



Confederazione
Generale
Italiana del
Lavoro

Politiche industriali e filiere produttive

È necessario un piano straordinario di sostegno e nuove politiche industriali e di sviluppo per le imprese, del terziario, della logistica, dei trasporti, indicate tra le attività non essenziali dal decreto del DPCM 22 marzo 2020 così come modificato dal decreto del Ministro dello Sviluppo economico del 25 marzo. Il Sistema della mobilità, in particolare, era già prima della pandemia in una fase di crisi e di profonda trasformazione. I principali settori dell'industria, aeronautico, nautico, ferroviario e automotive, saranno attraversati da cambiamenti profondi del mercato: nessuno oggi può dire quali saranno gli effetti sul comportamento delle persone rispetto all'utilizzo della mobilità. Certamente la fermata dell'automotive, ma anche gli effetti che avrà il lockdown sulle commesse della cantieristica navale da crociera, o sulla domanda di aerei civili avranno un peso importante nella dinamica di quei settori.

Lasciar fare solo al mercato rischia di indebolire intere filiere produttive che oggi sono ferme o rallentate ed hanno necessità di liquidità. Ma, in prospettiva, senza una innovazione radicale nel modello di impresa e senza un ripensamento del sistema complessivo della mobilità in un'ottica di sostenibilità attraverso la progressiva riconversione delle produzioni verso la mobilità elettrica e ad idrogeno, il trasporto collettivo su ferro e con piani e interventi mirati a sostegno, non faremo quel passo avanti necessario per rendere più competitivo il sistema dei trasporti, oltre che sostenibile.

Le catene globali del valore hanno mostrato, in generale, tutta la loro fragilità e va quindi immaginato uno strumento specifico di sostegno alle imprese che scelgano di rilocalizzare produzioni o parti di esse riducendo rischi di paralisi nella catena e creando nuova occupazione. Allo stesso tempo occorre garantire la certezza delle commesse già acquisite dalle imprese italiane che lavorano nelle filiere più integrate a livello europeo e nei settori di rilevanza strategica. In questo senso è indispensabile garantire la produzione di acciaio, tra la permanente sovraccapacità produttiva cinese e le tensioni commerciali in atto, come settore strategico in sé, oltre che indispensabile alle filiere appena richiamate.

Il sistema dei trasporti ha allargato i propri confini attraverso la distribuzione online. Questo fatto ha comportato un cambiamento nel sistema della logistica. L'Italia non dispone di alcun «player» in questo sistema. È un grande tema e va affrontato come sistema paese insieme a quello di costruire, per questo mondo sempre più frastagliato, un nuovo contratto di settore per una nuova stagione dei diritti.

E' inoltre indispensabile, proprio per la natura del sistema industriale italiano, sostenere il valore del made in Italy (sistema moda, sistema casa, agroalimentare ecc.), tenuto conto anche della articolata dimensione d'impresa, e più in generale delle produzioni legate all'export, anche in chiave green (sostenibilità negli approvvigionamenti, nuovi materiali ecc.).

Il turismo è colpito in modo gravissimo. Rappresenta circa 12% del PIL e dell'occupazione. Il valore del turismo estero ammonta a 45mld/anno, oltre il 50% del totale. Si registrano le complete cancellazioni degli arrivi dall'estero. Anche il turismo interno subirà forti contraccolpi. Si rendono necessari subito forti interventi: A) ammortizzatori sociali per tutte le figure professionali, compresi stagionali e precari; B) forme di sostegno al credito alle piccole imprese garantite dallo Stato; C) una forte accelerazione delle misure già previste dal piano strategico nazionale del turismo a partire dagli investimenti infrastrutturali; D) una politica di incentivazione della domanda interna (no a bonus fiscali per le vacanze) prevedendo anche interventi straordinari come la completa gratuità dell'accesso ai beni culturali e paesaggistici italiani.

Individuare un piano di nuova governance e di incentivazione straordinaria a sostegno delle reti di TLC in modo da potenziare e completare la capacità di banda larga. L'Italia deve tornare ad avere un ruolo strategico nel sistema europeo di TLC attraverso la presenza di Cdp e la partecipazione in Open Fiber. Alla nuova Tim va affidata la gestione del presidio tecnologico nazionale e della rete unica delle telecomunicazioni superando il paradosso delle due reti in fibra in concorrenza tra di loro.

La pandemia e le misure di distanziamento sociale, oltre che la diffusione dello smart working, hanno dimostrato che c'è bisogno di maggiore capacità di connessione; i sistemi di digitalizzazione possono rappresentare un'importante occasione di innovazione del sistema delle Pubbliche Amministrazioni. La digitalizzazione è una sfida che va affrontata in maniera ambiziosa e governata e comporta la soluzione di una serie di problematiche delicate legate al bisogno di nuove competenze e formazione, alla privacy, alla gestione e proprietà dei Big data, alle nuove disuguaglianze o agli effetti sul mercato del lavoro e sui diritti del/sul lavoro. Va in particolare aggiornato il patrimonio di tutele del lavoro svolto in modalità agile e da remoto, relativamente al rispetto degli orari, le flessibilità, il diritto alla disconnessione e il controllo a distanza, addirittura presso il proprio domicilio. A tal fine va posto anche il tema dell'evoluzione del lavoro e delle sue forme organizzative in presenza delle nuove tecnologie che, se non governate attraverso una contrattazione più forte, rischiano al contrario di allontanare la prospettiva della riduzione dei tempi di lavoro in favore di quelli di vita. La digitalizzazione sta garantendo in questa fase l'esercizio di molte funzioni del paese, che attengono sia alle imprese che alle amministrazioni pubbliche. Sono necessarie soprattutto in questo ambito politiche che sostengano sia l'offerta che la domanda – dei cittadini delle imprese e della pubblica amministrazione – e richiedono una grande capacità di progettazione e di reingegnerizzazione di tutti i processi produttivi e di servizi. Ciò richiede alte competenze interdisciplinari e investimenti in ricerca, sviluppo, trasferimento tecnologico, forte infrastrutturazione di rete. La digitalizzazione sta garantendo in questa fase l'esercizio di molte funzioni del paese, che attengono sia alle imprese che alle amministrazioni pubbliche.

Bisogna riordinare il sistema degli incentivi attraverso una loro qualificazione e una migliore focalizzazione sugli investimenti strategici legandoli e condizionandoli alla riconversione e alla creazione di lavoro. Si può guidare un nuovo processo di industrializzazione per convertire parte dell'import delle filiere strategiche in produzioni con un ruolo forte di indirizzo e governo dello Stato. Aumentare le risorse per la ricerca sia di base che applicata, con particolare riferimento al trasferimento delle

tecnologie, e ai settori di prospettiva: la farmaceutica, che è già un asset strategico, digitale, energie rinnovabili, sanità ecc.

Nel quadro delle misure finalizzate a dare liquidità alle imprese è necessario che i prestiti con garanzia dello Stato nei confronti del sistema bancario abbiano le condizionalità necessarie (no delocalizzazioni, mantenimento livelli occupazionali e investimenti per le aziende in particolare per le medio grandi). Indirizzare le risorse, quindi, ed evitare che il flusso di risorse non sia drenato dal circuito dell'economia illegale.

SCHEDE SPECIFICHE SU ALCUNI TEMI PREVALENTI

AUTOMOTIVE

In Italia, l'impatto della crisi Covid-19 sul settore automotive è particolarmente pesante. Per fare solo un esempio, quello relativo alla immatricolazione di nuovi veicoli, basta tenere presente che il mese di marzo 2020 ha fatto registrare un calo di oltre l'85% sullo stesso mese dell'anno precedente, mentre per aprile 2020 è atteso un calo del 98%.

Un secondo esempio riguarda le previsioni sul fatturato delle imprese del settore automotive a seguito della crisi Covid-19. Su un fatturato di oltre 140 miliardi annui in Italia, gli studi di previsione quantificano nel caso di un impatto "medio" una perdita di 30 miliardi nel 2020 e di 1,8 miliardi nel 2021, mentre nel caso di un impatto "pesante" la perdita sarebbe di 67 miliardi nel 2020 e di 18,8 miliardi nel 2021.

