

ABBIGLIAMENTO Il Mendrisiotto motore sempre in crescita del settore

# L'eccellenza del Ticino nasce con la formazione

Stage e lezioni direttamente in azienda: ecco il prezioso bagaglio in mano ai giovani delle scuole di sartoria per aprirsi le porte delle più importanti aziende del nostro distretto.

di ANDREA FINESSI

Forse non tutti hanno realmente un'idea di quale sia il livello e l'importanza che riveste il settore dell'abbigliamento in Ticino. Per rendere chiaro il rilievo di quest'industria non solo a livello cantonale, ma a livello di Confederazione, è più utile parlare con le cifre: 4'500 impieghi nel Sottoceneri (di cui 3'000 nel Mendrisiotto) su un totale di 14'500 lavoratori del settore in tutta la Svizzera; 200 milioni di franchi versati annualmente per gli stipendi (alto il numero dei frontalieri); la presenza di aziende quali Consitex, Hugo Boss, Acris, Balli, ma anche marchi noti a livello mondiale (Giorgio Armani, Versace, Gucci, Guess, VF). Rispetto a tutto il Cantone però, il vero motore di quest'economia che esporta in tutto il mondo capi di altissima qualità è il Mendrisiotto, dove capo-fila resta il Gruppo



Ermenegildo Zegna con la Consitex. È proprio all'interno di questa azienda, e nella Hugo Boss di Coldrerio, che gli studenti delle Scuole d'Arti e Mestieri della Sartoria (SAMS) di Lugano e di Biasca, hanno cominciato dall'anno scorso (con l'adesione al progetto dell'azienda di Coldrerio) una stretta collaborazione nell'ambito della formazione. Al progetto da quest'anno si è aggiunto un elemento in più, la Consitex, che ha allestito al centro dei propri reparti di produzione dei capi d'abbigliamento uno spazio ad uso esclusivo degli studenti (perlopiù studentesse) nel quale seguire per otto giorni lezioni di "cucito industriale" e contemporanea-

mente poter osservare e vivere immerse in un vero e proprio ambiente lavorativo. Il GdP si è occupato del progetto già all'inizio dell'anno scolastico, ma a distanza di mesi le impressioni degli studenti che hanno vissuto quest'esperienza sono ormai diverse e utili a capire quale sia l'importanza di questa particolare formazione.

## Una finestra sul lavoro

Nell'"acquario" di 45 metri quadrati, come viene simpaticamente chiamato lo spazio vetrato in cui dalla mattina al pomeriggio studiano le ragazze, non viene risparmiato nulla di quello che è l'ambiente di lavoro di una grande

azienda che produce mille capi al giorno tra camicie e pantaloni: il rumore, i ritmi veloci, la precisione, sono sotto gli occhi e nelle orecchie di queste giovani che possono decidere se vivere quest'esperienza come una semplice lezione, oppure cercare di capire cosa sta succedendo intorno a loro, confrontandosi con le lavoratrici in pausa pranzo e osservando quale sia il valore di un prodotto di qualità. Per tante di queste ragazze, appena uscite dalla scuola media, si è trattata di una bella esperienza che ha permesso letteralmente di toccare con mano il mondo del lavoro: vedere tessuti pregiati e riconoscere il valore di un capo, svegliarsi presto la mattina per spostarsi fino al "luogo di lavoro", seguire le fasi di lavorazione e incontrare i professionisti del settore che producono vestiti anche per personaggi famosi (dal presidente USA Barack Obama, a George Clooney, Tom Hanks, il Principe d'Inghilterra, giusto per citarne alcuni). Per Cristina, è stata un'esperienza utile, durante la quale si è potuta rendere conto di cosa sia lavorare in fabbrica, con «il rumore tutto il giorno» che alla fine può stancare; per Lia invece, inizialmente scettica, in otto giorni ha capito quali siano le differenze tra il lavoro sartoriale e quello industriale; anche Natalie, che inizialmente pensava che il lavoro in fabbrica fosse meno preciso della sartoria, ha dovuto cambiare idea, così come Delia ha capito che si può lavorare sui particolari anche con delle macchine.

## Scambio reciproco

Per i vari responsabili dei settori della



Per otto giorni, le lezioni della SAMS di Biasca (e della SAMS di Lugano, alla Hugo Boss) si tengono all'interno della Consitex per ogni classe del primo anno. Un cubo di vetro al centro dell'azienda diventa il luogo ideale per vivere a stretto contatto con il mondo del lavoro e capire quali siano le possibilità per il futuro.

