

4

## Emilia Romagna, dalla Regione contributi e sostegno ai lavoratori «atipici»

Cinque miliardi di contributi regionali (nel 2000) e «diritti» anche per il lavoratore «atipico» meno tutelato, cioè l'autonomo di seconda generazione che non è artigiano o commerciante né iscritto ad alcun ordine professionale e che finora non ha avuto accesso al credito o alla formazione, né rientrava in alcun programma di sostegno pubblico essendo riconosciuto solo dall'Inps

per il contributo dovuto. Il provvedimento è della Regione Emilia Romagna che dal primo marzo prenderà in esame «progetti di attività professionale» ed erogherà contributi fino a 15 milioni di lire per acquisto di attrezzature, formazione, promozione del proprio lavoro, abbattimento dei tassi d'interesse. Uniche condizioni, che l'interessato non abbia più di 40 anni, né un reddi-

to superiore ai 60 milioni l'anno (50 se ha partita Iva). Non solo. La Regione e le organizzazioni regionali Nidil, Alai e Cpo hanno firmato anche un accordo per cominciare a costruire una «griglia» di sostegno agli «atipici». Obiettivo, stimolare l'assistenza agli «atipici» anche da parte dei centri per l'impiego e per la formazione, le università e le scuole. Un «tavolo» Regione-parti sociali verificherà inoltre l'efficacia dell'accordo e valuterà ulteriori ipotesi d'intervento nel «settore» che, nella Regione, coinvolge almeno 157 mila persone. Il tutto all'insegna dello slogan, lanciato dall'assessore regionale alle attività produttive, Duccio Campagnoli, «no al precariato, sì ai diritti».

700mila addetti  
40mila imprese,  
il settore fa i  
conti con la  
concorrenza  
del Far east.  
La Cgil chiede  
un marchio  
Made in Italy  
per certificare  
la qualità

Lavori in corso



INDUSTRIA - MODA

## Le nuove figure del marketing Tutte maschili

BENEDETTA BARZINI\*

Il cambio generazionale nell'industria tessile abbigliamento significa l'entrare in un polo, una holding finanziaria, industriale, commerciale in grado di fronteggiare la velocizzazione dei ritmi del mercato. Rimanere isolati e piccoli, alla luce dell'odierna realtà, è un'impresa quasi impossibile. La gestione familiare dei fondatori lascia il posto alle strutture sinergiche necessarie per finanziare i grossi investimenti, unica garanzia per continuare a produrre un marchio, una griffe.

Questo significa l'introduzione di professionisti e di professionisti, di manager e specialisti del tutto inesistenti nello scenario appena trascorso. Una volta bastava un creativo per portare un'azienda alle stelle. L'azienda era quasi al servizio dello stilista. Oggi il marketing, la distribuzione, il piano finanziario sono operazioni indispensabili, forse ancor più della fantasia di un ufficio di stile. Oggi il management deve essere in grado di lavorare con i creativi capaci di recepire l'intero significato del processo produttivo. Spiccano figure come i responsabili della gestione diretta, della distribuzione. Sono persone in grado di tenere sotto controllo i punti vendita in tutto il mondo oltreché l'eventuale vendita via Internet. Hanno costantemente il polso delle esigenze del consumatore finale in mano. Non solo, ma coordinano ogni aspetto del retail (vendita al dettaglio). Per esempio, da cosa esportare in vetrina a come esportare, spiega il prof. Salvo Testa, docente di Fashion Management all'Università Bocconi. «Altre professioni emergenti sono legate all'attività di gestione della comunicazione. Se prima gli stilisti stagliavano liberamente, adesso la comunicazione va coordinata in ogni sua manifestazione: dalle scenografie delle sfilate all'allestimento delle vetrine e così via. Le aziende di moda non sono più aziende di produzione manifatturiera in senso stretto. Sono aziende che gestiscono il network produttivo spesso a distanza nel mondo, - prosegue Testa - che conoscono sia il processo produttivo, sia le aree nel mondo più adatte per ogni indumento. Si tratta di organizzare una "supply chain", un sistema produttivo logistico. Sono figure professionali ultra competenti in vari settori. Per potere mettere in rete una simile produzione devono conoscere le tecnologie informatiche, telematiche, i nuovi macchinari, i materiali. Queste sono professioni interdisciplinari di persone altamente specialistiche. Ma anche la figura dello stilista è cambiata. Non può più prescindere dalla conoscenza delle tecnologie dei materiali e dei sistemi produttivi (fibre, taglio, assemblaggio, fissaggio eccetera).

