

Mensile dell'Unione Nazionale Sindacale Imprenditori e Coltivatori



## MODA, BANDIERA DEL MADE IN ITALY

*Alessandra Giulivo*



UNIONE NAZIONALE SINDACALE  
IMPREDITORI E COLTIVATORI

IL BUSINESS  
DELL'ELEGANZA  
pag. 6

UNSI CASA, SERVIZI  
PER LA PROPRIETÀ EDILIZIA  
pag. 26

NASPI: TUTTO QUELLO  
CHE C'È DA SAPERE  
pag. 29



## SEDI PROVINCIALI UNSIC SUL TERRITORIO NAZIONALE

---

**ABRUZZO** - Avezzano-AQ (V. Cesare Battisti, 46); Pescara (V. Gobetti, 15 - Tel 085-2058605); Pollutri-CH (V. Marconi, 81 - Tel 0873902805); Teramo (V. Cerulli Irelli, 5 - Tel 0861-250525).

**BASILICATA** - Montalbano Jonico-MT (V. Livenza, 8 - Tel 0835-692850); Senise-PZ (V. Madonna D'Anglona, 114 - Tel. 0973-584026).

**CALABRIA** - Catanzaro (Via Indipendenza, 42 - Tel 0961-060199); Cosenza (V. Nazionale, 11 - Tel 0983-290336); Crotona (V. Panella, 182/a - Tel 0962-955071); Reggio Calabria (V. Sant'Anna II tr. Vico Andiloro, 40 - Tel 0965-810913); Filadelfia - VV (Via 4 Novembre, 150 - Tel 0968-1950274).

**CAMPANIA** - Avellino (V. Ammiraglio Ronca, 13 - Tel 0825-781908); Benevento (V. Napoli, 156 - Tel 0824-363708); Villa di Briano-CE (V. del Firmamento, 19); Giugliano in Campania-NA (V. Palumbo, 120 - Tel 081-8947880); San Gregorio Magno-SA (Loc. Lavanghe, snc - Tel 0828-955613).

**EMILIA-ROMAGNA** - Modena (V. Mar Mediterraneo, 124 - Tel 0522-1710809); Parma (V. Scarabelli Zunti, 15 - Tel 0521-1715408); Reggio Emilia (V. Adua, 38/a - Tel 0522-1712705); Rimini (V. XXIII Settembre 1845, 6 - Tel 0541-56665); Russi-RA (V. Di Vittorio, 2 - Tel 0544-62787).

**FRIULI-VENEZIA GIULIA** - Gorizia (V. IX Agosto, 9 - Tel 0481-33387); Pordenone (V. Le Della Libertà, 2/a - Tel 0434-20481); Trieste (V. Torrebianca, 26 - Tel 040-370038); Udine (V. del Gelso, 17 - Tel 0432-1791277).

**LAZIO** - Frosinone (V. Le Mazzini, 69 - Tel 0775-835063); Latina (V. Filzi, 19 - Tel 0773-663832); Rieti (V. di Villa Mari, 11c - Tel 0746-485241); Roma (V. Bono Cairoli, 47 - Tel 06-64521464).

**LIGURIA** - Genova (V. Dante Storace, 15r - Tel 010-8595435); Imperia (V. Matteotti, 37 - Tel 0183-650503); La Spezia (V. Redipuglia, 17 - Tel 0187-460473).

**LOMBARDIA** - Bergamo (V. Battista Rubini, 11 - Tel 035-0345985); Brughserio-MB (V. Vittoria, 40 - Tel 039 2848376); Colico-LC (V. Villatico, 1 - Tel 0341-941346); Como (P.za Perretta, 6 - Tel 031-264489); Mantova (V. Mazzini, 31 - Tel 0376-224543); Milano (V. Ponte Nuovo, 50 - Tel 02-2565683); Sarezzo-BS (V. Repubblica, 52 - Tel 030-291468); Varese (V. Speri della Chiesa, 10 - Tel 0332-289548).

**MARCHE** - Ascoli Piceno (V. Kennedy, 22 - Tel 073-646561); Civitanova Marche-MC (V. Indipendenza, 64 - Tel 073-3770111); Jesi-AN (V. Mura Occidentali, 25 - Tel 0731-205236).

**MOLISE** - Campobasso (V. San Antonio dei Lazzari, snc - Tel 0874-310225); Venafro-IS (V. Vanvitelli, 9 - Tel 0865-900006).

**PIEMONTE** - Alessandria (V. Vochieri, 51 - Tel 0131-264212); Biella (V. Asmara, 15 - Tel 015-8493429); Busca-CN (P.zza Marconi, 11 - Tel 0171-946732); Domodossola-VB (V. Cadorna, 22 - Tel 0324-482601); Nizza Monferrato-AT (V. Billiani, 29 - Tel 0141-1098151); Novara (Str. Giraldego, 4 - Tel 0321-472287); Torino (V. Vittorio Asinari di Bernezzo, 101/c - Tel 011-7203903); Vercelli (V. Ariosto, 9 - Tel 0161-217165).

**PUGLIA** - Bari (C.so Vittorio Emanuele II, 180 - Tel 080-5538087); Barletta (V. Scommegna, 55 - Tel 0883-884080); Brindisi (C.so Umberto I, 108 - Tel 0831-667163); Cursi-LE (V. Piave, 9 - Tel 0836-433020); Foggia (V. Gorizia, 43/a - Tel 0884-513231); Taranto (V. Cavallotti, 149 - Tel 099-4596547).

**SARDEGNA** - Alghero-SS (V. Mazzini, 90 - Tel 079-950806); Cagliari (Vico III Sant'Avendrace, 24 - Tel 070-284490); Iglesias-SU (V. XX Settembre, 32/b - Tel 0781-878659); Oliena-NU (V. Dante, 4 - Tel 0784-287468); Oristano (V. Doria, 34 - Tel 0873-302144).

**SICILIA** - Agrigento (V. De Gasperi, 8 - Tel 0922-402958); Catania (V. Nazario Sauro, 38/40/42 - Tel 095-8163944); Cerdas-PA (V. Strang, 20 - Tel 091-8992696); Enna (V. Sant'Agata, 34 - Tel 0935-22867); Messina (V. Industriale, 152 - Tel 090-2402467); Modica-RG (V. Don Giuseppe Puglisi, 16); San Cataldo-CL (V. Le dei Tigli, 93 - Tel 0934-571989); Siracusa (V. Brenta, 12 - Tel 0931-65476); Trapani (V. Capitano Fodale Michele, 19).

**TOSCANA** - Chiusdino-SI (V. Roma, 25 - Tel 0577-751142); Firenze (V. La Marmora, 26 - Tel 0553-08642); Livorno (V. Russo, 24 - Tel 0586-410641); Massa (Gall. Raffaello Sanzio, 26 - Tel 0585-811463); Pisa (Corte S. Domenico, 8 - Tel 050-9913022); Pistoia (V. Storta, 3a - Tel 0573-402051); Prato (V. Toscana, 6b - Tel 0574-620118).

**TRENTINO** - Trento (V. Malvasia, 101 - Tel 0461-209737).

**UMBRIA** - Terni (V. Tre Venezie, 162 - Tel 0744-062106); Valfabbrica-PG (V. Fermi, 14 - Tel 075-901247).

**VENETO** - Belluno (V. dell'Agricoltura, 13 - Tel 0437-930244); Mirano-VE (V. dei Pensieri, 17 - Tel 041-5701177); Nervesa della Battaglia-TV (V. Calmontera, 5 - Tel 0422-779875); Padova (V. Tommaseo, 15 - Tel 049-8755938); Verona (V. Fraccaroli, 10 - Tel 045-8212805); Vicenza (V. Le Milano, 55 - Tel 0444-325767).

