

Innovazione e Relazioni Industriali nel Sistema Moda

“Un Patto per il Futuro”

27 Ottobre 2011
MalpensaFiere - via XI settembre, 16
Busto Arsizio (VA)

Intervento di ERMANN0 DONGHI

Voglio innanzitutto ringraziare tutti i presenti per aver voluto partecipare a questa iniziativa qui a Varese.

Ci tengo molto a rimarcare che questa iniziativa non vuole essere un bilancio della penetrazione della crisi nel settore tessile nel nostro territorio, bensì un momento di condivisione di idee, nel tentativo di valorizzare quelli che possono essere spunti positivi per l'intero settore.

Dall'inizio del secolo scorso il settore Tessile-abbigliamento ha visto una continua crescita fino al 1950, dagli anni 60 circa invece inizia un **lento declino**.

Negli anni 70 abbiamo assistito al **decentramento produttivo**, alla nascita di realtà anche piccole, piccole imprese **artigiane**, lavoro a domicilio e telai in comodato d'uso o in affitto.

Nel 1991 gli addetti in Provincia di Varese erano 43.800, nel 2001 erano 27.000 mentre nel 2009 sono solo 18.400... Un calo terribile!

Nel 2010 gli addetti sono 17.000 di cui 11.000 nelle imprese tessili e 6000 nell'abbigliamento, con un totale circa di **2.500** imprese di cui 1350 nel tessile e 1150 nell'abbigliamento.

43.800 nel 1991, oggi 17.000: Siamo a MENO 26.000 questi dati parlano da soli.

Il calo dell'occupazione in questi ultimi due anni, sarebbe stato ancora maggiore se non ci fossero stati interventi conservativi tramite Ammortizzatori Sociali (cassa integrazione guadagni, cassa in deroga, contratti di solidarietà ecc..)

Le aziende hanno dovuto provare a reagire a questi cambiamenti del mercato, adottando ognuna la propria strategia: alcune strategie si sono rivelate vincenti, altre purtroppo no.

Quello che possiamo fare adesso è cercare di valutare quello che è stato fatto in questo territorio, e in una ottica di positività cercare di valorizzare ed evidenziare cosa ha funzionato, quali sono state le strategie che hanno dato buoni frutti.

L'Italia è una terra povera di materie prime ma che si è sempre contraddistinta in tutto il mondo per **l'eccellenza delle sue industrie e del suo artigianato**, e proprio nella nostra zona abbiamo ottimi esempi. Siamo un popolo di menti creative, di brillanti, di strateghi, di coraggiosi, e perché no anche di furbi!

E se è vero che siamo furbi allora è opportuno trovare **una nuova strategia di azione, incanalare questa nostra furbizia**, questa creatività di cui dobbiamo andare fieri!

Incanalare la creatività significa tante cose:

- significa permettere a chi ha le idee di esporle
- permettere il confronto tra menti
- finanziare e premiare la creatività e l'innovazione
- dare il beneficio del dubbio a chi ha delle idee, valutarle davvero!

Non c'è innovazione senza creatività, non c'è creatività senza immaginazione,

e non lo dico io, **lo dice Einstein:**

“L’immaginazione è più importante della conoscenza.

La conoscenza è limitata, l’immaginazione abbraccia il mondo, stimolando il progresso, facendo nascere l’evoluzione

E se lo dice lui che ha saputo superare in modo così geniale i propri limiti, sarà pur vero!

Dire **“c’è la crisi”** e non mettere in atto nessuna strategia per superarla vuol dire **arrendersi** senza aver provato a **combattere**, anche perché fino ad oggi molte aziende, anche grazie agli ammortizzatori sociali, non hanno realmente combattuto!

Troppo occupate a galleggiare, si sono lasciate trascinare dall’onda ed hanno perso di vista la competitività, la qualità del prodotto e l’innovazione, lasciando inascoltate le nuove idee!

Un vero peccato!

Appare evidente che l’INNOVAZIONE HA UN RUOLO TRAINANTE, ma che tipo di innovazione?

- **Abbiamo innovazione di prodotto su materiali e capi di abbigliamento funzionali e tecnologici**
- **Abbiamo innovazione tessile-tecnico**
- **Innovazione su metodi e processi di funzionalizzazione e processi ecologici**
- **Abbiamo innovazione NON TECNOLOGICA, quest’ultima importantissima e che a mio avviso può davvero fare la differenza. Come ben spiegato prima è una innovazione a 360gradi, che scaturisce dal mettersi totalmente in discussione e che si ripercuote sul modo di fare marketing, sui rapporti con le parti sociali, sui rapporti con le maestranze, sui rapporti con l’ambiente, con il territorio, sui rapporti con le istituzioni, sul modo di dare fiducia agli investitori.... sul modo di reperire i finanziamenti**

E se è vero che chi è al governo invece di trainarci con idee progetti e sostegni economici, pensa invece ai fatti suoi, è anche vero che tocca a noi allora agire.

