



LICENSING PER I BENI DI LUSO

Faculty – 3° Edizione



Direttore Marco Turinetto
Co-Direttore Daniele Cordero di Montezemolo

Project Work Supervisor Susanne Kreuzer

Elenco Docenti

Alessandro Agrati
Fondatore e direttore creativo di Culti

Alberto Alemagna
Fondatore di T'a Milano S.r.L.

Paolo Balistrieri
Responsabile Anticontraffazione Sud Europa per Louis Vuitton Mallettier – LVMH Fashion Group

Alberto Burzio
Licensing Specialist at Licensing , Merchandising and Brand Promotion Dpt. Fiat Group Automobiles S.p.A

Daniele Cordero di Montezemolo
Fondatore della Daniele di Montezemolo e Associati Licensing, è colui che ha generato il progetto P Zero per Pirelli

Vincenzo Finizzola
Direttore del Four Seasons Hotel Milano

Paolo Galimberti
Direttore Commerciale Italia del gruppo Morellato

Cecilia Gandini
Brand Developer, si occupa di strategie per il lancio e supporto di brand di prestigio

Antonio Ghini
Direttore The Official Ferrari Magazine, è stato per molti anni il Direttore Comunicazione e Brand della Ferrari

Massimo Giroldi
Responsabile commerciale di NEWFORM S.p.A


Susanne Kreuzer
Docente a contratto presso il Politecnico di Milano, Dipartimento di Design

Paolo Marai
Presidente di Vertime

Bill Niada
Fondatore di Near

Davide Oldani
Proprietario e Chef del ristorante "D'O"

Marco Turinetto
Direttore del corso Licensing per i beni di Lusso





Alessandro Agrati

Fondatore e direttore creativo di Culti

La definizione che forse meglio si adatta al suo profilo, grazie alla sua abilità di “vestire” gli spazi con tessuti, illuminazioni e oggetti dallo spiccato carattere, è quella di stilista per la casa.

L'esordio del 1990, anno in cui Alessandro Agrati dà vita a Culti, non è per lui un vero debutto. Già da lungo tempo la famiglia Agrati è inserita nei settori della moda e dell'arredamento, per cui realizza una vasta gamma di prodotti conto terzi. Pur continuando su questa linea, Alessandro intravede la possibilità di creare qualcosa di nuovo e di totalmente suo: un marchio “contenitore” di tutto ciò che concerne casa e persona insieme.

Di questa filosofia è leit-motiv la ricerca del benessere assoluto, inteso a livello fisico, emotivo e spirituale, che può essere raggiunto attraverso il contatto con un morbido tessuto, apprezzando la dolcezza di un massaggio rilassante o godendo delle piacevoli atmosfere di un ambiente caratterizzato in base al proprio gusto.

Dopo aver indagato in ogni possibile settore del design e del decor, Alessandro Agrati - spinto da una profonda passione per il bello e per l'art de vivre - ha dato vita a una serie di progetti di spazi pubblici (spa, caffetterie, concept-store, Relais e ristoranti) che si propongono come una guida a 360 gradi nel mondo del design. Tutti gli spazi sono arredati nello stile di Culti e si distinguono per un'accoglienza personalizzata dell'ospite e una particolare attenzione alla qualità e ai dettagli. Con questi progetti Alessandro Agrati ha trovato la dimensione perfetta dove poter mettere in pratica la sua filosofia, alimentata dal desiderio di regalare benessere in ogni modo e momento della giornata. Nel 2010 la day spa di Milano è stata premiata dai lettori di Condè Nast Traveller come la migliore al mondo nella categoria delle dayspa overseas.



Alberto Alemagna

Fondatore di T'a Milano S.r.l.

Classe 1984.

Laurea triennale in Bocconi nel 2006.

Laurea specialistica in Bocconi nel 2008.

