

TESSILE – ABBIGLIAMENTO – CALZATURIERO

**Studio del settore
e
Analisi dei fabbisogni professionali**

a cura di

URBANVALDERA
Agenzia Formativa

MODARTECH[®]GROUP

30 ottobre 2007

Indice

NOTE GENERALI: L'EVOLUZIONE DEL SISTEMA MODA ITALIA.....	3
IL SETTORE ABBIGLIAMENTO IN TOSCANA: PROVINCIA DI PISA	4
VISTO DA NOI: RISULTATI 2000-06.....	5
IL SETTORE PELLE e CALZATURA.....	6
VISTO DA NOI: RISULTATI 2000-06.....	7
UNA STRATEGIA DI FILIERA.....	8
LE NECESSITÀ FORMATIVE INDIVIDUATE.....	10
NOTE e FONTI.....	12

NOTE GENERALI: L'EVOLUZIONE DEL SISTEMA MODA ITALIA

Sull'importanza storica dell'industria italiana del tessile/abbigliamento, sul gusto estetico, sulla qualità delle nostre produzioni è stato scritto molto, sono stati a più riprese analizzati i grandi innovatori, quei personaggi in possesso di creatività e talento imprenditoriale capaci di anticipare i gusti del mercato e le evoluzioni del settore, fino a influenzare le generazioni future sia in termini estetici che aziendali. La loro capacità di innovare è stato il principale e più durevole vantaggio competitivo, innovazioni di prodotto più che di processo, in un comparto, quello Moda che sebbene dinamico non era ancora frenetico come negli ultimi due decenni.

Prima degli anni '80 i riferimenti erano ben chiari, collezioni che si alternavano con analogia frequenza e che dettavano il nostro modo di vestire fino all'anno successivo. Fino alla fine degli anni '90, è infatti a questo periodo che si fa risalire uno dei momenti più rivoluzionari della storia della moda: la frenesia del cambiamento, una mescolanza di stili confusi e continuamente diversi, ***pensati non per proporre cose nuove ma per rendere 'vecchie' le presenti*** rispondendo così a una logica di profitto a scapito della creatività artistica.

Da qui uno spostamento dell'innovazione dai prodotti ai processi, la necessità del ricorso a nuove tecnologie che velocizzano le produzioni, una nuova concezione aziendale che elimina il magazzino a favore di una riduzione dei tempi di vendita (su tutti il caso 'Zara' che ha eliminato i *buyer* ed estremizzato i tempi passerella-consumatore) fino al ricorso alla delocalizzazione produttiva per la riduzione dei costi (e troppo spesso anche della qualità).

Da tutto questo il Sistema Moda italiano ha subito un primo forte impatto in termini di quote di mercato ma, favorito dall'onda lunga della fama dei propri grandi nomi, ha saputo reagire e soprattutto investire con un ritardo accettabile, tornando protagonista della scena mondiale.

Meglio di altri settori (che analizzeremo di seguito), ha compreso la necessità di ricorrere a nuove tecnologie informatiche (su tutte l'insuperato CAD ma anche la computer grafica e il generico ricorso alla comunicazione visiva) e, negli ultimi anni, anche il ritorno a produzioni di elevata qualità. L'investimento in giovani creativi per quanto attiene lo stile, l'attenzione verso materiali vecchi e nuovi e talvolta una riscoperta della manualità e della tradizione stanno pian piano delineando un segmento di assoluto rilievo delle produzioni italiane.

IL SETTORE ABBIGLIAMENTO IN TOSCANA: PROVINCIA DI PISA

L'industria della moda, grazie alla creatività, all'attenzione per i materiali e alla cura per i dettagli che caratterizza le aziende presenti sul territorio regionale, è uno dei punti di forza dell'economia della Toscana. Non è un caso, d'altronde, che qui, negli ultimi due decenni, si sia consolidato un vero e proprio polo mondiale del lusso. Sono decine le imprese leader del settore che hanno sede nella nostra regione: da Gucci a Ferragamo, da Tod's a Dolce&Gabbana, da Fendi a Prada a Dior. Grandi griffe, accanto alle quali è presente un network di piccole e medie imprese che, grazie all'alta qualità del proprio prodotto, ha conquistato posizioni di rilievo nel mercato mondiale.