La CGIL è stata vista come quella che gridava **al lupo al lupo**, mentre i problemi non esistevano.

Drammaticamente, invece, la crisi che segnalavamo era reale e solo oggi tutti lo confermano, gridare al lupo al lupo in quel momento era quindi giusto, **opportuno**.

Oggi il ruolo della Cgil deve essere **ancora quello opportuno**,

e se prima è stato necessario gridare AIUTO, oggi è necessario gridare **INNOVAZIONE**.

Investire in ricerca e innovazione è l’unico modo di uscire davvero dalla crisi, **i coraggiosi devono trainare i meno coraggiosi!** Ci vogliono quindi:

- le idee
- le persone che ci credono
- la progettualità che ne consegue

Ma tutto questo sarà vero? Esistono casi in cui le idee innovative hanno fatto la differenza?

Sì, siamo qui a parlarne perché io in questa cosa ci credo, e ci credete anche voi!

Nel nostro territorio infatti ci sono tante realtà che hanno creduto nelle idee e le hanno trasformate in PROGETTI, e questi sono a mio avviso PROGETTI DA PRENDERE COME ESEMPIO.

Citarli tutti è purtroppo impossibile! Potremo soffermarci per motivi di tempo solo su alcuni, **ma il messaggio che vuole passare è che condividere le idee è importante, è ricchezza comune!**

Come trasformare le idee in progetti efficaci? Questo è il difficile!

Trasformare le idee in progetti efficaci non è affatto facile.

Purtroppo in Italia sono pochissimi i **CENTRI DI RICERCA** ed ancor meno quelli che si occupano del mondo tessile: questi pochi **andrebbero valorizzati ed utilizzati**: lo strumento della ricerca nel settore tessile dovrebbe essere vista come una **risorsa** delle imprese e non come un ostacolo.

L'ottica della condivisione delle idee dovrebbe rendere l'investire nella ricerca una **opportunità di crescita**, trainante per l'intero settore. **Questa sarebbe una nuova idea furba per fare innovazione a 360 gradi appunto, innovazione anche nelle relazioni.**

Anche per quanto riguarda le relazioni sindacali ad esempio, mentre **se si parla di crisi** il Sindacato viene coinvolto in un'ottica

di condivisione della perdita, occorrerebbe invece fare quel salto qualitativo che porti a condividere tutte le idee, non solo quelle volte a parlare ad esempio della gestione degli esuberanti... **si dovrebbe poter condividere anche le idee volte alla condivisione di strategie di rilancio dell'impresa**

Con le Associazioni Industriali le relazioni sindacali sono avanzate e di prospettiva, quando però si discute con le singole aziende si corre il rischio di discutere solo di problemi contingenti e non prospettici, con l'evidente risvolto negativo di non poter condividere una programmazione.

Anche per questo, come articolato nell'intervento precedente, è fondamentale rimarcare la grande importanza che riveste l'Innovazione Non tecnologica, appunto l'innovazione anche dei rapporti trasversali, l'innovazione delle relazioni.

Facciamo ora alcuni esempi concreti: mi hanno parlato dei progetti **STOREPET e INGECT** e mi pare che possano essere un esempio di come appunto l'innovazione e il coraggio di credere nei nuovi progetti possa essere una strategia.

Il progetto "Storepet" riguarda lo sviluppo di nuovi pannelli per l'edilizia, saranno pannelli con caratteristiche avanzate, che oltre ad isolare termicamente ed acusticamente, avranno capacità di accumulare calore

Il progetto Ingect: riguarda invece lo sviluppo di una nuova tecnologia a basso impatto ambientale, con significative riduzioni delle emissioni VOC e una riduzione anche dei tempi e costi di produzione per realizzare materiali compositi basati su tessuti 3D.

La **g. Tosi**, che:

Lavorano oggi in tosi **150 persone**, qualche decina in più che alla fine del secolo scorso, e quindi direi che la strategia che hanno usato e' buona

Di fronte ai cambiamenti del mercato si sono messi in gioco in maniera creativa, hanno investito in innovazione, hanno pensato non solo ad un prodotto nuovo o migliore o più competitivo,...hanno immaginato e poi realizzato un orientamento diverso, **più "verticale"** cioè più vicino al cliente finale, si sono affidati al valore dato dalle **competenze delle maestranze**, alla professionalità del personale specializzato nell' "arte" della nobilitazione tessile nel nostro territorio.