---

*L'Unsic ha oltre 2.100 Caf sparsi per l'Italia. L'elenco completo su [www.unsic.it](http://www.unsic.it)*

---



<b>5</b>	<b>EDITORIALE</b>
Un numero di Infoimpresa per analizzare il comparto moda (DOMENICO MAMONE) <span style="float: right;">5</span>	



<b>6</b>	<b>IL TEMA/LA MODA</b>
Il business dell'eleganza (GIAMPIERO CASTELLOTTI) <span style="float: right;">6</span>	

Camera fashion designer: l'Unsic fa tendenza (VANESSA POMPILI) <span style="float: right;">14</span>	
--	--

International fashion week: Messina protagonista della VI edizione (V.P.) <span style="float: right;">16</span>	
---	--

Le iniziative promosse dalla Camera giovani fashion (V.P.) <span style="float: right;">18</span>	
--	--

New generations valorizza i talenti in erba (VANESSA POMPILI) <span style="float: right;">19</span>	
---	--

Non solo stilisti: un universo di professioni (YLENIA FERRANTE) <span style="float: right;">20</span>	
---	--

Il fascino della Sicilia protagonista di D&G (NATALIYA BOLBOKA) <span style="float: right;">22</span>	
---	--

Darling Grace, slow fashion dalle tre anime (N.B.) <span style="float: right;">23</span>	
--	--

Hairstudio's dei fratelli Iavarone, parrucchieri per eventi di Pitti (GIAMPIERO CASTELLOTTI) <span style="float: right;">24</span>	
--	--



<b>26</b>	<b>MONDO UNSIC</b>
Unsicasa, servizi per la proprietà edilizia (G.C.) <span style="float: right;">26</span>	

Le nuove sfide di Unsicasa (YLENIA FERRANTE) <span style="float: right;">28</span>	
--	--

Naspi: tutto quello che c'è da sapere (WALTER RECINELLA) <span style="float: right;">29</span>	
--	--





# TESSERAMENTO

Unione Nazionale Sindacale Imprenditori e Coltivatori, è un'associazione sindacale autonoma che raccoglie e rappresenta le istanze delle imprese, ma anche dei liberi professionisti e dei cittadini, in particolare pensionati e lavoratori in stato di disoccupazione, di fronte alla pubblica amministrazione.

Per usufruire dei servizi messi a disposizione/erogati da UNSIC, è necessario associarsi attraverso la firma della delega sindacale o attraverso la sottoscrizione del tesseramento.



## A CHI SI RIVOLGE

Possono associarsi a UNSIC le aziende e i lavoratori autonomi operanti nel settore dell'artigianato, del commercio e della pesca, nonché le aziende del comparto agricolo, coltivatori diretti, coloni e mezzadri, IAP - Imprenditore agricolo professionale. La campagna di tesseramento è aperta anche ai pensionati, ai disoccupati percettori di Naspi e d'indennità di disoccupazione agricola.

## SERVIZI

UNSIK propone alle aziende associate una vasta gamma di servizi di consulenza e assistenza di elevata qualità, concepiti per rispondere alle esigenze specifiche delle diverse categorie imprenditoriali. In qualità di associati, è possibile usufruire di servizi di supporto amministrativo, finanziario, fiscale, legale e organizzativo. UNSIK offre, altresì, assistenza e consulenza alle imprese nella gestione di adempimenti amministrativi e giuslavoristi, anche finalizzati alla partecipazione a bandi e gare, alla ricerca e sviluppo, all'avvio di nuove iniziative imprenditoriali.



## COME ASSOCIARSI

Aderire a UNSIK è semplice. La delega ha caratteristiche diverse a seconda del settore di appartenenza (agricolo, artigianale, commerciale, pesca). Il modulo si firma davanti al delegato sindacale e in quel momento si attiva la procedura per la contribuzione presso l'ente previdenziale di riferimento. Per incontrare un delegato sindacale UNSIK, ci si può rivolgere alle sedi territoriali presenti in tutta Italia e all'estero. È possibile sottoscrivere il tesseramento anche attraverso bonifico bancario o postale, bollettino postale.

## SCADENZE

L'iscrizione ha validità annuale. Per le aziende e i lavoratori autonomi attivi nel settore dell'artigianato, del commercio e della pesca, la finestra di adesione va da settembre a dicembre, con decorrenza dal 1° gennaio dell'anno successivo. Per le aziende del settore agricolo, coltivatori diretti, coloni e mezzadri, IAP, per la sottoscrizione c'è tempo fino al 31 marzo, con decorrenza 1° gennaio dello stesso anno.



# Un numero di Infoimpresa per analizzare il comparto moda

L'Unsic presente nel settore con la Cngfd



di DOMENICO MAMONE - presidente dell'UNSIK

Oltre ad essere uno dei settori di punta per l'economia italiana – e in particolare per l'export – la moda costituisce una vera e propria bandiera di stile e di eleganza del "Made in Italy". Non a caso un famoso detto recita "Parla inglese, bacia francese, guida tedesco e vesti italiano".

Questo numero di *Infoimpresa* è dedicato alla moda. Non è la prima volta che la nostra rivista si occupa del *fashion*, consci che questo comparto rappresenta l'espressione massima dell'artigianalità di elevata qualità, una bandiera assoluta del "Made in Italy". Si pensi alla sartoria, che affonda le sue radici addirittura nel medioevo (la più importante associazione del settore, l'Accademia dei sartori, ha origini nel Seicento), ma anche agli stilisti italiani che hanno fatto la storia del costume internazionale e continuano a dettare le tendenze.

L'Unsic, consapevole dell'importanza di questo settore, attraverso la Camera nazionale giovani fashion designer rappresenta e tutela il comparto della moda, rappresentando i più alti valori del lavoro settoriale che consideriamo vera e propria arte.

Del resto il comparto italiano della moda, del tessile e degli accessori, come documentiamo in questo numero, è uno dei principali in tutto il mondo per il numero di aziende coinvolte, la quota di persone occupate, il reddito prodotto e la percentuale di export.

Ma oltre al suo valore economico, è anche un'icona della creatività italiana, dell'abilità, del rigore professionale, della competenza, di una padronanza artigianale acquisita in secoli di pratica in ambiti artistici e culturali. Il Rinascimento italiano è l'emblema di questa nostra propensione per l'armonia e la bellezza. Tradizione che si sposa con l'innovazione.

Da non dimenticare, inoltre, che la moda influenza l'intera società, specie in una fase in cui i social hanno assunto un ruolo centrale nella divulgazione del gusto estetico e nelle relazioni. La moda offre l'occasione a tutti di esprimersi nella propria libertà e nelle proprie inclinazioni. Se è vero che l'abito spesso "non fa il monaco", è altrettanto vero che la moda è sempre più personalizzata e finisce per rappresentare appieno l'identità e le inclinazioni di chi indossa un abito, un accessorio o sceglie un determinato taglio di capelli.

Infine occorre ricordare come la moda caratterizzi, specie in Italia, molti territori attraverso la costituzione di veri e propri distretti artigianali e industriali, oggi riconosciuti e tutelati dalla legislazione vigente. Quasi la metà è legato al settore dell'abbigliamento. Per quanto ridimensionati, i numeri sono ancora significativi: circa 100mila aziende manifatturiere si occupano di moda – distribuite in 36 distretti di abbigliamento e accessori moda (tessuti, calzature, pelle, ricami, occhiali, oro, ecc.) - con poco meno di un milione di addetti che realizzano circa un ottavo del prodotto interno lordo italiano e un quarto di tutte le esportazioni del manifatturiero.

I distretti industriali della moda sono presenti praticamente in tutta la Penisola e ognuno di loro si distingue per una specifica produzione. Biella è prima per fibre tessili, Prato per tessuti, Fermo e le Marche in genere e Riviera del Brenta sono celebri per le calzature, Firenze per la pelletteria, Belluno per l'occhialeria. Il tessile anche a Como, Piacenza, Carpi. I maggiori sarti sono originari della Calabria, della Campania, del Molise e dell'Abruzzo. E potremmo continuare toccando altri territori. Quindi la moda ha radici in ogni angolo d'Italia, specchio di abilità radicate nel tempo.

Ultima nota: la sostenibilità del processo produttivo. È la sfida dei nostri tempi e molte aziende lo hanno compreso, investendo nella transizione ecologica. Di pari passo all'innovazione.

# Il business dell'eleganza

*La moda, l'emblema assoluto del "made in Italy"*

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

“La moda ha a che fare con le idee, il modo in cui viviamo, ciò che accade” sentenziava Coco Chanel, icona senza tempo di stile ed eleganza. E per condensare il suo ruolo nel fashion internazionale, la stilista francese si presentava così: “Io non faccio la moda. Io sono la moda”.

Si è spinto più avanti Pierre Cardin, scomparso quasi centenario nel 2020: “I vestiti che preferisco sono quelli che io invento per una vita che non esiste ancora, il mondo di domani”.