In Toscana sono attive circa 21mila 500 imprese del settore moda (circa il 22% di quelle italiane) per un totale di 98mila 700 addetti (il 18,5% di quelli italiani). Si tratta, principalmente, di aziende di piccole e medie dimensioni: l'81,7% non supera i 6 addetti, il 14,3% ne ha tra 6 e 19, e solo lo 0,2% supera i 100.

Il segmento produttivo più ampio è quello del Tessile (6.750 aziende; 38.031 addetti), seguito da: Abbigliamento (5.675 aziende; 16.207 addetti). Nel 2005 il settore moda della Toscana ha fatto registrare, complessivamente, oltre 18miliardi di euro di fatturato, pari al 34,9% di quello totale del settore moda italiano.

Nel 2006 la Toscana ha esportato nel Mondo prodotti del settore moda per un valore complessivo di circa 8miliardi e 700milioni, il 3,4% il più rispetto al 2005. L'export toscano del settore moda corrisponde al 19,3% delle esportazioni italiane di questo comparto.

Negli ultimi anni, complice la concorrenza di altri paesi, si è assistito a un profondo cambiamento del comparto pelle assistendo a una vera e propria 'selezione' che ha portato alla forte crisi di coloro che hanno cercato di competere sui prezzi a favore di un potenziamento delle realtà aziendali che hanno al contrario optato per la ricerca e la qualità dei materiali e delle lavorazioni.

L'emorragia di imprese che negli ultimi hanno cessato l'attività, sembra però fermarsi. Secondo i dati del 2006, risultano attive circa 1.400 imprese. Sempre nell'anno 2006 comunque, ci sono state n. 102 cessazioni, a fronte di n. 64 inizi attività (dati CCIAA). Anche i dati a livelli regionale rispecchiano la tendenza che si è registrata in Provincia di Pisa.

Troviamo così ad oggi una concentrazione di realtà produttive di assoluto rilievo mondiale, in grado di soddisfare le richieste delle firme più esigenti in materia di originalità, qualità del prodotto e nuove proposte.

A questo però troppo spesso non fa seguito una preparazione adeguata di soggetti in grado di valorizzare il prodotto, giovani stilisti e designer d'abbigliamento specializzati nella creazione di capi in pelle, figure professionali creative ma allo stesso tempo in possesso di competenze avanzate in ambito merceologico, stilistico, modellistico e informatico.

VISTO DA NOI: RISULTATI 2000-06

Nella nostra esperienza diretta l'ultimo decennio ha confermato l'importanza del nostro modo di operare, fondato su quella costante attenzione ai mutamenti del settore al fine di anticipare, attraverso la formazione, le necessità professionali del comparto. Abbiamo assistito a un profondo cambiamento dell'approccio verso la formazione esterna da parte degli imprenditori locali i quali, dopo un primo momento di 'scetticismo', hanno compreso l'importanza di un lavoro d'insieme fino al coronamento della creazione di un consorzio per la formazione che vede le stesse aziende presenti attivamente dalla progettazione didattica fino al completamento delle competenze attraverso gli stage aziendali.

