

## Le carenze formative del sistema-moda

di Alfredo Mattioli\*

L'Italia, leader nel mondo del lusso e della moda è, invece, arretrata sul piano della formazione. Sia come consulente in executive search sia come membro dell'Antia, associazione che riunisce i tecnici della confezione, mi pongo la domanda "cosa fare o, meglio, cosa fa il mercato per affrontare questa emergenza?". Per lo stilismo e il prodotto ci sono, a livello privato, ottimi istituti: Marangoni, Polimoda, Urbino, IED, istituto dell'Arte a Roma e Libera Università delle Arti a Bologna. Qui si segue ciò che di meglio fanno le scuole inglesi come la Martin School e già si vedono i risultati. Dal pubblico niente. Per il comparto tecnico esiste un unico istituto, il Natta di Padova, da dove sono usciti molti degli attuali direttori tecnici italiani. Per assurdo questa realtà è in crisi, anche se i pochi diplomati sono ogni anno contesi dalle migliori aziende. I primi a non credere in questa opportunità sono i genitori, anche perché non viene fatta la giusta pubblicità sugli indirizzi che la scuola offre. Non esistono più istituti per creare tecnici della maglieria, della modellistica, della gestione dei programmi elettronici. Oggi si investono miliardi in sviluppatori Cad, in nuovi sistemi di software per la logistica, e non si trovano i "piloti" per la gestione. Come Antia stiamo organizzando corsi per tecnici che devono occuparsi del lavoro all'estero, partendo dal presupposto che devono sapere l'inglese. Da selezioni da noi fatte abbiamo trovato che il 90% dei tecnici tedeschi, francesi, turchi e spagnoli lo parlano, mentre solo il 10% degli italiani lo sa. Si fanno corsi Cad, gestionali anche in collaborazione con università, ma è una goccia in un mare di indifferenza. Non esistono lauree in ingegneria tessile, salvo quella nata qualche anno fa a Biella. Nascono ora le lauree brevi, ma nessuna indirizzata alla moda nel senso della gestione, della logistica e della produzione. Non esistono più nemmeno le grandi scuole aziendali come Facis, Marzotto, Max Mara e Miroglio. Chi fa formazione la fa a proprie spese e spesso per il bene di altri gruppi che "rubano" il personale già formato. Un'ottima scuola è oggi presso Brioni grazie anche all'aiuto della regione Abruzzo. Il mondo moda ha bisogno di uomini marketing, retail, logistici. Si deve pescare all'estero o da altre aziende, spesso con ingaggi sproporzionati al valore. C'è una programmazione ufficiale che non tiene conto delle reali richieste dell'industria, ci sono scuole che sfornano professionalità che oggi il mercato non vuole più. Perché non fare una tavola rotonda pubblica e privata per visualizzare meglio queste anomalie che, certamente, non aiutano un settore che ha bisogno sempre più di piloti per mantenere la pole position della moda nel mondo? Può essere visto con un occhio diverso il campo commerciale, perché può attingere dal largo consumo dove marketing e metodologie sono all'avanguardia; ma spesso non c'è filtro con la massa delle aziende familiari e, quindi, non preparate alla troppa sofisticazione. Sino a oggi l'adattabilità e la fantasia dei manager italiani hanno supplito alla mancanza di basi razionali, ma ora, in una società globale, tutti i nodi vengono al pettine e bisogna correre velocemente ai ripari. Occorre operare sui responsabili del personale, posizione altamente qualificata che dovrebbe porre l'uomo come elemento basilare dell'azienda, organizzando all'interno delle vere scuole, ma dove spesso si trovano (purtroppo anche in aziende primarie) personaggi marginali, meccanicamente selettivi sulla base di principi quali costo e urgenza, e non qualità morale e professionale del candidato. Ciò significa azienda non equilibrata, turnover eccessivi, dislivelli tra le funzioni, quindi risultati negativi di gestione. Si deve sempre più vedere un'azienda come cerchio con al centro un coach e non più piramide che obbliga a lunghi passaggi burocratici, smorzando, e non valorizzando, la qualità dei manager.

\* Alfredo Mattioli, consulente in marketing internazionale, organizzazione aziendale, executive human search e licensing