

lavoro 2

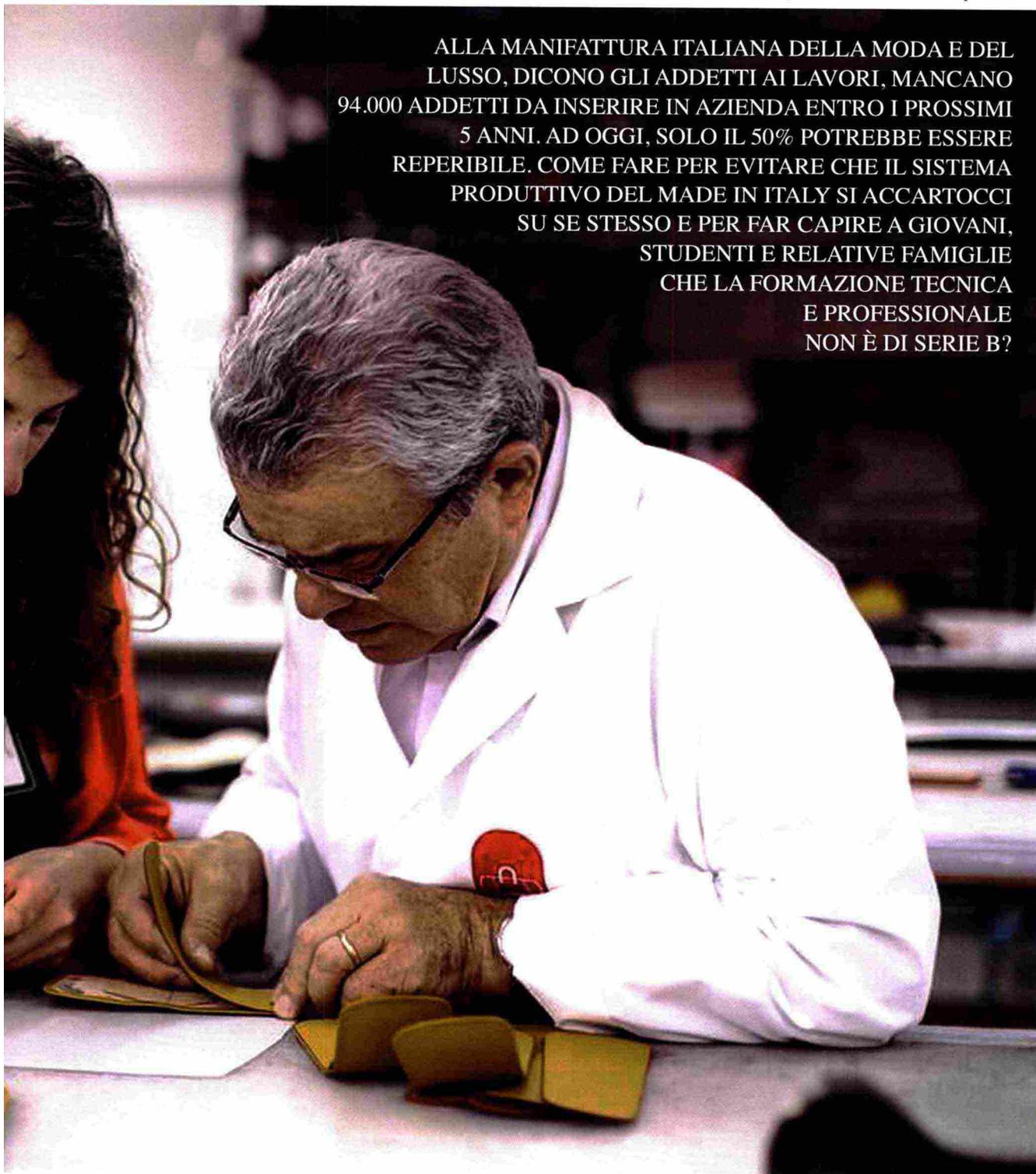


alla ricerca delle competenze perdute

di Luca Fumagalli

Immagine tratta da altascuoladipelletteria.it

ALLA MANIFATTURA ITALIANA DELLA MODA E DEL LUSO, DICONO GLI ADDETTI AI LAVORI, MANCANO 94.000 ADDETTI DA INSERIRE IN AZIENDA ENTRO I PROSSIMI 5 ANNI. AD OGGI, SOLO IL 50% POTREBBE ESSERE REPERIBILE. COME FARE PER EVITARE CHE IL SISTEMA PRODUTTIVO DEL MADE IN ITALY SI ACCARTOCCI SU SE STESSO E PER FAR CAPIRE A GIOVANI, STUDENTI E RELATIVE FAMIGLIE CHE LA FORMAZIONE TECNICA E PROFESSIONALE NON È DI SERIE B?