Risultati delle attività 2000-06⁽¹⁾

Anno	SETTORE	Allievi formati	EFFICACIA EX POST ⁽²⁾	
	Moda		Occupati/Rientri formativi	Note

PROVINCIA DI PISA				
2000	Tecnico progettista abbigliamento industriale	8	6	
2001	Esperto di progettazione e produzione dell'abbigliamento	10	9	
2002	Operatore CAD per il settore tessile-abbigliamento	8	7	
	Operatore tessile per extracomunitari			Non rilevato
2003	Progettista CAD dell'abbigliamento	9	6	
	Tecnico Progettista dell'abbigliamento	9	9	
	Esperto della Qualità nel settore dell'abbigliamento	8	4	
	Esperto in alta sartoria	8	6	
2004	Stilista Designer di Moda	9	8	
	Stilista del costume d'epoca	8	8	
2005	Sartoria artigianale per extracomunitari	-	-	Non rilevato
	CAD Designer d'abbigliamento	9	8	
2006	Rest'Art: riproduzione e restauro costumi scenici	-	-	In corso
	Fashion CAD Design	-	-	In corso

REGIONE TOSCANA				
2000	PIR: Innovazione Tecnologica e Progettualità Sartoriale	9	5	
2002	Tecnico progettista dell'abbigliamento	14	11	

PROVINCIA DI GROSSETO				
2001	Operatore Industriale dell'Abbigliamento	13	13	
2002	Esperto della produzione industriale settore abbigliamento (2)	13	9	

Tot.	135	109	81%
------	-----	-----	------------

IL SETTORE PELLE e CALZATURA

Quasi 106mila addetti per 10.889 aziende distribuite in 14 distretti industriali. Questa la consistenza del settore calzaturiero, secondo i dati di Unioncamere. Il distretto fermano-maceratese (nelle Marche) è quello dove è concentrato il maggior numero di aziende e di lavoratori (3mila imprese per 21mila addetti), seguito da quelli di Santa Croce sull'Arno (in Toscana, rispettivamente 1.749 e 15.668) e della Riviera del Brenta (in Veneto, 965 aziende e 14.176 addetti). Nel dettaglio la nostra regione si presenta con numeri di tutto rispetto: Pelli e Cuoio (4.295 aziende; 15.994 addetti); Calzature (2.455 aziende; 17.669 addetti).

Di fondamentale importanza, al di sopra anche dei numeri registrati, la tipologia delle imprese toscane che, in stretta sinergia con il comparto pelle, offre grandi potenzialità in termini qualitativi sebbene la strategia potrebbe essere potenziata in linea con quanto emerso dalle ultime analisi sull'andamento dei due settori. A livello nazionale infatti il settore Calzatura ha fatto registrare un fatturato aggregato (escludendo sempre i due colossi Geox e Tod's che viste le dimensioni avrebbero distorto il campione) di 2,7 miliardi di euro con una crescita del 14% mentre per il settore Pelletteria la crescita si è addirittura attestata sul 17,4%. Ma ancor più interessante è ciò che evidenzia Vito Artioli, Presidente di ANCI (Associazione Nazionale Calzaturieri Italiani), il quale pone l'accento su un dato significativo: il 2006 ha fatto registrare, rispetto al 2005, una riduzione del 2,5% delle scarpe prodotte ma un **incremento del 3,2% in termini di valore** con un incremento dei prezzi medi, un dato che testimonia con forza come il mercato stia dando ragione a color che hanno investito in qualità del prodotto piuttosto che sulla sola riduzione dei costi di produzione. Continua Artioli, insistendo sulla necessità di formazione, un elemento oramai imprescindibile su una duplice linea, da un lato la formazione manageriale per imprenditori, volta ad accrescerne le conoscenze dei mercati, l'importanza delle nuove tecnologie, della ricerca sui materiali, dall'altro la **formazione tecnica di giovani stilisti e modellisti**, per garantire il passo generazionale e mantenere vivo il bagaglio di tradizione e artigianalità che ha da sempre contraddistinto le produzioni di fascia medio-alta oggi in forte ripresa, all'insegna del "bello e ben fatto".

Qui entra in gioco la sinergia con il comparto Pelle, con la "(...) necessità di investire in stile, ricerca creativa e ricerca di campionario (...)" (ancora Artioli) la vera carta vincente per combattere l'emergere di produzioni di scarsa qualità e le contraffazioni.