Questi dati rendono evidente la necessità di misure specifiche per permettere al settore di affrontare la crisi e di uscirne limitando al massimo le conseguenze negative. Già nel decreto "Cura Italia" il governo ha preso dei provvedimenti sul lato della domanda, prevedendo agevolazioni rivolte ad automobilisti e ad acquirenti di nuovi veicoli attraverso la proroga di tempi di scadenza per tasse, assicurazioni, patenti, revisioni e altro. Si tratta ora di realizzare misure di sostegno per l'insieme delle imprese dell'automotive e dell'industria della mobilità.

Occorre farlo perché l'automotive occupa in Europa circa 14 milioni di lavoratori, perché circa il 12% dell'occupazione nell'industria manifatturiera europea è nell'automotive, perché il contributo dell'automotive al PIL europeo è pari al 7% del totale. Per l'Italia i dati corrispondenti sono ancora più consistenti e dunque il settore riveste un carattere strategico, considerando la dimensione dell'industria dell'automotive, la quantità della forza lavoro impiegata, la diffusione nel territorio delle imprese della componentistica, la produzione per il mercato interno e soprattutto per l'export di parti meccaniche, plastiche, elettroniche e tessili, i riflessi sulle attività di vendita e di riparazione.

Gli studi dei principali centri specializzati sull'automotive, a livello europeo come internazionale, convergono nell'indicare i tre più importanti aspetti su cui è fondamentale intervenire nella crisi attuale.

1. La gestione del personale delle imprese di produzione diretta di autoveicoli e motocicli, di componenti, della rete commerciale e di assistenza, ambito nel quale sono necessarie azioni per evitare o ridurre al minimo le conseguenze sulla qualità e la quantità dell'occupazione.
2. La gestione degli stock, sia in termini di veicoli e di loro componenti già prodotti e presenti nelle imprese, sia in termini di giacenza nelle diverse fasi della dinamica commerciale.
3. Il supporto finanziario alle imprese del settore, che a causa della crisi Covid-19 registrano forti cali nelle vendite e minore disponibilità di liquidità.

Nella definizione degli incentivi alla domanda, degli interventi a supporto delle imprese, delle azioni per una ripresa dell'insieme della filiera, sarà opportuno tenere presente che le criticità riguardano sia la produzione di veicoli con motori ad alimentazione tradizionale sia la produzione e le prospettive a breve termine delle auto elettriche, a idrogeno e, più in generale, a basse o nulle emissioni.

Per quanto riguarda l'elettrico, il blocco prolungato degli stabilimenti di produzione di batterie per auto elettriche in Cina - paese che produce oltre il 50% di tali batterie a livello globale - ha provocato serie difficoltà nella catena internazionale e, in qualche caso, interruzione delle produzioni. Ciò avrà come conseguenza un ritardo (oggi quantificabile precauzionalmente in 12/18 mesi) nel lancio dei nuovi modelli elettrici da parte delle case produttrici. Allo stesso tempo, c'è da attendersi uno slittamento temporale degli investimenti già programmati per le attività future.

Contemporaneamente, anche a causa della caduta ai minimi storici del prezzo del petrolio, molti paesi stanno procedendo alla temporanea sospensione di divieti e disincentivi relativi ad acquisti e vendite di veicoli a combustibili tradizionali (benzina e diesel). Va tenuto conto del fatto che le vendite di veicoli di questo tipo rappresentano ancora circa il 60% del totale a livello mondiale. Non si possono escludere sostegni a queste produzioni, dunque, alla luce della necessità di dare una scossa all'insieme della filiera dell'automotive e di farla ripartire, nel quadro di una più generale ripresa dell'attività economica post Covid-19.

In linea di principio, ciò può avere riflessi sulla gradualità e sulla tempistica in relazione al raggiungimento degli obiettivi sulla sostenibilità ambientale fissati per il 2030 dall'Unione europea.

Per l'insieme di queste considerazioni, il sostegno alle imprese del settore automotive andrà graduato, privilegiando gli interventi volti ad utilizzare la crisi per cambiare il modello di business e a realizzare significativi processi di innovazione. Da tale punto di vista, l'obiettivo da perseguire è l'aumento di capacità e competenze digitali da parte delle imprese, tanto sul versante commerciale (facilitazione degli acquisti online, customer care, specializzazione della rete di vendita e assistenza) quanto sul versante della produzione (tecnologie digitali interne per lo snellimento, il ravvicinamento geografico, il controllo e la gestione della catena di fornitura, oltre che per il monitoraggio degli andamenti produttivi e degli approvvigionamenti dei componenti).

Un ulteriore elemento da considerare nella definizione degli interventi di sostegno alle imprese è quello relativo alla capacità di investire nel capitale rappresentato dai lavoratori e dalle loro competenze. Più alta sarà quella capacità, con la corrispondente valorizzazione dell'apporto dei lavoratori al miglioramento del processo produttivo e della partecipazione al processo decisionale, più consistente può essere il sostegno finanziario all'impresa.

Sul piano degli interventi strutturali, appare necessario che si dia avvio a un nuovo programma di sostituzione del parco veicoli privati in Italia, con l'obiettivo di avvicinarci in maniera consistente alla neutralità delle emissioni e, allo stesso tempo, ottenere una maggiore sicurezza nella circolazione stradale. Gli incentivi al rinnovo del parco veicoli, in questa fase di crisi, dovrebbero riguardare tutti i veicoli le cui emissioni rientrino negli standard Euro6/D, compresi quelli con motori alimentati con combustibili tradizionali.

Il rinnovo del parco veicoli deve riguardare in maniera particolare i mezzi per il trasporto pubblico, i mezzi commerciali, i mezzi pesanti, i taxi, le flotte aziendali.

Accanto al processo di sostituzione dei veicoli più vecchi e inquinanti, occorre definire un piano di investimenti per la transizione tecnologica e per la creazione di infrastrutture per la ricarica celere di batterie elettriche e di ibridi plug-in, oltre che di sistemi di rifornimento di idrogeno per i veicoli pesanti di nuova generazione.

L'emergenza Covid-19 accentua il processo di cambiamento strutturale del settore automotive, processo già innescato dal combinato disposto di digitalizzazione e aumento di automazione nei sistemi produttivi. Sta ora alle scelte del governo e degli attori sociali utilizzare questa circostanza per una trasformazione positiva dell'intero settore e per una nuova idea di mobilità.

IL SISTEMA DI TLC

Ci pare utile focalizzare, per il suo ruolo assolutamente orizzontale rispetto a tutti i settori, lo sviluppo della tecnologia digitale e delle comunicazioni, una vera rivoluzione che, se ben utilizzata, potrebbe davvero aiutare un nuovo inizio.

La qualità e la velocità della connessione, l'implementazione della fibra ottica e della tecnologia 5G, la digitalizzazione delle informazioni, l'internet delle cose (IoT), la larga disponibilità di sensori a basso costo e il mare immenso di dati che si possono raccogliere ed elaborare con l'aiuto degli algoritmi, possono restare solo fonte di enormi guadagni per pochi, oppure possono essere utilizzate per migliorare la fruizione delle città, per monitorare il territorio, per ammodernare i processi produttivi nell'industria e nei servizi, per rendere più efficace la Pubblica Amministrazione, per una sanità in grado di curarci meglio, ma anche allargare la fruizione di prodotti culturali, tanto più necessaria in Italia che su questo presenta gravi squilibri e grandi esclusioni.

Ovviamente occorrerà anche tanta attenzione ai diritti delle persone, alla tutela della loro sfera privata. Anzi occorrerà rimediare all'uso improprio della profilazione degli individui che già oggi fa parte della nostra esistenza.

Senza dimenticare queste attenzioni si potrebbe comunque far fare un salto tecnologico al Paese agendo sulla scuola e su un enorme programma di riqualificazione dei lavoratori, si potrebbero dare prospettive di lavoro stabile e corredato di diritti ai nostri giovani.

Tutto ciò non può avvenire per caso, serve un punto di governo di sistema e la volontà politica per realizzarlo. E' realmente inverosimile dover assistere ancora al balletto su chi deve costruire la rete di nuova generazione, nel mentre il Paese resta drammaticamente indietro non solo sul lato meramente infrastrutturale, ma in quello delle applicazioni connesse, dei servizi digitali innovativi e delle loro concrete applicazioni.

Serve un "Campione Nazionale" nel settore? Noi crediamo di sì, senza per questo mettere minimamente in discussione il mercato aperto corredato da regole che garantiscano la piena concorrenza e la libertà di tutte le aziende che già operano o altre che volessero entrare in questo mercato.