Dal 2008 ad oggi fondatore di T'a, nata dalla volontà di creare una azienda cioccolatiera con due caratteristiche fondanti: alta qualità e artigianalità. Con T'a, un brand nuovo e giovane che combina tradizione e creatività, un'arte di famiglia viene rivisitata in chiave contemporanea e resa vivace da una visione imprenditoriale che esplora i trend e li trasforma in prodotti raffinati e accattivanti. T'a è la sintesi di storia e innovazione, di qualità e raffinatezza, un modo nuovo e pieno di spontaneità di proporre la bontà e la classe del Made in Italy.

www.tamilano.com





Paolo Balistreri

Responsabile Anticontraffazione Sud Europa per Louis Vuitton Mallettier – LVMH Fashion Group

Entrato a far parte di LVMH Italia nel 2006, dapprima come Responsabile Anticontraffazione per l'Italia, da gennaio del 2008 coordina e gestisce le attività di anticontraffazione per Louis Vuitton Mallettier e le altre società del gruppo (Celine, DKNY, Berluti, Marc Jacobs, Loewe, Emilio Pucci, Kenzo, Stefanobi e Thomas Pink) in Italia e nella zona sud orientale dell'Europa (Cipro, Grecia, Turchia, Malta, Balcani) e in alcuni paesi della CSI. Gestisce e segue le procedure civili e penali oltre che le operazioni di tutela per i marchi del gruppo in cooperazione con avvocati, investigatori e altri collaboratori.

Con il dipartimento di proprietà intellettuale di Parigi, gestisce i rapporti con gli altri uffici IP all'estero oltre che le sedi distaccate e gli store del gruppo.

Dopo la Laurea in Scienze politiche, è Consulente e project manager presso il Basingstoke College of Technology (UK) e l'istituzione universitaria di Barcellona ABAT Oliba dal 1999, Corporate assistant presso Agip International BV ad Amsterdam dal 2000 e dal 2002 è Manager South Europe presso l'organizzazione internazionale anticontraffazione SNB-React a Milano.

Alberto Burzio

Licensing Specialist at Licensing, Merchandising and Brand Promotion Dpt. Fiat Group Automobiles S.p.A

Laurea in Giurisprudenza -2001 (Università Torino), Master in Intellectual Property Rights -2003 (Politecnico Milano), Master in Licensing, Merchandising and Contract -2010- (POLI.design). Dal 2008 al 2011 è stato IP And Patents Commercialization Manager presso Area Science Park- Trieste, uno dei principali Parchi Scientifici e Tecnologici multisettoriali a livello internazionale dove aziende hi-tech e istituti pubblici e privati svolgono da oltre 30 anni attività di ricerca e innovazione, con un fatturato annuo complessivo di oltre 170 milioni di euro.

Attualmente si occupa di tutto il settore Licensing per i marchi Fiat, Alfaromeo, Lancia e Fiat Professional presso il Gruppo Fiat.





Daniele Cordero di Montezemolo

Fondatore della Daniele di Montezemolo e Associati Licensing, è colui che ha generato il progetto P Zero per Pirelli

Nato a Roma nel 1954. Laurea in giurisprudenza con lode. Vive in diversi paesi nel mondo USA, Francia e Inghilterra per alcuni anni.

Gestisce il progetto di brand extension del marchio Ferrari attraverso l'accordo di master licence con Cartier Mondo. Passa alla Fila dove si occupa delle dismissioni delle attività diversificate in maniera diretta e le trasforma in accordi con diverse aziende internazionali dando vita anche alla divisione scarpe prima inesistente. Nel 1985 diventa socio della Hi Touch (Azienda di comunicazione Integrata) per poi, passare al Gruppo IMG come responsabile del settore Licensing per l'Europa.

Fonda la Daniele di Montezemolo e Associati Licensing. Con la propria Società presta consulenza sempre nel settore della brand extension a grandi aziende e marchi di livello internazionale (per citarne alcuni: Ungaro, Bulgari, Ferrero, Benetton, Ferrè, Rizzoli, Paramount BBC, Lucas Film). È anche colui che ha generato il progetto P Zero per Pirelli. E' inoltre il creatore del Marchio Twin, progetto partito con la famosa cravatta doppia e arrivato ad una vasta gamma di prodotti di abbigliamento.



Vincenzo Finizzola

Direttore del Four Seasons Hotel Milano

Nato a Altopascio (Lucca) nel maggio del 1951, è l'attuale General Manger dell'Hotel FOUR SEASONS di Milano, città in cui risiede da anni.

Durante la sua vita trascorsa negli alberghi di lusso, dal Gritti di Venezia al Savoy di Londra, Vincenzo Finizzola ha conosciuto centinaia di personaggi, inclusa la regina Elisabetta. Lucchese di nascita, 55 anni, Finizzola è stato chiamato nel '93 a inaugurare l' esclusivo albergo di via Gesù - ricavato nel convento quattrocentesco delle Clarisse, religiose depositarie dei segreti delle spezie che coltivavano nel chiostro sul quale oggi si affacciano lussuose suite - e ne ha fatto un «tempio dell' ospitalità». Il Four Seasons detiene attualmente il più alto ricavo medio per stanza.