VISTO DA NOI

L'agenzia opera nel settore calzaturiero da minor tempo rispetto ad altri settori d'intervento ma le logiche d'azione rispecchiano pressoché *in toto* le metodologie di condivisione, coinvolgimento, spinta innovativa, monitoraggio e ricerca che caratterizzano il nostro *modus operandi*. Tuttavia abbiamo rilevato come l'imprenditoria del calzaturiero (salvo brillanti eccezioni) operi secondo criteri anacronistici, quei dettami imprenditoriali basati esclusivamente su una politica di riduzione continua dei costi, stallo del mercato di riferimento, basso grado di tecnologia, scarso ricorso alla formazione per l'aggiornamento e la qualificazione del proprio personale. In prospettiva ci pare che un numero ancora troppo rilevante di aziende operi, in rapporto con i 'cugini' del tessile-abbigliamento con un ritardo spesso consistente in termini di adeguamento tecnologico (modellistica tradizionale senza ausilio di CAD), di 'fiducia' nella formazione esterna a favore di una logica di affiancamento, nello scarso investimento su elementi che si sono dimostrati vincenti quali lo stile e il design o il prodotto di qualità elevata.

Nel comparto specifico della Pelle si evidenzia invece una lacuna formativa legata alla presenza di giovani creativi e fashion designer in grado di valorizzare le produzioni di qualità mondiale della materia prima prodotta in Italia (in particolare prodotta da alcune realtà sul territorio pisano), frutto di continua ricerca sulla lavorazione ma non amplificata da idee di prodotto pensate specificamente per abbigliamento in pelle.

Risultati delle attività 2000-06⁽¹⁾

Anno	SETTORE	Allievi formati	EFFICACIA EX POST ⁽²⁾	
	Calzatura		Occupati/Rientri formativi	Note
PROVINCIA DI PISA				
2005	Shoes Designer	6	3	
	IFTS: Shoe Design	11	8	
Tot.		17	11	65%