lavoro 2

NON È UN ROMANZO di formazione, come potrebbe suggerire il titolo, ispirato a quello della monumentale Recherche di Marcel Proust. È una storia, invece, che pone in primo piano (o, volendo, sul banco degli imputati) un altro tipo di "formazione". Quella professionale.

Ognuno ne parla, lungo la filiera della moda e del lusso.

Tutti, in buona sostanza, dicono la stessa cosa: il presente e, soprattutto, il futuro sono a rischio perché non si sa dove trovare nuovi addetti e come convincere i giovani e gli inoccupati a studiare per acquisire le competenze necessarie per «entrare nelle nostre aziende».

Tutti, in ultima analisi, si chiedono come costruire un sistema formativo nazio-

nale utile a quella che, spiega Paolo Bastianello (coordinatore del Comitato Education di Confindustria Moda), «rappresenta il motore dell'economia italiana». Si riferisce alla manifattura, nello specifico della moda e del lusso, artefice di quel made in Italy che ci invidiano nel mondo, ma come recita il motto evangelico, "non è profeta in patria" e di questo ostracismo, a volte autolesionista, sconta oggi catastrofici danni dal punto di vista formativo. «I fattori sono diversi e si sommano - dice Bastianello -. Noi imprenditori e le nostre associazioni abbiamo peccato nella comunicazione di come si fa il prodotto, di quali competenze servono per tenere alta la qualità della manifattura italiana e in

addio all'orlatrice

È la competenza più ricercata, spessissimo invano. Ma è anche quella che è stata trattata peggio nel corso degli anni. Di orlatrici non ce ne sono più e nessuno prende in considerazione di farne il lavoro della propria vita. Soluzioni all'orizzonte? Nessuna, a parte quelle messe in campo "privatamente" da alcune aziende

La spia che il serbatoio della manodopera calzaturiera cominciava a scarseggiare si è accesa diversi anni fa quando le orlatrici hanno iniziato a diventare irrimediabili. Nessuno ha affrontato il problema per tempo e, oggi, sono introvabili. Non solo: questa professione è vittima di una scarsità di vocazioni causata da vari fattori, reali o percepiti. Per esempio: è un mestiere socialmente non gratificante e offre esigue possibilità di carriera. Oppure: la retribuzione è troppo bassa. E ancora: rappresenta la metafora di quanto abbiano uno scarso appeal i mestieri manuali per i giovani. Tutto vero, ma si dimentichi quanto ha pesato, in tutto ciò, anche la delocalizzazione produttiva degli anni '80. Eppure, l'orlatrice è stato il primo impiego in smart working. Negli anni del boom calzaturiero, i distretti italiani ribollivano di orlatrici a domicilio che ricevevano a casa i semilavorati da trapuntare. Altri tempi, al punto che oggi trovarne una è una rarità e le aziende devono trovare soluzioni varie ed eventuali per riuscirci, facendo quasi sempre da sé. È il caso (marchigiano) del Tomificio SL che ha reclutato tramite Adecco 9 ragazze per farle partecipare a un corso di formazione mirato. Il Calzaturificio Fabi, invece, ha pubblicato un video in cui le orlatrici si sono trasformate in "orlatrici", invitando i giovani a svolgere una prova sul campo. Niente, però, che possa invertire il corso di un'estinzione professionale, forse, irreversibile. (mv)

questo modo abbiamo contribuito a non rinnovare l'immagine che resta quella di settori vecchi, incrostati da altrettanto vecchi luoghi comuni». Una poca attenzione alla comunicazione che, sommata «alla mancanza di sensibilità istituzionale sul tema della formazione professionale», determina l'emergenza attuale.

La situazione, infatti, è grave sotto tutti i punti di vista.