Che sia una follia realizzare due reti in fibra in concorrenza tra loro è (finalmente) un punto di vista largamente condiviso, salvo che ad oggi è esattamente quello che sta accadendo in assenza di nuove decisioni.

La nostra opinione è che non basti più solo correggere questa situazione. Forse oggi abbiamo un'occasione irripetibile per rimediare i danni della peggiore privatizzazione realizzata nella storia del nostro Paese (i dati a sostegno della tesi sono tutti noti e disponibili). Le alterne vicende che hanno travagliato l'azionario di TIM (e che hanno di fatto permesso per anni di sottrarre valore all'Azienda) oggi hanno un assetto che potrebbe consentire di riconsegnare alla nuova TIM il ruolo di "azienda di sistema". CdP è tra i maggiori azionisti di TIM e contemporaneamente detiene il 50% di Open Fiber. Una strategia di convergenza tra le due realtà potrebbe realizzarsi attraverso l'uscita di ENEL (sostituita da un fondo di investimento) e il conferimento delle azioni CdP attraverso un concambio con azioni TIM.

La risultante sarebbe un'azienda con un forte nocciolo di CdP che, col tempo, potrebbe favorire un azionariato che accetti un investimento di lungo periodo.

Alla nuova TIM, che nel frattempo ha realizzato intese con Vodafone sulle torri trasmissive per il 5G e con GOOGLE sui Data Center, si potrebbe affidare quel ruolo di presidio tecnologico nazionale del settore, sempre in un'ottica di mercato aperto alla concorrenza sui servizi regolato da AGICOM.

Tra l'altro in questo modo si salvaguarderebbe una delle poche grandi aziende rimaste nel nostro Paese che è condizione essenziale anche per partecipare attivamente ad un auspicabile processo di consolidamento europeo con Orange e DT, eredi dei rispettivi monopoli ed ancora controllati dal pubblico in Francia e in Germania, anche in funzione di difesa verso la già citata diarchia Usa-Cina che sta schiacciando l'Europa.

EFFICIENZA ENERGETICA

Il nuovo quadro europeo al 2030 per l'energia e il clima prevede un miglioramento del target dell'efficienza energetica almeno del 32,5% rispetto ai livelli del 1990.

Un obiettivo molto ambizioso ma da raggiungere in tutta Europa.

Promuovere l'efficienza energetica è una priorità della politica energetica in quanto permette di rivedere la dipendenza italiana dai paesi esportatori di fonti energetiche primarie. Migliora l'impatto ambientale sulle attività umane senza diminuire gli standard di vita e rappresenta un'importante occasione di crescita industriale ed occupazionale per il Paese, attraverso lo sviluppo di nuove tecnologie e l'applicazione di quelle esistenti su vasta scala.

L'ultimo studio del Cresme del 2018, effettuato per la Camera dei Deputati, ci dice che gli incentivi fiscali per il recupero edilizio e la riqualificazione energetica hanno realizzato, dal 1998 al 2018, oltre 17,5 milioni di interventi, su più di 31 milioni di abitazioni. In 20 anni gli incentivi fiscali hanno attivato investimenti per circa 300 Mld di euro.

Nel biennio 2016-2017 che ha visto l'incremento degli incentivi fiscali, il ricorso maggiore dell'utilizzo è stato nelle regioni del Nord, ma la crescita esponenziale più alta è stata al Sud pari al 126% rispetto al biennio precedente

. Nel 2018 si sono registrati 426 mila occupati diretti ed indotto nella filiera dell'efficienza energetica. Il saldo positivo, per il sistema paese, per il periodo 1998-2018 è di oltre 23 mld di euro. L'industria italiana associata all'efficienza energetica conta oltre 400 mila aziende e circa 3 milioni di occupati (escluso indotto).

Quindi, la scelta del governo di aumentare "Ecobonus" al 100% per gli interventi di efficienza energetica, va nella direzione giusta, ma se dovesse mancare il meccanismo dello sconto in fattura il provvedimento perderebbe molto le sue potenzialità. È necessario renderlo strutturale almeno per 10 anni, per dare certezze all'intera filiera industriale e soprattutto prevedere nelle regole attuative la condizionalità del rispetto dei CCNL per tutti i lavoratori del comparto coinvolti.

Siamo certi che si potrebbe generare un effetto cumulato nel decennio di un aumento della produzione diretta ed indiretta a livello nazionale di oltre 250 mld di euro. La creazione di oltre 1,5 milioni di posti di lavoro, con un incremento del Pil medio dello 0,6% annuo. Un risparmio cumulato fino al 2030 per la bolletta italiana di oltre 25 mld di euro.

Settore Residenziale- il parco edilizio residenziale italiano è in gran parte caratterizzato da edifici con oltre 50 anni di vita ed energeticamente inefficienti, in cui si produce un maggior consumo di 8 Mtep anno.

Un recente studio Enea stima che quasi nel 60% del parco residenziale sia possibile mettere in atto misure di efficienza energetica con un risparmio del 33% di consumi per riscaldamento, produzione di acqua calda e sistemi di raffrescamento. L'ammontare degli investimenti per raggiungere tali obiettivi è di circa 140 mld di euro. Coibentazione involucro opaco, rinnovamento impianto termico, infissi, caldaie a condensazione, pompe di calore ecc. in sintesi una intera filiera industriale completamente italiana.

Settore Terziario- scuole, uffici, centri commerciali, alberghi, istituti bancari. Sul territorio italiano sono presenti circa 51 mila edifici scolastici, 25.800 edifici uso albergo, 33.700 unità operative di istituti bancari, la maggioranza di questi edifici consuma in media circa il 50% in più rispetto alla media delle altre destinazioni d'uso.

Gli interventi per ottenere un abbassamento del consumo energetico a livelli standard europei si stimano in circa 17 mld di euro anno fino al 2030.

Settore industriale- L'intervento di efficientemente energetico in questo settore risulta più complesso perché deve coniugarsi con il tema delle compatibilità delle imprese che sono già fortemente penalizzate dal maggior costo dell'energia rispetto ai competitor europei. Ma diventa indispensabile la sua attuazione perché se ne avvantaggerebbe tutto il sistema industriale italiano e soprattutto sarebbe una componente importante per l'abbassamento del costo dell'energia che incide molto sul costo del prodotto finito.

Per tanto diventa strategico puntare sulla ricerca e la produzione dell'idrogeno su larga scala nelle attività industriali di base.

Un aspetto centrale per completare il quadro dell'efficienza energetica su l'insieme del sistema produttivo è il decollo delle Smart Grid indispensabili per far dialogare nella nuova frontiera della digitalizzazione tutte le attività industriali, civili e del terziario.

Terziario e Commercio

L'emergenza dovuta alla diffusione del contagio del Covid- 19 e le conseguenti restrizioni previste dai decreti hanno avuto un impatto profondo su tutto il terziario.

Si registra una crescita esponenziale delle vendite di generi alimentari, inizialmente dovuta ad un approvvigionamento massiccio da parte della popolazione per il timore che non fosse garantita la costante distribuzione di generi alimentari e poi a causa della sospensione della maggior parte delle attività lavorative e delle limitazioni che hanno costretto a casa le persone, nonché conseguenza della chiusura delle attività di somministrazione di cibo e bevande. I dati diffusi da Nielsen segnalano una crescita di quasi 5 punti percentuali dal 23 febbraio alla terza settimana di Aprile.

L'andamento è stato diversificato nei vari canali di vendita: gli ipermercati, in virtù della componente di fatturato del non alimentare ed essendo solitamente situati in aree extraurbane hanno avuto un'importante perdita di fatturato di circa il 12%, ne deriva che le maggiori vendite si sono tutte concentrate nei supermercati, nei negozi di vicinato e nei discount. C'è stata anche una importante crescita delle vendite online di generi alimentari, al punto che le imprese della GDO che offrono questo servizio, anche quelle più strutturate (Coop, Esselunga), non sono state in grado di rispondere alla domanda. In questo ambito sono cresciute in modo importante le imprese con consegna a domicilio come ad esempio Bofrost.