UNA STRATEGIA DI FILIERA

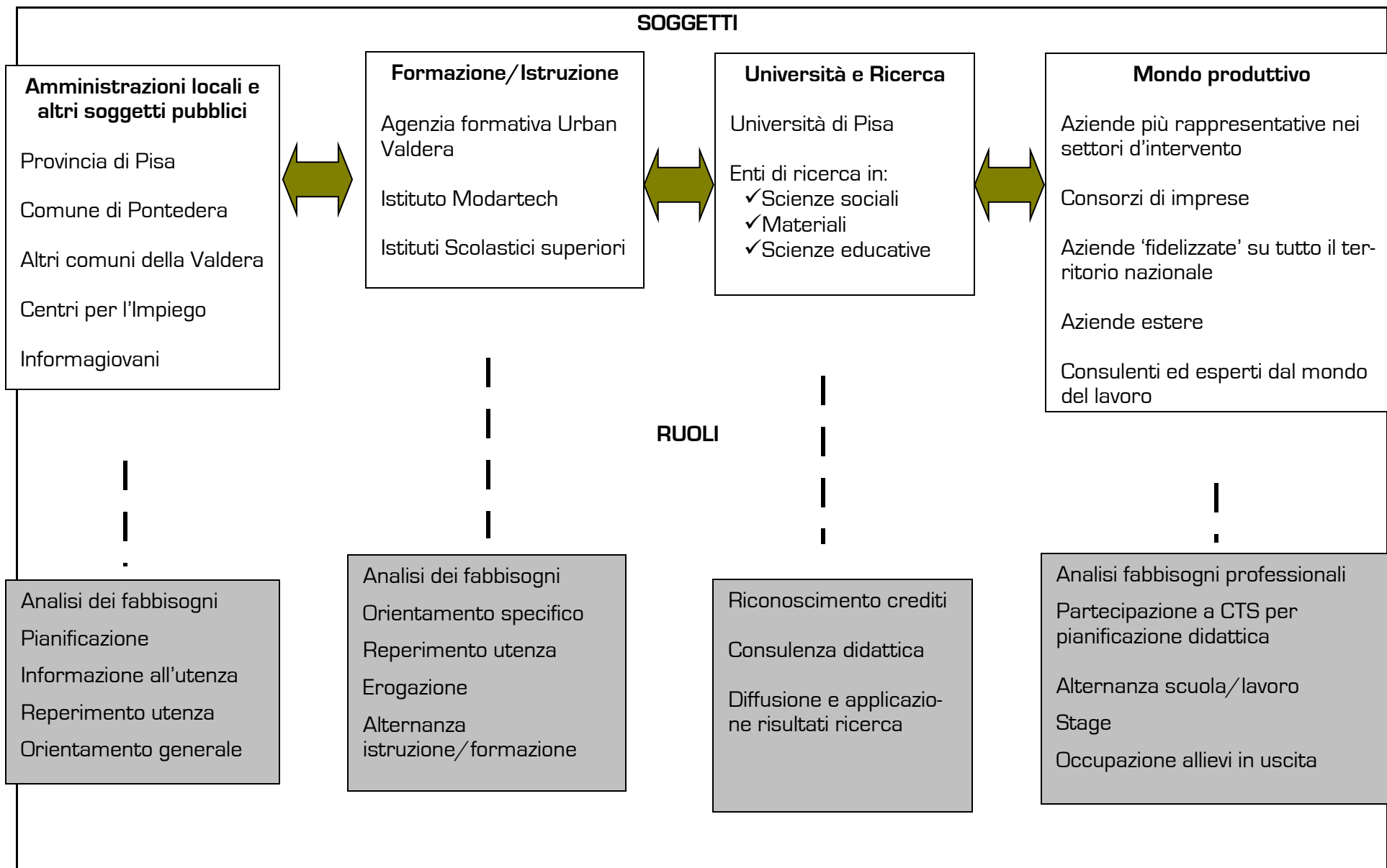
Il comun denominatore che ha sempre contraddistinto il nostro modo di operare si fonda su una logica che nel corso degli anni ha dimostrato la propria efficacia in termini di raggiungimento degli obiettivi progettuali: la **logica di filiera**. Si tratta di un metodologia piuttosto semplice da spiegare ma non sempre semplice da mettere in atto, basata sul coinvolgimento di tutti quei soggetti pubblico-privati che a vario titolo possono apportare un valore aggiunto, una competenza, un'esperienza o quant'altro alla pianificazione e realizzazione di un progetto.

Così tutti i nostri percorsi formativi si collocano all'interno di un più ampio e articolato progetto strutturale volto a creare un 'Sistemi di Filiera' in grado di mettere in stretta collaborazione il mondo dell'Università e della ricerca con il sistema dell'istruzione e formazione per terminare con il comparto strettamente produttivo al fine di consolidare un **canale di dialogo costantemente aperto**, senza tralasciare il ruolo strategico delle amministrazioni pubbliche.

Dall'analisi di esperienze simili in altri contesti territoriali internazionali emerge infatti come l'integrazione concreta di tutti i soggetti di un comparto (il concetto è quello di *stakeholding* allargata) risulti vincente per mantenere la competitività nel mercato globale. L'adozione di tali logiche in un comparto ha rappresentato, ove applicato con successo, un sistema i cui risultati sono stati eccellenti sia in termini formativi che in relazione alla crescita del settore d'intervento e dunque allo sviluppo del territorio di riferimento. Questo perché il sistema, così pensato, mette allo stesso tavolo tutti i soggetti interessati sin dalle prime fasi di pianificazione e progettazione, per poi proseguire nelle fasi realizzative fino al raggiungimento di quegli obiettivi concertati al principio. Ciò permette di favorire l'efficacia delle iniziative progettuali, limitando le dispersioni in corso d'opera grazie al confronto continuo tra i soggetti e al monitoraggio costante delle azioni ed evitando la ripetizione di progetti 'gemelli' che in forma disaggregata non garantirebbero gli stessi risultati (come peraltro oramai definito dagli studi condotti dall'Unione Europea in merito all'efficacia dei finanziamenti assegnati).