La conferma tra lo stretto rapporto tra il fashion e la quotidianità l'ha ratificato anche Stefano Gabbana, secondo cui la moda prende spunto dalla società e dalla vita di

tutti i giorni. E quando i tempi sono duri, la moda sa essere oltraggiosa, come ha sentenziato Elsa Schiaparelli, la stilista romana naturalizzata francese tuttora considerata una delle più influenti figure nella storia del fashion. La moda, si sa, è innanzitutto eleganza. Cioè “equilibrio tra proporzioni, emozione e sorpresa”, per dirla con Valentino. Ed eleganza, citando Giorgio Armani, “non è farsi notare, ma farsi ricordare”.

Ma la moda è anche cultura. È arte, con Andy Warhol che la vedeva come la ragione per andare in qualche posto. È costume, con Marilyn Monroe che sosteneva che una donna con belle scarpe può conquistare il mondo. È cinema, con Audrey Hepburn che preferiva gli armadi alle piscine. È la storia di un Paese, in particolare uno come il nostro. È anche poesia, di cui Christian Dior è stato un eminente esponente: “La moda è un balletto, è lo spruzzo d'acqua nel parco, l'orchestra più sublime dell'eleganza intuitiva”.

Ma la moda è soprattutto un'industria mondiale della creatività e della ricercatezza che ha raggiunto fatturati da quasi 600 miliardi di euro. Con l'Italia che resta un indiscutibile riferimento nel mondo.

## Il quadro italiano

Il sistema moda italiano nel suo complesso occupa oltre 600mila addetti, distribuiti su circa 60mila imprese, con un fatturato complessivo di oltre cento miliardi (dati della Camera nazionale della moda riferiti al 2023).

Un recente rapporto di Assolavoro DataLab evidenzia una struttura produttiva “polverizzata”: sul piano numerico predominano le imprese in forma singola o libero professionale o autonoma (54,3 per cento), mentre le società di persone rappresentano un altro 12,4 per cento. Le restanti imprese sono suddivise tra società a responsabilità limitata (31 per cento) e società per azioni (1,6 per cento).

Lo stesso quadro viene restituito dalla distribuzione per





classi di addetti, con oltre un quarto degli occupati impiegati nelle micro-imprese fino a nove addetti e solo il 15 per cento nelle grandi imprese con oltre 250 addetti. Un ulteriore 19,8 per cento è occupato nelle medie imprese da 50 a 249 addetti; a prevalere con il 37,6 per cento degli occupati sono le imprese tra 10 e 49 addetti. Insomma, anche la moda conferma la propensione italiana al "piccolo è bello", anche perché dinamico e flessibile.

Nel confronto con il resto del manifatturiero, in questo comparto c'è una maggiore presenza di occupati nelle micro imprese (27,7 contro 21,2 per cento).

Il costo del personale del sistema moda incide per l'8,4 per cento sul totale del manifatturiero (a fronte di una quota di occupati pari all'8 per cento), perché il costo medio per dipendente è inferiore rispetto al totale del manifatturiero, come conseguenza della minore specializzazione e qualifica della forza lavoro del comparto. Il sistema moda si conferma quindi caratterizzato da un'alta intensità di manodopera con qualifiche ridotte e basso costo. Rispetto al manifatturiero ci sono più operai: rappresentano il 71,9 per cento nel sistema moda (contro il 65,6 per cento). Sempre nel confronto con il resto del manifatturiero, ci sono più lavoratrici: la loro quota sul totale degli occupati è del 55,5 per cento, il doppio rispetto al 27,8 per cento del manifatturiero.

A livello geografico gli occupati sono presenti soprattutto in Toscana (23,9 per cento), Lombardia (19,5 per cento) e Veneto (15 per cento). Singoli distretti sono presenti anche in altre regioni: il tessile ha una rilevante presenza in Piemonte, l'abbigliamento in Emilia-Romagna, pelletteria e concia in Campania e Toscana, per le calzature Marche e Puglia.

## I numeri economici

I dati diffusi nel corso dell'ultima Settimana della moda maschile a Milano nello scorso gennaio confermano come questo comparto, nonostante qualche immane lamentela o cifra in controtendenza, resti in ottima salute. Il settore della moda italiana ha chiuso il 2023 con un fatturato in crescita del 4 per cento rispetto all'anno precedente, con un anno molto positivo nella parte iniziale, meno in quella finale a causa delle battute d'arresto principalmente nelle filiere tessile e pelle.

"Ovviamente c'è qualche timore perché abbiamo due guerre in corso, la crisi del real estate in Cina, l'inflazione così alta che ci penalizza sul mercato americano - ha dichiarato all'Ansa il presidente di Camera nazionale della moda italiana Carlo Capasa a margine della conferenza stampa. "Ma considerando la congiuntura, ci sembra



che la moda di alta qualità, che è quella italiana, stia reggendo molto bene e le aspettative sono buone anche per il 2024. Non sono anni di crescita forsennata ma in questo momento è importante tenere e noi terremo”.

Le esportazioni dell'industria italiana della moda nel periodo gennaio-agosto 2023 sono complessivamente aumentate del 6.3 per cento, sia verso la Francia, primo Paese cliente, sia verso i Paesi asiatici, con il boom del Giappone che ha toccato il 16.4 per cento (più 9.7 per cento verso la Cina e più 8.6 verso Hong Kong).

Il saldo commerciale complessivo nei primi otto mesi del 2023 è stato positivo per 26 miliardi, in crescita di 2.4 miliardi di euro rispetto allo stesso periodo del 2022. Il fatturato del 2023 ha raggiunto il totale di oltre 102 miliardi di euro (dato Fashion Economic Trends, diffuso dalla Camera nazionale della moda italiana).

“Nei prossimi cinque anni la moda italiana crescerà del 20 per cento circa: significa che abbiamo davanti cinque anni buoni. Probabilmente il 2024 non sarà il migliore, ma guardando al medio termine la moda continuerà a performare molto bene - ha dichiarato ancora il presidente della Camera nazionale della moda, Carlo Capasa. Certo, ci sono segnali in controtendenza che confermano un 2024 non proprio esaltante. Ad esempio, le calzature “made in Macerata” nel primo trimestre del 2024 registrano una flessione delle esportazioni pari al 5 per cento (lo scorso anno erano a più 23,2 per cento rispetto all'anno precedente). Mentre Confindustria Moda, la filiera che riunisce 11.500 aziende e 150mila lavoratori, per circa 33 miliardi di euro di ricavi, denuncia il vistoso ricorso agli ammortizzatori sociali: emblematico che la cassa integrazione a febbraio 2024 abbia fatto segnare un più 189 per cento rispetto allo stesso mese del 2023. Del resto i dati diffusi dalla Camera nazionale della moda sono in linea con quelli raccolti nei numerosi studi che fotografano lo stato del comparto.

## **Le dinamiche secondo Banca Ifis**

L'Ufficio studi di Banca Ifis ha recentemente realizzato il report “Moda e brand del lusso: le dinamiche economiche e di consumo” che per il comparto moda esamina, in particolare, le aziende con bilancio depositato dei settori produttivi con codice ATECO 14.1, 14.2, 14.3, 15.1 e 15.2. Per l'analisi dei brand italiani del lusso selezionati ha utilizzato i bilanci ottici consolidati disponibili presso le Camere di commercio e gli annual report pubblicati sui siti web delle aziende esaminate, mentre le previsioni si basano sulle stime effettuate da Banca Ifis su dati Cerved. Infine gli *insight* qualitativi relativi ai macro-trend dei settori moda e lusso sono frutto di elaborazioni

di Banca Ifis su dati Cerved, Statista, Stylus e report True-Luxury Global Consumer Insight 2023 di BCG e The Altgamma Foundation.

Cosa emerge dalla ricerca?

Volgendo lo sguardo al biennio 2022-2023, emerge l'accelerazione della crescita, conseguenza anche del rallentamento dovuto alla pandemia negli anni 2020-2021. Nel dettaglio dal 2015 al 2023 i ricavi del settore moda in Italia sono cresciuti ininterrottamente: più 7 per cento medio annuo e ben più 72 per cento nell'arco degli otto anni fino al 2023. È stata ben recuperata anche la flessione del 2020.

