

## A.MATTIROLI PARLA DI... TECNICI DELLA MODA

*figure della moda senior, spesso nell'ombra ma fondamentali, cominciano a scarseggiare e i giovani puntano esclusivamente a diventare stilisti - è tempo di investire in formazione*

# La MODA non è solo DESIGN

a cura di Elisabetta Fabbri

**T**ranne qualche rara eccezione, le aziende di abbigliamento non investono più per preparare alcune figure chiave della moda. Dopo avere vissuto per anni con un'eredità meravigliosa lasciata da gruppi che facevano scuola, come Gft, oggi si devono colmare un preoccupante gap. Esaurita la generazione dei 55-60enni, mancano infatti i 40enni e ci si ritrova a dovere far i conti con giovani senza spirito di sacrificio. Così è scattata la corsa a rubarsi i pochi esperti rimasti sulla piazza, con il risultato che alcuni stipendi hanno raggiunto eccessi ingiustificati.



In alto a destra,  
Alfredo Mattioli,  
presidente  
della società  
di consulenza e  
head hunting  
Mattioli Associati

### Cercansi disperatamente modellisti, tecnici di qualità e direttori di produzione

Nella modellistica, per esempio, pochi accettano un lungo apprendistato. Si sentono tutti stilisti e subito ambiscono a guadagnare cifre importanti. Va riconosciuto tuttavia che i "vecchi" tendono a non volere affrontare i cambiamenti tecnologici, mentre i giovani escono dalle scuole già in grado di utilizzare i più recenti strumenti informatici. Altra figura che scarseggia è il tecnico di qualità, cioè colui che, una volta realizzato il modello e il prodotto, deve occuparsi dell'industrializzazione dello stesso, della razionalizzazione del processo produttivo. Per formare questo professionista esiste solo una scuola a Padova, l'Istituto Natta, ma ha difficoltà a reperire iscrizioni perché ha perso appeal. E pensare che chi esce può arrivare a percepire oltre 5 mila euro mensili, oltre 3 mila se è junior. Lo stipendio di una modellaista si aggira invece tra i 4 e i 6 mila euro. Mancano inoltre tecnici e programmatori di macchine elettroniche di maglieria, nonché direttori di produzione. Figure, queste ultime, che devono evolvere con l'intensificarsi del fenomeno della delocalizzazione: in realtà, molti non sono disposti a viaggiare e non conoscono la lingua inglese. Scarseggiano infine i direttori operations: l'ideale sarebbe un ingegnere con competenze nel tessile. Tra le poche università italiane che tentano di sopperire al vuoto formativo contiamo Biella, sorta di "dépendance" del Politecnico, mentre in Germania, Francia e Svizzera esiste un vero e proprio corso di ingegneria tessile. Antia, associazione di tecnici per la confezione, sta invece realizzando corsi di aggiornamento e per creare giovani esperti. Un caso da prendere a modello è quello della griffe Brioni, che grazie a un accordo con la Regione Abruzzo e con il supporto di fondi europei ha costituito al suo interno una scuola. Anche l'istituzione di lauree brevi specialistiche nei maggiori distretti della moda non guasterebbe ma latita.

RSI

## Approfondire con Formaper

Formaper organizza un ciclo di appuntamenti serali e gratuiti (previa iscrizione) per approfondire il tema della "Responsabilità sociale d'impresa" (Rsi), vista in particolare sotto l'aspetto dei vantaggi competitivi per le imprese e il territorio. Il calendario preparato dall'Azienda speciale della Camera di Commercio di Milano, che dal 2004 gestisce uno sportello "Csr-Responsabilità sociale delle imprese", prevede incontri per inquadrare i comportamenti di Corporate social responsibility (15 febbraio) e per dare un quadro di riferimento sugli strumenti di gestione della responsabilità sociale più diffusi a livello nazionale e internazionale, come il codice etico e il bilancio sociale (15 marzo). Il ciclo si conclude con la responsabilità sociale vista come ponte tra mondo profit e non profit (17 aprile). Tutti gli approfondimenti si tengono a Milano presso la sede di Formaper in via Camperio 1, dalle 17 alle 19. Per saperne di più, [www.formaper.it.htm](http://www.formaper.it.htm).

INVESTIMENTI ALL'ESTERO

## Perché scegliere la Bulgaria

Il primo gennaio 2007 ha ufficializzato l'adesione della Bulgaria all'Unione europea (insieme alla Romania). Un report recentemente pubblicato da UniCredit Group e realizzato dagli economisti Elena Georgieva, Matteo Ferrazzi, Kristofor Pavlov e Debora Revoltella presenta una dettagliata overview economica sul Paese, che sta diventando lo Stato Ue con i più bassi costi di produzione e vantaggi competitivi come una forza lavoro specializzata, la vicinanza a importanti mercati di sbocco e una forte tradizione in settori come il tessile-abbigliamento, l'alimentare e il turismo. La ricerca fornisce anche un'analisi degli investimenti esteri, indicandone le potenzialità di sviluppo. Uno dei casi di successo italiani presi in esame è il gruppo Miroglio, che ha iniziato a delocalizzare in Bulgaria negli anni Novanta e ora conta nell'area mille dei suoi 8 mila dipendenti. L'analisi si può scaricare all'indirizzo [http://www.unicreditgroup.eu/it/Ricerche/pdf/COMP\\_REPORT\\_BULGARIA\\_1-07.pdf](http://www.unicreditgroup.eu/it/Ricerche/pdf/COMP_REPORT_BULGARIA_1-07.pdf).

GLOBALIZZAZIONE

## In primis, una sfida culturale

Anche nel mondo del business, quando si opera in nazioni diverse dalla propria, è necessario creare un dialogo tra culture differenti e conformarsi alle tradizioni degli ospitanti. Lo suggeriscono Franco Mazzei (professore ordinario di Storia e civiltà dell'Estremo Oriente presso l'Università di Napoli) e Vittorio Volpi (presidente del cda di Ubs Italia) nel libro *Asia al centro* (prezzo 25 euro), edito da Egea. Gli autori attingono dall'esperienza di Alessandro Valignano, gesuita nato nel 1539, che ha percorso per più di 30 anni, per mare e per terra, vari Paesi asiatici, aprendo nuovi orizzonti di conoscenze per gli europei. Dalla sua esperienza si traggono numerosi insegnamenti anche per il mondo degli affari, che vanno dal fare buone letture, meglio se in lingua locale, al partecipare agli eventi e alla vita artistica e sociale dell'area con cui si sta entrando in contatto. Questo perché la gestione della diversità culturale è reputata uno degli strumenti determinanti, in termini di vantaggi competitivi. Il libro non trascura di prendere in esame, con un approccio attento alla geopolitica, le specificità di potenze oggi in primo piano quali Cina, India e Giappone.