A fini esplicativi si riporta in forma schematica la logica d'intervento oramai condivisa dal nostro network (Tab. 1).

Tab. 1 – Schematizzazione del Sistema di Filiera



LE NECESSITÀ FORMATIVE INDIVIDUATE

A fronte dunque delle analisi condotte riassumiamo sotto forma di proposte progettuali i fabbisogni formativi rilevati nei tre settori d'intervento presi in esame, in linea con le nuove indicazioni previste dalla nuova programmazione FSE.

===== Area **PELLE e CALZATURA** =====

✓ Profilo professionale: **PROGETTISTA CAD DELLA CALZATURA**

Logica progettuale e Descrizione figura professionale - Durata: 700 h.

Il designer di calzatura sta diventando, a seguito dei mutamenti occorsi negli ultimi anni, una figura strategica per le aziende del territorio che hanno saputo investire sullo stile e sulle nuove tecnologie. Una figura che conosca in modo specifico le tecnologie e le tecniche di lavoro del settore calzaturiero, il ciclo produttivo incluse le fasi di lavoro per la concia delle pelli, l'utilizzo del CAD e la progettazione della calzatura è senza dubbio la più richiesta dalle aziende del settore. Un profilo professionale che sia in grado di unire alla propria creatività un bagaglio di 'saperi' di tipo tradizionale ma anche di tipo più innovativo, con un'apertura verso mercati emergenti da aggredire non in fase produttiva ma in fase comunicativa.

✓ Profilo professionale: **STILISTA DELL'ABBIGLIAMENTO IN PELLE**

Logica progettuale e Descrizione figura professionale - Durata: 700 h.

L'area pisana rappresenta la punta di diamante della ricerca sui pellami e suoi sucedanei, con un comparto di ricerca e realtà aziendali leader della produzione di pellami innovativi. Questo potenziale, ad oggi sfruttato molto più da soggetti esterni che non dal territorio stesso, potrebbe da vita a un vero e proprio polo di eccellenza, specialmente se unito ad altre realtà produttive dislocate sullo stesso territorio. A questo 'sistema' mancano però una figure strategiche, giovani in grado di mettere la propria creatività e competenza al servizio della valorizzazione specifica di questi materiali di livello mondiale, con soluzioni di abbigliamento pensate specificamente a partire da questa materia prima per produzioni di prima qualità sia in termini di materiali che di stile e gusto estetico.

===== AREA ABBIGLIAMENTO =====

✓ Profilo professionale: **COMPENZE DI BASE IN FIGURINO, STILISMO e CONFEZIONE**

Logica progettuale e Descrizione figura professionale - Durata: 300 h.

Per presentarsi nel mondo della moda con un adeguato bagaglio di competenze sono necessari una forte motivazione e un giusto percorso formativo, possibilmente in età non troppo avanzata. Molto spesso emerge da parte degli allievi una volontà ad intraprendere un percorso formativo nel settore senza un'idea chiara della professione che si mira a raggiungere. Quello che proponiamo è dunque un progetto introduttivo alle professioni più richieste dal settore, con moduli che spaziano su tutti gli argomenti necessari a intraprendere percorsi formativi più approfonditi finalizzati all'ottenimento di qualifiche di sicura spendibilità. Il corso, definito appunto Fashion BASE, affronta il figurinismo, lo stile, la confezione e la modellistica con l'aggiunta di materie propedeutiche quali l'informatica di base e la merceologia e può essere rivolto a tutti i soggetti ma con priorità verso quell'area dell'**obbligo formativo** che in alternanza con la formazione professionale ha dato finora ottimi risultati formativi e occupazionali.

