

Quei Fondi salva lavoro vanno potenziati

Gli organismi interprofessionali sostengono l'aggiornamento continuo Ma potrebbero svolgere un ruolo d'integrazione tra pubblico e privato. Ecco come

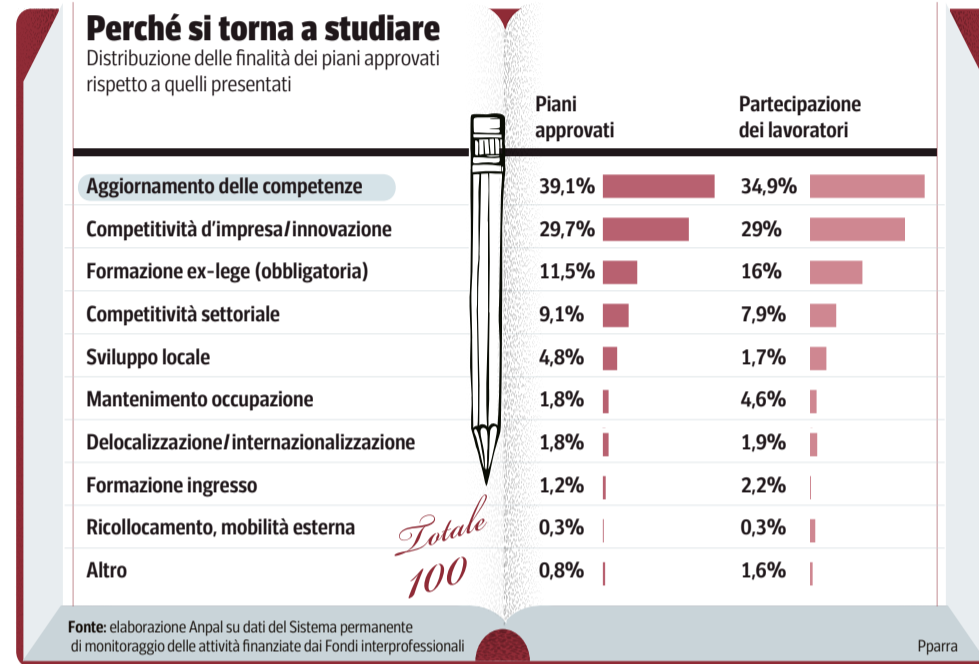
di **Luisa Adani**

I Fondi interprofessionali sono l'architrave su cui poggia la formazione aziendale e rappresentano i due terzi del finanziamento pubblico alla formazione continua in Italia. È il momento di estenderne il ruolo allo sviluppo di politiche attive per il lavoro. Oggi riguardano solo i dipendenti (anche se nel 2009/2010 sono stati utilizzati anche per chi era in cassa integrazione e mobilità in deroga) mentre potrebbe essere strategico il loro contributo nelle fasi di transizione occupazionale. Potrebbero diventare — come sostiene Lilli Casano, ricercatrice Adapt, in un articolo pubblicato sul Bollettino dell'associazione fondata da Marco Biagi — «la struttura portante di un sistema di tutela della professionalità nelle imprese e nel mercato attraverso il presidio delle funzioni di analisi e anticipazione dei fabbisogni professionali, formazione, orientamento professionale, certificazione delle competenze, costruzione di un sistema informativo sul mercato del lavoro e sui percorsi di carriera».

I meccanismi

A proposito della possibile estensione dei Fondi anche a chi non lavora nelle aziende aderenti, Davide Premutico, ricercatore Anpal, ricorda che la Legge 150/2015 prevede già che siano parte integrante della rete dei servizi per le politiche del lavoro, quindi considerati interlocutori rilevanti nell'impostazione delle policy. «Credo che il loro apporto sarebbe importante per due ragioni: molte aziende, soprattutto le più competitive, conoscono meglio di qualsiasi altro attore sul territorio i profili professionali e le competenze necessarie — spiega Premutico —. Le imprese potrebbero confrontarsi all'occorrenza con persone già allineate con le loro esigenze. Deve essere però ben chiaro che della formazione di queste persone, soprattutto di chi ha basse competenze e risiede in territori depressi, dovrebbe farsi carico il sistema pubblico».