I dati delle vendite del non alimentare non sono ancora disponibili per fare una proiezione attendibile ma è certo che c'è stato un crollo dei fatturati, ovviamente per tutte quelle attività che hanno avuto la sospensione da decreto. Particolarmente colpito il settore abbigliamento tessile e calzature con alcune imprese che hanno presentato istanza di concordato preventivo e altre come H&M che hanno annunciato che alcuni punti vendita non riapriranno. Si registra invece un'importante crescita delle vendite di alcuni prodotti di elettronica di consumo ad esempio una crescita del 297% delle webcam, del 120% dei monitor, del 68% delle stampanti e di oltre il 60% di notebook e tastiere, in pratica tutti quei prodotti utili per far fronte alle attività da casa. Anche nel non alimentare la crescita degli acquisti online è stata importante ma assolutamente distante da quanto ha perso il retail.

Particolarmente critico anche il Cash & Carry che negli ultimi anni si era riposizionato su un'offerta che mirava prevalentemente bar, ristoranti e alberghi, abbandonando i clienti a partita iva.

Questa emergenza ha inflitto un nuovo colpo agli ipermercati e ai centri commerciali, su cui alcune imprese come Margherita Distribuzione (ex Auchan) e Carrefour hanno già avviato procedure di Cassa integrazione per un importante numero di lavoratori.

Sarà necessario osservare l'evoluzione di tutto il retail: i negozi di generi non alimentari, al netto di librerie e puericoltura già riaperte dal 13 aprile, riavvieranno nei prossimi giorni le attività e non è da escludere che in prospettiva ci sarà una riorganizzazione e razionalizzazione del settore che dovrà affrontare una nuova sfida con l'online. A questo va aggiunto che gli effetti più immediati di questa emergenza sull'economia si potranno ripercuotere negativamente sui consumi. Una risposta immediata è sicuramente la proroga delle limitazioni sui licenziamenti e dell'utilizzo degli ammortizzatori sociali al fine di escludere una ripercussione che impatti in modo diffuso e importante sull'occupazione. È altrettanto urgente che vengano riconosciute con rapidità le integrazioni salariali a tutte le lavoratrici e i lavoratori che da settimane sono stati sospesi senza retribuzione.

Più in generale è urgente ridiscutere della regolamentazione del settore anche in vista delle future riorganizzazioni: ribadiamo la necessità di demandare la regolamentazione degli orari di apertura a livello territoriale rivedendo il DL 201/2011, un modello decentrato che in questa emergenza si è spontaneamente affermato. Sarà ancora più urgente riaprire la discussione sul futuro del retail, degli ipermercati e dei centri commerciali che hanno subito ulteriori contraccolpi di vendite e di come si possa regolamentare il mercato online.

Prime valutazioni e bisogni per l'industria turistica

Situazione del settore

In una fase in cui per i diversi settori è previsto, pur gradualmente, un riavvio, il Turismo continua ad essere ancora in una situazione di forte difficoltà. Tra i primi, se non il primo, ad essere impattato, e tra quelli coinvolti più drasticamente, è strutturato all'oggi su una filiera che si regge, tra lavoratori nel Turismo e lavoratori per il Turismo, su più di 3 milioni di addetti. Il quadro, anche in un'eventuale prospettiva di complessivo riavvio, non può certo essere definito confortante: continua ad essere sospesa l'attività delle agenzie di viaggio e dei tour operator (70mila lavoratori); continua ad essere inattiva, pur non essendoci stata alcuna disposizione in tal senso, parte rilevante degli alberghi e delle strutture ricettive (300mila lavoratori); sono sostanzialmente fermi i pubblici esercizi e la ristorazione (1milione lavoratori), che prima del 4 maggio hanno potuto mantenere solo attività di consegna, mentre da tale data è stata consentita quale ulteriore modalità di fruizione l'asporto e, soltanto dal 1 giugno, secondo regole ancora tutte da definire dal punto di vista della gestione dei flussi e della garanzia di condizioni di salute e sicurezza, ne sarà con ogni probabilità prevista la riapertura a tutti gli effetti; riapriranno invece al pubblico dal 18 maggio i poli museali e i luoghi di cultura, anche in questa circostanza gradualmente e secondo condizioni ancora da approfondire; come del resto sono ancora da definire, i termini di riavvio per quanto attiene concessioni – balneari e termali, portualità turistica, impianti di risalita – (100mila lavoratori) e sale bingo (10mila lavoratori). A fronte di tale situazione, la quasi totalità dei lavoratori nel Turismo è dall'inizio dell'emergenza sanitaria in ammortizzatore: FIS per la maggior parte dei comparti, in termini più circoscritti CIGD. I primi interventi di ricorso agli ammortizzatori, definiti con accordi sottoscritti con efficacia retroattiva alla fine del mese di febbraio come previsto dal DPCM 18 del 17 marzo 2020 per la durata di 9 settimane, sono scaduti (entro la fine di aprile) o ormai prossimi alla scadenza. Per la Filcams, la proroga dell'ammortizzatore anche in considerazione delle molteplici e specifiche difficoltà che

il Turismo sta attraversando e con ogni probabilità continuerà ad incontrare nei prossimi mesi, è indispensabile al fine di garantire continuità reddituale per i tanti lavoratori coinvolti, almeno per un arco temporale coerente con le previsioni di ripresa. L'esigenza di prolungamento della copertura con Fondo di Integrazione e Cassa Integrazione Guadagni non può non accompagnarsi alla previsione di una tempestiva erogazione dei relativi trattamenti. Il notevole ritardo nella corresponsione delle integrazioni non fa altro che aggiungere ulteriore precarietà ad una situazione già di forte disagio per i lavoratori.

Implementazione ammortizzatori lavoratori stagionali. • Valutare i termini di una "rivisitazione" dell'indennità di cui all'art. 29 del D.L. 18 17/03/2020 per i lavoratori stagionali del Turismo, superando la modalità Una Tantum, al fine di garantire continuità reddituale; • Prevedere una forma di ammortizzazione sostitutiva/alternativa alla NASPI, a conclusione del periodo stagionale, rispetto alla quale i lavoratori stagionali, non potendo prestare attività nella stessa misura della stagione turistica 2019, non matureranno i requisiti; • Estendere la platea dei lavoratori stagionali interessati da misure di sostegno al reddito:

– attraverso un'implementazione dei codici ATECO all'oggi presi in considerazione (sono a titolo indicativo, dal Decreto "Cura Italia" sono stati esclusi ad esempio cooperative di assistenti di salvataggio, parchi giochi e divertimento) ; – includendo i lavoratori con contratto a termine stagionale in considerazione di quanto definito da Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro; – prendendo in considerazione i lavoratori che prestano stesse attività e medesime mansioni dei lavoratori stagionali presso servizi terziarizzati, esternalizzati o in appalto. • Contestualmente, la riapertura delle attività in sicurezza, in ottemperanza alle disposizioni del Protocollo sottoscritto tra Governo e Parti Sociali il 24 aprile u.s. produce, una riorganizzazione degli spazi e delle modalità di lavoro. Tale necessaria riorganizzazione può tradursi nella incapacità dei vari segmenti di riassorbire interamente le ore lavorate complessivamente nel settore, il numero degli addetti e insieme, non riuscire a creare le stesse opportunità di lavoro legate alla stagionalità che caratterizza il comparto. Al fine di ridurre tale possibile impatto, si rende necessario un sistema di ammortizzatori di sostegno/solidarietà che possano accompagnare i processi riorganizzativi a salvaguardia dell'occupazione.

Concessione Servizi Museali

Verificare le condizioni per la definizione di un "osservatorio" a livello nazionale che consenta di monitorare i termini di assegnazione dei bandi di gara scaduti/in scadenza relativi all'affidamento in concessione di servizi museali. Nell'ambito di questa condizione è centrale la contrattazione d'anticipo per i bandi di gara e la valorizzazione di clausole sociali di tutela della continuità del lavoro e delle professionalità.

Regolarità del lavoro

Necessità di particolare attenzione e controllo rispetto alla irregolarità del lavoro. Anche nel settore dell'Industria turistica esistono forti polarizzazioni e la presenza di lavoro nero, grigio, di parziale applicazione anche della Contrattazione Collettiva che determina una distorsione nella concorrenza tra le imprese e dequalifica la condizione delle lavoratrici e lavoratori.