A livello globale il mercato del lusso continuerà a crescere, con un ritmo leggermente più sostenuto sul comparto pelletteria rispetto all'abbigliamento. L'online, che ha registrato una forte crescita a partire dal 2020, non si ferma: si prevede che raggiungerà quasi un terzo del mercato nel suo complesso entro il 2026. La performance economica è cresciuta a doppia cifra (più 13 per cento il tasso di sviluppo medio annuo) e in misura maggiore rispetto allo sviluppo del fatturato, facendo leva su un forte posizionamento di mercato.

Ancora: per il settore moda italiano innovazione tecnologica e sostenibilità non sono stati solo slogan: gli investimenti sono raddoppiati lungo gli otto anni presi in considerazione, con un ritmo del 9 per cento medio annuo.

Crescita dimensionale e performance economiche hanno consentito di scrivere una storia di stabilità finanziaria crescente: è più che raddoppiato il capitale circolante delle imprese del settore moda dal 2015 al 2023, ben il 132 per cento in più, con un ritmo medio annuo dell'11 per cento di incremento.

Tutti i comparti del settore moda hanno contribuito alla crescita. Grazie agli investimenti green e all'efficientamento della produzione, facendo leva sulle nuove tecnologie, è il comparto “borse e pelletteria” (che conta il 37 per cento della moda italiana) a registrare lo sviluppo più elevato, arrivando a più che raddoppiare il fatturato. Forte il successo sui mercati internazionali, i trend del ben-essere e dell'outdoor hanno fatto il resto.

Il principale driver è stato costituito dalle esportazioni che, al netto del comparto tessile, sono cresciute del 17 per cento, da 47 del 2019 a 54 miliardi di euro del 2023, trainandone lo sviluppo sui mercati internazionali.

Dopo la pandemia, inoltre, il settore moda ha acquisito sempre più caratteristiche funzionali a rispondere alla crescente domanda di ben-essere ed espressione di sé da parte del consumatore. La riscoperta dell'outdoor, inoltre, ha anche mutato lo stile dell'abbigliamento preferito dai consumatori, che va a prediligere linee morbide e tessuti tecnici.





Le previsioni per il prossimo futuro?

Tra il 2024 e il 2026 il mercato globale del settore abbigliamento è destinato a continuare a crescere, con un ritmo che si aggira intorno al 3 per cento medio annuo, anche se in flessione nel biennio 2025-2026. A crescere più rapidamente i comparti di abbigliamento maschile e femminile, mentre il segmento dedicato all'infanzia cresce a un ritmo leggermente più contenuto.

Interessanti i risultati dei rilevamenti sui campioni.

La propensione all'acquisto di prodotti "Made in Italy" del settore moda caratterizzati da artigianalità e personalizzazione è particolarmente elevata, a conferma dell'appeal che il nostro Paese riesce a esercitare anche sul mercato internazionale. In Italia si viaggia tra il 90 per cento per le borse e il 92 per cento per scarpe e abbigliamento, all'estero tra il 77 per cento per le borse, il 79 per cento per l'abbigliamento e l'81 per cento per le scarpe, che rimangono il comparto di maggior interesse per il consumatore. Nel dettaglio dei Paesi, le scarpe italiane hanno il riscontro maggiore nel Regno Unito e in Cina, quindi in Germania e Francia, a chiudere gli Stati Uniti, con percentuali tra il 76 e l'81 per cento. Cina ancora al primo posto anche per borse (81 per cento) e abbigliamento (80 per cento), seguita da Regno Unito e Usa, quindi dalla Germania. Per l'abbigliamento la Francia è dietro, risentendo ovviamente della concorrenza della ricca produzione locale.

Lo studio ha infine selezionato cinque tra i più noti nel settore della moda e in particolare nel mondo del lusso - Armani, Ferragamo, Prada, Valentino e Zegna - per valutarne l'andamento e confrontarlo con il settore nel suo complesso. Con un fatturato complessivo di quasi 12

miliardi di euro nel 2023, questi cinque brand si posizionano come punta di diamante del settore moda in Italia e nel mondo, rappresentando al tempo stesso la tradizione qualitativa.

"Il trend di crescita dei brand della tradizione italiana della moda è *double digit* e allineato a quello del settore nel suo complesso, complice una domanda di prodotti di lusso che tende a non subire così facilmente i contraccolpi dello scenario macroeconomico – si legge ancora nel report di Banca Ifis. "Il forte posizionamento di mercato, soprattutto internazionale, e il *soft power* espresso dai brand ha consentito di raggiungere una redditività elevata, quasi il doppio del settore moda nel suo complesso (28 per cento rispetto al 15 per cento)".

A livello globale, la crescita dei brand tradizionali della moda è stata sostenuta da:

- consumi europei, che hanno beneficiato del *booster* del turismo, soprattutto "altospendente", che ha portato l'aumento degli acquisti on-site dei turisti statunitensi e mediorientali
- espansione sui mercati asiatici (tra il 2019 al 2023 si è registrato un più 81 per cento di export verso la Cina e più 31 per cento in direzione dell'area Asean)
- gli Usa confermano e consolidano il proprio primato sulla domanda, di cui hanno beneficiato anche i *champion* italiani con un aumento del 43 per cento dell'export dal 2019 al 2023.

Il report analizza anche la crescita degli investimenti in digitalizzazione, attraverso la creazione o il potenziamento

mento dei propri e-shop, con un'evoluzione del business model in ottica *omnichannel*, che mette il cliente al centro di tutte le fasi del processo. Questa strategia rende necessario innescare un processo di evoluzione culturale e di *upgrade* delle skills che coinvolge l'intera organizzazione: porta infatti una grande complessità nelle *operations* e nella logistica e la necessità di know-how sempre più complessi da inserire internamente in azienda o da acquisire all'esterno

La crescente attenzione alle tematiche ESG porta a un profondo ripensamento dell'industria: diminuiscono le emissioni di CO2 (meno 21 per cento) e i rifiuti prodotti (meno 17 per cento), mentre aumenta il ricorso alle fonti rinnovabili (più cinque punti percentuali) e la quota di rifiuti riciclati (più otto punti percentuali).

Interessante anche l'analisi del mercato giovanile. I brand tradizionali italiani della moda smentiscono la diffusa diceria che l'Italia sia "un Paese per vecchi". Offerta e domanda, al contrario, riguarda sempre più le nuove generazioni (Y, Z e Alpha). Attenzione però: si tratta di consumatori più esigenti. Tecnologia, relazione e sostenibilità le chiavi per attrarli. Le generazioni più giovani (Y, Z e Alpha) – si legge ancora nello studio di Banca Ifis – sono più precoci delle precedenti nell'acquisto di beni di lusso, ma anche più esigenti: vogliono vivere esperienze uniche, eccezionali e immersive e danno grande importanza a valori come l'inclusività e la sostenibilità. Nonostante si tratti di una generazione "nata con lo smartphone in mano", se si parla di lusso la Gen Z preferisce l'acquisto in negozio, magari dopo un percorso online. La soddisfazione è doppia nei negozi fisici, dove l'esperienza deve essere esclusiva.

Nel dettaglio, la trasparenza e la sostenibilità sono fattori fondamentali nella scelta di un brand. Il 73 per cento della Gen Z e il 61 per cento della Y richiedono sincerità: non dare informazioni fuorvianti ma offrire loro informazioni sulle materie prime utilizzate, sulla provenienza dei prodotti, sulle emissioni di CO<sup>2</sup> e le strategie per ridurle rafforza il legame e la fiducia verso i brand del lusso.

In generale:

- il 50 per cento dei consumatori sceglie il lusso come sinonimo di qualità più alta;
- il 39 per cento dei consumatori pensa che la sostenibilità sia un elemento molto importante nei prodotti di lusso;
- il 36 per cento dei consumatori pensa che i brand di lusso debbano offrire servizi di qualità superiore rispetto agli altri;
- il 33 per cento dei consumatori ritiene i social media

siano il principale *touchpoint* per i prodotti di lusso, superando gli store online (29 per cento di preferenze):

- il 29 per cento dei consumatori pensa che il lusso debba essere un'esperienza ricca di ispirazione;
- il 23 per cento dei consumatori acquista prodotti di lusso per mostrare agli altri la propria ricchezza.

