



La primavera digitale delle PMI italiane

In un momento in cui sembra si possa tornare a guardare al futuro, le conseguenze della crisi con cui il tessuto imprenditoriale italiano - e non solo - si trova a fare i conti sono gravi. In particolare per la filiera moda, che ha dovuto rinunciare a molte delle sue eccellenze.

Ma se questo imprevedibile periodo si lascia alle spalle molti detriti, non manca qualche germoglio che ci auguriamo possa radicarsi nel settore e acquisire la meritata forza. Uno tra questi l'innovazione tecnologica e digitale che, insieme alla riscoperta delle proprie radici e all'attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale, è secondo **Fondazione Fashion Research Italy**, una delle chiavi per la ripartenza.

In attesa di una ripresa completa delle attività, un importante strumento di resilienza è infatti stato offerto alle imprese dall'integrazione tra fisico e digitale, della rete di punti vendita con l'e-commerce e i nuovi strumenti di comunicazione che hanno permesso di non perdere il contatto con i propri clienti e prospect. Senz'altro uno dei temi chiave emersi dalla realtà economica imposta dalla pandemia, che ha dato il nome a una nuova era per il fashion system, quella **Phygital**.

Da sempre articolato e dinamico, quello della moda è infatti un universo che si alimenta di emozioni condivise con i propri followers. Oggi gli strumenti per farlo sono molti - dalle foto ai video, dalle stories di Instagram alle rooms di Clubhouse - ma seguono dinamiche e cifre stilistiche che vanno rispettate perchè se ne possa trarre la massima efficacia.

Il mondo sta cambiando sotto i nostri occhi ed è necessario che le PMI facciano proprie le competenze necessarie per mantenere quell'orgoglioso posizionamento che non ha rivali nel panorama moda internazionale. È il momento di **valorizzare il Made in Italy in una nuova veste digitale**.

La Fashion Digital Academy di Fondazione FRI

Dando seguito alla sua mission di accompagnare le piccole e medie imprese della filiera moda nel loro processo evolutivo, Fondazione Fashion Research Italy ne ha mappato le esigenze a cui dare una risposta concreta con il progetto **Fashion Digital Academy** inaugurato ad aprile.

Un percorso rivolto ai professionisti del settore Fashion&Luxury che spazia dalle tecniche di fotografia, filmmaking e post produzione video, al corporate storytelling, fino al marketing strategico di un progetto di moda digital native.

7 corsi business oriented che permettono di far propria una visione strategica e integrata di tutti i tool a disposizione per valorizzare al massimo i propri prodotti e servizi o di approfondire un asset di maggior rilievo con una specializzazione pratica che consenta di governarne gli strumenti.



A questa verticalizzazione sugli strumenti digitali, si aggiungerà nel secondo semestre **Fashion E-Commerce Management**. Un approfondimento a 360° sulle boutique online: dallo sviluppo, alla gestione, alla promozione delle stesse attraverso le leve del digital marketing, questo l'oggetto del prossimo appuntamento formativo nelle aule virtuali di Fondazione FRI.

FASHION DIGITAL MARKETING

Attrarre, convertire e fidelizzare

14-15 e 21-22 Maggio 2021



Sulla scorta di un approccio teorico-pratico, il corso insegna a gestire le diverse leve del Digital Marketing, dal social media management all'advertising online.

FASHION DIGITAL STRATEGY

Metriche e strumenti del business online

28-29 Maggio e 4-5 Giugno 2021

Passando in rassegna diversi case-study, il corso analizza metodologie e tool essenziali per impostare un'efficace strategia digital, supportata dalle corrette metriche di lettura dei dati.

DIGITAL SPECIAL EFFECTS

I segreti della post produzione video di moda

18-19 Giugno 2021

Obiettivo del corso è realizzare effetti digitali che accrescano l'impatto emozionale della comunicazione video, anche attraverso l'utilizzo di software come Adobe After Effects e Premiere.

I corsi già erogati in aprile verranno riproposti a partire da settembre 2021.

DIGITAL STORYTELLING FOR FASHION

Raccontare la moda nell'era phygital

Il corso spiegherà come individuare i valori di un brand a partire dai quali imbastire un corporate storytelling digitale unico ed efficace.

DIGITAL FASHION PHOTOGRAPHY

La fotografia di moda al tempo dei social

Nel contesto di un set fotografico professionale, il corso approfondirà le tecniche digitali più diffuse in ambito moda: dall'illuminazione ai tempi di esposizione, fino alla composizione dell'inquadratura.

FASHION FILMMAKING

Regia e tecniche di riprese per la moda

Attraverso esercitazioni pratiche, il corso fornirà le nozioni base di ripresa e realizzazione video, dall'uso della videocamera alle diverse tecniche di regia.

FASHION DIGITAL COMMUNICATION

Pianificazione e gestione dei contenuti

Il corso offre una panoramica sulle strategie di Inbound Marketing, di cui analizza le dinamiche dalla content creation al web copywriting, fino all'ottimizzazione SEO.

FASHION E-COMMERCE MANAGEMENT

Come gestire e promuovere boutique digitali di successo

Un vero e proprio master di oltre 200 ore che affronta le dinamiche di creazione, gestione e promozione di un negozio online, per garantire un'esperienza di acquisto veloce e coinvolgente, integrata in una strategia omni e cross canale.



Una formazione pensata per le imprese

140 ore di formazione erogate in streaming e in modalità executive (il venerdì e il sabato) per venire incontro alle necessità di chi lavora, caratterizzate da un approccio professionalizzante che rende la formazione un'esperienza completa e dall'immediata ricaduta pratica per le finalità lavorative dei professionisti Moda.

Un modello formativo che Fondazione Fashion Research Italy ha messo a punto negli anni grazie alla sperimentazione di differenti approcci, dalla didattica frontale ai moduli laboratoriali, dallo studio delle necessità aziendali al coinvolgimento di professionisti ed aziende che in ogni edizione condividono know-how ed esperienze maturate sul campo.

Costituita con la volontà di affiancare le manifatture moda attraverso attività didattiche, archivistiche e di innovazione, Fondazione FRI si conferma quindi il contesto ideale per gli addetti ai lavori in cerca di un aggiornamento sempre al passo con le richieste del mercato.

Oltre alla *Fashion Digital Academy*, completano l'offerta *Archivi della moda* e *Green Fashion*, per comprendere le ricadute commerciali legate alla valorizzazione dell'heritage aziendale e alla sostenibilità ambientale e sociale.

Un'occasione imperdibile per l'aggiornamento o la riqualificazione dei lavoratori delle PMI di Confindustria Emilia, a cui sono riservate condizioni di partecipazione agevolate.



Per maggiori informazioni:

§

FERDINANDO MORGANA

Coordinatore delle attività didattiche

ferdinando.morgana@fashionresearchitaly.org

FONDAZIONE FASHION RESEARCH
ITALY§

Via del Fonditore 12, Bologna