LA SIDERURGIA ITALIANA TRA SOVRACAPACITA' PRODUTTIVA E GUERRE COMMERCIALI GLOBALI

La produzione mondiale di acciaio Nel 2018 la Cina ha superato la soglia del 50% della produzione mondiale di acciaio. Nel 2019 ha ulteriormente rafforzato la sua quota arrivando al 53,6% ed anche nei primi 2 mesi del 2020 ha registrato una tendenza all'aumento. Contemporaneamente c'è stato un rallentamento, relativo, della domanda interna cinese e l'introduzione, a partire dal marzo 2018, di pesanti dati sull'importazione d'acciaio da parte degli Usa. La scarsa protezione commerciale da parte dell'Unione Europea, nonostante i recenti interventi di salvaguardia e la revisione degli stessi, che dovrebbero entrare in vigore dal 1° luglio 2020, hanno quindi riversato in Europa quote crescenti di importazione dalla Cina e non solo. Basti pensare che nel 2019 i Paesi Europei hanno importato quasi tre volte il totale delle importazioni del 2018 ed un paese come la Turchia ha quadruplicato le esportazioni verso l'Unione Europea.

La siderurgia italiana Per queste ragioni, e non solo, la siderurgia nazionale si è confermata nel 2018 e nel 2019 un IMPORTATORE NETTO con una variazione percentuale sul saldo totale import/export, rispetto al 2017, del 46,9% nel primo semestre 2019. Su ciò hanno pesato anche cause endogene. La siderurgia italiana si è trovata in questo intreccio di sovracapacità produttiva e guerre commerciali globali in una condizione di particolare fragilità, impegnata com'è tutt'oggi, in una delicatissima e non scontata transizione degli assetti societari e delle prospettive industriali dei principali gruppi del settore. Su tutte la vicenda ARCELOR MITTAL-Ex Ilva, ma anche le Acciaierie e le Ferriere di Piombino (AFERPI) con l'incerta transizione dopo l'acquisizione da parte di Jindal Steel; le incerte prospettive degli Acciai Speciali Terni dopo la mancata fusione tra Thyssen Krupp e gli indiani di Tata Steel; lo spegnimento dell'area a caldo della Ferriera di Servola a Trieste. Ad oggi, in Italia, la produzione di acciaio da ciclo integrale è confinata negli stabilimenti di Taranto di Arcelor Mittal e si è al minimo storico: 7.000 tonnellate/ giorno di acciaio liquido (nel mondo il 75% dell'acciaio viene prodotto da ciclo integrale, il 24,9% da forno elettrico). In questi anni si è quindi consolidata la produzione di acciaio da forno elettrico che ha il suo baricentro verso la Lombardia orientale, il Veneto e il Friuli: in dieci anni l'export del Nord Est è cresciuto del 18%. Dietro questo consolidamento non c'è soltanto il declino produttivo del ciclo integrale, c'è anche una spinta all'innovazione che ha consentito a tanti gruppi (da Marcegaglia ad Arvedi, da Feralpi alle Acciaierie Venete, a Dufenco da Beltrame ad Ori Martin) di collocarsi su una frontiera di innovazione, di processo e di prodotto e di conquistare anche mercati ad elevato valore aggiunto; di consolidare gruppi specializzati nell'impiantistica (di Danieli e Paul Wurth); di salvaguardare realtà importanti nella sperimentazione e nella ricerca industriale sui materiali e sui processi tecnologicamente innovatori (Rina Consulting – Centro Sviluppo Materiali).

L'insorgere dell'emergenza Covid-19 L'emergenza Covid-19 ha quindi impattato una condizione già particolarmente delicata. Dopo le disposizioni del DPCM del 22 marzo il settore siderurgico si è sostanzialmente fermato. Le uniche tre realtà siderurgiche che non hanno completamente fermato sono Arvedi a Cremona, Arcelor Mittal a Taranto e il gruppo Marcegaglia. Ciò si desume anche dall'andamento dei carichi giornalieri, del consumo di energia elettrica che, tra l'altro, è sceso in maniera differenziata nei principali Paesi dell'Unione Europea. In Italia del 27%, in Francia del 21, in Spagna del 20 e in Germania solo del 10%, andandosi probabilmente a riallineare nel mese di aprile con la diffusione del virus e la crescita dei contagi anche in quei Paesi. Ad oggi tutte le produzioni sono ripartite, ma nelle prossime settimane si sentirà tutto il peso di

una crisi che attanaglia l'intera filiera e che conduce alla situazione dei principali utilizzatori finali dell'acciaio: l'automotive e la mobilità in genere (cantieristica, aeronautica), l'ingegneria meccanica, le costruzioni e le infrastrutture, gli oleodotti e gasdotti. La previsione (secondo Eurofer) è che nell'Unione Europea la domanda proveniente dalle principali attività che utilizzano acciaio diminuirà in media del -58% nel corso del 2020; l'industria automobilistica subirà la più grande recessione con un crollo delle vendite già stimato oltre il 10%; l'ingegneria meccanica, secondo gli studi di settore vedrà lo shock sia dell'offerta che della domanda durare fino al primo trimestre del 2021, nello scenario peggiore, con effetti di recupero non prima del secondo trimestre del 2021.

Proposte • Misure urgenti di politica industriale sugli utilizzatori finali (incentivi su automotive e mezzi di trasporto in genere; interventi su sblocca-cantieri). • Definizione urgente del ruolo dello Stato nel settore della siderurgia come settore strategico per il Paese (non solo Arcelor Mittal, ma possibilità di ricapitalizzazione e di ingresso nelle compagnie societarie di realtà altrettanto decisive). • Intervento urgente in sede di UE per conciliare gli obiettivi della politica ambientale e climatica con la competitività esterna attraverso l'adozione di schemi dazi/incentivi in grado di investire e premiare la sostenibilità ambientale e sociale delle produzioni siderurgiche. • Costruzione di una rete europea di ammortizzatori sociali che, a partire dal SURE, determini condizioni maggiormente omogenee nelle tutele dei lavoratori del settore siderurgico. • Varare un piano nazionale di investimenti in formazione dedicata ai fabbisogni professionali che si potranno determinare nella transizione organizzativa e tecnologica del settore.

IL SISTEMA DELLA MODA

Attualmente, secondo Istat, l'aggregato moda, con un sistema produttivo che può contare su circa 58 mila imprese, realizza un fatturato di 81 miliardi. Al raggiungimento di questo risultato hanno partecipato oltre 470 mila addetti. Con questa configurazione, oggi, le filiere riconducibili all'industria della moda, danno un contributo occupazionale al manifatturiero del 13%. Da sottolineare due elementi di particolare importanza in questo esercizio a cui è affidato lo scopo di fotografare il settore: il primo riguarda la capacità dell'industria della moda di presidiare i mercati internazionali, oggi infatti l'export ha raggiunto il valore di 53 miliardi; il secondo, è senza dubbio l'assetto dimensionale che come evidente da questi primi dati riportati sulla tabella che segue, racconta di una realtà dove il peso delle micro imprese continua ad essere particolarmente significativo (82% delle imprese e 28% dell'occupazione sono riconducibile alla classe dimensionale al di sotto dei 10 addetti).

Alcune cifre per inquadrare l'aggregato dei settori moda

Fatturato (mld €)	81
Contributo del settore sul totale fatturato manifatturiero	8,4%
Numero Imprese	57.946
Quota imprese con oltre 10 addetti	18%
Occupati (.000)	472.252
Contributo del settore sul totale occupazione nel manifatturiero	13%
Quota % occupati nelle imprese con oltre 10 addetti	72%
Esportazioni (mld €)	53
Contributo del settore sul totale esportazioni nel manifatturiero	12%

Fonte: Eleborazioni Ares 2.0 su dati Istat

Il dato generale di settore assume contorni più precisi se si procede ad un esercizio di disaggregazione per comparto. Ad una prima analisi, le variabili di occupazione, fatturato ed imprese, raccontano della centralità del comparto dell'abbigliamento che pesa per più del 38% dell'occupazione, 34% del fatturato e 45% delle imprese.

Come evidente dalla tabella di seguito, a conquistare la seconda posizione, sempre rispetto alle tre variabili di indagine, è la Fabbricazione di Calzature con circa il 17% del fatturato e dell'occupazione.

Di particolare rilievo è anche l'attività tessile, per la sua componente di filatura, tessitura e finissaggio, che contribuisce per il 14% dell'occupazione. In questa lettura dei comparti rispetto alla loro dimensione, va evidenziato il risultato dei produttori di articoli in pelle che hanno quasi raggiunto il 10% dell'aggregato moda, e questo sia per numero di occupati che per fatturato.