## Il report di Mediobanca

Il Report di Mediobanca, prodotto dall'Area studi (che ha analizzato i dati finanziari e di sostenibilità delle 80 maggiori multinazionali della moda con ricavi superiori a un miliardo di euro ciascuna, di cui 37 con sede in Europa, 29 in Nord America, 12 in Asia e due in Africa, e delle 175 maggiori aziende moda Italia con fatturato individuale superiore a 100 milioni), vede il 2024 come un anno sostanzialmente stabile ma "in consolidamento". Cioè per le aziende italiane, dopo il 2022 da record (anche per il recupero del periodo pandemico), lo studio prevede un'ulteriore, moderata crescita del giro d'affari dopo un 2023 in cui i ricavi sono stati trainati dalle vendite all'estero.

L'analisi contiene inoltre un focus sul settore calzaturiero che esamina le 162 aziende produttive nazionali con ricavi maggiori di 15 milioni e approfondisce l'andamento del comparto a livello mondiale. In questo focus, uno dei comparti più caratteristici dell'industria del lusso, il report di Piazzetta Cuccia sottolinea come "dopo un biennio di spinta a doppia cifra, i dati preconsuntivi 2023 indicano una crescita moderata del giro d'affari del più 2 per cento sul 2022, trainata dal mercato interno, con l'export in ridimensionamento (meno 2 per cento), in buona parte per il rallentamento degli Stati Uniti; meglio le vendite in Cina, legate però soprattutto alle performance delle multinazionali del lusso, in un mercato non di facile approccio per le aziende con marchio proprio. Il lieve incremento del fatturato nel 2023 appare come il risultato della coesistenza di due segmenti della stessa industria con una visione di mercato profondamente differente che conferma come la sfida dell'upgrade qualitativo sia la sola frontiera sulla quale le nostre imprese possono conseguire risultati soddisfacenti nel medio-lungo termine: il segmento delle calzature di alta gamma è atteso in rialzo del più 6 per cento, mentre per le referenze mass-market si stima una contrazione del 6 per cento. Per il 2024 è atteso un adeguamento, quantificabile intorno a meno 1 per cento del giro d'affari, con una campagna di investimenti sostanzialmente allineata a quella dell'anno precedente".

Mediobanca complessivamente conferma il 2023 come





ulteriore anno di crescita (più 7 per cento sul 2022), anche se a un ritmo inferiore rispetto al precedente, con un incremento più accentuato per i gruppi del lusso con un più 9 per cento.

“Il contesto macroeconomico, i solidi fondamentali del comparto e la stabilizzazione della crescita dopo i brillanti risultati del post-pandemia – spiega il report – lasciano presagire un futuro consolidamento del settore con ulteriori investimenti da parte delle multinazionali sulla *supply chain* e sul rafforzamento del presidio di filiera”.

Infine il rapporto osserva che la moda italiana è lontana dai riflettori della Borsa: solo il 18,4 per cento del giro d'affari aggregato (15,8 miliardi di euro) è prodotto dalle 12 società quotate del panel. Le imprese quotate, nel dettaglio, hanno un fatturato medio di 1,3 miliardi, quasi il doppio di quelle non quotate (0,7 miliardi), una redditività superiore (*ebit margin* al 14,6 per cento vs 10,4 per cento), così come la proiezione internazionale (75 per cento di export vs 62 per cento).

A fine 2023 le società quotate hanno raggiunto una capitalizzazione di 42,1 miliardi (più 5,3 per cento sul 2022), pari al 3,8 per cento del valore dell'Euronext Milan (2,9 per cento nel 2019), escludendo Ermenegildo Zegna e Prada quotate all'estero. Al 31 dicembre 2023 il podio di

Borsa è occupato da Moncler (€15,3 mld), Prada (€13,2 mld) e Brunello Cucinelli (€6 mld); mentre al quarto posto si colloca Ermenegildo Zegna (€2,6 mld), seguito da Salvatore Ferragamo (€2,1 mld).

Nel settore calzaturiero l'Italia vanta un posizionamento di primo piano nel mondo. Siamo infatti il dodicesimo produttore mondiale e primo dell'Unione europea, con un terzo delle calzature comunitarie prodotte (32,6 per cento, pari a 162 milioni di paia). L'Italia è il terzo esportatore mondiale a valore, con il 7,6 per cento delle esportazioni complessive, preceduta dalla Cina (32,9 per cento) e dal Vietnam (17,1% per cento, e l'ottavo a volume. Infine, il nostro Paese è leader tra i produttori di calzature di alta gamma: il prezzo medio delle esportazioni italiane (USD 61,66/paio) è di gran lunga il più elevato al mondo, davanti a quello della Francia (USD 39,37/paio) e superiore di oltre dieci volte quello cinese (USD 6,19/paio).

### **Il database Allianz Trade**

Per quanto riguarda le insolvenze e i mancati pagamenti del settore tessile in Italia, si può ricorrere ai dati tratti dal database Allianz Trade. Dopo un periodo di limitata



incidenza durato dal 2020 al 2022, nel 2023 si è registrato un incremento delle insolvenze giuridiche e dei mancati pagamenti in tutti i settori industriali italiani. In questo scenario, il comparto tessile italiano non fa eccezione.

Nel 2023, si è registrato, infatti, un significativo aumento delle procedure concorsuali: dal database Allianz Trade affiora un incremento del 114 per cento rispetto al 2022. Tale fenomeno ha visto alcune aziende gravemente colpite dai diversi fattori che hanno caratterizzato l'ambiente economico: la crescente prevalenza dell'e-commerce, il peso degli affitti elevati, il diffondersi della contraffazione e le ripercussioni derivanti dalla guerra e dalla crisi che ha interessato il mercato tedesco, come evidenziano da Allianz.

Nel dettaglio, pur mantenendo performance complessivamente positive, le aziende tessili presentano qualche difficoltà ad autofinanziarsi attraverso il ciclo incassi-pagamenti, quelle operanti nel settore dell'abbigliamento sono particolarmente esposte alle fluttuazioni del mercato, quelle degli articoli in pelle, presenti principalmente nel Centro Italia, trovano la loro principale redditività in Francia, seguita dalla Svizzera che, tuttavia, mostra una tendenza al calo negli ultimi tre anni. Il distretto industriale della Toscana ha visto un incremento nell'uso degli ammortizzatori sociali, e l'export ha subito una contrazione

superiore al 10 per cento nel 2023. Il mercato risente dall'arrivo di prodotti a basso costo dalla Cina.

### **Il rapporto di McKinsey**

Un altro punto di riferimento per esaminare le tendenze, le trasformazioni in atto e le sfide future nell'industria della moda è il report "The state of fashion 2024", pubblicato da Business of fashion (Bof) e McKinsey.

Secondo lo studio, il settore, escludendo i beni di lusso, registrerà un aumento moderato, oscillando tra il 2 e il 4 per cento, più o meno in linea con l'industria globale.

Si conferma, in sostanza, la crescita, ma inferiore rispetto al biennio precedente. Perché il trend deve fare i conti con l'incertezza geopolitica – in testa alle preoccupazioni del campione intervistato - ed economica e la debole fiducia dei consumatori. Il segmento del lusso dovrebbe generare la maggior parte del profitto economico. La crescita europea e cinese dovrebbe rallentare, mentre sugli Usa la visione è ottimistica.

Il report tocca un aspetto ormai immancabile: l'irruzione dell'intelligenza artificiale anche nel settore della moda, in particolare nella progettazione e nello sviluppo dei prodotti. Altri aspetto positivo è l'aumento previsto dei viaggi internazionali, dato positivo perché lo shopping rappre-



senta quasi sempre una priorità per i viaggiatori. Il rapporto McKinsey mette in luce anche l'evoluzione dell'influencer marketing, tra luci e ombre: questo mercato dovrà qualificarsi, estromettendo i troppi improvvisatori. Altra tendenza: il "fast fashion" sarà sempre più all'ordine del giorno, cioè la realizzazione di abiti di bassa qualità a prezzi notevolmente ridotti, lanciando nuove collezioni in tempi molto brevi.

Infine, tendenza in crescita nel 2024 è costituita dall'abbigliamento *outdoor*, dalle sue caratteristiche tecniche, e dalla popolarità del trend "gorpcore", mix di funzionalità tecnica e stile moda. Emergente è anche il concetto di "quiet outdoor", ispirato alla tendenza del "quiet luxury".

