

MODA E LAVORO: CHI CERCANO I GRANDI BRAND NEL 2025

Oltre 1.300 colloqui individuali in 5 giorni: Polimoda traccia la mappa dei mestieri più richiesti nel fashion system globale

Product developer, social media manager, modellista, specialisti della maglieria e visual merchandiser: la Polimoda Business Week 2025 ha tracciato la mappa delle figure su cui puntano i grandi nomi del fashion. Oltre 1.300 colloqui individuali, 328 neodiplomati e 105 aziende, tra cui Prada, Valentino, Hermès e Bottega Veneta, hanno confermato l'urgenza di talenti in grado di unire creatività, competenze digitali e solida expertise tecnica.

Firenze, 29 maggio 2025 – I risultati emersi dalla **Polimoda Business Week 2025**, il career event dedicato all'incontro tra studenti diplomandi e HR e professionisti del settore, confermano un cambio di passo nella domanda di competenze professionali da parte dell'industria moda. **Oltre 1300 colloqui** hanno coinvolto **un centinaio di aziende** del comparto lusso, abbigliamento, calzature, accessori, gioielli, oltre a magazine, agenzie di comunicazione e art direction, venute a selezionare i migliori talenti formati dalla scuola per opportunità di stage e lavoro. Oltre il 30% delle aziende partecipanti aveva sede fuori dall'Italia (Spagna, Germania, USA, Francia), segno dell'interesse globale per i talenti formati nel nostro territorio e della crescente internazionalizzazione del mercato del lavoro creativo. Grazie alla partecipazione di realtà come **Prada, Valentino, Hermès, Hugo Boss, Loro Piana, Karl Lagerfeld, Max Mara, Bottega Veneta, Ferragamo, Etro, Tod's e Stefano Ricci**, l'evento si conferma osservatorio privilegiato sui trend occupazionali, in un momento di rapida evoluzione guidata da sostenibilità, innovazione tecnologica e nuovi scenari internazionali.

In testa alle richieste spicca lo **sviluppo prodotto**, dove le aziende cercano specialisti in grado di gestire ogni fase, dall'ideazione alla prototipazione, garantendo coerenti livelli di innovazione e sostenibilità. Il **social media management** segue a ruota, con un aumento delle richieste a testimonianza della centralità delle piattaforme digitali – da Instagram a TikTok – nella costruzione di community e narrazioni di marca.

Il **design di accessori e abbigliamento** rimane un asset imprescindibile, ma assume nuove declinazioni: i creative director e i product designer vengono valorizzati per la capacità di tradurre i dati di mercato in collezioni distintive, richiedendo una visione che coniughi estetica e funzionalità. Al contempo, il **retail** si evolve verso modelli phygital, spingendo le aziende a integrare specialisti in customer experience e performance commerciale direttamente nelle strategie di store design. In questo contesto il **visual merchandising** si conferma trait d'union tra storytelling e vendite, con professionisti chiamati a creare ambienti immersivi che coinvolgano tanto il cliente in store quanto l'audience digitale.

Sul fronte più tecnico, il **modellista** – ora sempre più abile con software CAD e 3D – resta al centro dell'organizzazione produttiva, contribuendo a ottimizzare tempi e costi senza rinunciare alla precisione sartoriale. Parallelamente, il **comparto maglieria** vede un significativo aumento di interesse: si richiedono profili specializzati che sappiano innovare filati e lavorazioni, orientandosi verso materiali rigenerati e processi a basso impatto ambientale. Infine, **marketing e comunicazione** si ritagliano un ruolo di primo piano grazie alla crescente necessità di figure data-driven, capaci di misurare il ritorno sugli investimenti e modellare strategie omnicanale con un respiro internazionale.

“I profili più richiesti oggi non si definiscono per una sola competenza, ma per la capacità di tenere insieme pensiero creativo, concretezza operativa e visione digitale” dichiara **Massimiliano Giornetti**, Direttore di Polimoda. *“Il futuro del fashion system è nelle mani di professionisti integrati, pronti a innovare processi e linguaggi, e in grado di trasformare le sfide di sostenibilità e globalizzazione in opportunità di crescita”*.

Nell'instabilità dello scenario contemporaneo del settore, i profili emergenti rappresentano le vere leve per la ripresa dell'industria: professionisti in grado di coniugare innovazione digitale, sostenibilità e radici artigianali possono dare un nuovo slancio al Made in Italy sui mercati globali. Queste figure, dotate di competenze trasversali e visione strategica, non rispondono solo alle esigenze attuali, ma diventano protagoniste di un rilancio capace di trasformare le sfide in opportunità.

www.polimoda.com