorando sui software di settore per l'elaborazione visiva.

La ricerca effettuata precedentemente è trasformata qui in concretezza estetica, dove è leggibile, percepibile e fruibile attraverso forme, colori, abbinamenti il concept precedentemente incarnatosi nel Brand e nel logo.

Per gli allievi togolesi è stato particolarmente importante misurarsi con visioni del capo di abbigliamento anche molto trasgressive rispetto ai canoni tradizionali, poiché il mercato elettivo dei prodotti del progetto sarà il mondo, non solo il territorio limitrofo. Per gli allievi italiani è stato particolarmente importante riuscire a pensare il prodotto moda, cercando ragioni e legittimazioni in ogni scelta formale e compositiva. E' questo infatti che distingue una collezione, nella sua omogeneità e coerenza stilistica, da una serie di abiti a caso, per quanto belli e ben fatti.

Ed è stato altrettanto importante che il pensiero sulla collezione avvenga con piena consapevolezza di quali sono i trend e gli aspetti di fashion marketing, con particolare riferimento a moda e stilisti africani. Il riferimento principale in questo senso è la campagna "World 4 Fashion" e altre iniziative connesse (<http://wfdp-un.org/>) a metà strada tra il business e la solidarietà, in una nuova ottica del sostegno ai paesi in via di sviluppo e al mercato della moda sempre più digitalizzato. Ecco perché sono stati coinvolti nel progetto due Workshop (uno a Trento e uno a Lomè): <http://www.world-f4d.org/> .

In sintesi, nel diagramma qui sotto:

Fase 3

Dopo che le idee hanno preso forma, occorre trasferirle dal piano stilistico a quello di definizione tecnica dei prodotti. Si trattava di passare anche da una forma di pensiero più aperto e divergente ad una più strutturata e convergente, avviando la fase di modellazione dei prodotti, ingegnerizzandone la struttura:

- per gli abiti: la modellistica
- per accessori e merchandising: la parte industriale del design
- per comunicazione: web-mastering e gestione dei social network
- per il marketing: business plan di prodotto e impostazione tecnica dell'e-commerce.

5 allieve del CMC e 2 dell'Artigianelli hanno passato 1 mese in Togo per svolgere assieme i lavori. In sintesi, nel diagramma qui sotto:

Fase 4

Al rientro dal Togo, gli allievi sono stati coinvolti nella promozione e produzione prototipi finali, che sono stati presentati anche alla sfilata ed evento conclusivo dell'anno formativo, il 6 giugno 2014. La presentazione dei prodotti del progetto e lo storytelling del processo dello stesso hanno rappresentato il punto terminale di un cammino formativo, ma anche di una sfida professionale ed etica. In sintesi, nel diagramma qui sotto:

Con la sfilata a Trento l'esperienza formativa in senso stretto può considerarsi conclusa. O meglio sarà riproposta i prossimi anni con nuovi allievi e modalità simili. Si apre però la fase di incubazione di impresa vera e propria, anzitutto per gli allievi togolesi, che avranno a disposizione una serie di materiali e supporti pronti:

- sito web, pronto per l'e-commerce
- serie di foto e video di alta qualità
- modelli e prototipi di collezioni capi di abbigliamento
- modelli e prototipi di collezioni di accessori e manufatti per il merchandising.