

Next generation, tessile in allarme Servono 50mila tecnici qualificati

Silvia Pieraccini

FORMAZIONE Sistema Moda Italia in campo per l'orientamento e l'alternanza scuola-lavoro. L'emergenza è dietro l'angolo, e in alcuni distretti si può già toccare con mano. Nei prossimi cinque anni l'industria italiana del tessile-abbigliamento avrà bisogno di 50mila nuovi addetti solo per effetto del normale turn over (senza contare le esigenze delle aziende in espansione): andranno in pensione coloro che hanno costruito la storia pionieristica e avvincente di uno dei settori più creativi del Paese, bandiera del made in Italy, e dovranno essere sostituiti da figure giovani, con una formazione e un approccio assai diversi da quelli di 40-50 anni fa. Figure specializzate - prima di tutto tecniche - che conoscono l'inglese e le tecnologie digitali, la filiera produttiva, le fibre, i tessuti, la chimica.

Cinquantamila posti da coprire nel tessile-abbigliamento significa più del 12% degli occupati attuali (400mila addetti 2017 stimati da Confindustria Moda), e dunque un "pacchetto" capace di condizionare l'andamento del settore. Un pacchetto che sul mercato oggi non c'è: nelle scuole tecniche e professionali gli iscritti ai corsi dedicati al sistema moda sono largamente insufficienti a coprire la domanda delle imprese. In ballo c'è dunque la competitività e lo sviluppo di quello che è diventato uno dei settori più importanti del Paese (46mila imprese, 54 miliardi di fatturato 2017 per il 57% all'export, un saldo commerciale di 9,6 miliardi). Per questo Sistema Moda Italia (Smi) - l'associazione che riunisce l'industria tricolore del tessile-abbigliamento - ha deciso di giocare d'anticipo dando vita a una "macchina" che avrà il compito di stimolare il ricambio generazionale strategico per il futuro. La macchina si chiama Comitato Education e alla guida c'è Paolo Bastianello, imprenditore vicentino della moda, che lavorerà insieme a imprenditori e funzionari delle Confindustrie dei principali distretti della moda, da Biella a Como, da Prato a Varese, da Bergamo al Veneto, Umbria, Campania e Puglia. Il Comitato si è riunito



per la prima volta tre giorni fa alla fiera tessile Milano Unica e ha varato il progetto "Obiettivo 50mila". «La prima cosa da fare è lavorare sull' orientamento - spiega Bastianello - perché è fondamentale riuscire a convincere i genitori dei ragazzi di 13-14 anni che fare il perito chimico, il perito tessile o il modellista non vuol dire fare un lavoro di serie B. Il sistema moda è il biglietto da visita dell' export italiano e ha una cultura tecnologica che deve essere valorizzata». È un problema di appeal, prima di tutto: negli ultimi anni il tessile (e in misura minore l' abbigliamento) è stato percepito come un settore "vecchio", in crisi, incapace di offrire posti di lavoro allettanti. I numeri di Smi ora dimostrano il contrario: le necessità di manodopera delle imprese della moda, nei prossimi cinque anni, saranno concentrate nel Centro Italia (32%) e nel Nord-ovest (28,8%), seguiti dal Nord-est (23,7%) e dal Sud (15,5%). Dei 50mila posti da rimpiazzare, circa il 7% saranno coperti da laureati. «Le figure che le aziende chiedono sono soprattutto tecniche», sottolinea Bastianello contestando la convinzione che i salari del tessile siano bassi: «Siamo nella media». Per facilitare l' orientamento verranno individuati anche i canali digitali più adatti per catturare l' attenzione dei giovani. Le altre iniziative già varate dal Comitato sono un' indagine nelle industrie più rappresentative, per avere il quadro delle funzioni mancanti, e la nascita di un gruppo di presidi che possano aiutare nell' impresa di rivitalizzare la cultura delle **professioni** tecniche. In alcuni distretti della moda l' emergenza ha già fatto capolino: a Biella non si trovano tessitori, a Prato si cercano tecnici dispositori, chimici, cardatori, ramosai, responsabili della qualità e della sostenibilità, tecnici informatici, addetti al controllo di gestione, capi reparto, tecnici di maglieria e tecnici tessili di nuova generazione. Per questo Confindustria Toscana Nord (Prato, Pistoia, Lucca) si appresta a riproporre una delle più grandi operazioni mai tentate in un distretto industriale per orientare i ragazzi delle scuole medie e superiori (500 quelli coinvolti nella prima edizione) attraverso incontri, visite in azienda, laboratori, concorsi, video e comunicazione social sotto lo slogan «È di moda il mio futuro». © RIPRODUZIONE RISERVATA.