Deve farsi contaminare dal marketing, dalle tecnologie informatiche, dal CAD. La moda fa tempi sempre più stretti. La logica è il "flow deliver", cioè il flusso continuo di novità per rifornire i punti vendita, ogni quindici giorni circa. Non è dunque più possibile eseguire uno schizzo a matita per poi considerare la realizzazione un problema di altri. Il creativo deve potere lavorare sul computer e avere la conoscenza logistica dell'intero processo produttivo (per esempio, tempi e luogo per un ricamo). Ma le asole chi le fa?

«Oggi, è vero, si rischia di perdere la sartorialità di altissimo livello per motivi di costo. La nostra forza sta proprio in questa capacità artigianale. È un patrimonio da salvaguardare. Sarte, camicia, prototipi, modellisti, sono professioni in estinzione e la vera conoscenza non è nell'esecuzione, ma nel come deve essere eseguito un capo e qui sta la prerogativa italiana. Alcune fasi di lavorazione dovrebbero essere mantenute. Va ripristinato l'apprendistato degli anziani da mettere a disposizione delle giovani leve. Sono figure fondamentali. Danno la dimensione culturale alla sapienza del fare. Altrimenti perderemo la memoria storica. Era proprio questo il dialogo e lo scontro nel matrimonio stilista/industria che ha reso famoso il "Made in Italy" conclude Salvo Testa.

Enrico Stecchi, ricercatore del costume, conferma l'esposizione di Testa e aggiunge, «da sistema feudale, la moda è passata a sistema organizzato come uno Stato moderno. Emergono le grandi potenze che rischiano di cannibalizzare i piccoli imprenditori i quali, per potenziarsi creano altre alleanze. Lo scenario però rischia l'omologazione dello stile. Diventerà sempre più difficile distinguere un prodotto da un altro. Forse la genialità si è spostata ancor più verso la ricerca di materiali, l'invenzione, le combinazioni tecnologiche nelle fibre. Vedo anche in questo settore spazio per nuove professioni. L'Italia è maestra nella tessitura. Oggi si dimostra maestra anche nel concepire abbinamenti travolgenti fra fibre naturali e micro fibre. Eppoi non dimentichiamo la suprema qualità della lavorazione di seta e lane pregiate. Sono tradizioni antiche che la modernità non può cancellare».

Alla luce di fenomeni finanziari che guidano l'industria della moda e affini, della velocizzazione e distribuzione in grado di offrire nuove occasioni professionali, l'impressione che se ne trae è che il management (in odore maschile) abbia sostituito le lavoratrici che hanno finora popolato il settore. Dunque oggi pochi maschi con compiti chiave al posto della moltitudine di donne lungo le fila della produzione del passato. Le operai licenziate dai posti di lavoro a causa delle aziende ristrutturare o chiuse, non ritrovano nessun lavoro. La mano d'opera femminile le offre l'Asia, soprattutto a buon mercato e senza rivendicazioni sindacali. In realtà, di nuovo sotto al sole non c'è nulla. Quando un settore è in odore di giochi finanziari (vedi le telecomunicazioni), diventa un "videogame" tutto maschile. Non sono mai donne a diventare cuochi famose o sarte come Caraceni. E la moda è disegnata in stramagioranza da uomini, prodotti da un sistema industriale maschile e aservita da eserciti di donne.