Incrociando dati e dichiarazioni di **Confindustria Moda**, CNA Federmoda e Fondazione Altagamma quantifichiamo in 94.000 i dipendenti necessari alla manifattura moda italiana nei prossimi 5 anni e soltanto la metà sarà trovata. «L'incrocio di alcuni fattori - spiega CNA

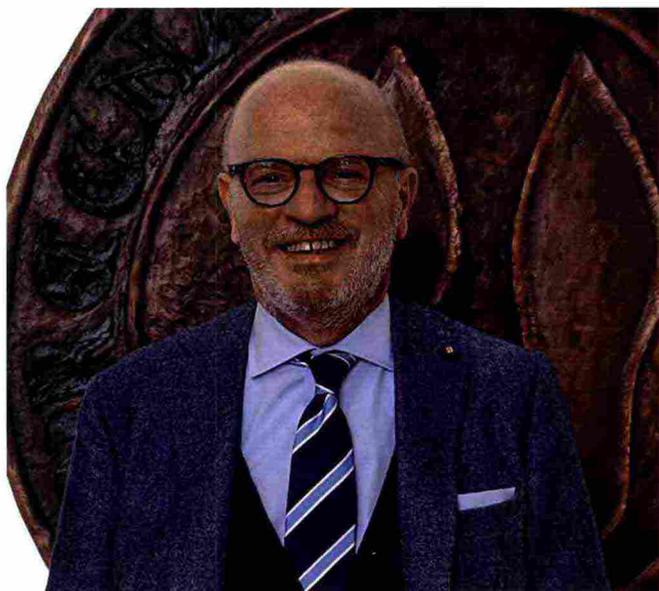
Federmoda -, tra cui il pensionamento degli attuali occupati e l'irreperibilità delle figure mancanti non soltanto perché ancora da formare, detta i termini dell'attuale emergenza».

Attenzione: **manca di tutto**.

Secondo Altagamma (che ha lanciato la seconda edizione di **Adotta Una Scuola**: 23 aziende coinvolte per 80 classi attivate), tra i profili più richiesti ci sono «tecnici specializzati nella lavorazione di tessuti, cuoio, calzature, pelletteria e metallerie». Più nel dettaglio: «Prototipisti, disegnatori, grafici e modellisti per pelletteria, pellicceria e calzatura» insieme a «programmatori di macchine elettroniche e tecnici dell'industrializzazione» e, diciamo noi, «tecnici di laboratorio e manager energetici per il settore conciario». **Assomoda** segnala che «mancano pure gli agenti», mentre l'ultima riunione del Comitato Education di Confindustria Moda (del quale facciamo parte anche noi) ha messo l'accento che non mancano solo le persone da formare: **non ci sono nemmeno i docenti**. Quelli delle scuole medie inferiori, che dovrebbero essere in grado di indirizzare gli alunni alla successiva carriera scolastica, non hanno gli strumenti per valutare l'insegnamento tecnico-professionale in un'ottica di futuribilità e restano vincolati a schemi di orientamento non più attuali. Quelli che servirebbero agli ITS, invece, spesso non hanno le competenze didattiche e professionali adatte.

Volendo fare una sintesi brutale: è un grandissimo casino. Lo sarà sempre di

Paolo Bastianello



lavoro 2

più se non si disegnano strategie serie, sistemiche e, soprattutto, attuabili. E lo sarà a maggior ragione ora che il PNRR ha stanziato proprio agli ITS (dei quali moltissimi di quelli orientati al Tessile e Abbigliamento, fanno parte della Rete TAM) **1,5 miliardi di euro** di sostegni che saranno erogati in 3 spezzoni da 500 milioni. Non solo, continua Bastianello: «Si inizia a subire il **riflesso del calo demografico**, con meno iscritti alle scuole elementari, senza dimenticare i 1,9 milioni di lavoratori che andranno in pensione entro il 2030, il 7/8% dei quali afferiscono ai nostri settori produttivi: parliamo di tecnici operativi, addetti che "fanno" il prodotto». Un "fare" di nuova generazione. Secondo **Stefano Micelli** (professore del Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari), che firma l'introduzione a **I talenti del Fare 2** di Altagamma, «saranno sempre più necessarie **competenze tecniche elevate** combinate a **capacità digitali e green**, nonché a **soft skill**. Soprattutto nel manifatturiero si prevede l'intensificarsi del processo di ibridazione delle professioni: al tradizionale saper fare manuale saranno sempre più associate capacità legate a tecnologia, digitalizzazione, industria 4.0. Si rileva anche un **mutamento significativo nelle aspettative dei giovani**, più orientati verso lavori e contesti carichi di significato, in grado di coinvolgerli sul piano valoriale oltre che professionale ed economico». Bene, ma l'ultima parte di questa riflessione appare paradossale in un Paese che sconta il **23% di disoccupazione giova-**