Interessante, a proposito della gestione delle fasi di transizione occupazionale, la costituzione dell'Agenzia per il lavoro Manager At Work di Fondirigenti (il fondo per la formazione conti-



nua dei dirigenti promosso da Confindustria e Federmanager) attiva in 5 diverse città italiane (Bologna, Milano, Bergamo, Torino, Padova) che svolge attività di intermediazione tra domanda ed offerta di lavoro per dirigenti disoccupati o dipendenti di aziende in liquidazione. «Mantenere un livello di competenze manageriali adeguato non costituisce solo una necessità per le imprese ma anche un efficace strumento di politiche attive per i nostri manager — commenta Paolo Poledrini presidente di Fondirigenti — I Fondi interprofessionali sono un insostituibile strumento finora poco utilizzato e che intendiamo rilanciare anche grazie alle sinergie rese possibili dall'Agenzia a cui abbiamo dato vita già nel 2006».

Ma, prosegue Poledrini, «per una più efficace azione in materia da parte dei Fondi, occorre una manutenzione della legge istitutiva: si tratta di una esigenza già più volte rappresentata e che riteniamo quanto mai urgente». Sulle potenzialità ancora da esplorare, anche Rossella Spada, direttrice generale di Formazienda (commercio, turismo, servizi professioni e piccole e medie imprese) dice che «l'azione esercitata dai Fondi può costituire le fondamenta per abbracciare un nuovo approccio al mondo del

lavoro, passando dalle logiche di flexsecurity a quelle dell'orientamento definito come transizione occupazionale. Ma è necessario un intervento legislativo che si apra alle logiche di un mercato del lavoro quale sistema sociale che intercetta i diversi status e condizioni dei lavoratori».

Le aziende aderenti ai Fondi (che accantonando volontariamente lo 0,30% dei contributi versati all'Inps possono sviluppare formazione a costo zero) sono quasi 950 mila e ne beneficiano oltre 10,6 milioni di persone del settore privato. Gli importi però non sono grandi cifre: 59 euro in media a persona all'anno.

Nel 2017, la maggior parte dei piani approvati ha riguardato il mantenimento e l'aggiornamento delle competenze (39,1% e ha coinvolto il 34,9% dei lavoratori) e gli interventi per la competitività di impresa/innovazione (29,7% per il 29% delle persone). Nelle ultime posizioni troviamo invece la formazione in ingresso (1,2% dei piani e 2,2% dei lavoratori) a cui seguono il mantenimento dell'occupazione, la mobilità esterna e la ricollocazione (XVIII Rapporto sulla formazione continua, il primo curato dall'Anpal).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORSI

Come imparare a parlare di moda stando sul campo

Parte il prossimo marzo la 17esima edizione del Master in Comunicazione e Marketing per la moda dello Ied che forma professionisti in grado di gestire le attività di comunicazione e marketing, affrontando così le sfide dei continui cambiamenti del mercato grazie agli strumenti della professione e a un'alta versatilità creativa e organizzativa. Il corso dura un anno, è in italiano, si tiene a Roma e si può frequentare nei week end.

«Il percorso formativo mira alla cultura del saper fare con particolare enfasi ai trend più attuali: dal digitale al fatto su misura, dal fast fashion alla sostenibilità, dal made in Italy all'evoluzione dei grandi gruppi di moda internazionali», racconta Anna Neri, una delle due coordinatrici del Master. A gestirlo due celebri

Scommesse

Alessandra Sales, co-designer del marchio di gioielli «Anna e Alex» fondato insieme ad Anna Neri. Le due professioniste della moda hanno lavorato per Bulgari e ora coordinano il Master Ied sulla comunicazione nella moda



nomi della moda italiana che, dopo aver lavorato entrambe per tanti anni in Bulgari, hanno deciso di mettersi in proprio e fondare un loro marchio di gioielli «Anna e Alex». Anna Neri, fondatrice e ceo del marchio di bijoux, ha vissuto a Los Angeles e a Pittsburgh dove si è laureata in Business administration e si è specializzata in marketing internazionale. Mentre Alessandra Sales, co-designer del marchio di gioielli, dopo la laurea in storia (Brown University, Usa) e gli studi in giurisprudenza (Università di Ginevra, Svizzera), ha proseguito come consulente per importanti marchi del lusso mondiale.