Infine, pur in una misura quantitativa più limitata, non va sottovalutato il dato più generale di un apparato produttivo che presidia con dimensioni per nulla marginali, ogni comparto su cui si articola l'attività moda. A questo riguardo, e limitando l'analisi alla sola occupazione, i dati disponibili raccontano: di un comparto dei tessuti tecnici che contribuisce per poco più del 4% dell'occupazione totale; di una produzione di articoli tessili (non abbigliamento) che allo stesso modo si colloca oltre il 4%; di una filiera della maglieria che mettendo insieme la fabbricazione dei tessuti e quella degli articoli realizzati, sfiora il 7% dell'occupazione; ed infine di una realtà conciaria che grazie ai sui tre distretti, partecipa all'aggregato moda con una quota di occupazione vicina al 5% (8,8% rispetto al fatturato).

Contributo di imprese, fatturato e occupazione dei principali comparti Moda (Totale = 100)

	Impres e	Fatturat o	Occup ati
Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	100	100	100
Attività di filatura, tessitura e finissaggio dei tessili	9,3	14,4	13,7
Fabbricazione di tessuti a maglia	1,3	1,1	1,1
Confezionamento di articoli tessili, non abbigliamento	7,3	3,0	4,3
Fabbricazione tessuti non tessuti, tessili tecnici ed industriali e suoi articoli (non abbigliamento)	2,8	5,8	4,2
Fabbricazione di altri prodotti tessili (tappeti e moquette; spago, corde, funi e reti; Ricami, tulle, pizzi, merletti, feltro e altri articoli)	2,5	1,3	1,7
Confezione di articoli di abbigliamento*	44,9	33,9	38,4
Fabbricazione di articoli di maglieria	5,6	4,9	5,6
Concia del cuoio	3,1	8,8	4,8
Articoli da viaggio, borse e simili	9,4	9,5	9,5
Fabbricazione di calzature	13,8	17,4	16,7

* comprende anche abbigliamento in pelle, pellicce, abiti da lavoro e abbigliamento sportivo Fonte: Eleborazioni Ares 2.0 su dati Istat

Continuando in questa fotografia statistica del settore, un altro dato importante è quello della sua distribuzione geografica.

A questo riguardo, iniziando dal confronto per macro area geografica, emerge in tutta evidenza una situazione differenziata per filiera, anche se un tratto comune continua ad essere quello di una partecipazione del Mezzogiorno molto limitata.

Entrando nel merito, ed analizzando il grafico di seguito, si scopre che le posizioni più sbilanciate sono: da un lato il sistema tessile, il cui apparato produttivo è significativamente concentrato nel Nord (66% dell'occupazione), dall'altro lato la realtà della produzione pellettiera che invece opera per una larga maggioranza delle sue imprese nel Centro (61% dell'occupazione).

All'interno di queste due posizioni, il Nord si posiziona intorno al 50% degli addetti nel settore dell'abbigliamento e della concia, mentre l'apparato produttivo calzaturiero concentra la sua occupazione per poco meno del 50% nel Centro Italia.

Scendendo a livello regionale, si scopre che:

- il contributo principali alla distribuzione geografica del tessile proviene dalla Lombardia dove si concentra il 36% dell'occupazione. seguita a distanza dalla Toscana (20%) e dal Piemonte (14,5%);
- La Toscana consolida il suo primato nella pelletteria, con una quota di occupazione pari al 55%, seguita da Lombardia, Veneto e Campania, tutte intorno al 10%;
- La concia ha tre protagonisti principali: il veneto con il 43,5% dell'occupazione; la Toscana con poco più del 31% e la Campania con quasi il 13%;
- Nelle calzature, l'importante ruolo del Centro Italia è soprattutto merito della regione Marche con una quota del 30% dell'occupazione e della Toscana con il 18,5%. In questo comparto partecipano con un ruolo rilevante anche il Veneto (19%) e la Campania (9%);
- L'abbigliamento è il comparto maggiormente presente in modo diffuso sul territorio nazionale con un livello di concentrazione massimo in Lombardia e Toscana che si ferma al 19%;
- Le due regioni del mezzogiorno che in maggior misura contribuiscono all'occupazione dell'intero sistema moda sono la Campania (7,2%) e la Puglia (5%). Un ruolo, benché ancora più contenuto è quello dell'Abruzzo, il cui peso occupazionale è sceso al 2,4%.

	Totale settore moda	Tessile	Abbigliamento	Concia	Pelletteria	Calzature
ITALIA	100	100	100	100	100	100
Piemonte	5,7	14,5	4,1	1,7	0,7	0,5
Valle d'Aosta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Liguria	0,2	0,3	0,3	0,0	0,1	0,0
Lombardia	19,8	35,8	18,4	6,7	10,9	7,8
Trentino AA	0,5	0,8	0,5	0,1	0,1	0,6
Veneto	15,2	9,7	15,0	43,5	9,3	19,1
Friuli VG	0,5	1,0	0,3	0,8	0,3	0,3
E.Romagna	7,2	4,6	10,6	0,3	4,6	5,8
Toscana	23,0	19,7	18,8	31,3	55,0	18,5
Umbria	2,1	1,7	3,7	0,0	0,3	0,5
Marche	8,3	2,0	5,5	1,3	3,9	29,8
Lazio	1,5	1,5	2,1	0,1	1,8	0,1
Abruzzo	2,4	1,6	3,5	0,2	3,1	0,8
Molise	0,1	0,1	0,3	0,0	0,1	0,0
Campania	7,2	2,7	8,1	12,7	9,0	9,2
Puglia	4,9	2,6	7,1	1,0	0,2	6,7
Basilicata	0,2	0,3	0,2	0,0	0,0	0,0
Calabria	0,2	0,3	0,3	0,0	0,1	0,1
Sicilia	0,6	0,5	1,0	0,0	0,2	0,2
Sardegna	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1

1.1 struttura dell'occupazione

Sono 9 le variabili con cui in questo paragrafo sarà descritto l'assetto occupazionale dell'industria della moda. Anche per questa parte dell'analisi si seguirà un approccio comparato che consente di leggere i comparti su cui si declina l'aggregato moda rispetto alla media del manifatturiero.

Cominciando dai fattori anagrafici, quello della moda si conferma una realtà che più di altri settori riesce a dare un contributo positivo al grave fenomeno italiano dello sbilanciamento occupazionale verso gli uomini.

Attualmente, l'intero aggregato moda è rappresentato da una quota di donne pari al 48%, con un punto di massimo nell'abbigliamento dove la componente femminile sale al 61% (18% nella media del manifatturiero).

Non si può dire altrettanto rispetto all'annoso tema dello svantaggio occupazionale dei giovani. Il cui contributo per la coorte 15-29 anni si ferma al 12%, ossia, una misura in linea con la media del manifatturiero. Da notare che ad una comparazione tra comparti, spicca l'aggregato della concia e pelletteria con una crescita del peso dei più giovani fino al 17%.

Anche per quanto riguarda le due coorti successive, quella 30-49 anni e quella 50 ed oltre, si conferma una composizione che non si discosta da quella media del manifatturiero (rispettivamente 54% e 35%). Anche se spicca nella classe dei più adulti, un risultato anormalmente alto nel tessile, dove gli ultracinquantenni pesano per il 40%.

Di particolare interesse in questa ricostruzione rispetto alle variabili anagrafiche è la partecipazione degli stranieri alla forza lavoro moda. I dati Istat infatti, raccontano di una componente straniera pari al 23% contro un dato del manifatturiero che si ferma al 13%. Anche in questo caso non mancano differenze significative tra comparti, dove la forbice oscilla da una minima presenza nel tessile con il 13% di lavoratori stranieri ed un contributo massimo nell'abbigliamento e nella concia-pelletteria dove si raggiunge il 30%.

Per quanto riguarda l'insieme di variabili che consentono di raccontare l'inquadramento lavorativo, l'unico elemento che vede divergere il sistema moda dal manifatturiero è il peso del tempo parziale che nel settore raggiunge il 24% rispetto ad una media generale del 12%.

Interessante notare che nonostante il maggiore frazionamento produttivo, e una componente artigiana ben oltre la media (34% nel settore rispetto al 25% del manifatturiero) la quota di dipendenti si attesta all'83% senza far registrare differenze né tra comparti né rispetto al manifatturiero.

