



FRONTIERA

IL LAVORO SENZA CONFINI



«Il modo corretto di vivere le frontiere è sentirsi anche dall'altra parte» CLAUDIO MAGRIS

«IL TICINO NON PASSA DI MODA MA LA RIPRESA SOLO NEL 2022»

La situazione del tessile nel difficile anno della pandemia vista dal segretario di "Ticinomoda" Alberto Riva. Il personale ha mantenuto il posto grazie alle sovvenzioni. Però è arrivato il momento di guardare al futuro»

MARILENA LUALDI

Il 2019 si era chiuso in modo positivo tutto sommato per la moda, dal punto di vista ticinese. La pandemia ha rimescolato le carte, anche se in Svizzera non si perde la fiducia. La ripresa è ancora lenta, il non poter ancora viaggiare rende tutto più difficile, ma c'è anche la consapevolezza di voler uscire da questo periodo e il sostegno dello Stato almeno ha permesso alle aziende di non perdere i colpi sotto il punto di vista occupazionale. Tema cruciale anche per noi considerando l'elevato numero di frontalieri.

Questa l'analisi di Ticinomoda, attraverso la voce del segretario Alberto Riva, che è anche vicedirettore della Camera di commercio ticinese.

L'associazione è nata come Afra (Associazione Fabbricanti Ramo Abbigliamento) nel 1959 per tutelare gli interessi delle aziende che producono abbigliamento in Ticino, ha vissuto poi una trasformazione in linea con quanto accadeva nel Cantone. Infatti, nei decenni successivi, il comparto si trasforma in un vero e proprio meta-settore della moda, con attività molto diversificate produttive, commerciali, logistiche: ecco dal 2005 che diventa Ticinomoda (oggi guidata dalla presidente Marina Masoni) con un duplice obiettivo. Promuovere le condizioni favorevoli allo sviluppo di aziende operanti nel settore moda in Ticino e offrire alle imprese affiliate informazioni e servizi.



Alberto Riva, vice direttore Camera Commercio Ticino e segretario di Ticinomoda nella foto TI-Press/Paolo Gianinazzi

Sono una trentina le aziende che fanno riferimento a Ticino Moda. Che situazione stava vivendo il vostro settore prima dell'esplosione della pandemia?

Prima che esplodesse la pandemia, si andava a pieno regime. Sì, poteva esserci il gruppo grosso che dislocava l'attività in Italia, ma era un caso isolato. Direi che la situazione era positiva, non si vedeva alcuna ombra all'orizzonte fino all'emergenza Coronavirus per il nostro settore della moda.

Come ha affrontato dunque il 2020 e l'impatto dell'emergenza sanitaria? E quanto è stata d'aiuto la digitalizzazione?

Purtroppo quando la pandemia è esplosa, le cose sono cambiate. Oggi in Ticino c'è soprattutto la moda, per l'80% si tratta di gestione dei marchi e logistica. Per quanto riguarda la produzione, c'erano solo piccole aziende tranne due grosse di alta moda.



Non tutto si può vendere con l'online

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il logo di Ticinomoda come appare nel sito dell'associazione

LA SCHEDA

L'associazione Ticinomoda nasce nel 1959 come AFRA (Associazione Fabbricanti Ramo Abbigliamento) per tutelare gli interessi delle aziende che producono abbigliamento in Ticino. Nei decenni successivi, il settore si trasforma in un vero e proprio meta-settore della moda, con attività molto diversificate produttive, commerciali, logistiche e dal 2005 l'associazione diventa Ticinomoda. «Il nostro obiettivo - si osserva nel sito di presentazione - è promuovere le condizioni favorevoli allo sviluppo di aziende operanti nel settore moda in Ticino e offrire alle aziende affiliate informazioni e servizi». L'associazione presieduta da Marina Masoni collabora con le istituzioni della formazione (STA - Scuola specializzata superiore di Tecnica dell'Abbigliamento e moda, SUPSI - Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana, USI - Università della Svizzera italiana e loro istituti), «promuovendo e sostenendo molte iniziative volte alla formazione di base e alla formazione continua». Collabora anche con la Cc-Ti - Camera di commercio Ticino.

de che hanno cercato di realizzare linee standard per vendere online, ma se il cliente è fidelizzato per andare nei negozi, non è facile. C'è poi un altro aspetto che incide nella situazione attuale.

Quale sarebbe?

Si è perso tutto quello che era il mercato degli aeroporti. Chi aveva gli showroom negli scali, insomma, non ha potuto più contare su una fetta importante. Questo incide. Le faccio un esempio. Per quanto riguarda i mercati stranieri, la Cina ha sorpreso tut-



Sono frontalieri quasi tutti gli addetti alla produzione

Un contrasto, che la dice lunga sì. A questo punto, dottor Riva, quali sono le aspettative per il 2021? Si può prevedere una ripresa già quest'anno oppure si farà attendere ancora, nel 2022?

Direi che una ripresa sarà più verso il 2022 a questo punto. Forse un cambio di passo ci potrà essere già in estate, ma dagli ordini che ci sono adesso nelle imprese ticinesi così non sembra. Speriamo che ciò possa avvenire comunque verso autunno-inverno.

Torniamo sull'aspetto della manodopera? Che si è mantenuta, appunto. Nel settore c'è una presenza significativa di frontalieri e nel caso come si è potuto affrontare il problema delle restrizioni sugli spostamenti?

Sì, il personale - per quanto riguarda ciò che il settore moda - è stato mantenuto totalmente, come le accennavo prima, grazie alle sovvenzioni dello Stato. Se guardiamo alla produzione, quasi tutti sono frontalieri. Sul resto, per il 70%. Bisogna dire che due nazioni come l'Italia e la Svizzera sono andate d'accordo trovando un'eccezione nell'applicare lo smart working. Perché altrimenti non si potrebbe andare avanti. Una collaborazione che si è rivelata importante per gestire questa fase.

Il vostro settore ha rivolto una crescente attenzione alla sostenibilità in Canton Ticino. Quanto aiuterà questo ad affrontare i problemi e i rallentamenti creati dalla pandemia? Sarà una leva competitiva che acquisirà ulteriore valore.

Specialmente in Ticino, moltissimo direi. Si sta puntando moltissimo sulla sostenibilità, anzi ci si sono aziende che implementeranno gli organici, individuando una persona proprio come responsabile della società della sostenibilità. Stiamo formando persone in questo senso, come Csr manager.

La formazione è molto importante per voi, tra l'altro collaborate con le istituzioni in questo campo, sia per quella di base che per quella continua?

Sì, per noi la formazione è decisamente importante.

Come associazione Ticino Moda con la scuola universitaria superiore abbiamo creato un master in Fashion Innovation, e questo è stato voluto e realizzato dalle aziende attive sul territorio ticinese per poter formare o gli esterni che possono essere assunti o interni di qualità che dopo questo master possono compiere il salto da manager.

© RIPRODUZIONE RISERVATA