Paolo Galimberti

Direttore Commerciale Italia del gruppo Morellato

Nato a Milano il 20 settembre 1961

Dopo esperienze iniziali in ambito EDP e in qualità di Credit Manager e responsabile amministrativo in ESSILOR (multinazionale francese leader nel mondo dell'Ottica) entra nel gruppo Richemont ricoprendo in quasi 10 anni varie mansioni e gestendo varie tipologie di prodotto (Occhiali, Accessori, Pelletteria, Penne) per il marchio Cartier, tra cui quella di responsabile degli Espace Cartier nel mercato wholesale. Nel 2003 entra nel gruppo Binda in qualità di responsabile della Divisione Lusso; in questi anni, oltre a occuparsi dei brand di proprietà nel mercato del lusso, lancia in Italia il marchio Vertu creando la distribuzione attuale.

Da 3 anni è Direttore Commerciale Italia del gruppo Morellato (Morellato, Sector no limits, Philip Watch, Cavalli, Maserati, Pirelli, Galliano, Converse, Police. Miss Sixty).

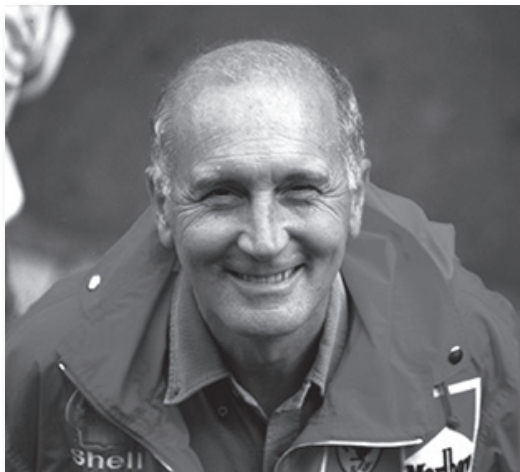


Cecilia Gandini

Brand Developer, si occupa di strategie per il lancio e supporto di brand di prestigio

Laureata in Economia e Commercio presso l'Università Bocconi di Milano, giornalista freelance, ha operato in strutture nazionali e internazionali di comunicazione e marketing. E' Brand Developer e si occupa di strategie per il lancio e supporto di brand di prestigio. Ha inoltre una specializzazione in brand protection, ovvero tutela del valore dei marchi, sviluppo e difesa dell'identità del brand; con l'incarico di responsabile brand protection del Comitato Organizzatore dei Giochi Olimpici Invernali Torino 2006, si è occupata della tutela e valorizzazione dei Marchi e dell'Immagine Olimpica. E' relatore a Convegni e Seminari di formazione. E' coautrice dei saggi Lusso Necessario, trasformare prodotti e servizi in brand alto di gamma (Lupetti 2008) e Lusso Necessario, alla ricerca del valore per vincere la crisi (Lupetti 2009).





Antonio Ghini

Direttore The Official Ferrari Magazine, è stato per molti anni il Direttore Comunicazione e Brand della Ferrari

Laureato in scienze statistiche ha avuto le prime esperienze professionali nel marketing alla Henkel per poi lavorare, come direttore di ricerca, con Giampaolo Fabris alla Demoskopica e, successivamente, come responsabile dei new business e direttore dei Servizi Centrali nell'agenzia di pubblicità americana Foote Cone & Belding.

Prima di entrare in Ferrari nel settembre del 1993, è stato Direttore della Comunicazione della Renault Italia e Responsabile del coordinamento della Comunicazione pubblicitaria europea della Renault, a Parigi.

A Maranello ha occupato per 15 anni il ruolo di Direttore della Comunicazione e Brand Management con la responsabilità internazionale delle attività stampa e di tutto ciò che concerne la comunicazione diretta e indiretta dell'Azienda: saloni dell'automobile, lancio di nuovi prodotti, eventi, pubblicazioni aziendali come Annuario, newsletter e libri, e gestione delle relazioni con gli sponsor per l'attività di comunicazione da questi promossa internazionalmente. Ha anche introdotto e sviluppato l'attività Internet in Ferrari, creando le basi dell'attuale sviluppo dell'azienda nel digitale.