## Le figure professionali

Sarà in particolare la svolta ecologica, ma anche l'innovazione, a determinare le trasformazioni nel campo delle figure professionali nel settore moda.

Nel comparto tessile, abbigliamento e accessori, secondo Assolavoro DataLab da qui al 2027 serviranno tra 63mila e 94mila occupati. E, in particolare per quanto riguarda i profili legati alla sostenibilità, il loro reperimento è difficile.

Secondo Assolavoro, la domanda di lavoro delle aziende del sistema moda sarà sempre più caratterizzata dalla ricerca di competenze professionali specifiche per gestire la transizione ecologica. I settori più coinvolti sono quelli dell'approvvigionamento di materie prime e semi lavorati, del controllo del fine vita, delle attività connesse di raccolta dati, rendicontazione e corretta informazione al pubblico.

Il sistema Excelsior, realizzato da Unioncamere, stima che il fabbisogno complessivo del sistema moda tra il 2023 e il 2027 sia di 72.900 nuovi occupati. Considerando i soli comparti di tessile, abbigliamento e accessori, la stima più conservativa è di un fabbisogno di 63mila nuovi occupati fino al 2027, che salgono a 94mila nella stima più favorevole.

Dall'attività di scouting condotta da Assolavoro e Datalab sui profili professionali più richiesti nei principali portali di raccolta vacancy (LinkedIn, Trovit e Indeed) e tra le agenzie per il lavoro associate, prevalgono, appunto, figure professionali rivolte ad attività legate alla sostenibilità, nell'ambito delle funzioni di pianificazione e controllo (in inglese, *Sustainability specialist fashion, environmental reporting coordinator*). La domanda delle aziende si rivolge anche a: *Finance & Controlling specialist, Finance governance and compliance analyst, Digital analytics manager* e il *Business performance management analyst*.



# Camera fashion designer: l'Unsic fa tendenza

*L'associazione per il settore moda e arte*

di VANESSA POMPILI

**C**ostituita nel febbraio del 2015, la Camera nazionale giovani fashion designer (Cngfd) è un'associazione apolitica, apartitica e aconfessionale, senza fini di lucro, che ha come obiettivi primari la promozione dei valori della moda e dell'arte italiana, nonché il sostegno dei talenti emergenti, coordinando e diffondendo l'immagine dell'inconfondibile e talentuoso stile italiano sia nel Belpaese che all'estero.

Negli anni ha registrato una forte crescita, conquistando ben presto una grande visibilità, fino ad arrivare nel 2022 all'adesione all'Unsic, Unione sindacale nazionale imprenditori e coltivatori, divenendone la sua associazione per il settore moda e arte. Con l'affiliazione all'Unsic, la Camera rafforza ulteriormente la sua vocazione alla valorizzazione, alla divulgazione e tutela dei più alti valori della moda, dell'arte in senso lato in tutte le sue modalità di manifestazione.

I giovani fashion designer rimangono la priorità assoluta della Camera, che vengono seguiti e incoraggiati nel loro percorso di crescita professionale attraverso l'organizzazione di numerosi eventi. Queste manifestazioni offrono la possibilità di affiancare ai talenti emergenti, le grandi firme della moda made in Italy, diventando così importanti momenti di formazione, confronto e visibilità per le nuove generazioni di creativi. Sono occasioni pensate per i giovani designer affinché possano sviluppare competenze tecniche e teoriche e affinare le proprie abilità, preparandoli a entrare con successo nel competitivo mondo della moda.

A questo intento di promozione si aggiunge lo spirito proprio dell'organismo di rappresentanza dell'Unsic, che permette alla Camera nazionale giovani fashion designer di valorizzare e disciplinare maggiormente gli interessi morali, artistici ed economici di tutte quelle categorie professionali che operano nel settore della moda divenendo l'interlocutore sindacale privilegiato presso le istituzioni pubbliche e le altre associazioni nazionali e internazionali d'interesse. Investendo sull'italianità e sulla sartorialità delle creazioni, la Camera vuole soste-

nerle le piccole e medie imprese (Pmi), puntando tutto sul made in Italy. I risultati sono le eccellenze della moda tricolore con prodotti di nicchia lavorati artigianalmente che seguono una filiera tutta italiana, sia nella produzione che nei tessuti utilizzati.

Quale associazione di categoria del settore moda, la Camera si fa portavoce delle istanze di tutela raccolte nel comparto rappresentato, partecipando attivamente alla stipula di contratti ed accordi collettivi di lavoro, sia a livello nazionale che territoriale e/o di 2° livello.

Presidente della Camera nazionale giovani fashion designer è Alessandra Giulivo, giornalista, laureata in Scienze dello spettacolo e della comunicazione multimediale, con all'attivo una significativa esperienza anche come, presentatrice, conduttrice televisiva e organizzatrice di eventi. Alla guida dell'associazione dal 2017, la presidentessa ha portato avanti con impegno numerose iniziative, concentrando il suo impegno nel supportare l'innovazione e la creatività nel settore della moda pur mantenendo al contempo una forte connessione con le tradizioni e lo stile italiano.

## I servizi della Camera

Tanti i servizi di assistenza e consulenza offerti dalla Camera ai suoi associati che possono essere richiesti direttamente o tramite le strutture promosse o collegate all'Unsic nazionale.

Per i giovani creativi pensate una serie di attività e iniziative dedicate per accompagnarli nel delicato passaggio formazione/lavoro e aiutarli a muovere i primi passi nel mondo della moda:

- formazione fashion lab e formazione continua
- organizzazione di eventi, convegni e congressi
- format televisivi
- shooting fotografici
- campagne e spot pubblicitari
- Osservatorio sulle tendenze della moda e dei tessuti



In convenzione con Unsic, offre ai propri associati un servizio completo di assistenza a condizioni di estremo vantaggio. Nello specifico si occupa di:

- certificazione rapporti di lavoro e assistenza contrattuale
- politiche attive
- accesso al credito e finanza ordinaria agevolata
- collocamento privato
- tenuta libri paga
- assistenza legale
- assistenza fiscale e amministrativa

Nell'ottica di promuovere i giovani talenti associati alla Camera e agevolarne lo sviluppo professionale è stato attivato in partnership con Unsic, lo sportello Job & Placement. Lo sportello si propone la finalità prevalente di promuovere l'attività professionale degli associati e agevolarne l'inserimento nel mercato del lavoro e in particolare nel mondo della moda. L'ufficio placement è infatti costantemente impegnato nella ricerca delle migliori opportunità professionali attraverso un solido servizio informativo rivolto ai propri associati e un servizio di orientamento personalizzato, finalizzati a favorirne l'inserimento nel mondo del lavoro, anche tramite l'organizzazione di incontri ed eventi. Nello specifico lo sportello Job&Placement offre agli associati la possibilità di coniugare il percorso di studi effettuato con i profili professionali richiesti dal mercato del lavoro locale, nazionale ed internazionale e fornisce un aiuto concreto per l'inserimento nel mercato del lavoro riducendone notevolmente i tempi di ingresso. Al contempo offre alle imprese la possibilità di creare un incrocio domanda/offerta il più rispondente possibile alle proprie esigenze. Le aziende possono ridurre i tempi ed i costi della ricerca del personale e indirettamente, danno un contributo alla definizione dei percorsi formativi futuri che rispondano ai reali fabbisogni professionali del mondo del lavoro.

### Le principali iniziative

Numerose e prestigiose le attività organizzate dalla Camera per valorizzare il settore e offrire visibilità e opportunità di crescita ai giovani designer.

Punta di diamante dell'associazione, l'International Fashion Week (IFW) evento italiano ma dal respiro internazionale, che ogni anno crea molteplici occasioni di incontro tra le storiche realtà della moda del Belpaese e le nuove realtà produttive e creative internazionali. Eccellenze internazionali e del made in Italy, Fashion designer, New generations sono i tre contenitori principali di una manifestazione che vuole valorizzare tradizione e sartorialità, patrimonio culturale e futuro con un'atten-



zione focalizzata sui giovani talenti della moda, dell'artigianato e del made in Italy.