Consitex, Vincenzo Virgilio, responsabile delle risorse umane per la Svizzera, Luca Tremona, responsabile reparto pantaloni, e Vittorio Quattrone, responsabile reparto camicie, d'altro canto si è trattato di comprendere che, investendo su questo progetto formativo, si dava sia la possibilità di crescere a dei giovani, ma anche di fornire a questi degli strumenti concreti che un giorno potrebbero tornare utili alla stessa azienda. Una collaborazione, quella con la Consitex e la Hugo Boss, che per il direttore della SAMS-STA di Lugano, Rino Fasol - rientrato da poco da una visita in una scuola di sartoria di Shangai -, si dimostra «importante per il futuro», non solo per gli studenti, ma per poter dare al Ticino e al settore «un vantaggio che ci permette di essere ancora concorrenziali oggi: anche se per il momento ci difendiamo bene, non possiamo dormire sugli allori». La domanda dunque che i professionisti del settore si sono posti è stata: come possiamo migliorare? «Stringere i rapporti con le aziende per fare formazione» risponde Fasol. Anche per il presidente di Ticinomoda (ex AFRA), Franco Cavadini, che ha contribuito concretamente alla nascita del progetto si tratta di un'iniziativa «eccellente» in grado di dare fiducia ai ragazzi e dar loro una prospettiva già per il futuro: «Si può dire che una percentuale di questi giovani vengono già indirizzati verso un posto di lavoro. Noi facciamo di tutto per dare loro un aiuto concreto e speriamo che questo principio e questa apertura delle aziende venga presto adottato anche in altri settori».

## |||| Crescere ed espandersi con PostFinance.

Annuncio a pagamento

La ditta BC Diffusion di Mezzovico si appresta a compiere 25 anni di attività. Per arrivare al meglio al quarto di secolo, ha rivisto interamente la sua organizzazione e per le sue esigenze finanziarie ha scelto di affidarsi a PostFinance.

È un'azienda di medie dimensioni la BC Diffusion di Mezzovico, attiva da quasi 25 anni - li compirà nel 2011 - nel campo della fabbricazione di tende per interni, della distribuzione di tessuti e specializzata in soluzioni tecniche particolari: tre magazzinieri, due impiegate, tre rappresentanti e un consulente. Un'azienda di medie dimensioni ma dal fatturato importante: diversi milioni all'anno. Quando, a metà degli anni '90 ha espanso il suo raggio d'azione anche alla Svizzera francese prima e tedesca poi, sono emerse alcune esigenze fino ad allora considerate marginali. È il signor Angelo Fernandez, consulente di BC Diffusion, a raccontarlo: «Innanzitutto, nel 2004, abbiamo investito nella gestione informatica». Un investimento che ha contribuito a ottimizzare il flusso di lavoro e ha rivelato altre necessità: «Per migliorare la qualità del nostro la-



Il signor Angelo Fernandez mostra al suo consulente di PostFinance Sebastiano Zappia parte del vasto campionario di tessuti.



**Elasticità, soluzioni personalizzate e libertà d'azione in campo finanziario sono fondamentali per un'azienda che vuole crescere.**

vorò, abbiamo privilegiato il rapporto diretto con i referenti esterni in tutti gli ambiti dell'attività».

### L'importanza di un interlocutore diretto

Anche in campo finanziario si è evidenziata l'esigenza di un rapporto diretto e privilegiato con un referente che conoscesse la realtà dell'azienda e potesse rapidamente proporre le migliori condizioni.

È nato qui il rapporto con PostFinance, con l'apertura di un conto che permette di gestire le questioni finanziarie dell'azienda in modo semplice ed efficace. «Lavoriamo con PostFinance dal 2007. Il consulente che ci segue ci fa visita regolarmente ed è quindi in grado di proporci in tempo reale le migliori soluzioni», spiega il signor Fernandez.

### Gestione semplice e diminuzione dei costi

Una scelta che ha permesso un abbattimento dei costi di gestione del conto corrente e che rende possibile un'amministrazione degli investimenti e del traffico dei pagamenti celere e soddisfacente: «La gestione delle transazioni ci permette di effettuare versamenti, incassare pagamenti e archivarli nell'arco di pochi minuti». Una soluzione che ha permesso di incrementare del 30% l'attività senza costi aggiuntivi.

### pi - per gente pratica

Come fisso i prezzi giusti? Come migliorare la liquidità? E come trovo io, piccolo imprenditore, i migliori collaboratori? La rivista «pi - Gestione delle piccole imprese» offre due volte all'anno un condensato di informazioni per gli operatori del settore. Liste di controllo, grafici, consigli e avvincenti profili sono il piatto forte di una pubblicazione indispensabile per ogni piccolo imprenditore. L'edizione relativa alla «Gestione finanziaria» spazia dalla gestione della liquidità alla chiusura annuale dei conti - a misura di piccola impresa!

**Abbonate gratuitamente la rivista pi su [www.postfinance.ch/pi](http://www.postfinance.ch/pi)**

### Libertà di azione ed espansione

Non solo: «Il conto permette di avere un passivo senza bisogno di preavvisi né di presentare garanzie. Un'opportunità che non abbiamo a oggi utilizzato ma che si rivelerebbe preziosa nel momento in cui si presentasse l'esigenza di un investimento a breve termine o della copertura di un passivo».

A queste condizioni, BC Diffusion è pronta ad affrontare i prossimi 25 anni con PostFinance.

**La Posta Svizzera  
PostFinance  
Consulenza e vendita Clienti commerciali  
Telefono 0848 848 848  
[www.postfinance.ch/finanziamenti](http://www.postfinance.ch/finanziamenti)**

Accompagnati meglio. **PostFinance**  
LA POSTA