

La moda italiana a caccia di giovani: dall'e-commerce ai dati, ecco i lavori piu' richiesti

di Marco Cimminella Previsto un fabbisogno di oltre 72 mila lavoratori nei prossimi 5 anni. Train for digital finanzierà l'ingresso nel mercato del lavoro di oltre 300 giovani tra i 18 e i 34 anni. Il sistema moda avrà bisogno di circa 72.900 lavoratori da qui al 2027, ma potrebbe incontrare alcune difficoltà nel reperire le competenze e i talenti richiesti. Il comparto si caratterizza per un forte mismatch tra l'offerta di profili con un curriculum tecnico-professionale e il fabbisogno delle imprese. Inoltre, al pari di altri settori, la sua crescita è condizionata dai macro trend digitale, green e demografico che stanno cambiando il mercato del lavoro. Serviranno figure dell'area industriale, corporate e retail, tra cui quelle con competenze digitali e specializzate nell'ambito della sostenibilità. Investire nella formazione e crescita professionale dei giovani è quindi fondamentale per rispondere alle necessità di uno dei più importanti segmenti del Made in Italy. È in questo contesto che si inserisce l'iniziativa 'Train for digital', che destina quasi 1 milione di euro per la rivoluzione digitale nell'industria italiana della moda: si rivolge ai giovani tra i 18 e i 34 anni che non studiano e non lavorano, affinché acquisiscano nuove competenze digitali e possano inserirsi nel mondo del lavoro. Dalla programmazione web al digital marketing, passando per digital retail e cybersecurity, il progetto si articola in diversi percorsi disciplinari, con Academy gratuite, fruibili sia online che in presenza, e adatte a tutti i livelli di istruzione: l'obiettivo è formare più di 300 persone in tutta Italia. Vogliamo riuscire a far esprimere il potenziale dei giovani, facilitarli nell'accesso a un sistema che spesso è ostile e che non riflette il loro modo di essere. Si rischiano di perdere opportunità per tutti: per le ragazze e ragazzi, perché non riescono a realizzarsi ed essere compresi dal sistema, per le imprese, perché trovano difficoltà nell'affrontare la transizione digitale, ha sottolineato Antonella Vitiello, direttore generale di Its Mita. Le richieste delle aziende. La domanda di lavoro è formata da una componente incrementale (expansion demand) e da quella legata al turnover (replacement demand). Il fabbisogno lavorativo delle aziende del comparto moda è pari a 72.900 tra il 2023 e il 2027: un valore che tiene conto della richiesta di personale aggiuntivo (5.900 unità) per effetto dell'espansione economica nel periodo considerato; e della necessità di sostituzione dei lavoratori in uscita (67.000 persone). I dati sono contenuti nel report relativo alle previsioni dei fabbisogni occupazionali nel periodo 2023-2027 di Unioncamere e Anpal. Lo studio sottolinea inoltre che in termini di rapporto tra domanda e offerta di lavoratori, nel comparto moda si osserva uno dei mismatch più critici per gli ambiti di studio della formazione tecnico-professionale: in particolare, a fronte di un fabbisogno (media annua) di 9.000 persone, l'offerta (media annua) è di 2.400. In quest'ultimo periodo è cresciuta la forza lavoro del sistema moda in Italia, con un incremento medio del 5% tra il 2018 e il 2022 (+9 mila dipendenti). Un andamento che ha riguardato il retail, l'industria e l'ambito corporate, come fa notare l'Osservatorio sul comparto moda e futuri scenari professionali, una ricerca promossa da Accademia del Lusso in collaborazione con Pambianco. In particolare, secondo il report crescono sia le richieste di figure nell'area dello sviluppo prodotto ma anche di profili legati alla rivoluzione green e digitale: le aziende hanno bisogno di responsabili e-commerce, esperti in digital marketing e content creator, ma anche professionisti nell'analisi dei dati, esperti di sicurezza informatica e blockchain. E coerentemente con gli impegni in ambito Esg delle aziende, si conferma la domanda di specialisti della sostenibilità. Train for Digital Il progetto nazionale di formazione, finanziato con 916 mila euro dal Fondo per la Repubblica Digitale Impresa sociale, nasce da una collaborazione fra Fondazione Its Mita, Made in Italy Tuscany Academy, Pin, il Polo Universitario della città di Prato - Università di Firenze, e **Confindustria Moda**. Si articola in 11 percorsi di formazione modulabili e personalizzabili: digital marketing; sviluppo sito ed e-commerce; programmazione app; programmazione web; analista aziendale; gestore Erp; magazziniere digitale; digital retailer; allestitore spazi 4.0; Cad Moda; cybersecurity. I programmi sono realizzati in collaborazione con le aziende, con il supporto anche dello Ied Istituto Europeo di Design Spa Società Benefit (che si occuperà della formazione in ambito retail e visual digitale) e di Remira Italia (che si occuperà della formazione nell'ambito It per il mondo moda). Il Comitato Education di **Confindustria Moda** si è sempre impegnato nell'ambito della formazione, fondamentale nel campo del Made in Italy. In Italia mancano professionisti del settore, ed è importante investire nel processo di inserimento dei giovani nel mondo del lavoro. È fondamentale spiegare i valori dell'istruzione tecnica e raccontare cosa significa lavorare nella Moda e Accessorio, ha commentato Paolo Bastianello, presidente del Comitato Education di **Confindustria Moda**.