Un'altra importante iniziativa promossa e realizzata dalla Camera è la Fashion Lab, un vero e proprio laboratorio esperienziale per fashion designer totalmente incentrato sul concetto di stile e sulle sue applicazioni pratiche. Insegnamento prioritario del laboratorio è di puntare sulla definizione di uno stile, non solo per ottenere un "prodotto" finale, ma anche per comunicare un messaggio e valorizzare al massimo le proprie creazioni.

Pensate come occasioni di arricchimento formativo e professionale, la masterclass di "Bridal Experience", interamente dedicata al trucco per la sposa e quella di "Armocromia", per approfondire le infinite sfumature del colore, far risaltare l'armonia che si stabilisce tra la persona, il *make up* e gli abiti.

# International fashion week: Messina protagonista della VI edizione

*Sfilate, premiazioni e tanto made in Italy*

di V.P.

**D**opo quattro edizioni che hanno avuto come cornice il suggestivo salone Foyer del teatro Cilea di Reggio Calabria e la successiva, la quinta nel 2023, che si è svolta nello storico e barocco Palazzo Biscari nella città di Catania, torna anche quest'anno l'International fashion week (IFW), il prestigioso evento che coniuga eleganza, stile, creatività e innovazione targato Camera nazionale giovani fashion designer. Per il 2024 la scelta è ricaduta sulla bellissima città di Messina e, come per le precedenti kermesse, la location designata è altrettanto importante: il monumentale Palazzo del Monte di Pietà, costruzione esemplare a cavallo di due stili, quello manieristico e quello barocco, progettato agli inizi del Seicento dall'architetto gesuita Natale Masuccio.

A fare da prezioso scenario all'International fashion week, l'ampio cortile esterno del palazzo con la sua imponente scalinata.

Dal 7 al 9 settembre 2024 le strade di Messina s'illumineranno di glamour e originalità. Non è un caso la scelta della città siciliana. È un punto geografico in cui convergono tanti mari, tante tradizioni e voglia di solcare le vaste distese d'acqua, per intraprendere lunghi e avventurosi viaggi. Una città che regala stupore perché offre un ambiente spettacolare. E allora quale luogo migliore se non Messina per mettere in scena la sesta edizione dell'International fashion week?

Tre giorni totalmente all'insegna della moda e delle nuove tendenze, per riscoprire e valorizzare l'eleganza e la qualità dello stile sartoriale italiano. Il gala della moda rappresenta un'occasione di confronto e incontro tra la nostra tradizione e i nuovi *trend* internazionali.

"Nella moda, come in tutti i campi, il futuro sono i giovani. È bene dunque assicurarsi che questo senso di artigianalità, di vera e propria 'arte manifatturiera' non venga perduto. La moda non è solo una leva fondamentale per lo sviluppo del territorio, ma anche un grande elemento di attrazione. La Camera, quindi, vuole promuovere i giovani stilisti, dando loro la possibilità di farsi conoscere entrando in contatto con il panorama del de-

sign made in Italy. Dunque un'idea vincente che vuole aiutare a concretizzare i sogni dei tanti giovani creativi contribuendo a sostenere la produttività italiana". Sono queste le parole utilizzate dai rappresentanti della Camera nazionale dei giovani fashion designer che ben spiegano le finalità che si sono poste, nonché l'importanza di organizzare eventi di rilevanza transnazionale come l'International fashion week.

"È necessario investire nella valorizzazione dei giovani talenti e legare artigianato e cultura, tradizione e innovazione. Solo con il rafforzamento dell'impegno nell'epoca attuale, infatti, è possibile favorire e auspicare la crescita delle future generazioni. Il progetto nasce dall'idea di ampliare l'osmosi tra il mondo della moda, dell'arte e della cultura. La moda è un volano produttivo incredibile e può rappresentare una risorsa per la disoccupazione giovanile. È estro, creatività, intuito ma anche organizzazione, strategia, management e queste componenti, apparentemente contrastanti, devono convivere ed amalgamarsi per assicurare il successo di un'idea imprenditoriale.

La moda rappresenta anche un fattore sociale, ambientale ed economico che riesce ad unire mondi differenti tra loro, quali la creatività e il consumo. Sappiamo tutti che la moda italiana ha sempre avuto un'importanza più rilevante, non solo per il lavoro svolto dai nostri grandi stilisti, ma proprio per la qualità e la preziosità delle manifatture".

Non solo moda in senso stretto, ma anche tutto l'universo che la circonda e ne è espressione stessa. Durante le giornate dell'International Fashion Week sono previsti anche shooting fotografici, workshop, *red carpet*, premiazioni, mostre e convegni e gli incontri con le Accademie di moda. Domenica 8 settembre l'attesissima sfilata di moda e l'immane appuntamento per l'assegnazione del Golden Muse Award 2024, l'ambito premio conferito a personaggi e celebri personalità che si sono distinti, per alti meriti, a livello nazionale ed internazionale per le attività legate al mondo della moda, dell'arte, della cultura e dell'imprenditoria. La manife-





stazione è ricca di appuntamenti che vogliono valorizzare tradizione e sartorialità, patrimonio culturale e futuro, con un'attenzione focalizzata proprio sui giovani talenti della moda, dell'artigianato e del made in Italy. All'interno dell'International fashion week altri tre appuntamenti imperdibili: Premio Eccellenze internazionali e del made In Italy, Fashion designer e New generations, con i vincitori del concorso che avranno l'onore di vedere le proprie creazioni sfilare in una passerella così prestigiosa. Nella

scorsa edizione due i *big* della moda che hanno ricevuto l'autorevole riconoscimento Eccellenza internazionale del made in Italy, il premio conferito a coloro che si sono distinti su scala globale per le loro eminenti qualità. Sono Carlo Alberto Terranova, stilista erede del maestro Fausto Sarli e direttore creativo della maison, e Giovanni Cannistrà, famoso fashion designer di alta moda e insegnante, i nomi di spicco del panorama internazionale della moda aggiudicatari del premio.



# Le iniziative promosse dalla Camera giovani fashion

*All'attivo Fashion lab, concorsi, masterclass e premi*

di V.P.

**S**in dalla sua costituzione, l'interesse principale della Camera nazionale dei giovani fashion designer è quello di valorizzare i talenti emergenti della classe creativa, dando vita a eventi che tengano conto delle nuove generazioni, offrendo loro possibilità non solo di alta formazione ma anche l'apertura di un dialogo multidirezionale, nonché di accrescere la propria visibilità. E il motto della Camera ben sintetizza gli intenti dell'associazione di rappresentanza del settore moda di Unsic: "Priorità assoluta i giovani fashion designer". Oltre all'organizzazione dell'International fashion week, sono varie le iniziative formative promosse dalla Camera per offrire agli associati un momento di crescita professionale, di approfondimento delle competenze e di confronto con esperti del settore.

Nell'ottica di promuovere i talenti emergenti, è stato istituito il concorso "New generations" rivolto ai giovani fashion designer diplomati e/o studenti presso istituti superiori, pubblici o privati, di design, moda e modellistica, accademie, università di moda e scuole professionali, chiamati a realizzare due capi "alta moda" o "pret a porter" utilizzando estro, stile e creatività.

Tra le iniziative maggiormente apprezzate il "Fashion Lab", laboratorio per giovani fashion designer che coniuga conoscenza teorica ed esperienza pratica. I creativi hanno così la possibilità di apprendere i segreti delle professioni del comparto moda e anche di confrontarsi con la realizzazione di uno shooting fotografico incentrato su un loro progetto. La prima edizione si è svolta a Messina, ad ottobre 2023 nell'ambito del concorso "New generations" riscuotendo un enorme successo che ha spinto la Camera a replicare l'iniziativa.

Laboratori, corsi, ma anche masterclass di specializzazione professionale a 360 gradi rivolte ai vari professionisti del settore moda. Non solo stilisti ma anche *make up artist*, *hair stylist* e professionisti della bellezza.

La prima masterclass del 2024 è stata "Bridal Experience", dedicata al trucco per la sposa. Lezioni teoriche, esercitazioni pratiche e approfondimenti sui nuovi pro-



dotti e le nuove tendenze make-up hanno permesso ai partecipanti di conseguire, implementare o perfezionare le competenze tecniche, pratiche e gestionali indispensabili per realizzare un trucco sposa tecnicamente impeccabile e ottenere la specializzazione professionale in Bridal make-up artist. Due le edizioni tenutesi presso la sede Unsic di Polistena (Reggio Calabria). Docente d'eccezione, il noto make up artist, Dario Caminiti, truccatore e visagista di modelle e dive del piccolo e grande schermo.