Abbiamo anche **EUROJERSEY**, con una strategia imprenditoriale di innovazione e attenzione alla qualità e la particolarità di uno sviluppo sostenibile della produzione su vasta scala

Abbiamo **MOLTE ALTRE AZIENDE**, le quali sono oggi qui presenti, non le cito per questioni di tempo **ma le ringrazio** per la loro presenza.

Sono tutte aziende che come **strategia vincente** hanno

- costante monitoraggio del mercato
- continua innovazione del prodotto, ricerca della qualità con una attenzione anche all'ambiente, al marketing, ai rapporti con le parti sindacali e con il territorio.

Questi esempi devono **far riflettere sulle sfide che attendono le imprese italiane**, che possono decidere di soccombere oppure di accettare questa sfida e **cavalcarle**, cercando di prendere spunto, di trovare **nuovi punti di partenza, nuove idee**, cercando appunto di **immaginare** altri scenari.

La maggior parte di noi non è più abituato alla creatività, all'immaginazione...

In realtà ce l'avevano data in dotazione l'immaginazione, quando siamo nati. E' per quello che da piccoli sapevamo giocare per ore con una semplice **manciata di sassolini**,è per quello che in passato sono state fatte scoperte importanti come il fuoco, la ruota... l'elettricità... l'atomo.. il DNA...è sempre per questo che conoscenze che sembravano assodate vengono messe in discussione: anche la teoria sulla relatività non è assodata!viene messa in discussione! E mettersi in discussione è positivo!

Ora magari, davanti a un sassolino, noi non sappiamo far altro che dargli un calcio e lanciarlo lontano....

Qualcuno di noi invece, fortunatissimo, anche da adulto quando vede una manciata di sassolini immagina una scultura!

Qualcuno utilizza la propria creatività ed è a loro che ci rivolgiamo, è di loro che abbiamo bisogno! è grazie a loro che è avvenuta l'evoluzione ed è ancora grazie a loro che usciremo dalla crisi... che continueremo ad evolvere

Sono loro che le nostre imprese devono **cercare** e **valorizzare!**

Creatività significa anche problem solving!

Servono idee creative per risolvere i problemi!

Dobbiamo chiedere a queste persone di raccontarci la storia, cambiandone il finale!

A volte l'impossibile diventa possibile, si può riscrivere il finale di ogni storia

Un buon creativo non si adagia agli eventi, non lascia ferma immobile quella povera Cappuccetto Rosso ad aspettare che venga il cacciatore a liberarla, .. non la lascia in cassa integrazione insomma! ☺... il creativo propone soluzioni, ne propone tante, alcune assurde come ad esempio addomesticare il lupo e farlo divenire il migliore amico di Cappuccetto! Assurdo vero? Improponibile vero..? eppure qualcuno, se ci pensiamo, in tempi lontani deve pur aver addomesticato il lupo, trasformandolo nel migliore amico dell'uomo che è ora.. a indubbio beneficio di tutti!

Sono diversi infatti gli approcci possibili e diverse le opportunità che si aprono. Per ogni nuovo progetto che riguarda una singola azienda, in realtà è tutto il settore che ne può trarre beneficio:

Si aprono infatti grazie alle nuove idee, nuove opportunità di sviluppo per le imprese tessili, anche in settori tecnologici diversi, dove grande interesse suscitano le caratteristiche di leggerezza e flessibilità del materiale tessile in sostituzione di materiali più pesanti e rigidi o in nuove soluzioni industriali;

Competenze e tecnologie, finora utilizzate per realizzare tessuti per abbigliamento e arredamento, possono essere impiegate anche in nuovi settori industriali..

aprirsi a nuovi settori **è una opportunità, ci vuole appunto IMMAGINAZIONE**

Concludo volendo condividere con tutti voi una frase di George Bernard Shaw che mi ha colpito talmente tanto da volerla includere recentemente in un accordo:

Se tu hai una mela, e io ho una mela, e ce le scambiamo, allora tu ed io abbiamo sempre una mela per uno.

Ma se tu hai un'idea, ed io ho un'idea, e ce le scambiamo, allora abbiamo entrambi due idee

A cui aggiungo un'altra citazione, stavolta di Friedrich Engels

- Spesso le idee si accendono l'una con l'altra, come **scintille elettriche**.
- Questo è stato lo spirito di questa iniziativa,

spero che voi tutti siate come queste scintille!