\* Docente di storia del Costume all'Università di Urbino

## La vertenza

Tessile  
A una svolta il confronto per il rinnovo del contratto

GIOVANNI LACCABO

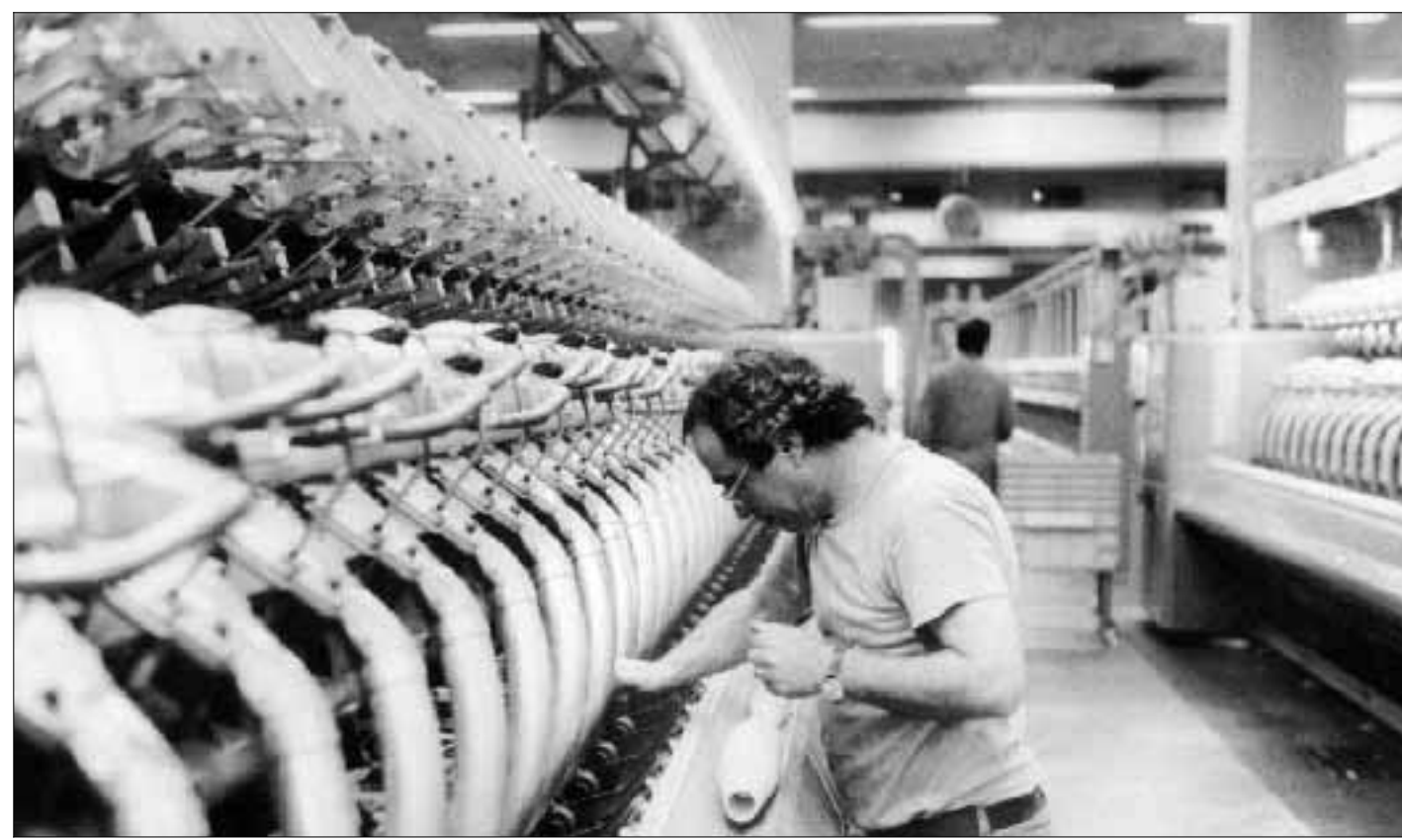
Sulle prospettive del contratto tessile i toni sono rassicuranti, sia da parte del sindacato, sia da parte di Feder tessile. Con buone chances di giungere alla firma entro pochi giorni. Il 2 marzo riprende la trattativa che, da novembre, è ruotata attorno ai temi cruciali degli orari e delle flessibilità. Feder tessile puntava ad aver mano libera, trititando ogni ipotesi di negoziazione collettiva: per questo motivo il confronto è rimasto incagliato per tre mesi e mezzo. Solo nell'ultimo round, all'inizio della scorsa settimana, si è aperto lo spiraglio e da una decina di giorni sono in corso in tutt'Italia attivi unitari. Come è maturata la svolta? Spiega Agostino Megale, segretario generale dei tessili Cgil: «Dopo mesi nei quali ha registrato opinioni diverse al suo interno, il sindacato ha saputo recuperare una posizione unitaria. Abbiamo avanzato a Feder tessile una proposta unitaria di sintesi su orari e flessibilità».

La proposta è centrata su tre punti. 1) Devono essere contrattati e concordati a livello aziendale con la Rsu i regimi di orario, plurisettimanali o plurimensili, a carattere strutturale, che già rappresentano per l'abbigliamento una potenziale opportunità per contrattare riduzioni d'orario. 2) Sia che debba rispondere a programmi di medio e lungo periodo, sia che debba soddisfare le commesse urgenti, la flessibilità rientra in una sorta di negoziazione anticipata a scadenza trimestrale, per prevedere l'esigenza di orari flessibili ed anche i comportamenti da adottare a fronte di commesse urgenti, con la cosiddetta flessibilità tempestiva. Ipotizzando in tal caso una maggiorazione retributiva più alta del 25 per cento. 3) In una procedura che risponde più in fretta al mercato, si riconosce al sindacato un maggior ruolo negoziale e, nel contempo, l'impegno a rispondere alle esigenze del mercato rispettando e rafforzando i diritti delle persone con la banca nella quale, sulla base della libera scelta dei singoli addetti, può rientrare tutto il lavoro straordinario. E la possibilità di utilizzare, per esigenze personali, almeno due giornate di permesso. Dice Megale: «In una categoria formata per il 70 per cento da donne, l'idea tiene insieme le necessità di competitività dell'impresa e l'esigenza di una flessibilità amica per le persone, il tutto in un quadro di conferma del ruolo negoziale delle rappresentanze e del sindacato».

