

COMUNICATO STAMPA

**Il fondatore e direttore creativo di MSGM, Massimo Giorgetti
agli studenti di IED Milano:**

***“La chiave dei risultati raggiunti? Sono sempre frutto di ‘incidenti culturali’,
ovvero di contaminazioni tra arte moda musica cinema.”***

**E in questo momento di cambiamenti epocali esorta la platea dei giovani: “il marketing
deve partire dai vissuti delle persone, solo così la moda può ritornare a fare sognare”**

**Il talk ha lanciato il nuovo Corso in Fashion Marketing and Communication,
coordinato da Federico Poletti**

Milano, 7 maggio 2025 – È uno dei designer-imprenditori più dinamici della scena italiana – **Massimo Giorgetti** – portatore di una visione che ha trasformato una giovane impresa creativa in un brand internazionale – a introdurre il nuovo Corso Triennale (DAPL) in **Fashion Marketing and Communication** IED Milano, intervistato dal coordinatore **Federico Poletti**, giornalista, curatore e communication expert.

*“Il direttore creativo è colui che può **dare un’anima a un brand**”* – sottolinea Giorgetti nel talk IED intitolato non a caso **MSGM: Remix di Moda, Arte e Now Culture**. *“La Now Culture non riguarda solo ciò che le persone vestono, ma quello che pensano. Per questo per ispirarmi mi incuriosisco alle persone, le osservo, guardo a cosa vestono, a cosa possono desiderare. Mi ispiro anche alla musica che ascoltano, alle serie TV. Da qui comprendo cosa può piacere anche nella moda. Nel mondo è tutto molto collegato.*

Tutti i miei successi sono stati incidenti culturali, derivanti dall’incontro tra settori ed elementi diversi. L’incidente culturale può essere una forma di creatività (e marketing) molto potente, ma a fare la differenza è l’essere umano”.

Un concetto a cui si ricollega anche il **Direttore di IED Milano, Danilo Venturi**, autore – tra gli altri, del volume **Brand Persona: The Four-Step Method**: *“I brand devono ricordare che i consumatori hanno una vita, e la loro vita non è quel capo che vogliamo vendergli, ma tutto il resto, i viaggi che fanno, i cibi che mangiano, gli sport che praticano. Il marketing della moda è anche questo e i clienti sono prima di tutto persone”.*

*“La società sta attraversando cambiamenti importanti e la moda deve seguirli – prosegue Giorgetti – sottolineando che **“la moda è un continuo compromesso, un commitment tra un insieme di fattori. Per questo gli addetti ai lavori hanno perso un po’ il sogno. Ma la moda deve essere sogno, dobbiamo lavorare perché ritorni”.***

E un nuovo modo di fare marketing, accostando i brand di moda all’immaginario di film e musica, o all’arte, può far sognare. “È importante distinguere tra marketing e fashion marketing: se il primo è l’insieme di strategie per soddisfare bisogni e creare valore, il secondo interpreta questi meccanismi attraverso i codici emozionali, visivi e culturali della moda – commenta Federico Poletti.- Oggi il marketing non è più solo una funzione meramente commerciale, ma si trasforma in narrazione, posizionamento visivo, statement culturale e sociale e la moda è uno dei terreni più fertili dove queste trasformazioni e contaminazioni si manifestano”.

CHI È MASSIMO GIORGETTI

Nato a Rimini nel 1977, Massimo Giorgetti è il fondatore e direttore creativo di MSGM. Dopo un inizio nel settore commerciale, ha unito la sua passione per la moda e la musica indie alla creatività del design, lanciando MSGM nel 2009 in collaborazione con il Gruppo Paoloni. Il brand si è subito distinto per l’approccio contemporaneo e l’energia visiva, ottenendo grande successo di pubblico e critica.

Nel 2015 è stato nominato direttore creativo di Emilio Pucci, incarico che ha lasciato nel 2017 per concentrarsi interamente su MSGM. Negli anni, ha costruito un'identità forte per il marchio, intrecciando moda, arte e cultura attraverso collaborazioni con artisti, istituzioni e brand come Fila, Venini, Polaroid e Google.

Sotto la sua guida, MSGM ha aperto boutique internazionali, sviluppato collezioni sostenibili come "Fantastic Green" e sostenuto iniziative culturali, tra cui Miart e progetti legati alla comunità milanese. Giorgetti continua a promuovere il dialogo tra moda, arte e società, mantenendo un approccio creativo in continua evoluzione.

CHI E' FEDERICO POLETTI

Dopo aver conseguito la **laurea con lode** in **Conservazione dei Beni Culturali (Università degli Studi di Pisa)**, si specializza in **arti visive** con un **dottorato di ricerca** presso l'Istituto Nazionale di Studi sul Rinascimento di Palazzo Strozzi, Firenze. Poi continua il suo percorso accademico con **due master a Milano**: il primo presso l'**Accademia di Belle Arti di Brera** (Organizzazione e Comunicazioni Arti Visive) e il secondo in **Camera Nazionale della Moda Italiana** (Comunicazione moda).

Milanese di adozione, parte da una formazione accademica nell'arte per arrivare a una **visione della moda come progetto multi-culturale, crossover fluido in cui si mixano estetiche differenti**. Ha lavorato come Direttore artistico e consulente comunicazione per numerose aziende come Sportmax, Missoni, Pitti Immagine, White Milano e istituzioni come il Museo del Tessuto di Prato e Fondazione Sozzani. Tra le sue ultime mostre quella dedicata a **Ossie Clark e Celia Birtwell**, magica coppia creativa inglese degli anni '70 e il **video documentario dedicato a Walter Albini**. Nel **2014 ha lanciato NEXT GEN**, una piattaforma editoriale digitale e cartacea che dà voce ai **nuovi talenti nel mondo del cinema, musica, sport e moda**. NEXT GEN si distingue creando uno storytelling dei talent con uno sguardo sempre artistico e non convenzionale, con l'obiettivo di raccontare e connettere le voci più originali della scena creativa e culturale contemporanea.