✓ Profilo professionale: **ESPERTO IN RESTAURO E RIPRODUZIONE DI COSTUMI STORICI**

Logica progettuale e Descrizione figura professionale - Durata: 400 h.

Quella della costumistica teatrale e cinematografica (produzione, manutenzione e restauro) rappresenta una nicchia di eccellenza per la nostra nazione e in questo contesto la toscana riveste un ruolo di grande rilievo. In particolare la Provincia di Pisa (e Firenze) vedono la concentrazione di molteplici realtà impegnate in questo interessante settore con la presenza, nel Comune di San Giuliano Terme (PI) della Fondazione Cerratelli (una delle più grandi raccolte di abiti di scena del mondo), nel complesso de 'La Cittadella' di Pisa del Laboratorio di Restauro Tessile e, sul territorio di numerosi teatri, sartorie e compagnie teatrali. Di estremo interesse dunque un percorso di specializzazione per figure già in possesso di conoscenze sartoriali orientato all'approfondimento delle tecniche di restauro, modellistica filologica e sartoria avanzata, con conoscenze in ambito museologico per una corretta manutenzione ma anche per la fruizione da parte del pubblico.

✓ Profilo professionale: **MODELLISTA D'ABBIGLIAMENTO**

Logica progettuale e Descrizione figura professionale - Durata: 600 h.

La figura in assoluto più richiesta dalle aziende produttrici di capi d'abbigliamento, un ruolo centrale nel processo industriale, una figura in grado di garantire la fattibilità, la vestibilità e l'economicità dei capi, dialogando con l'ufficio stile da un lato e con la produzione dall'altro. Il modellista è in grado di leggere figurini e schede tecniche per ricavare dal disegno il cartamodello e da questo impostare una serie di procedure volte alla messa in produzione dei capi in serie. In forme più o meno avanzate può confezionare in toto i prototipi ma può anche utilizzare la tecnologia CAD per il piazzamento dei pezzi su stoffa per il taglio, effettuare lo sviluppo delle taglie e molto altro. Un profilo così richiesto che spesso la nostra agenzia non riesce a soddisfare tutte le richieste che pervengono dalle aziende partner.

Note:

1. Rilevazioni ottenute tramite intervista diretta su campione integrale
2. Rilevazione di efficacia ex post a 6 mesi dalla conclusione del corso volta a valutare l'occupazione in mansioni coerenti con il percorso formativo o i rientri in formazione/istruzione.

Fonti:

- ✘ ISTAT – Istituto Nazionale di Statistica
- ✘ IRPET – Istituto Regionale per la Programmazione Economica della Toscana
- ✘ SMI-ATI Federazione Imprese Tessili e Moda Italiane
- ✘ STUDIO PAMBIANCO:– *Risultati economici delle aziende di calzature e pelletteria*. In 'Pambianco Week' del 24/09/2007
- ✘ Osservatorio regionale Toscano sull'Artigianato: *Le aziende artigiane conciari e calzaturiere. Un'analisi dei fabbisogni formativi in Toscana*. Ottobre 2007
- ✘ *Analisi dei fabbisogni formativi nelle aziende dell'Area Vasta condotte da Urban Valdera nel periodo 2000-2006 grazie al costante coinvolgimento di esperti e imprenditori*. Settori interessati: Tessile-Abbigliamento, Calzaturiero e Pelletteria.
- ✘ URBAN VALDERA – MODARTECH® GROUP. Studi settoriali periodici condotti presso le organizzazioni partner e sostenitrici della Società Consortile a responsabilità limitata 'Istituto Modartech – Istituto per la formazione nella Moda, Arte e Tecnologie Applicate'.