

I ruoli tecnici nell'industria della moda tra cultura, tecnologia e sostenibilità

Autore: Stefania Saviolo¹

Page | 1

Progetto realizzato all'interno del progetto MUSA – Multilayered Urban Sustainability Action, finanziato dall'Unione Europea – NextGenerationEU, PNRR Missione 4 Componente 2 Linea di Investimento 1.5: Creazione e rafforzamento degli “ecosistemi dell'innovazione”, costruzione di “leader territoriali di R&S”

1. L'eccellenza italiana nella moda e le nuove sfide

“L'Italia è il cuore pulsante del lusso per la sua agilità e creatività imprenditoriale. L'Italia è tre volte più della Francia in termini di posti di lavoro creati dal Gruppo Kering. Il lusso continuerà a essere ad alta intensità di persone”²

Il sistema moda italiano è uno dei nostri grandi punti di forza: un insieme di filiere che brillano per innovazione, competenze tecniche e forza dell'export. Oggi, oltre il 50% del fatturato del settore viene dalle vendite all'estero, e la domanda globale di Made in Italy è molto forte. Ma questa crescita porta con sé nuove sfide e opportunità. La più grande? La doppia transizione green e digitale, che guiderà gran parte degli investimenti futuri. Secondo Unioncamere, tra il 2024 e il 2028:

- più di 2,3 milioni di lavoratori in Italia dovranno acquisire competenze green;
- oltre 2,1 milioni dovranno aggiornarsi sulle competenze digitali.

Accanto alla transizione verde e tecnologica, c'è un'altra sfida cruciale: rendere attrattivi i ruoli tecnici e manifatturieri. I ruoli di chi pensa e realizza prodotti eccellenti e sostenibili: dal prototipista al modellista, dal tecnico di laboratorio all'esperto di qualità e ambiente. Se non investiamo nelle nuove competenze, rischiamo di bloccare la crescita. C'è un dato che tutti gli esperti sottolineano: senza un ricambio generazionale di professionisti, il Made in Italy è destinato a indebolirsi se non a scomparire. Questo vale per la filiera tessile, quella della pelle, dell'oreficeria e di tutte le eccellenze di matrice artigianale ma proiettate verso un futuro di sostenibilità e innovazione.

La vera sostenibilità del settore moda non si costruisce solo con materiali green o processi meno inquinanti: passa prima di tutto da un modello di business sostenibile, dove il capitale umano, le persone e il loro sapere, è protagonista.

Per garantire il futuro del Made in Italy servono investimenti su due fronti:

- Valorizzare le competenze storiche (e non perderle).
- Integrare il sapere tradizionale con le nuove tecnologie, puntando su formazione continua, innovazione e collaborazione all'interno delle filiere e dei distretti.

Solo così potremo costruire un sistema moda competitivo, responsabile e capace di durare nel tempo offrendo opportunità di lavoro di valore rispetto a opportunità di crescita e adeguata remunerazione ai giovani italiani e internazionali.

¹ Stefania Saviolo è Tenured Lecturer presso il Dipartimento di Management dell'Università Bocconi

² Béatrice Lazat, Chief People Officer Kering

2. L'importanza del *saper fare* nella moda

Perché è importante il saper fare? Oggi è fondamentale rinnovare il modo in cui raccontiamo il mondo del lavoro, soprattutto ai giovani e alle famiglie. I ruoli tecnici nella moda stanno cambiando e diventano sempre più centrali per affrontare le sfide di sostenibilità, qualità e creatività. Due aspetti rendono questi ruoli cruciali:

Page | 2

- **Il saper fare è un valore nobile!**

Claude Lévi-Strauss diceva che l'artigiano è il "principe degli innovatori". Fin dall'antichità, chi lavora con le mani e con la testa è considerato un professionista completo. Nel mondo greco, l'artigiano era chiamato *demiurgo*, cioè colui che lavora per il bene comune. Oggi, chi lavora nello sviluppo del prodotto porta avanti questa tradizione: un mix di creatività, abilità tecniche, pratica continua e capacità di risolvere problemi. Serve immaginazione, ma anche empatia e capacità di collaborare. Serve utilizzare tante intelligenze diverse.

- **Questi ruoli sono al centro delle sfide green e tech!**

I ruoli tecnici non sono più solo manuali: uniscono sapere artigiano, design, industria e tecnologia. Realtà aumentata, scanner 3D, stampa digitale, intelligenza artificiale... tutto questo cambia il modo di creare. Ma non basta saper usare strumenti digitali: serve anche un pensiero critico, creativo e sostenibile.

