

Made in Italy, valore economico, sociale, etico

Si è tenuta a Senigallia nelle giornate del 14 e 15 aprile la 7ma edizione di "Made in Italy: Valore Economico, Sociale, Etico" il format di CNA Federmoda dedicato ad approfondire le dinamiche del sistema moda che quest'anno si è focalizzato sui temi della carenza di manodopera, formazione professionale e necessità di riportare i giovani verso il mondo della manifattura rappresentando questo una opportunità occupazionale.

La due giorni sotto il titolo "**Riportare i Giovani alla Manifattura**" ha visto nel pomeriggio del 14 svolgere analisi e riflessioni attraverso cinque gruppi di lavoro che in contemporanea hanno affrontato le seguenti aree tematiche: **Scuola e Impresa, Academy aziendali, Cambiare la percezione dell'Artigianato verso le Nuove Generazioni, Digitale e Nuove Frontiere, Sostenibilità e Green Jobs**. Gruppi di lavoro che hanno visto il coinvolgimento dei Gruppi dirigenti di CNA Federmoda, esperti dei singoli argomenti, ricercatori e altre figure utili a portare contributi per l'elaborazione di proposte progettuali per lo sviluppo di politiche a sostegno del settore.

In particolare è stato messo in evidenza come nel rapporto **Scuola – Impresa** persista ancora una distanza tra la proposta formativa e la necessità aziendali e come in considerazione del fatto che non è più possibile marcare una distinzione netta tra processo innovativo e processo produttivo sia altrettanto necessario prevedere una formazione che marchi anche una discontinuità con i modelli del passato.

Inoltre bisogna lavorare per rilanciare la gratificazione legata all'apprendimento di un mestiere che rappresenta una sostanziale differenza rispetto all'imparare un lavoro. I

futuri percorsi formativi devono coniugare Innovazione, Tecnologia e Artigianato. I valori dell'artigianato e della manifattura devono inoltre essere raccontati ai nostri giovani già a partire dalle scuole medie inferiori.

Passando poi agli esiti del gruppo di lavoro dedicato alle **Academy aziendali** è emerso quanto le iniziative promosse da PMI in tal senso siano oltre quelle immaginabili e nascano essenzialmente dal bisogno dell'azienda di trovare risposta ad un bisogno senza attendere l'intervento di altri. Ecco quindi nascere iniziative spontanee, spesso in autofinanziamento o comunque attraverso una contribuzione privata. Sono molti i punti di forza che vengono messi in evidenza da chi ha intrapreso questi percorsi e quello che emerge è la grande componente umanistica che vede i partecipanti a queste iniziative siano essi discenti o formatori coinvolti in una evoluzione generale, un modello per il trasferimento dei valori e dell'etica dell'azienda. L'Academy risulta inoltre valorizzante anche per il personale già operante in azienda che spesso diviene formatore ed una leva di marketing per l'impresa che si accredita maggiormente presso i propri stakeholder siano questi a valle o a monte dell'azienda stessa. Persistono delle problematiche per un'ulteriore diffusione di queste iniziative come quelle legate all'individuazione del corretto contenitore burocratico / amministrativo e l'onerosità. Un formato al quale pensare è poi senz'altro la previsione di Academy di distretto.

Un altro tema fondamentale è quello del **Cambiare la percezione l'Artigianato verso le Nuove Generazioni**, un fattore questo fondamentale che poi è stato ripreso nelle conclusioni anche dal [Segretario Generale CNA, Otello Gregorini](#). Il mondo dell'artigianato è spesso percepito come emerso dal gruppo di lavoro dedicato come una realtà vecchia e povera, diventa quindi fondamentale sviluppare azioni di comunicazione che

esaltino la bellezza, la passione e il senso di libertà che vengono emananti da questo mondo. Una qualità della vita quella che si può avere essendo impegnati all'interno di una impresa artigiana che può valorizzare il senso di appartenenza ad un progetto e l'essere pienamente partecipi dei processi che portano al risultato aziendale. Si deve costruire una comunicazione di giovani per i giovani coinvolgendo quelli che oggi operano nel settore per trasmettere messaggi ai loro coetanei.

Dai lavori dedicati a **Digitale e Nuove frontiere** è emerso come il tema centrale sia oggi quello della conoscenza di ciò che possiamo avere a disposizione nella consapevolezza che non vi è al momento una direttrice unica da seguire. Sono tante e diverse le innovazioni disponibili ed in corso di evoluzione che non appare possibile una scelta univoca e soprattutto ogni azienda deve calare e utilizzare quanto disponibile nella propria realtà. Sono diversi gli applicativi disponibili ad esempio sia per il design che la prototipia così come le possibilità offerte dalla realtà aumentata, piuttosto che dall'intelligenza artificiale o dal metaverso. Non è detto che l'approccio a questi "strumenti" sia vincente se non accompagnato da adeguate azioni di supporto.

La mattinata del 15 aprile è stata dedicata ad un momento pubblico presso i locali della Rotonda a Mare di Senigallia, durante il quale si sono susseguiti gli interventi del prof. Andrea Paci dell'Università di Firenze, di Giuseppe Iacobelli per il Cluster Made in Italy e dell'Assessore alle Attività Produttive della Regione Marche, Andrea Maria Antonini. Il prof. Paci ha svolto, dopo aver ripreso alcuni spunti emersi dai lavori dei gruppi di lavoro, un intervento che ha messo in evidenza l'evoluzione demografica intervenuta nel nostro Paese dagli anni '70 ad oggi e illustrato i valori che sempre più emergono come qualificanti per scegliere o rimanere in un luogo di lavoro e come venga interpretata oggi la qualità della vita.

Fonte CNA Federmoda