Per chi volesse seguire un master, l'Istituto europeo di design e l'Accademia Aldo Galli Ied Como mettono anche a disposizione un fondo per 50 borse di studio per frequentare il primo anno dei corsi triennali in partenza a ottobre 2018. Per partecipare è necessario fare la registrazione entro il 18 settembre e presentarsi al test di selezione il giorno 20 settembre, nella sede del corso prescelto. Maggiori informazioni su: www.ied.it/professione/50-borse-di-studio-per-50-studenti.

Ba. Mill.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Studiare da startup

I giovani imprenditori fashion crescono così

Dopo Via Montenapoleone, inaugura il prossimo 27 settembre in Piazza di Spagna un nuovo atelier formativo dell'Accademia del Lusso, a due passi dalla Maison di Valentino. «Aprendo una nuova sede a Roma, dove la moda va a braccetto con l'arte, ampliamo la nostra offerta formativa», spiega Pietro Polidori, ceo dell'Accademia specializzata in creatività orientata al lusso.

L'istituto forma profili altamente professionali nella moda, marketing, influencer, brand management e fashion. La boutique school punta a una didattica ed un approccio innovativo in grado di coniugare aspetti tecnico-creativi e

quelli più prettamente di management. «Il nostro focus è intercettare le esigenze delle aziende. Siamo un bacino dove le imprese possono trovare giovani creativi — aggiunge Polidori —. Oggi l'ingresso nel mondo del lavoro è profondamente cambiato. I ragazzi si presentano alle aziende più strutturati, hanno idee su quello che intendono realizzare e lo propongono sotto forma di startup, di applicazioni, creando capsule collection da far visionare alle aziende per poi farsi finanziare. Noi abbiamo il compito di accompagnarli in questa delicata fase di crescita professionale».

Le fashion startup nell'ultimo anno so-

no quelle con il tasso di crescita più elevato. Secondo il Fashion Technology Accelerator, solo a luglio 2018 erano 70, 88 nell'arco di tutto il 2017, 71 nel 2016. La metà delle giovani imprese vende online, l'altra metà si occupa invece di software, app e tecnologia applicata al settore.

Tra le start up moda più in voga del momento si distinguono Maatroom di Giulia Soldà ed MM company di Marco Magalini, due giovani che dopo aver seguito corsi di formazione all'Accademia del Lusso, hanno deciso di mettersi in proprio. Giulia Soldà realizza tutta la produzione in Italia, con particolare at-



Innovazione

Pietro Polidori, ceo dell'Accademia specializzata in creatività orientata al lusso che ora apre una sede a Roma

tenzione all'ecosostenibilità dei materiali, coinvolgendo nella realizzazione dei capi anche piccole cooperative sociali. La collezione Maatroom, che nasce a Torino nel 2016, sfilerà alla prossima Vancouver Fashion Week come uno dei tre ospiti che rappresenteranno l'Italia. Marco Magalini, invece, ha cofondato MM Company, un'agenzia milanese di comunicazione creativa a 360 gradi.

La boutique school ha permesso a questi due ragazzi di puntare in alto grazie anche ai tanti servizi tailor-made «La scuola instaura rapporti one-to-one, avendo volutamente impostato i corsi con al massimo 12 partecipanti» spiega Barbara Ig Sordi, Academic Director and Tutor. «Ad oggi, molti dei nostri corsi sono in doppia lingua, con l'ultimo anno solo in inglese».

Ba. Mill.

© RIPRODUZIONE RISERVATA