Stefano Micelli parla di "osmosi tecnica": un mix tra il mondo del fare e il mondo dell'innovazione. È così che nasce la figura del *maker*³, termine utilizzato a livello internazionale per definire un artigiano del futuro tra digitale e sostenibilità che è anche un risolutore di problemi. In Italia, quasi il 60% delle imprese manifatturiere sono artigiane. Ma per restare competitive, devono innovare. Nella moda, dove i tempi sono stretti e le richieste cambiano velocemente, i ruoli tecnici devono evolversi. Devono guidare l'innovazione responsabile del Made in Italy.

3. L'intelligenza del maker moda: fare e saper fare

Il *maker* è una figura nuova ma con radici antiche. Rappresenta una versione moderna dell'artigiano, capace di integrare mani, testa e cuore. Secondo *Wired*, i maker sono "artigiani del Rinascimento digitale". Prendiamo a prestito questo termine per indicare nella moda quei profili quali sarti, modellisti, prototipisti, tecnici della produzione e dell'industrializzazione. Che lavorino in laboratori in autonomia o all'interno di aziende strutturate. Questi ruoli condividono alcune competenze fondamentali: una solida preparazione tecnica, grande precisione, capacità di lavorare in squadra e di trasformare un'idea creativa in un prodotto concreto. Sono figure chiave nei processi di sviluppo e industrializzazione del capo, e oggi devono anche saper usare tecnologie sofisticate. La tecnologia può aiutare questi ruoli in molti modi sempre con l'obiettivo di migliorare efficienza e sostenibilità, ma anche qualità e durata dei prodotti, solo alcuni esempi:

- Il CAD (*Computer-Aided Design*) è ormai da tempo uno strumento fondamentale

³ Maker nell'accezione internazionale è chi pensa, progetta e produce in modo creativo ed autonomo un manufatto, generalmente connesso con l'informatica e sempre più con la sostenibilità. In questo nostro testo prendiamo a prestito questa definizione per indicare quei ruoli tecnici che nelle filiere moda devono fare e saper fare integrando cultura, tecnologia e sostenibilità.

per il lavoro del modellista, perché permette di digitalizzare e ottimizzare l'intero processo di sviluppo di un capo e il modellista ha più tempo per concentrarsi sull'aspetto creativo e tecnico del capo

- *Laboratori virtuali* per esplorare e imparare tecniche antiche o innovative, dal ricamo alla tintura naturale alla progettazione sostenibile
- *Archivi digitali* per conservare e tramandare il sapere tecnico e creativo delle generazioni passate o dei modelli iconici di un brand. Ad esempio, a Milano Giorgio Armani ha creato *Armani/Silos*, uno spazio fisico e digitale che raccoglie oltre 40 anni di collezioni. L'archivio digitale è usato per ispirare designer interni, studenti e creativi, e rappresenta un vero strumento di identità e memoria del brand.
- *Le stampanti 3D* aiutano i ruoli tecnici nella moda a velocizzare la prototipazione, testare nuovi materiali e sviluppare accessori o dettagli personalizzati. Modellisti e prototipisti possono creare elementi come fibbie, suole o ornamenti in tempi rapidi, verificando volumi e proporzioni senza passare dalla produzione industriale. Questo riduce i costi, accelera i tempi e permette una maggiore sperimentazione.

4. Le 4 dimensioni dell'intelligenza del maker della moda

Abbiamo già osservato come i maker nel loro lavoro debbano utilizzare tante intelligenze diverse. Ma in concreto quali e quante sono? Possiamo trarre ispirazione dalla figura mitologica dell'ippogrifo! Una creatura che mette insieme le abilità di un grifone e di un cavallo quindi vista acuta, zampe solide e ali. Seguendo la metafora dell'ippogrifo nel caso del maker moda abbiamo identificato quattro intelligenze, che coinvolgono testa, mani e cuore.

1. Manuale e corporea (intelligenza delle mani)

Le mani sono strumenti di intelligenza. Toccando un materiale, si può capirne la qualità e il potenziale. La manualità non è ripetizione: cambia ogni volta con il materiale. Il maker combina sensibilità, cura del dettaglio, funzionalità e produzione. Pensiamo a una sarta che lavora con la seta: basta un gesto troppo rigido per rovinare il tessuto. Serve ascoltare la materia con le mani, adattare la tecnica, trovare ogni volta un equilibrio diverso tra delicatezza e precisione.

