

Giovani e aziende: il caso “Furla Talent Hub”

Di Monica Crippa - Redazione Brandforum.it*

1. Le origini: il “Premio Furla per l'Arte”

Furla, azienda storica del Made in Italy e protagonista nel mercato mondiale della pelletteria, viene fondata nel 1927 dalla famiglia Furlanetto e da allora crea e produce in Italia borse, calzature e accessori di lusso, secondo uno spirito di eccellenza e di alta qualità tipico della tradizione artigianale italiana.

Negli anni '70 l'Azienda si lega indissolubilmente a Giovanna Furlanetto, figlia del fondatore, ora presidente e azionista di maggioranza, che andrà a rappresentarne il marchio di successo. Tra gli anni '70 e '90 Furla, dopo aver raggiunto la grande affermazione in Italia come brand d'eccellenza, si apre verso l'internazionalizzazione, contando oggi una presenza in 64 paesi con 296 negozi monomarca posizionati nelle vie più prestigiose dello shopping internazionale, ai quali si aggiungono oltre mille punti vendita tra shops e department stores, in cui i prodotti Furla sono distribuiti.

Ma Furla non è solo questo: un brand d'eccellenza del Made in Italy, è anche un'Azienda mecenate, che sostiene la giovane creatività nel mondo dell'arte e del fashion design. Il tutto ha inizio da un incontro nel 1999 tra Chiara Bertola, curatrice d'arte contemporanea per la Fondazione Querini Stampalia di Venezia, e Giovanna Furlanetto, dal quale scaturisce l'idea di realizzare un concorso dedicato alla giovane arte italiana con il sostegno economico dell'Azienda: nasce così il “Premio Furla per l'Arte”.

Il Premio è stato concepito per dare maggiore visibilità, valorizzazione e supporto agli artisti italiani emergenti, con l'obiettivo specifico di fornire una panoramica esaustiva della creatività contemporanea nel Paese. Gli artisti presenti in ogni edizione, che concorrono per l'assegnazione di una borsa di studio all'estero, rappresentano la molteplicità dei linguaggi dell'arte contemporanea: dal video alla fotografia, dalla pittura alle installazioni, dalle performances alla scultura. Il Premio è diventato nel corso delle edizioni, ora alla settimana, punto di riferimento non solo nel panorama nazionale ma anche internazionale, coinvolgendo come padrini affermati artisti, quali Joseph Kosuth, Ilya Kabakov, Lothar Baumgarten, Michelangelo Pistoletto, Kiki Smith, Mona Hatoum e Marina Abramovic, che hanno prodotto, per il Premio, l'immagine grafica.

Questo Premio non è semplicemente un'iniziativa senza continuità, ma frutto di una vero e proprio interesse, quello di seguire lo sguardo dei giovani artisti sul mondo, e di una vera e propria convinzione di Giovanna Furlanetto: “...Dare visibilità ai giovani attraverso il mondo Furla è un'etica d'impresa grazie alla quale si può restituire qualcosa all'Italia”¹.

Ecco che da queste parole ne emergono i valori insiti nel brand Furla: attenzione e promozione della creatività e della cultura italiana nelle sue molteplici espressioni, ma soprattutto attenzione e promozione di quella creatività propria dei giovani talenti, che riescono così grazie al brand a trovare uno spazio di visibilità, ma anche di confronto con il mercato. Quest'ottica essendo parte integrante della filosofia aziendale ha trovato la sua concretizzazione oltre che nel “Premio Furla per l'arte”, anche nel progetto “Furla Talent Hub”.

* E-mail: monica.crippa@brandforum.it

¹ Giovanna Furlanetto: M. Doni *Looking into the future*, Vogue Italia 2007.

