

Dott.ssa Chiara Lentini ( *Comunicazione di Impresa ; a.s. Magistrale Fashion Studies* )

& CO.

GRS. Alessandro Mento ( *Presidente* )

**“ Passi per il raggiungimento di una pesata globalità “**

8 Gennaio 2025

## DOCUMENTO PROPOSTA

**“ Le qualità nelle interazioni, di cui tutti dobbiamo disporre “**

Mancano poco meno di 5 anni per raggiungere un'altra data che farà da tramite fra la generazione futura e quello che possiamo chiaramente categorizzare come storia.

Non è un periodo galattico in termini quantistici ma sicuramente 5259600 minuti passati a riflettere sul contesto in cui ci troviamo.

Plagiare la situazione taccheggiandola creativamente ci consentirà di fiorire in futuro, perché non iniziare da ora e soprattutto tramite qualcosa che maneggiamo in diversi momenti della nostra giornata ?

Per definire il periodo che la moda sta attraversando abbiamo optato per un termine che differisce dalle classiche sonorità, ecco infatti che la nostra esperta Chiara propone “neo eclettico” come voce di questo periodo storico. Sottolineando quanto ci sia un ritorno delle influenze passate nel contesto attuale, reinterpretate dai social media e dal pensiero che la popolazione ha o cerca di diffondere.

Dando spazio e comodità espressiva alla giovane professionista “Ho scelto questo termine per spiegare bene le dinamiche di questo periodo un po' complesso. “

La moda influenza moltissimo il personaggio che ognuno di noi cerca di costruirsi nel 2025, in quanto ciascuno cerca di autodefinirsi tramite la scelta dei capi da indossare per avere **una certa reputazione** nella società.

Tramite un indumento o un altro spieghiamo agli altri, con più facilità, chi siamo o chi vorremmo essere mascherando le nostre ansie.

“ Il guardaroba è una sorta di introspezione nel quale sfogliamo paure, preoccupazioni e riveliamo i nostri segreti. Il modo in cui ci vestiamo e presentiamo il nostro corpo è una forma di performance” sottolinea Chiara ad Alta Voce.

Purtroppo o forse, è ancora un ambito che influenza ripetutamente tutti i giorni dell'anno, è una forma di pratica discorsiva che ci modella anche abbastanza velocemente, una sorta di linguaggio culturale che produce e protegge attivamente le sfaccettature di ognuno di noi, come atto migliorativo.

Essendo un settore in continua crescita, per adesso, per ieri e per sempre, una campagna di marketing per definirsi tale ed essere efficace deve innanzitutto occorrere in maniera tale da concentrarsi, con un focus totale, sul target al quale decidiamo di sottoporla e sottoporci noi in primis come ideatori.

In generale qualsiasi propaganda deve necessariamente catturare l'attenzione del compratore, al giorno d'oggi conclude la Creator “il mezzo più efficace è tramite social media” , banale quanto vero.

Trattando dati e statistica “ non possiamo che dare la conferma di quanto Chiara ha esposto nelle righe su ” aggiunge il Presidente esperto in materia

Marketing e Strategie per **una comunicazione efficace**, l'arma che rafforza i concetti trattati è di certo il Personal Branding, topic importante e trattatissimo da qui ai prossimi decenni.

La visione personale non è più dunque un'opzione per mirare alla qualità ma un'occasione per consentire agli altri di vederci nella maniera in cui più vogliamo presentarci.

La presentazione, non è certo tutto, ma è poi l'unico strumento non verbale che ha il nostro interlocutore per una prima categorizzazione.

**Standard** quindi si staccherà dai termini accettati nel XXI secolo, piuttosto taccheggiandolo è possibile farlo arrivare a un buon grado di equilibrio.

Innalzare gli standard è la **chiave** che concederà a te di spiccare in un mondo mangiato da uguaglianze e contestualmente scarso di valori. Riacquisendoli proprio, diventerai ricco in ogni ambito della tua vita, diffondendo messaggi di positività in qualsiasi ambiente tu ti possa trovare, generando infine nelle menti altrui il percorso che li induca all'emulazione.