2. Creativa e spaziale (intelligenza generativa)

La creatività italiana è fatta di equilibrio, proporzioni, dettagli. È bella, ma anche utile. Deriva da un tempo in cui si creava con poco. È una creatività essenziale, che punta all'efficacia, alla soluzione di problemi. Basti pensare alla giacca destrutturata di Armani: eliminando le imbottiture, ha rivoluzionato l'eleganza maschile e femminile, unendo comfort, leggerezza e raffinatezza.

3. Emotiva e relazionale (intelligenza collaborativa)

Chi lavora nella moda non è un artista solitario. Collabora con clienti, fornitori, colleghi. Capisce i bisogni degli altri. L'innovazione nasce dal lavoro di squadra. E con l'intelligenza artificiale, serviranno ancora di più empatia e leadership umana abilitate dalla tecnologia. Pensiamo allo sviluppo di una collezione sostenibile: il designer lavora a stretto contatto con chi sceglie i materiali, con i modellisti, con i *data analyst* che usano

l'AI per prevedere le tendenze. Ma solo grazie all'ascolto reciproco e alla visione condivisa il prodotto finale rispecchia davvero valori, estetica e mercato.

4. Cognitiva e strategica (intelligenza procedurale)

C'è un sapere che non si spiega, ma si impara facendo. Un panettiere sa quando l'impasto è pronto senza bisogno di parole. Lo stesso vale per chi lavora con tessuti, pellami o cartamodelli: basta un tocco per capire se il tessuto "cade" bene o se un taglio sarà preciso. La sfida oggi è trasformare questo sapere tacito in metodi condivisibili, anche grazie alla tecnologia. Per esempio, alcune aziende di moda stanno digitalizzando le competenze dei modellisti esperti, creando librerie di modelli 3D e algoritmi che "imitano" la sensibilità della mano esperta per ridurre errori e sprechi.

Page | 4

In sintesi: il sapere e saper fare tecnico nella moda richiede mani esperte, testa strategica, cuore collaborativo e strumenti tecnologici. Alcuni esempi? *Aziende come Brunello Cucinelli valorizzano il lavoro artigianale unendolo a una visione etica e strategica del business. Moncler, con il progetto Moncler Genius, ha creato un modello di co-creazione con designer e team globali, dimostrando come la collaborazione e l'innovazione possano andare di pari passo. Nella filiera tessile Lanificio Reda e Vitale Barberis Canonico usano tecnologie all'avanguardia per tracciare l'origine della lana e garantire sostenibilità e trasparenza. DANI S.p.A., conceria vicentina, ha investito in processi a basso impatto ambientale, combinando sapere tradizionale nella lavorazione del pellame con strumenti digitali per la tracciabilità. Aziende come Pattern Group, specializzata nella prototipia di lusso, hanno trasformato la modellistica in una disciplina strategica grazie all'uso di CAD 3D e sistemi di prototipia virtuale; mentre il Gruppo Florence riesce a integrare innovazione, creatività e sostenibilità all'interno di una piattaforma produttiva unica al servizio dei grandi brand del lusso.*

Ma come si fa a formarsi per queste professionalità così richieste, essenziali per unire la tradizione artigianale del Made in Italy con l'innovazione dei processi industriali? Esistono diversi percorsi: istituti tecnici e professionali con indirizzo moda, corsi triennali regionali di formazione professionale, oppure percorsi post-diploma come gli ITS o le scuole di specializzazione. Molte aziende della moda e del lusso hanno creato accademie interne per formare talenti nei ruoli tecnici, rispondendo alla carenza di competenze specializzate e al bisogno di tramandare il sapere artigianale nei distretti produttivi.

Possiamo quindi concludere riportando un testo tratto dal 16° Rapporto Economia e finanza dei distretti industriali a cura di Intesa San Paolo (2024).

“Nei prossimi anni potrà dunque proseguire il processo di rilancio competitivo del tessuto distrettuale italiano. Rinnovabili ed efficientamento produttivo, tecnologia e innovazione, valorizzazione del capitale umano continueranno a essere le priorità (...) Le sfide digitale e green possono essere vinte solo se affrontate con forza lavoro qualificata. Soprattutto nei distretti le difficoltà di reperimento della manodopera sono elevate. Queste criticità vanno superate, anche attraverso il potenziamento degli ITS e l'avvicinamento delle Università al tessuto produttivo. I giovani italiani conoscono ancora poco le opportunità offerte dalle tante eccellenze aziendali presenti sul territorio. Anche per questo scelgono molto spesso di emigrare, attratti dalla possibilità di veder valorizzato il merito, fare carriera e percepire alte remunerazioni”.