

MODA



Ad ognuna la sua. Sotto uno scatto di Camilla con un modello di Mia Bag personalizzato con le sue iniziali // REPORTER FAVRETTO

La formazione. Camilla Botter è arrivata all'Ufficio Stile di Mia Bag dopo gli studi all'Its Machina Lonati

Tempo libero. Non poteva mancare un selfie di Camilla in tutta la freschezza dei suoi 22 anni



UNA BORSA TUTTA «MIA»: IL SENSO DI CAMILLA PER LO STILE

Camilla Botter, 22enne di Corte Franca è responsabile dell'Ufficio Stile dell'azienda di borse milanesi «Mia Bag». Il suo compito? Ispirare gusti, tendenze e gestire eventi

BIANCA MARTINELLI

Ha solo 22 anni, e da due è responsabile dell'Ufficio Stile di Mia Bag, azienda di moda con sede a Milano, specializzata nella creazione di borse e accessori. Camilla Botter, giovane originaria di Corte Franca e diplomata al corso di «Stilista tecnologico» dell'Its Machina Lonati di Brescia, racconta il suo brillante percorso professionale, iniziato con uno stage ed evolutosi sino a ricoprire l'attuale posizione: la moda vista dagli occhi di chi la moda la fa nascere dal dietro le quinte ispirando le tendenze.

«La mia avventura - ci racconta Camilla - è iniziata a febbraio 2013 con uno stage curricolare intensivo: 600 ore in pochi mesi.

Conoscevo già l'azienda poiché avevo acquistato una borsa ed ero rimasta affascinata dal prodotto e dal suo design, così, quando si è trattato di scegliere la realtà a cui inoltrare la candidatura per il tirocinio previsto dal mio piano di studi, non ho avuto dubbi». Una specie di folgorazione. «Inizialmente - dice ancora - non avevo un ruolo preciso: ero molto interessata alle fasi di realizzazione e disegno delle borse, tuttavia mi è stata data la possibilità di conoscere e lavorare in tutti gli uffici dell'azienda, dal commerciale al customer service. Terminato lo stage sono stata ricontattata per proseguire il mio percorso all'interno dell'Ufficio Stile, questa volta con un contratto a tempo indeterminato». Uno sogno nel sogno. «Il mio compito consiste principalmente nel fare ricerca stilistica, che significa studiare le sfilate, i principali blog di settore e i giornali, e nello sviluppare le collezioni che Mia Bag presenta 4 volte l'anno. Ogni borsa è il risultato di un lavoro di gruppo svolto sviluppando le mie idee ma soprattutto quelle della designer e titolare di Mia Bag, Monica Bianco. L'ispirazione può arrivare in modi molteplici, studiando la storia della moda o osservando un dettaglio per strada.

L'improvvisazione giornaliera. Parallelamente - prosegue - mi occupo di gestire la campagna vendite, del lancio delle collezioni, della grafica delle pagine pubblicitarie e, infine, di gestire la partecipazione di Mia Bag agli eventi o alle fiere di settore, come White a Milano e Pitti a Firenze». Si potrebbe desiderare di più? «La bellezza di questo mestiere - racconta Camilla - è che non esiste una giornata tipo. Ogni giorno ti aspetta qualcosa di nuovo, dalla realizzazione grafica di una pagina pubblicitaria last minute, alla creazione di un nuovo prodotto, come un portachiavi, da realizzare in un'ora soltanto. Cambiamenti e imprevisti fanno parte di questa professione». E rappresentano uno stimolo pazzesco oltre che impagabile. «La soddisfazione più grande è osservare per strada le nostre borse. Vedere donne e ragazze che le mostrano orgogliose è uno stimolo ad impegnarmi ogni giorno di più per arrivare ad un prodotto di alta qualità».

Osare. A 22 anni Camilla con il suo carico di intraprendenza, coraggio e lavoro duro si può già per mettere di dispensare qualche consiglio a chi come lei nella moda vorrebbe viverci: «Questo mondo è molto duro ed esigente, non sempre s'inizia facendo ciò che si desidera ma con l'impegno, l'iniziativa e tanta forza di volontà ce la si può fare. Il mio consiglio è di avere pazienza, essere flessibili, non abbattersi per qualche porta chiusa, e candidarsi per realtà in linea con i propri gusti e qualità poiché, per fare bene un lavoro, l'azienda in cui entri ti deve rispettare». Perché qualche volta i sogni possono ancora diventare realtà. Con stile. //

DèPio, quando le calze si fanno lusso e arte

Il progetto del calzificio di Botticino col Liceo Olivieri

Elisa Bonomelli

■ Dimenticatevi le calze in tinta unita o dai colori tenui e neutri.

Il bianco, poi, è totalmente out. La calza oggi «è colorata, molto ricca di disegni; ha le tinte più diverse, un insieme di vari filati, dai più strani e ricercati fino anche ai più semplici»; è sempre più accessorio da mostrare che non semplice necessità pratica.

Parola di chi le calze le pensa, le tesse e le esporta in tutto il mondo: Mary Chiaruttini, designer e titolare del calzificio DèPio di Botticino.

È dal 1949 che da qui calze da donna e da uomo partono per approdare in Giappone e America, anche in tutta Europa certo, ma pure sulle pagine di Vogue, Elle sposa e Grazia; e tra i clienti di DèPio ci sono alcune delle maison italiane ed estere più prestigiose.

Punto fermo del calzificio bresciano: la qualità e la selezione dei materiali. «Spesso si lavorano materie prime nobili, quindi seta, cachemire, lana - spiega Mary Chiaruttini, nipote di Pio che fondò il calzificio - . Materie che, se lavorate con gusto abbinando colori e disegni più svariati, riescono a creare, non voglio essere presuntuosa, anche calze che sembrano



Modello. La «summerina»: calza estiva di DèPio

opere d'arte».

Un lavoro artigianale, rigorosamente e del tutto made in Italy, che non vuole perdere il legame con la creatività, anche per anticipare mode e tendenze. Da qui l'idea: coinvolgere i potenziali designer del futuro, menti fresche, per rinsaldare il legame tra moda e arte.

Così settanta ragazzi del liceo artistico Olivieri di Brescia hanno partecipato al progetto «When the sock meets art». Traduzione: quando la calza incontra l'arte. Dopo

Il marchio è noto anche in America e Giappone: tra i clienti le maison italiane ed estere più prestigiose

una visita in azienda «i ragazzi, con materiali di scarto, sono riusciti a dare un'espressione artistica al mondo della calza» ha spiegato Mary Chiaruttini alla Wave Photogallery, a margine della premiazione delle opere migliori. Il primo premio è andato a Fulvio Tauzzi: piedi crocefissi con un paio di calzettoni bianchi malconci. //

STREET-SELFIE

Invia il tuo «street-selfie» a: e.bariselli@gornaledibrescia.it



Renato, 28 anni, sales manager. Basta un accessorio giusto - in questo caso le scarpe «all'inglese» - per rendere sobrio ed appropriato in ogni occasione anche il jeans strappato