Dal 2008 segue per la Casa di Maranello progetti strategici, tra questi è il Direttore del The Official Ferrari Magazine, la rivista che Ferrari pubblica con Condè Nast. Da Luglio 2012 è stato nominato anche direttore del Museo Ferrari di Maranello (250.000 visitatori anno)

Ha svolto anche attività giornalistica nel settore motoristico, è stato per sei anni membro del CDA dell'UPA (Utenti Pubblicità Associati)

Oggi affianca al suo lavoro per Ferrari un'intensa attività strategica di comunicazione, la principale con l'Editoriale Domus su importanti progetti di sviluppo dell'Azienda.

Tra i suoi hobby, oltre ad automobilismo e motociclismo, lo sci ed il wind surf.





Massimo Giroldi

Responsabile commerciale di NEWFORM S.p.A

Nato nel 1958, diplomato Perito Industriale Elettronico con il massimo dei voti presso l'istituto tecnico industriale di Gallarate e iscritto poi per 3 anni alla facoltà di Ingegneria Elettronica presso il Politecnico di Milano, abbandonati gli studi nel 1981 per il servizio militare svolto come Ufficiale di Complemento con il grado di tenente.

Assunto in Olivetti ad Ivrea nel 1983 presso il laboratorio di Ricerca e Sviluppo, dopo 1 anno trasferito alle dipendenze dell'allora società Honeywell Bull di Pregnanza (Milano) nel reparto sviluppo software e poi presso la società IBM nel settore vendite. Dal 1988 in Data General (multinazionale americana produttrice di sistemi informatici per grosse aziende) con la mansione di sistemista a supporto delle vendite e poi come venditore. In seguito sempre presso la stessa società con l'incarico di responsabile vendite Italia. Dal 1994 in Newform S.p.A prima con l'incarico di responsabile vendite Italia e poi come Direttore Commerciale e Amministratore.



Susanne Kreuzer

Docente a contratto presso il Politecnico di Milano, Dipartimento di Design

Dopo aver vissuto e lavorato in Germania e in Inghilterra, dal 1998 opera a Milano come esperta di pianificazione e immagine. E' consulente per lo sviluppo del prodotto e della comunicazione per diversi marchi per il loro posizionamento nei mercati moda e design a livello internazionale.

Ha tenuto workshop e lezioni con specifico riferimento alla relazione tra comunicazione e media per aziende lifestyle del settore moda e lusso.

Dal 2004 collabora con il Laboratorio Modaccontents del Dipartimento Indaco presso la Facoltà del Design del Politecnico di Milano, dove svolge attività di ricerca approfondendo nuove strategie sul riposizionamento dei brand. Nell'ambito delle attività del Politecnico di Milano, idea e sviluppa insieme a Marco Turinetti "Capitale Creativo-Taste3", gruppo di ricerca sui processi creativi e lettura di immagine che affronta in modo scientifico il tema del trend-research-lifestyle.

Studiosa e trendspotter, nelle sue ricerche applica un approccio innovativo di lettura iconografica per ottimizzare il processo creativo, curando mostre ed eventi.

Nel 2008 collabora con il Laboratorio Modaccontents e Biblioteca Tremelloni, alla realizzazione della mostra "Viaggiare con la moda - racconti Itineranti di Elsa Haertter", nel ruolo di ricercatrice e selezionatrice delle immagini fotografiche.





Paolo Marai

Presidente di Vertime

È anche responsabile dello sviluppo nel mondo della divisione lusso di TimexGroup. Il gruppo, che fattura 700 milioni di dollari, appartiene alla famiglia Olsen, ha l'headquarter a Middlebury e 150 anni di professionalità alle spalle.

TimexGroup progetta, fabbrica, commercializza e distribuisce gli orologi, i gioielli e gli strumenti per la scrittura di Versace.

Nel 2007 il gruppo di Timex ha aggiunto due prestigiose marche: Valentino e Ferragamo.

Prima di TimexGroup, Paolo ha tenuto posizioni di leadership in molte società tra cui Swatch Group.

Ha iniziato la sua carriera con Thomson Consumer Electronics come responsabile dell'introduzione sul mercato dell'audio equipment. Tre anni dopo ha creato la sua società "Unicad Sistemi" offrendo per quel tempo sistemi innovativi di 3d cad. Attirato dal lusso e dalla moda ha lavorato per oltre 15 anni nel settore abbigliamento, scarpe, accessori con brand come Fendi, Dior, Vuitton e Kenzo in diverse aree quali marketing, produzione e distribuzione.

Paolo si è laureato nel 1986 in economia all'università Bocconi di Milano.



