



## 2007: le nuove frontiere della AICTC

### *Parte 1*

1. Introduzione
2. Obiettivi
3. Strategie

### **1. Introduzione**

Molteplici tendenze stanno definendo le caratteristiche del tessile dei prossimi anni: innovazione reale (o percepita), attenzione alla salute, credibilità, posizionamento di “alta gamma”, flessibilità, *quick-response*, personalizzazione, integrazione della *supply chain*, ed altro ancora.

Il tessile del nostro Paese dovrà porsi in posizione sempre più evoluta rispetto a quanto si farà in qualunque altra parte del mondo: il destino del nostro tessile sarà una perenne corsa, in una competizione che non avrà fine e si giocherà su una molteplicità di “culture”: produttiva, sociale/emotiva, igienico/sanitaria, innovativo/formativa.

Se queste previsioni si confermeranno, la nobilitazione tessile diventerà un settore estremamente sollecitato.

La nuova filiera tessile va inoltre “allungandosi”, perché parte dall’origine della fibra e arriva alla distruzione finale del prodotto (passando quindi anche per la distribuzione, per le nuove necessità del consumatore, per una maggiore attenzione alla salute e per una continua e generale riduzione dell’impatto ambientale), così come va “allargandosi”, coinvolgendo sempre più non solo lo sbocco di riferimento costituito dell’abbigliamento-moda (oggi al 30%), ma anche settori divenuti recentemente molto importanti, come il tessile per la casa (35%) e il tessile per impieghi tecnici (35%).

In questo scenario la nobilitazione tessile non sarà solo l’anello più sollecitato: diventerà anche quello più critico.

La capacità di *dare colore* e di *impartire performances tecniche* ai materiali tessili, rispettando al contempo *esigenze* e *vincoli* che via via si imporranno, diventerà l’elemento *determinante* per il rilancio e lo sviluppo del tessile in Italia. E l’*innovazione*, al di là delle nuove fibre, dell’incorporazione in esse di nuovi (nano)materiali della micro e nano-sensoristica, si svilupperà con tutta probabilità attraverso trattamenti che impatteranno quasi esclusivamente sul settore nobilitazione, generando grandi opportunità, ma anche pesanti responsabilità.

Il Consiglio Direttivo dell'AICTC ha formulato in modo condiviso le osservazioni del presente documento, assumendo altresì la determinazione che l'Associazione debba darsi un ruolo nuovo ed attivo nel tracciare il futuro del settore, in particolare perseguendo logiche di miglioramento imprescindibili da una *crescita culturale*.

Questa *crescita* deve coinvolgere in primo luogo tutta la compagine associativa, in secondo luogo l'intero sistema di cui AICTC è parte e deve divenire la chiave di volta per lo sviluppo del sistema tessile e dell'Associazione.

Il successo di AICTC non sarà più strettamente legato – come in passato – al numero di eventi (tecnici e non tecnici) organizzato, quanto piuttosto alla effettiva *crescita del capitale umano*, dentro e fuori l'Associazione.

Anche in considerazione di quanto previsto dallo Statuto, il Consiglio Direttivo ha inoltre riconosciuto che AICTC, sia pure con livelli di responsabilità molto differenti dal sistema formativo, abbia sicuramente ruolo e titolo in materia di accrescimento delle competenze dei propri Iscritti e che quindi l'Associazione debba attivarsi in concreto di fronte all'esigenza di crescita del capitale umano.

## 2. Obiettivi

All'interno delle nuove frontiere individuate, AICTC perseguirà un'azione di rilancio connessa all'accrescimento nei soci (e nella filiera tessile in senso lato) del valore e dello spirito di appartenenza all'Associazione, che deriverà da un innalzamento del livello e del prestigio dell'AICTC. E' fatto non trascurabile che AICTC sia Associazione di persone, e non di imprese.

Le parole chiave che AICTC si pone quali obiettivi sono pertanto:

- *utilità*; - *credibilità*; - *autorevolezza*; - *visibilità*

## 3. Strategie

Le strategie per il raggiungimento degli obiettivi avranno per oggetto quattro fattori:

- *la filiera estesa*; - *gli Associati*; - *i giovani*; - *le attività di ricerca*.

### 3.1) La filiera estesa

La strategia adottata risiede nella parola "*sinergia*".

Nel recente passato le problematiche venivano affrontate dagli Associati mettendo in campo le proprie competenze professionali all'interno di una singola azienda o reparto. Oggi la situazione è cambiata. Per avere probabilità di risolvere le problematiche attuali occorrono ancora elevate competenze professionali, ma il "campo di gioco" è più ampio e va ben al di fuori della singola azienda o del reparto: diventa più vasto e comprende specificità

e/o problematiche del cliente, del fornitore, del fornitore del fornitore, oppure del cliente del cliente<sup>1</sup>.

La strategia adottata consisterà nel fare utili sinergie con tutti gli operatori della filiera *estesa*<sup>2</sup>.

