

Formazione

# AAA CERCANSI falegnami provetti

*Continuano a mancare migliaia di artigiani ogni anno. L'allarme di Confartigianato*

**GIULIA CAZZANIGA**

■ ■ ■ «I designer di tutto il mondo vengono a Milano per realizzare le loro idee, per farne dei prodotti. Ma le competenze specialistiche stanno invecchiando e si teme il ricambio generazionale. ...non c'è tempo da perdere!». A parlare è Dalia Gallico, presidente Adi Lombardia Associazione disegno industriale. E "la situazione" è piuttosto allarmante se, come confermano i dati di Confartigianato, le piccole e medie imprese italiane i posti di lavoro da offrire ce li avrebbero anche, ma in pratica nessuno li vuole. Ai primi posti per il numero più elevato di professionalità richieste e non disponibili ci sono infatti falegnami e operatori specializzati nella lavorazione del legno. Solo otto mesi fa servivano 2960 persone, e il 51,7% del fabbisogno totale era introvabile. E pensare che una più recente indagine degli artigiani dimostra che le assunzioni a tempo indeterminato previste in tutti i settori sono del 2% superiori alle imprese non artigiane. C'è meno precariato,

quindi. Ma nel manifatturiero, "braccio armato" di chi pensa a come arredare le nostre case, la difficoltà di reperimento di personale è quasi del 28%. Significa che 3 aziende su 10 hanno avuto difficoltà a trovare le persone da assumere. E il 4,5% dei giovani intervistati da Excelsior non vorrebbe mai fare il falegname.

Alla Confartigianato della Regione Lombardia, "cuore" del mobile e del design, risulta persino che soltanto 100 alunni all'anno si diplomano come operatori di falegnameria. Mentre i 14enni che intraprendono corsi di apprendistato nel settore in regime di diritto-dovere, e cioè l'altra modalità di sbarcare sul mondo del lavoro, sono 180 all'anno. E il saper fare? I giovani preferiscono saper "pensare" ("design thinking"). Progettare design, infatti, pare essere professione molto ambita. Le 35 scuole lombarde di design (in Italia sono 100 in totale), sfornano talenti e ne attraggono da tutto il mondo: «Ogni anno», spiega la prof. Gallico, «10mila studenti stranieri vengono a impa-

rare a Milano come valorizzare la loro creatività». Importante ora capire continua Dalia Gallico, autrice di "Design in-formazione" primo rapporto sulla formazione al design in Italia (Franco Angeli Editore), che fine abbiano fatto i 25mila professionisti del design usciti dalle scuole tra il 1991 e il 2005. Gli addetti ufficiali sono cresciuti solo di 2.861 unità. «È un magma sicuramente complesso, trasversale e difficilmente controllabile», continua la numero uno di Adi Lombardia, «e ci sono ancora molte possibilità e porte aperte, l'importante è che i giovani siano ben indirizzati dalle scuole. Oltre al computer c'è la manualità, il saper fare. Sarebbe auspicabile un rapporto sempre più stretto tra il mondo della formazione e le imprese, tra la ricerca e la sua applicazione concreta. O rischiamo di alimentare una fabbrica di illusioni».

E pensare che i primi designer, come ha scritto Dalia Gallico, erano autodidatti, provenienti da botteghe o laboratori artigiani. Ora i due mondi si devono nuovamente avvicinare e rafforzare a vicenda.

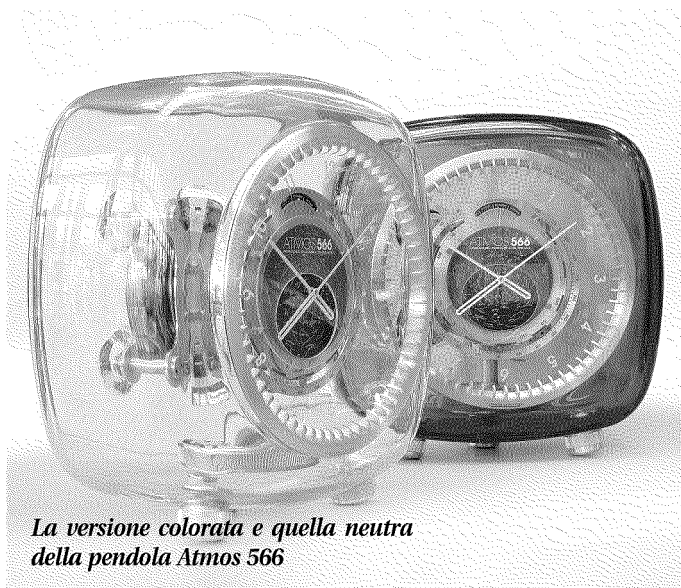
## Jaeger LeCoultre **La nuova pendola Atmos pronta a sedurre collezionisti e capi di stato**