2. Dall'arte al fashion design: "Furla Talent Hub"

*"Talent takes shape.
Innovation finds its home.
Beauty takes flight."*



Nel 2007 Furla decide di applicare lo spirito del "Premio Furla per l'Arte" a quello che rappresenta il suo settore d'appartenenza e d'eccellenza: il fashion design. Nasce così "Furla Talent Hub", un vero e proprio laboratorio creativo, che offre l'occasione a giovani stilisti internazionali, ancora sconosciuti al grande pubblico, di disegnare una collezione per Furla, abbinando il proprio nome a un brand internazionale. Il vero fascino per i nuovi talenti sta nel poter esporre la propria borsa o le proprie scarpe nelle vetrine selezionate dei negozi Furla nel mondo, in esclusive boutique, nei prestigiosi department store internazionali o nei redazionali dei più influenti magazine del settore.

Il progetto Furla Talent Hub inizia con la promozione di quattro stilisti, già noti agli addetti ai lavori per essersi distinti al concorso "Who is on next?", ideato e realizzato da Alta Roma in collaborazione con Vogue Italia: parliamo di Courtney Crawford, designer visionario della new generation, Max Kibardin, designer russo figlio d'arte dallo stile elegante e discreto, Alice e Lisa Ferrari creatrici del marchio "Maricò", per cui realizzano originali borse in tessuti naturali e Nicole Brundage che, dopo l'esperienza in Armani Jeans e Zac Posen, ha iniziato a disegnare una propria linea di scarpe.

Per la collezione 2009-2010 è la volta di Silvio Betterelli, definito come uno dei talenti più proficui e attivi nel campo della moda italiana degli ultimi anni, e ancora di Fabio Sasso e Juan Caro, ideatori del marchio "Leitmotiv" che hanno presentato, lo scorso 10 settembre 2009 nello store Furla di corso Vittorio Emanuele di Milano, la collezione autunno-inverno ispirata alla storia di "Alice nel paese delle meraviglie".

Nelle prime due stagioni del progetto il nome dei designer era semplicemente affiancato al brand Furla, successivamente invece l'Azienda ha deciso di creare un vero e proprio marchio "Talent Hub". In questo modo Furla dunque si trasforma da committente ad attivatore sociale e culturale, accompagnando e sostenendo giovani talenti desiderosi di vedere riconosciuta la propria creatività a livello internazionale ma che, contemporaneamente, si avvalgono della storia di un'Azienda che fa del Made in Italy il proprio punto di forza.

"...E' stata un'operazione apparentemente semplice ma in realtà innovativa e piuttosto dirompente per il mondo della moda, teso spesso a conservare la titolarità dei grandi marchi in modo protettivo e autoreferenziale. Il Talent Hub mette al centro i giovani e la loro forza creativa e li fa incontrare con la struttura e la distribuzione mondiale di un'azienda come la nostra"².

Un'ulteriore testimonianza dell'impegno profuso dall'Azienda nei confronti della ricerca costante in tutti i territori della creatività, dall'arte al fashion design, a sostegno dei giovani emergenti è data

² Giovanna Furlanetto: Anna Maria Greco - *Borse e t-shirt per Alice nel Paese delle meraviglie* - il Giornale.it settembre 2009.

dall'istituzione nel 2008 della Fondazione Furla, per volontà di Giovanna Furlanetto. Questa Fondazione, curata da Chiara Bertola, è il risultato concreto del lungo percorso progettuale e culturale che è iniziato nel 2000 con il "Premio Furla per l'Arte", fino a giungere a "Furla Talent Hub".

La sede della Fondazione è a Bologna, all'interno di un'antica barchessa del '700 ed è concepita con l'idea di diventare un vero e proprio *think-tank*, dove poter ospitare artisti e giovani creativi, diventando spazio di confronto sulla contemporaneità, essendo essa un'istituzione che ha come scopo primario lo sviluppo anche internazionale di tutti i progetti, in cui Furla è attiva in campo culturale.



