



<b>Media</b>	<b>ECONOMY</b>
<b>Typology</b>	Weekly newsmagazine
<b>Date of issue</b>	June, 18th 2009
<b>Readership</b>	149.000
<b>Topic</b>	Partnership Chalhoub - Polimoda
<b>Number of pages</b>	1

## DAL DUBAI A FIRENZE PER I MASTER DI MODA

**LUSSO/2** Il gruppo Chalhoub gestisce 300 marchi in Medio Oriente. E per la formazione dei suoi futuri manager ha deciso di affidarsi a Polimoda, l'istituto toscano presieduto da Ferruccio Ferragamo.

■ Per un'azienda che va in Oriente ce n'è un'altra, orientale, che sbarca nel nostro Paese perché ama il made in Italy e vuole importarne la filosofia nella sua regione. È quello che ha fatto **Chalhoub**, gruppo che ha sede a Dubai e che in tutto il Medio Oriente distribuisce quasi 300 marchi del lusso, dalla moda alla cosmetica. Da questo mese è diventato azionista di **Polimoda srl**, spin off dell'omonimo istituto fiorentino presieduto da Ferruccio Ferragamo e specializzato nella formazione nel campo della moda e del marketing. Salgono così a 35 i soci di Polimoda, tutte aziende internazionali come **Tod's**, **Salvatore Ferragamo** e **La Rinascente**.

La partnership si concretizza subito con il finanziamento di due borse di studio per altrettanti master dell'istituto assegnati a studenti mediorientali. «Intendiamo intensificare i rapporti con il mondo dell'educazione per formare i giovani che poi lavoreranno con noi e con i marchi che seguiamo» dice a *Economy* Patrick Chalhoub, codirettore del gruppo fondato negli anni Cinquanta dai suoi genitori e che guida con il fratello Antho-

ny. L'obiettivo è formare studenti del Medio Oriente da inserire nella società, che conta 5 mila collaboratori e oltre 100 mila metri quadrati di negozi gestiti. Per Chalhoub è la prima partnership stipulata in ambito educativo in Italia, dopo quelle con istituti francesi e libanesi. «Vogliamo portare i vostri valori culturali nella nostra regione e stringere i rapporti che legano Oriente e Occidente» continua Chalhoub.

**ASPETTATIVE ELEVATE.** Le aspettative di Polimoda sono elevate. «Speriamo di ampliare il nostro raggio d'azione e trovare più contatti per i futuri datori di lavoro dei nostri studenti» dice a *Economy* Ferruccio Ferragamo: il tasso di occupazione della scuola, che con la didattica fattura poco più di 5 milioni di euro, è già del 90%, ma la concorrenza è agguerrita e un buon «network» resta la carta vincente. Ma non è tutto: «Studieranno presto iniziative che porteranno anche i docenti Polimoda in Medio Oriente, per esportare davvero il nostro metodo di formazione, made in Italy e internazionale insieme» conclude Ferragamo. (t.p.)



Un corner all'interno dello shopping center di Dubai.