nile e un dibattito mainstream (in corso mentre scriviamo) che rimane ancorato al **valore dei licei** (con il Classico che perde appeal e lo Scientifico che si rafforza) e, implicitamente, continua a considerare la filiera formativa tecnica e professionale alla luce di uno storico percepito negativo diffuso tra le famiglie che ne considera i percorsi di minor prestigio dal punto di vista sociale. «La strategia per ovviare a questo gap corre su due binari - scrive Altagamma in una nota -: da una parte adeguare l'offerta formativa degli istituti professionali e rafforzare l'intera filiera dell'istruzione tecnica superiore, dall'altra rinnovare le politiche di orientamento, per comunicare a studenti e famiglie l'evoluzione in atto nel mercato del lavoro. La riforma del sistema formativo nazionale, ripresa nel PNRR, ha fatto luce sull'**importanza della filiera professionalizzante italiana**, che sconta un ritardo accumulato negli anni rispetto ai principali Paesi europei». Lo rivela un'analisi di **Arduino Salatin** (professore dell'Istituto Universitario Salesiano Venezia), che «mette a confronto il nostro sistema con quelli di **Germania, Francia, Spagna e Regno Unito**. Evidenzia a livello europeo i **potenziali effetti positivi**, soprattutto in termini sociali e occupazionali, derivanti dal rafforzamento dei sistemi basati sull'apprendistato. Dal raffronto emerge la maggiore attrattività sociale dei percorsi di tipo professionalizzante negli altri Paesi rispetto all'Italia, la presenza di un canale tecnico professionale post-secondario (equivalente ai nostri ITS) ben strut-

turato e distinto da quello universitario, il decisivo ruolo delle imprese nella definizione, finanziamento e gestione dei percorsi formativi (soprattutto attraverso l'apprendistato)».

Basterà a innescare questa differente "attrattività sociale" l'intenzione del mi-

nistro delle Imprese e del made in Italy **Adolfo Urso** di creare il **Liceo del Made in Italy**, escamotage linguistico pensato per valorizzare "sulla carta" i contenuti di una proposta didattica e formativa che deve e dovrà garantire il futuro al sistema manifatturiero italiano?

la soluzione di LVMH

Il colosso francese ha assunto 21.000 persone nel 2022 e ha investito quasi 215 milioni di euro nella formazione dei propri dipendenti. Lo fa attraverso l'Institute des Métiers d'Excellence e grazie a corsi che hanno una percentuale di placement pari al 76%

Si chiama **Institute des Métiers d'Excellence**. È la soluzione strutturata da **LVMH** per gestire processi di formazione continua che consentano agli addetti, una volta diventati "maestri" (o "virtuosi") di **tramandare le proprie competenze**. È un progetto multilivello che organizza presentazioni e attività alle scuole medie, promuove tour per presentare sul territorio la sua offerta formativa e i relativi sbocchi professionali, gestisce 14 programmi di formazione che esibiscono **una percentuale di placement pari al 76%**. Formazione in ingresso, dunque (LVMH dice di avere bisogno di 24.000 nuovi addetti entro il 2024) e formazione continua interna. In questo senso, l'ultimo esempio in ordine cronologico è un corso aperto a 9 pellettieri delle griffe di proprietà per permettergli di sfidare se stessi e «imparare l'arte della modelleria». Certo, tutto ciò a LVMH vien facile. Il colosso francese ha assunto 21.000 persone nel 2022, portando a oltre 196.000 il numero complessivo dei suoi dipendenti nel mondo, e **ha investito quasi 215 milioni di euro nella formazione dei propri dipendenti**. «Investiamo e continueremo a investire nell'Italia - dice **Toni Belloni**, direttore generale di LVMH -. Abbiamo bisogno di artigiani 4.0: sono la nostra forza, perché è con loro che possiamo fare prodotti durevoli e di qualità». Il problema, però, è che in Italia non solo «si tocca il 24% di disoccupazione giovanile - conclude **Alexandre Boquel**, direttore IME -, ma manca nei ragazzi e nelle famiglie la consapevolezza di quale opportunità rappresenti il lavoro artigiano».