■ ■ ■ Ottantasettemila euro e un motore mosso da un gas speciale capace di produrre il moto perpetuo. La nuova pendola di Jaeger LeCoultre, presentata l'altroieri a Milano allo Spazio Astoria, è destinata a diventare come tutti i modelli che l'hanno preceduta dal 1928 in poi un oggetto di culto. L'orologio da tavolo Atmos 566 è infatti l'erede della tradizione orologiera capace di produrre le pendole dei presidenti. Così viene definita la serie Atmos dal momento che è diventata il regalo ufficiale della Svizzera ai capi di stato e di governo che si recano in visita nella confederazione. Reagan, Kennedy, Nixon e Papa Wojtyla sono stati fra i fortunati possessori, in tutto poche

centinaia, di orologi Atmos.

Rispetto ai modelli prodotti in precedenza l'ultimo ha una caratteristica che lo rende unico e ne farà sicuramente un oggetto da collezionisti: la teca di vetro che racchiude il meccanismo è azzurra. Un fatto inconsueto nel mondo degli orologi. La scelta è frutto di un azzardo perfettamente riuscito di Marc Newson, il designer che ha firmato l'Atmos 566.

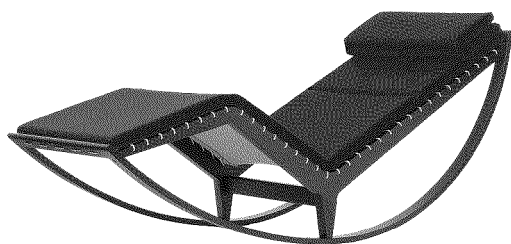
Ognuno dei 28 pezzi realizzati è di fatto unico: il movimento e la cassa di cristallo sono realizzati a mano con tecniche artigianali. Per l'involucro gli artigiani hanno utilizzato in tutto una tonnellata di vetro.



*La versione colorata e quella neutra della pendola Atmos 566*

## In vista acquisizioni Poltrona Frau non rinuncia a design e qualità

■■■ Se la recessione economica mondiale bus-  
sa alla porta, l'importante è non arrendersi. Sia  
guardando a nuove possibili acquisizioni di mar-  
chi, sia insistendo su design e qualità di altissimo  
livello. Deve pensarla così, il gruppo Poltrona  
Frau, che qualche settimana fa, comunicando i  
risultati di un bilancio 2009 non proprio sugli scu-  
di - ricavi in calo del 10,5%, a 252,6 milioni di euro  
e un rosso di 9,5 milio-  
ni circa - non ha  
escluso di prendere  
in considerazione  
nel secondo seme-  
stre del 2010 «oppor-  
tunità di aziende che  
veramente aggiunge-  
ranno valore al grup-  
po». Così parlava l'am-  
ministratore delegato del gruppo, Dario Rinero,



che spiega oggi lo spirito con cui si presenta alla  
Settimana del design. «È una vetrina molto im-  
portante per la visibilità dei nostri brand», affer-  
ma, aggiungendo che si è lavorato per un anno in-  
tero «intensamente», per presentare le nuove col-  
lezioni di Poltrona Frau, Cassina e Cappellini. Il  
gruppo è concentrato nel Milano design village di  
via Savona 56, e conta di incrementare le visibili-  
tà, forte dei «50mila visitatori» che l'anno scorso  
aveva accolto.

«Per quest'anno», continua ancora Rinero,  
«Poltrona Frau si presenta con uno spirito legato  
alle radici della nostra cultura, alle forme rassicu-  
ranti ma originali del nostro vissuto, ai colori dei  
nostri paesaggi, il tutto tenuto insieme dall'eccel-  
lenza della lavorazione, dall'attenzione sui mate-  
riali e dall'unicità della Pelle Frau». Cassina con-  
tinuerà a puntare sulla ricerca dell'autenticità  
della Collezione "Cassina i maestri" attraverso  
l'opera di Franco Albini e potenziando la Colle-  
zione "I contemporanei" con opere di Piero Lis-  
soni, Gaetano Pesce e Jehs+Laub con un occhio  
di riguardo al processo innovativo e creativo.  
Cappellini, «brand sinonimo di design d'avvan-  
guardia», sarà anche quest'anno protagonista  
con prodotti che sperimentano nuove forme e  
materiali e con un allestimento di forte impatto  
visivo, che richiama il mondo  
fantasy.

G.C.