Con questa proposta, il sindacato ha registrato una possibile convergenza con Feder tessile. Ma allora chi ha cambiato idea sulla flessibilità? Megale: «Il sindacato tessile, e la Cgil in particolare ma non solo, non ha mai avuto obiezioni alla flessibilità degli orari. Siamo contro le flessibilità in uscita che penalizzano i lavoratori e quelle in entrata tipo salario d'ingresso. Ma nella flessibilità durante il rapporto di lavoro il nostro obiettivo è di contrattare e ancora contrattare. E questo obiettivo viene ora tutelato unitariamente». La coerenza, semmai, incalza Megale - riguarda le im-

## INFO

Anche Feder tessile, per bocca del suo capodelegazione Paolo Barzagli, registra l'avvicinamento delle posizioni su «alcuni aspetti riguardanti l'orario di lavoro, flessibilità, distribuzione dell'orario, banca delle ore straordinarie. I progressi fatti nell'ultimo incontro sono il segnale che le trattative si stanno indirizzando verso una soluzione che porti a salvaguardare la competitività delle aziende sui mercati internazionali. Secondo Feder tessile, si tratta ora di verificare, attraverso l'opera dei tecnici che si dedicheranno alla messa a punto dei testi, la possibilità di giungere ad un documento di intesa».



prese che puntavano alla gestione unilaterale: «Tocca a loro prendere atto che la nostra proposta può costituire la soluzione giusta. Anche se dovesse perdurare lo scontro, non vedo soluzioni diverse. Il sistema delle imprese dovrebbe pertanto inchinarsi al compromesso».

Orari e flessibilità sono i punti critici, ma alla ripresa la trattativa deve occuparsi anche di inquadramento professionale e salario e di allargamento del ruolo negoziale nella piccola impresa. E si dovrà anche definire un protocollo per il Mezzogiorno, per agevolare le aziende che intendono investire al Sud, sia tenendo conto degli inquadramenti di ingresso dei giovani, ancorati alla formazione professionale, sia tramite canali di graduale crescita per le piccole imprese che aumentando l'occupazione intendono traslocare dal contratto degli artigiani a quello

dell'industria a costi competitivi: «Fermo restando - dice Megale - che la crescita non deve mettere in discussione i diritti, ma deve confermarli e offrire opportunità alle imprese». Anche sui temi del Mezzogiorno il sindacato ha stabilito un percorso unitario.

Dunque, firmare la pace o riaccendere lo scontro? È un dilemma che pesa, dentro nei trend di un settore fatto di luci e ombre. L'occupazione è di circa 700 mila addetti in circa 40 mila imprese con una dimensione media di dieci dipendenti. Dunque un sistema industriale fondato sulla piccola impresa e sui distretti. Nel '99 la produzione industriale ha registrato una caduta di circa il 9 per cento, con un netto miglioramento nell'ultimo trimestre. L'occupazione è scesa di circa l'1,5 per cento. Il fatturato è calato di circa 2 mila miliardi sui 90 mila complessivi, un calo dovuto al peggio-

ramento dell'export nel Sudest asiatico e in Russia. A fronte della caduta di produzione, i segnali di ripresa, anche se non sono generali, paiono significativi in quanto, pur mantenendosi l'export attorno al 52 per cento, le importazioni crescono di molto. La Cina tuttavia preme coi bassi costi, con un boom del 20 per cento del suo export in Italia ed in Europa. Megale: «Questo ci dice che nel processo di globalizzazione e di delocalizzazione, alcuni Paesi a più basso costo del lavoro aumentano la loro capacità di export verso Europa ed Usa». E l'Italia? Come mai la forte tenuta del suo export? «È dovuta alla capacità di penetrazione del made in Italy che, in termini di qualità e valore aggiunto, non ha paragoni in nessuna altra parte del mondo. Questo ci indica che ora bisogna procedere ad una politica verso il settore che riconfermi tutta la filiera. E

quindi, nella globalizzazione, in Italia è necessario che rimanga tutta la filiera, dalla filatura alla produzione di moda fino alla stessa distribuzione. In secondo luogo, si deve rafforzare l'idea che nella globalizzazione si vince rispettando le regole, i codici di condotta e i diritti dei lavoratori anche nei Paesi in via di sviluppo. Terzo, le condizioni per la futura competitività del sistema moda italiano non potrà che essere fondato sulla sua qualità, nel suo rafforzamento intrecciato con stile, immagine e produzione, che abbia la capacità di saper rispondere a tutti i cambiamenti, che nel settore sono molto veloci. Serve un tavolo nazionale della moda per una politica a sostegno dei distretti e il varo del marchio sociale che qualifichi le produzioni e del marchio made in Italy che certifichi il surplus di valore aggiunto del prodotto italiano».