Ad allinearsi alla media è anche il dato sulla componente di lavoratori a tempo determinato che si attesta all'8%

9 variabili per descrivere la struttura della forza lavoro - totale occupazione settore = 100

		totale settori moda	tessile	abbigli a mento	pellette ri a	conci a	calzatu re	Attività manifa tt uriere
TIPOLOGIA IMPRES E (occupati)	Industria	66	73	61	67			75
	Artigianato	34	27	39	33			25
DIMENSIONE D'IMPRES A (occupati)	0--1	4	3	5	3	2	2	3
	2--9	25	22	29	23	15	21	19
	10--19	19	17	20	18	22	19	14
	20--49	18	19	16	19	22	22	15
	50-249	18	25	13	17	26	23	22
	250 e più	16	14	18	19	13	14	27
GENERE (occupati)	Maschi	52	61	39	62		58	82
	Femmine	48	39	61	38		42	18
ETA' (occupati)	15-29 anni	12	9	11	17		12	12
	30-49 anni	54	51	57	53		51	55
	50 anni e più	35	40	32	30		37	33
PAESE DI NASCITA (occupati)	Italia	77	87	71	70		84	87
	UE esclusa Italia	2	2	3	2		3	3
	Extra UE	21	11	27	28		14	10
POSIZIONE LAVORATIVA (occupati)	Dipendenti	83	83	83	83		85	83
	Indipendenti esterni	14	14	15	11		12	12
	temporanei	1	1	1	1		1	1
		2	2	1	5		2	4
QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE (dipendenti)	Dirigente	1	1	1	0		0	1
	quadro	1	1	1	1		1	3
	impiegato	22	24	24	19		18	27
	operaio	72	71	71	74		75	66
	apprendista	3	2	2	5		4	3
	Altro	1	1	1	1		2	0
REGIME LAVORATIVO (dipendenti)	Tempo Pieno	76	84	66	82		84	88
	tempo parziale	24	16	34	18		16	12
CARATTERE	tempo determinato	8	6	8	8		9	8
	tempo	92	94	92	92		91	92

OCCUPAZIONE E (dipendenti)	Indeterminato						
----------------------------------	---------------	--	--	--	--	--	--

Fonte: Eleborazioni Ares 2.0 su dati Istat

2. PRINCIPALI DINAMICHE DEL CAMBIAMENTO CHE INFLUENZERANNO IL SETTORE

Continuando, in questo capitolo, nel nostro esercizio di analisi del settore, stavolta con un approccio di scenario proveremo, a tratteggiare i principali fattori di trasformazione che caratterizzano il settore.

Si tratta di una pluralità di spinte verso il cambiamento che, in un orizzonte temporale di medio e lungo periodo, andranno a incidere sul sistema produttivo nel suo assetto strategico organizzativo e, per questa via, sulle caratteristiche del capitale umano che può considerarsi il fattore chiave su cui poggia l'intera iniziativa imprenditoriale.

Questo lavoro di definizione più specifico degli orizzonti del cambiamento sarà svolto combinando due momenti: quello *desk* che si avvale della ricognizione sui principali fattori di cambiamento che emergono dalla letteratura disponibile; quello *field* caratterizzato da un approfondimento qualitativo di quegli stessi fattori, attraverso il confronto con primari protagonisti del settore (sindacalisti, rappresentanti delle imprese, studiosi del settore, manager ed imprenditori). A questo secondo livello di indagine sarà affidato il compito di una valutazione utile, non solo ad identificare in modo più preciso i fattori di cambiamento, ma anche a graduarne l'impatto, in relazione a fattori quali la competitività, l'assetto strategico-organizzativo e, quindi, l'assetto professionale.

Non va, infatti, dimenticato che il punto di arrivo del lavoro di messa fuoco e interpretazione degli scenari è proprio quello di anticipare i cambiamenti sul lavoro.

Per affrontare in modo sistematico questa fase di attività, è stata elaborata una scheda di analisi che si articola su 3 macro-categorie tematiche al cui interno sono proposti, attraverso parole chiave, i contenuti specifici del cambiamento:

- *concorrenza, internazionalizzazione, sistema regolatorio*
- *fattori di innovazione, ricerca e sviluppo tecnologico*

Con riferimento a ciascun a macro-categoria, definita utilizzando materiale a supporto di natura scientifica, politica ed istituzionale, i soggetti scelti per l'indagine di campo sono chiamati ad individuare e descrivere nel dettaglio quei cambiamenti (trend e driver) in grado di influenzare maggiormente il settore e la sua struttura professionale

Su questo presupposto, di seguito è disponibile la scheda con i risultati dell'analisi

desk integrata dalle riflessioni sviluppate dal panel degli stakeholder.

PRINCIPALI FATTORI DI CAMBIAMENTO		
CONCORRENZA, REGOLATORIO	INTERNAZIONALIZZAZIONE,	SISTEMA
<p>Secondo una ricerca di The European House-Ambrosetti il consumatore target della moda dell'alto di gamma è giovane, iper-connesso, attento all'ambiente, e prevalentemente un abitante della regione asiatica (Cina-Hong Kong e india), cui è ascrivibile il principale contributo alla crescita del settore.</p> <p>Siamo quindi in presenza di un mercato in cui il successo competitivo dipenderà molto dalla capacità di dare risposte ad un nuovo consumatore, che ha abitudini diverse, in quanto nativi digitali, attenti ai temi ambientali, interessati ad un lusso casual.</p> <p>Ma il cambiamento non si esaurisce solo nel nuovo profilo del consumatore. C'è anche un avanzamento tecnologico che condiziona e determina sempre di più il campo di gioco per le imprese moda.</p> <p>Va nella stessa direzione il report di McKinsey che ha individuato alcuni trend per il 2019 che dovranno guidare la strategia delle imprese per rafforzare il posizionamento competitivo: 1. cautela e prudenza per il futuro; 2. ascesa del mercato indiano, 3. Trade 2.0; 4. attenzione alla responsabilità sociale; 5. rapidità per soddisfare consumatori sempre più impazienti che vogliono acquistare i prodotti nel momento stesso in cui li scoprono.; 6. trasparenza assoluta verso il consumatore; 7. digitalizzazione.</p> <p>In questo quadro le imprese del sistema moda italiano sono alla ricerca di un difficile equilibrio. A fronte di un rafforzamento della domanda mondiale di prodotti moda sarà priorità del settore costruire un posizionamento di prodotto adeguato a intercettare i nuovi bisogni e i nuovi segmenti di domanda estera, Pertanto, le prospettive di sviluppo delle vendite estere del sistema moda italiano saranno sempre più legate alla capacità delle singole imprese di selezionare i singoli mercati, investendo sul corretto rapporto qualità- prezzo, offerta di servizi e nuove modalità distributive (fisici-online, in ottica omnichannel).</p> <p>Per raggiungere questo obiettivo, le aziende, oltre a rafforzarsi nella dimensione e capacità di presidiare i mercati internazionali, dovranno essere collegate digitalmente, avere un'alta fiducia tra i partner della catena di approvvigionamento, essere idealmente a emissioni zero, oltre che neutre in termini di rifiuti e con un elevato indice di felicità delle risorse umane impiegate.</p>		

In assoluta coerenza con questo nuovo orientamento del consumatore, sono molti i vincoli normativi europei recepiti dall'Italia che condizionano e condizioneranno sempre di più le scelte di business delle imprese italiane della moda. A questo riguardo, alcuni provvedimenti importanti già approvati e in fase di approvazione e recepimento sono: il Reach concernente la registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione delle sostanze chimiche (REACH), già in vigore; l'introduzione del ritiro degli abiti post consumo (direttiva europea che entrerà in vigore il 1° gennaio 2025)

FATTORI DI INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO TECNOLOGICO

In Europa, per le imprese della moda, la principale sfida da affrontare è quella dell'innovazione. Una sfida che non risparmia alcun ambito dell'azienda, dalla fase creativa a quella del marketing, fino al prodotto ed il processo produttivo su cui è organizzata la sua realizzazione.

La più grande innovazione introdotta da Industria 4.0 è l'utilizzo di dati come strumento per creare valore. La possibilità di gestire grandi quantità di dati permette alle aziende di prendere decisioni in tempo reale sulla base di informazioni dettagliate, altrimenti non disponibili.

Usare e analizzare i big data cambia infatti il modo in cui si fa business. Gli utenti online, che navigano sui siti e-commerce, lasciano dietro di loro una incredibile mole di dati che se interpretati nel modo corretto forniscono agli operatori nozioni fondamentali sulla clientela.

