

Ph: @salvadorgodoyladrero via Unsplash

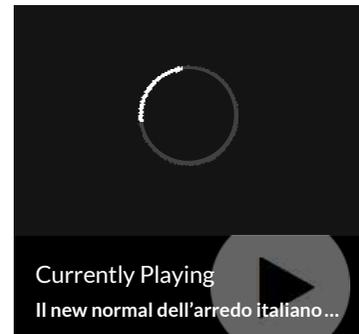
Allarme formazione: ogni anno nel fashion mancano più di 7mila tecnici

Di Redazione — 13 Luglio 2023

L'allarme manodopera, soprattutto nel settore della moda e degli accessori, fiore all'occhiello del Made in Italy, resta uno dei temi caldi sul fronte moda. La conferma arriva dai dati di **Confindustria Moda**, la federazione italiana che riunisce le sette associazioni del tessile, moda e accessorio, che nella prima giornata di **Milano Unica**, ha evidenziato come su un fabbisogno annuale di circa 9mila profili tecnici specializzati nel settore, il sistema educativo ne forma poco più di 2mila.

Emerge quindi un fabbisogno non soddisfatto di circa 7mila lavoratori all'anno per l'industria. Un valore, effettuato sui dati di **Unioncamere**, che fa riferimento alle figure tecniche e agli operai specializzati, non includendo il fabbisogno di chimici e meccatronici, dei quali c'è forte richiesta nel settore.

Nel corso della conferenza stampa, il Comitato Education di **Confindustria Moda** ha fatto il punto sulle principali attività che sta realizzando per contribuire a colmare un divario che genera due ordini di problemi: per primo la difficoltà delle aziende, nel breve periodo, di trovare nel mercato le competenze che cercano, e per secondo,



l'impossibilità, nel medio-lungo periodo, che ci sarà sia di sostituire i professionisti che andranno in pensione, sia di essere pronti per la transizione industriale che le sfide della digitalizzazione e della sostenibilità richiedono.

“Che tutto il settore agisca come sistema è la prima e fondamentale premessa per riuscire a risolvere questo problema”, ha commentato in una nota **Paolo Bastianello**, presidente del Comitato Education di **Confindustria Moda**. “Di fondamentale importanza poi continuare a costruire rapporti e relazioni con le istituzioni e tutti gli enti terzi in grado di supportarci. Ma, infine, è fondamentale la collaborazione delle aziende: se in Italia mancano laboratori per formare i tecnici, le aziende devono aprire i loro e metterli a disposizione degli studenti”.

Proprio per queste ragioni, sono nati diversi progetti indirizzati a supportare le aziende nelle attività di recruiting e per introdurre gli studenti nel mondo del lavoro. Tra questi, spiccano i progetti 'Train for Digital', selezionato dal **Fondo per la Repubblica Digitale**, 'Fashion Talent Days' e 'Notti della Moda'. La prima è un'iniziativa nazionale che, in collaborazione con **Milano Unica Fondazione Its Mita - Made in Italy Tuscany Academy**, permetterà di finanziare, grazie all'ottenimento di circa un milione di euro in seguito all'assegnazione bando, un progetto di formazione rivolto ai 'Neet' (ragazzi tra i 15 e i 34 anni che non studiano, non lavorano e non cercano un'occupazione) affinché acquisiscano nuove competenze digitali e possano essere inseriti nel mondo del lavoro.

Giunto alla sua terza edizione, 'Fashion Talent Days' è invece l'evento interamente digitale organizzato in collaborazione con **Umana**. Nel corso di tre giornate aperte al pubblico (13, 14 e 15 novembre 2023), i giovani diplomati e i neolaureati hanno l'opportunità di presentarsi alle aziende; d'altra parte, le società di tutti i comparti del sistema moda, a loro volta, raccontano sé stesse e le loro necessità in termine di acquisizione di risorse umane.

Fra le sfide che **Confindustria Moda** sta affrontando c'è illustrare a studenti e famiglie l'eccellenza formativa degli istituti tecnici professionali del settore tessile, moda e accessorio. Grazie a 'Notti della Moda', in collaborazione con **Rete Tam**, rete nazionale degli istituti dei settori tessile, abbigliamento e moda, verranno organizzate a ottobre aperture speciali e fuori orario di lezione degli oltre 100 istituti aderenti alla rete (in oltre 40 città), mostrando alla cittadinanza le collezioni create dagli studenti degli istituti.



Invia



in Condividi



Invia

Informativa

Noi e terze parti selezionate utilizziamo cookie o tecnologie simili per finalità tecniche e, con il tuo consenso, anche per le finalità di funzionalità, esperienza, misurazione e marketing (con annunci personalizzati). Il rifiuto del consenso può rendere non disponibili le relative funzioni. Per quanto riguarda la pubblicità, noi e [terze parti](#) selezionate, potremmo utilizzare *dati di geolocalizzazione precisi e l'identificazione attraverso la scansione del dispositivo*, al fine di *archiviare e/o accedere a informazioni su un dispositivo* e trattare dati personali come i tuoi dati di utilizzo, per le