

Indagine

MONDO DELLA MODA: RIPARTE LA CACCIA AI CREATIVI

Si risveglia il mercato dei manager nella moda, per sostenere lo sviluppo. Dopo un periodo di calma piatta nel 2009, le aziende sono tornate a cercare alcune figure di professional: creativi, responsabili sviluppo prodotto, store manager e sales manager. I creativi avranno il compito di creare collezioni più interessanti e a costi accessibili. Gli specialisti del prodotto dovranno supportare i creativi nella ricerca di materiali innovativi. Store manager e sales manager saranno concentrati sullo sviluppo delle vendite. È quanto emerge da una indagine condotta da Mcs, società di ricerca e selezione di middle manager con sedi a Milano, Roma e Bologna. «Si tratta di ricerche mirate e selettive - spiega Angela Giordano, consultant di Mcs -, ma nel complesso nel 2010 il settore moda dovrebbe segnare una crescita del 4% nelle ricerche di manager. Il settore resta molto chiuso e le ricerche saranno concentrate nello stesso settore».

Per i creativi le aziende nel 2010 sono a caccia di due diverse tipologie: giovani, con tre-quattro anni di esperienza e senior con otto-dieci anni di esperienza. Queste figure hanno in genere un diploma di laurea in Architettura o un diploma di designer. Le ricerche avvengono su creativi di talento, italiani o stranieri (in genere europei o asiatici). Una importante novità riguarda il rapporto di lavoro, più flessibile rispetto a una volta. Prevalde, infatti, specie per i giovani, il contratto a progetto, con un compenso che si aggira sui 100mila/120mila euro a campagna.

Per quanto riguarda, invece, le figure di responsabile sviluppo prodotto, in genere prevale l'assunzione, con stipendi fra 45mila e 100mila euro, a seconda di esperienza e responsabilità.

Per gli store manager si va da 60mila a 90mila euro lordi annui.

Per i sales manager, infine, da 60mila a 130mila euro lordi annui. In questo caso, di solito, le aziende prevedono anche una parte variabile, legata al fatturato e ai risultati economici aziendali.