Bill Niada

Fondatore di Near

Bill Niada, nasce a Milano il 7 giugno del 1958. Dopo il diploma di Liceo Scientifico, frequenta la Facoltà di Agraria a Milano dando 32 esami su 33 senza però laurearsi; quindi inizia a lavorare. Nel 1981, a soli 23 anni, fonda un'azienda che produce abbigliamento: la C.G.T.

Produce per Banana Republic, GAP, The Limited e altri gruppi nazionali e internazionali.

In seguito, apre un ufficio di produzione in Cina nel 1990 e nel 1996 fonda la prima azienda di outlet in Italia, la Fifty Factory Store.

Nel 1997 si ammala sua figlia Clementina e, insieme alla moglie Emilia, si concentra sul tentativo di curarla in vari ospedali del Mondo : Marsilia, Londra, New York, Genova, Monza,...

Nel 2003, in seguito alla scomparsa di Clementina, crea la Fondazione Magica Cleme che si occupa di portare i bambini malati di tumore a divertirsi tutti i fine settimana.

Nel 2010 fonda con altri 16 soci Near, una delle prime Social business company d'Italia, che ha come scopo finanziare progetti sociali sul territorio e Fondazione Near che si occupa di progetti sociali rivolti ai bambini e agli adolescenti, non solo in campo sanitario, attraverso lo sviluppo di Temporary Outlet e Outlet sociali. Nel 2012, insieme ai medici all'Istituto dei Tumori lancia l'iniziativa B.Live dove i ragazzi in cura disegnano, con l'ausilio di importanti professionisti, e producono una collezione di vestiti che viene prodotta e distribuita per finanziare progetti professionali e ludici per ragazzi malati.





Davide Oldani

Proprietario e Chef del ristorante "D'O"

Davide Oldani ha cominciato lavorando da Gualtiero Marchesi. Presto, l'esperienza internazionale: con Albert Roux a Le Gavroche di Londra, con Alain Ducasse al Louis xv di Montecarlo, con Pierre Hermé da Fauchon a Parigi. Poi ancora eccolo a New York, Tokyo, in California e a Barcellona.

Nel 2003 è tornato nel suo paese d'origine, Cornaredo, e ha aperto D'O, un ristorante che unisce altissima qualità e prezzi contenuti. L'anno dopo si è aggiudicato una stella della guida Michelin.

Nel dicembre 2008 ha ricevuto l'Ambrogino d'oro dal Comune di Milano.

Ha pubblicato *Cuoco andata e ritorno* (2008), *La mia cucina pop. L'arte di caramellare i sogni* (2009) e *Pop. La nuova grande cucina italiana* (2010), *Il giusto e il gusto* (2012), dove la cucina POP diventa l'occasione per parlare della vita e dei suoi sani principi.

La collaborazione mensile con "La Cucina Italiana" e quella con il settimanale "Sport Week" - allegato della Gazzetta dello Sport - ha prodotto nel 2013 una raccolta di sue ricette: dalle origini a oggi.

La sua attività di designer, nata dall'osservazione quotidiana dell'ospite, rispecchia quella di cuoco. Tavoli, sedie, piatti, posate e bicchieri sono ispirati al POP: semplici, funzionali, eleganti.

La formula del D'O è diventata una case-history per gli economisti dell'università statunitense di Harvard - on line da Marzo 2013 (a ottobre dello stesso anno Davide Oldani terrà la sua lezione sull'attività di imprenditore).

Il suo esempio di approccio e organizzazione al lavoro, è applicabile a diverse categorie e non solo alla ristorazione.





Marco Turinetta

Direttore del corso Licensign per i beni di lusso

Architetto, giornalista e ricercatore, è docente presso la Facoltà del Design del Politecnico di Milano con cattedra di Moda e Design e direttore scientifico di Modaccontents, laboratorio per lo sviluppo del sapere moda, consulting culturale a supporto delle attività di didattica & ricerca rivolto alle aziende. Con Cecilia Gandini idea e coordina Lusso Necessario: “investigate the future” il centro ricerca in cui vengono create nuove strategie di marketing-design per valorizzare, posizionare e riposizionare prodotti e servizi alto di gamma, sia dal punto di vista tangibile che intangibile. Su questi temi tiene conferenze, master, seminari, workshop ed è autore fra gli altri de: Dizionario del design (1993); Il punto vendita: dimensioni e forme di indagine per la distribuzione (1997); Be Different. Il valore attrattivo del brand design nelle imprese (2005); Lusso Necessario. Alla ricerca del valore per vincere la crisi (2009).