Alice Ferrari, Lisa Ferrari, Courtney Crawford,
Nicole Brundage, Max Kibardin



Nicole Brundage, Alice Ferrari, Giovanna Furlanetto,
Lisa Ferrari, Courtney Crawford


3. Giovani talenti dietro le quinte? No grazie!

Troppo spesso leggiamo di giovani di valore che si trovano costretti a lasciare l'Italia e trovare spazio all'estero, o giovani talentuosi confinati dietro le quinte delle grandi aziende, tanto che nell'immaginario collettivo sembra quasi impossibile per loro emergere o in qualche modo farsi conoscere e apprezzare per la propria capacità, soprattutto in settori particolari come quello della moda. Ma è veramente così?

Furla ci ha mostrato come sia possibile il contrario: puntare sui giovani di talento costituisce per l'Azienda parte integrante della sua vision, ossia di quei valori insiti nel suo dna aziendale, e nello stesso tempo delle sue politiche di H.R. Tanto è vero che Furla ha adottato un'ottica strategica, facendo dei giovani il perno della tensione verso l'innovazione e il futuro in un mondo, come quello creativo, che non può permettersi di fossilizzarsi. Infatti è percepibile, all'interno del percorso che ha portato, dalla creazione del Premio Furla, a Talent Hub, fino alla nascita della Fondazione Furla, una continuità progettuale e una coerenza di fondo frutto di una vera propria responsabilità sociale, di cui l'impresa si è fatta carico.

Il vantaggio è certamente duplice: da un lato i giovani trovano visibilità a livello internazionale, dall'altro l'Azienda ha un ritorno in termini di rafforzamento dell'immagine del brand, che riesce inoltre a trasmettere attraverso i giovani la propria energia e vivacità.

Certamente il caso Furla fa notizia perché ci dimostra come sia possibile garantire a giovani di talento occasioni lavorative di alto livello anche in una grande azienda, ma rappresenta soprattutto un caso emblematico da leggere attraverso la lente del branding.



In un'ottica di comunicazione esterna ci troviamo di fronte ad un'Azienda che ha da sempre fatto della qualità e dell'eccellenza i suoi valori portanti, ma nello stesso tempo dimostra di essere attenta al futuro e all'innovazione. Questi *brand values* trovano riscontro, nell'ambito dell'internal branding, nell'azione di ricerca e promozione di quelle figure giovani di valore e di talento, che permettono a Furla sia di perseguire la qualità, ma soprattutto di mantenere uno sguardo fresco e vivace sul settore della moda, e non solo. La fiducia riposta nei giovani ci fa capire come l'Azienda non badi solo al profitto, ma investa anche notevoli energie e risorse economiche nella formazione di quei giovani stilisti, che un domani potrebbero anche non lavorare direttamente per Furla. E qui sta la responsabilità sociale di impresa: Furla promuove la creatività di giovani figure di talento, in primo luogo, per dare loro la possibilità di confrontarsi con il mercato, ma nello stesso tempo garantisce a sé, ma anche a tutto il settore moda la possibilità di evolversi e di rimanere all'avanguardia, ricercando e incoraggiando il lavoro di figure di valore.

E' evidente, quindi, come Furla faccia dei giovani talenti il perno della sua evoluzione come brand e come employer brand, in particolare attraverso iniziative come il Talent Hub, che diventa uno strumento innovativo dalle molteplici funzioni: di *recruiting* e di *retention*, ma anche di formazione. Un laboratorio creativo che rappresenta un mezzo per attrarre giovani designer e mettere alla prova la loro creatività, fornendogli però quel supporto "formativo" e professionale dato dalla capacità di sviluppo e di distribuzione del marchio Furla, in più realizza una via per trattenere quelle figure di talento che l'azienda stessa costantemente coltiva, mostrandosi aperta all'ascolto senza preclusioni dell'istinto e dell'ispirazione giovanile, chiave dello sviluppo innovativo.

Un brand d'eccellenza che premia l'eccellenza, e che accetta di condividere i "riflettori" del successo con giovani di talento, anche se ancora sconosciuti al grande pubblico.

Alcune creazioni del Talent Hub**1 Leitmotiv – Fabio Sasso e Juan Caro****3 Maricò - Alice e Lisa Ferrari****4 Nicole Brundage****2 Courtney Crawford****5 Sergio Betterelli****6 Max Kibardin**