Una mole quasi illimitata di tracce digitali viene filtrata e analizzata per diventare una preziosissima fonte di informazione per le aziende che saranno così in grado di conoscere in maniera talmente tanto approfondita i gusti dei propri clienti/utenti/fruitori da poter offrire loro esattamente quello che stavano cercando, e di creare una strategia di contenuti quasi tailor made.

Dati sempre maggiori, sempre più precisi e puntuali, analizzati in maniera non solo quantitativa, ma rielaborati anche attraverso un insight qualitativo sono così in grado di creare un approccio "ecologico" e vincente non solo nella strategia di targettizzazione (conosco i gusti e il comportamento del mio consumatore, gli offro esattamente ciò che vuole) ma anche nella gestione della logistica, nella produzione, nello stoccaggio, nel buying e nel visual merchandising.

Quanto più le aziende saranno in grado di sfruttare queste analisi in maniera veloce e tempestiva, adeguando le loro risposte/produzioni/soluzioni alle richieste delineate tanto più dovrebbero essere vincenti.

Il digitale, nelle sue forme avanzate di data analysis e intelligenza artificiale è entrato prepotentemente anche nei luoghi "sacri" della creazione, l'atelier.

La creazione di una collezione di moda è infatti sempre più "data driven". Già nel 2016, Zalando presentava Project Muse, un esperimento nato in collaborazione con Google. Si trattava della creazione di una "macchina del design" ovvero un motore di progettazione che attraverso l'apprendimento automatico dava vita a bozzetti e capi di moda virtuali in perfetta sintonia con le tendenze del momento. Questo è stato fatto combinando i dati dei fashion trend del motore di ricerca Google con gli style trend di Zalando per poi rielaborarli, appunto, in sketch che rispondono perfettamente ai gusti e allo stile dei consumatori

Da Zara - si legge su Le Figaro - ci sarebbero tanti matematici quanti sono i designer. Questi scienziati informatici incrociano i risultati delle vendite in tempo reale con le tendenze del momento (tracciate attraverso algoritmi e tecnologie di riconoscimento visivo) per essere

più vicini alle aspettative dei consumatori. Un sistema totalmente automatizzato, che mescola dati, intelligenza artificiale e robotica. Creatività? Assente". Ma collezioni sempre di successo e in linea con i gusti contemporanei pronte ad andare sold out.

Tommy Hilfiger con IBM e il Fashion Institute of Technology ha ideato il progetto Reimagine Retail per individuare, con l'Intelligenza Artificiale, le tendenze più rapidamente rispetto agli esperti "umani" del settore.

Amazon, con il suo Amazon Lab 126 sta creando un designer AI in grado, di sostituire appieno nelle loro funzioni stilisti e designer con lo studio di un algoritmo che apprendesse "il mestiere": analizzando svariate immagini di moda.

C'è poi il caso di Stitch Fix che, oltre ad aver scelto l'online come unica piattaforma di vendita, sta investendo moltissimo in Intelligenza Artificiale con la creazione di Hybrid Design, la prima linea di abbigliamento creata da un algoritmo.

Saranno quindi gli algoritmi e i sistemi di Machine Learning a dettare le mode e il business del futuro.

L'aumento degli investimenti in attività legate all'implementazione di AI (Artificial Intelligence) e analytics sono le chiavi a supporto anche di una nuova customer experience. Una risposta sempre più importante per realizzare quella condizione di omnichannel dove lo spazio fisico dovrà convivere con lo sviluppo sempre più importante del canale e-commerce.

Un esempio emblematico sono i "DressingRoom" 2.0, che utilizzano l'AR per consentire agli acquirenti di provare gli abiti su un avatar, personalizzati per le misure corrette, prima di acquistare un prodotto.

Ma c'è di più. La nuova shopping experience proposta da Zara prevede l'impiego della realtà aumentata per coinvolgere i propri acquirenti che non devono far altro che puntare il proprio smartphone su apposite installazioni per visualizzare, grazie all'applicazione Zara AR, gli outfit che desiderano acquistare.

A raccogliere questa sfida digitale c'è anche Amazon, che con Amazon Prime Wardrobe ed Echo Look, grazie a fotografie di altissima qualità permette agli utenti di "provare" online i capi che si vogliono acquistare e sarà anche possibile ricevere feedback immediati sull'outfit scelto.

Tra gli esempi, c'è anche "Ralph Lauren, che in collaborazione con Oak Lab, ha creato un camerino digitale che, attraverso un lettore RFID delle etichette e uno schermo, mostra al cliente i capi simili o di differente colore rispetto a quelli provati, aiutando gli assistenti di vendita ad essere tempestivi".

Non meno importante sta diventando la tecnologia blockchain che in ambito fashion, permette di certificare materiali e prodotti in tutte le fasi della catena di approvvigionamento.

Per quanto riguarda il processo produttivo, la tecnologia già oggi disponibile (Intelligenza artificiale, l'internet delle cose, robotica) ci autorizza ad affermare che la macchina in rete sarà una realtà, tutti i parametri della macchina possono essere modificati e impostati in remoto e centralmente.

Sempre in ambiti produttivo assume sempre di più i contorni di una risposta rivoluzionaria la capacità di imitare un operatore di cucito con un robot autonomo. Già oggi trova delle risposte sul mercato: il sistema "Autoseam" di Vetron (cinese); "Vision Sewing of Brother.

Tra le tecnologie di produzione si sta facendo strada anche la stampante 3D. Alcune delle applicazioni più promettenti di questa tecnologia sono:

Tessuto morbido in collagene proteico stampato in 3d sviluppato dal MIT. Un tessuto flessibile e resistente, "morbido come la pelle" che potrà avere molti usi in campo medico e nel settore tessile. Può funzionare come un tutore, una rete chirurgica o persino uno stent cardiovascolare (utilizzato nella cardiocirurgia).

Presso l'Università del Maryland è stato sviluppato un tessuto traspirante stampato in 3D che raffredda chi lo indossa assorbendone il calore. La stampa 3D ha permesso loro di utilizzare una miscela di alcool polivinilico (PVA) e nitrato di boro, per massimizzare la conduttività termica del tessuto. Si prevede che questo tessuto avrà un impatto importante sull'abbigliamento sportivo.

L'Università di Stanford, negli Stati Uniti ha realizzato un tessuto double-face rame e carbonio. Il tessuto ha la capacità di isolare termicamente o dissipare calore a seconda del lato dal quale lo si indossa. Se la fibra in rame è a contatto con la pelle umana, la persona che lo indossa disperderà calore più velocemente; se, al contrario, lo strato in carbonio sarà a contatto con la pelle, il tessuto agirà da isolante termico. Un tessuto del genere potrebbe rappresentare una vera e propria svolta. Capi d'abbigliamento realizzati con il tessuto double-face potrebbero rendendo inutile il cambio di stagione. A questo si aggiunge la possibilità, come detto, di abbattere l'utilizzo di sistemi di riscaldamento e raffreddamento alimentati a energia elettrica o idrocarburi, riducendo fortemente l'impatto sull'ambiente e sulla natura.

Il marchio americano Chromat specializzato in costumi e abbigliamento sportivo, hanno adottato la tecnologia delle stampanti 3d per ottenere prodotti innovativi e adatti a qualsiasi gusto e corporatura.

Come evidente, il tema della sostenibilità è strettamente connesso a quello dell'innovazione tecnologica. Su questo fronte non mancano alcuni esempi importanti emblematici di alcuni ambiti di innovazione.

Salvatore Ferragamo ha presentato una collezione di foulard realizzata sfruttando una fibra naturale ricavata dalla buccia d'arancia su brevetto dell'italiana Orange Fiber.

Altro esempio è Ananas Anam, che realizza un simil-cuoio partendo dalla fibra delle foglie di ananas (e che sarà utilizzata da alcuni brand del gruppo Louis Vuitton).

La startup MycoWorks ha realizzato un sostituto della pelle partendo dal micelio dei funghi.

La californiana Bolt Threads, partendo da proteine analoghe a quelle utilizzate dai ragni per tessere la loro ragnatela, è in grado di generare una sorta di seta liquida che, se opportunamente trattata, può essere filata.

Loro Piana, ha lanciato il nuovo filato Green Nylwool, lana merino mista a nylon bio-based, una fibra sintetica ricavata dai semi di ricino che conferisce brillantezza ed elasticità alla lana ed è perfetta per capi sportivi.