AICTC, da attuale “luogo di incontro” dei nostri tecnici, dovrà trasformarsi in “luogo di sinergia” degli operatori di filiera. I nuovi “beneficiari” delle attività associative, infatti, non sono più i soli “tintori” (di cui si parla spesso in AICTC in contrapposizione ai tecnici/venditori di coloranti e ausiliari): dovranno essere, da oggi e sempre maggiormente, *anche* i filatori, i tessitori, i confezionisti, la moda e gli stilisti, i medici ospedalieri, gli utilizzatori di DPI<sup>3</sup>, i tecnici del meccanotessile. Dobbiamo “aprirci” nei loro confronti, trovarci e confrontarci, ma senza fonderci: dobbiamo, mantenere ferma la nostra identità e creare occasione di dialogo fra tutti i tecnici *della filiera estesa*, nel rispetto delle specificità, dei ruoli e delle competenze di ciascuno. Confronto e dialogo che con il tempo dovrà andare ben oltre il coinvolgimento dei “tecnici”: andranno infatti ricercate tutte le possibili ed utili sinergie anche con le organizzazioni istituzionali, locali e nazionali<sup>4</sup>.

### 3.2) Gli Associati

La strategia adottata risiede nella parola “*responsabilizzazione*”.

L'accrescimento delle possibilità, delle occasioni e dei servizi offerti alla base associativa – facente parte di una sorta di “strategia *dei diritti*” – dovrà essere accompagnato dalla diffusione di una “strategia *dei doveri*” destinata ad essere interiorizzata da ciascun Iscritto. Dovrà essere infuso un atteggiamento culturale *nuovo*, che preveda “spirito di servizio” nei confronti di un bene comune che è l'Associazione. Ciascuno dovrà essere *responsabilizzato* affinché comprenda che far parte di AICTC è un “gioco a somma positiva” a condizione che tutti contribuiscano alle iniziative dell'Associazione secondo regole che prevedono innanzitutto, e soprattutto, la disponibilità a ridare entusiasmo e fierezza al mondo tessile.

### 3.3) I giovani

La strategia adottata risiede nella parola “*merito*”.

Il Consiglio Direttivo ritiene indispensabile esercitare un'azione di attrazione e coinvolgimento dei giovani. A tale fine è importante considerare le caratteristiche comportamentali e le logiche motivazionali dei giovani d'oggi, evitando la formulazione di sterili giudizi e di inopportuni confronti con il passato. Attrarre i giovani può risultare più

---

<sup>1</sup> Es.: il tipo di filato, le modalità di mischia, come è stato costruito il tessuto, dove e con quali modalità si taglia e cuce, le richieste dello stilista, il macchinario disponibile e/o esistente, aspetti di normativa tecnica, ecc.

<sup>2</sup> Es.: iniziando con l'invitare i loro tecnici alle nostre conferenze tecniche.

<sup>3</sup> DPI = Dispositivi di Protezione Individuale (es.: abiti da lavoro antistatici e/o ignifughi)

<sup>4</sup> Es.: Associazioni datoriali, sindacali, grande e piccola distribuzione, associazioni ex-allievi, collegi, ecc.

agevole individuando e sostenendo un valore motivazionale forte, da loro considerato importante e diverso dai modelli che hanno contraddistinto l'attitudine alla formazione e alla crescita professionale della generazione oggi adulta.

Il Consiglio ha individuato nel principio rappresentato dal “*merito*”, elemento forte e riconoscibile da ciascuno, un valore efficace da proporre e perseguire.

AICTC deve impegnarsi in una “*strategia di merito*” al proprio interno come all'esterno, affinché esso sia adottato e promosso a tutti i livelli nei quali gli Associati sono coinvolti.

L'ambizione al *riconoscimento del merito personale*, oltre che produrre un benefico effetto sulla trasparenza, dovrà auspicabilmente essere sostenuta dal “sistema” di cui AICTC è parte; essa potrebbe diventare la “molla” delle nuove generazioni, in sostituzione della “*fame*” – oggi non più proponibile – o della “*buona volontà*” di un passato che non esiste più.

#### 3.4) Le attività di ricerca

La strategia adottata risiede nella “*diffusione della conoscenza*”.

L'Associazione dovrà adoperarsi affinché gli Associati siano in condizioni di conoscere quanto di più avanzato si stia ricercando – in ambito chimico, tessile e coloristico – nei diversi centri di ricerca pubblici e privati, nazionali e internazionali.

AICTC dovrà supplire ad una nuova carenza che sta caratterizzando il settore: in passato le multinazionali della chimica ricercavano, innovavano e diffondevano sistematicamente fra i clienti le novità individuate. Oggi le strategie dei fornitori sono radicalmente mutate: le necessità di innovazione devono essere proposte ai centri di ricerca (in buona parte non tessili) e – al contempo – vanno monitorate e portate a conoscenza di coloro che operano nelle imprese utilizzatrici, le possibilità di fruire di innovazione.

AICTC dovrà porsi come riferimento attivo e sistematico verso i centri di ricerca e le università italiane raggiungendo, attraverso questi, i centri internazionali. In questa attività, l'Associazione è in grado di operare ed interagire fattivamente in virtù del patrimonio di conoscenze tecniche e delle specificità che contraddistinguono i propri Associati. Proprio questi ultimi – anche in seguito alla funzione Associativa proposta – risulteranno valorizzati e motivati, innescando e alimentando un circolo virtuoso di crescita e di spinta verso la ricerca e l'innovazione.