È un calendario in continuo aggiornamento quello della Camera. Sono in programmazione il corso per organizzatore di eventi nel settore moda, il corso per consulente d'immagine e quello per personal shopper. Tra questi spicca la masterclass in "Armocromia", disciplina che si ispira all'armonia del mondo naturale e, nello specifico, alla perfezione cromatica delle quattro stagioni dell'anno. L'armocromia è un metodo che aiuta a stabilire quali colori si addicono a un individuo, basandosi sull'armonia tra il colore della pelle, degli occhi e dei capelli e viene utilizzato dai migliori professionisti del settore moda e beauty, per valorizzare al meglio una persona e gli abiti che indossa. E poi ancora eventi dedicati ai vari comparti che ruotano intorno alla moda, seminari e i cosiddetti "Fashion hour", l'innovativo format che intende coniugare il design e l'happy hour per veicolare i valori e la cultura del made in Italy, creando al tempo stesso momenti di scambio e confronto.

Impossibile dimenticare il Premio testimonial CNGFD, assegnato ad artisti che si sono distinti, nel proprio settore, per rilevante merito, con una carriera artistica costellata di successi e di soddisfazioni umane e professionali, che li collocano ai vertici del panorama culturale nazionale.



# New generations valorizza i talenti in erba

*Il concorso si rivolge ai giovani studenti*

di VANESSA POMPILI

La Camera nazionale giovani fashion designer punta da sempre sui giovani creativi con l'intento di creare opportunità di crescita professionale. Nasce così "New generations" rivolto agli studenti iscritti all'ultimo anno della scuola secondaria di secondo grado, di design e moda, alle università, alle accademie di moda e/o ad altri istituti post diploma. La Camera quale associazione di settore della moda dell'Unsic, sostiene da anni con grande passione l'impegno di promuovere e valorizzare i talenti emergenti della classe creativa, nell'assoluta e ferma convinzione di come sia preminente per i giovani, che si affacciano alla nobile ma difficile arte della moda e del design, ricevere la massima visibilità. Il concorso nasce dall'idea di amplificare l'osmosi tra il mondo della moda, dell'arte e della cultura e rappresentare un aiuto concreto alla realizzazione dei sogni dei tanti giovani creativi che vi partecipano contribuendo, al contempo, a sostenere la produttività italiana.

"Da anni – afferma la presidente nazionale Alessandra Giulivo - sosteniamo la creatività giovanile del settore moda e promuoviamo la formazione, le competenze e le opportunità per lanciare nuove figure professionali, il concorso rappresenta un ulteriore trampolino di lancio per i ragazzi per esaltare le loro qualità artistiche".

Il concorso, giunto quest'anno alla seconda edizione, prevede un'unica sezione di prodotto rivolta sia all'Alta moda che al Pret-à- porter. I candidati dovranno realizzare i disegni di due outfit di "Alta moda" o due di "Pret-à-porter"; i capi saranno poi valutati principalmente in base allo stile, alla contemporaneità, all'originalità e alla creatività. Dovranno inoltre rispecchiare uno stile ben preciso ed essere alla "moda" nel tratto e nella tecnica di rappresentazione. Le proposte devono essere presentate sotto forma di bozzetto e sono valutate da un Comitato tecnico che designa i tre finalisti che saranno premiati durante l'International fashion week. Tra i premi per i vincitori del concorso sono previsti una borsa di studio, software offerti dall'azienda Pro2Dev. Per incre-



mentare ulteriormente la visibilità dei finalisti, sfileranno con le proprie creazioni sul prestigioso palcoscenico della sesta edizione dell'International Fashion Week, nella splendida cornice del Palazzo del Monte di Pietà a Messina.

"Siamo orgogliosi di creare nuove opportunità per i nostri giovani - commenta la presidente Alessandra Giulivo - e soddisfatti del riscontro ottenuto dal concorso e dal livello tecnico dei bozzetti presentati dai partecipanti. Continueremo a impegnarci per creare opportunità di visibilità per i giovani talenti emergenti. A partire dal mese di ottobre, abbiamo in cantiere workshop, corsi e momenti di alternanza studio-lavoro, per colmare il divario ancora troppo ampio che esiste tra scuola e professione".

# Non solo stilisti: un universo di professioni

*Le ricadute occupazionali del settore*

di YLENIA FERRANTE

**C**onsiderato tra i settori che sembrano non conoscere crisi, complice anche il successo ottenuto grazie all'amplificazione dei social per mezzo dei suoi rappresentanti e testimonial, quello della moda continua ad essere uno tra i comparti più ambiti dai giovani nella ricerca del lavoro. L'Italia è rinomata in tutto il mondo per le creazioni di moda e, secondo un sondaggio della Camera nazionale della moda italiana, lo stipendio del lavoratore medio nella moda di lusso supera di quasi il 50 per cento lo stipendio minimo in Italia. Oggi questo settore può offrire retribuzioni estremamente invitanti: tra gli impieghi più pagati in Italia figurano alcuni ruoli nel mondo del fashion. Ma quali sono i principali profili operanti nel settore? Vediamoli insieme.

**Stilista** - Lo stilista è la figura creativa d'eccellenza che immagina, disegna e progetta collezioni di moda e outfit completi.

**Ricercatore di tendenze** - Il ricercatore di tendenze è un professionista che fornisce ai creativi, attraverso l'elaborazione di reportage fotografici (i quaderni di tendenza), spunti, idee, dati su cui progettare le nuove linee di prodotti di moda.

**Modellista** - Il modellista di abbigliamento è l'anello di

congiunzione tra lo stilista ed il prodotto. È un progettista che, avvalendosi di strumenti tradizionali e di programmi tecnologici innovativi (come il CAD), trasforma in realtà ciò che lo stilista immagina.

**Progettista abbigliamento** - Il progettista moda è in grado di concepire e progettare capi di abbigliamento e accessori, definendone le caratteristiche funzionali e tecniche, impostare ed elaborare nuove collezioni, dando origine a nuove linee ed ispirando nuove tendenze moda.

**Sviluppatore prodotto** - Figura professionale che si occupa di sovrintendere tutto il ciclo di produzione. Ha forti componenti tecniche e una solida conoscenza del prodotto. Garantisce il rispetto dei criteri legati allo stile e quelli relativi alla correttezza tecnica del prodotto.

**Fashion stylist** - Professionista che collabora a stretto contatto con stilisti, redazioni e celebrities per valorizzare ed esaltare al meglio i capi di una collezione nell'ambito di una sfilata, di una campagna pubblicitaria o di un evento promozionale.

**Social media manager** - Il Social media manager è una figura manageriale esperta di comunicazione digitale che possiede una visione globale della struttura social di un'azienda.

**Virtual visual merchandiser** - È un grafico che cura le vetrine virtuali dei negozi online che è al tempo stesso un creativo e uno psicologo del marketing: posiziona infatti i vari prodotti nella vetrina virtuale cercando di renderli il più attraenti possibili agli occhi dei potenziali clienti.

**Web marketing specialist** - Figura strategica di grande importanza sia per le vendite che per la promozione del brand o del prodotto. Nel settore fashion è il responsabile del marketing e della comunicazione on line.

**Communication designer** - Progettista in grado di ideare e gestire campagne di comunicazione integrata pensate sul cliente e per questo adattabili sotto ogni aspetto per trovare la massima efficacia del messaggio comunicativo.









# Il fascino della Sicilia protagonista di D&G

*La regione musa ispiratrice di Dolce&Gabbana*

di NATALIYA BOLBOKA

**T**radizioni, mare cristallino, sapori unici, colori sgargianti, profumi agrumati, panorami mozzafiato e commistione di stili. Tutto questo, e non solo, è la Sicilia. Terra di dominazioni straniere, dagli Antichi Greci ai Romani, dai Vandali, agli Ostrogoti, ai Bizantini, passando per gli Arabi fino ai Normanni e ai Borboni, la regione vanta una ricchezza culturale unica nel suo genere.

E proprio la Sicilia, terra natia di Domenico Dolce, costituisce un punto di riferimento per Dolce&Gabbana, che hanno reso celebre la regione nel settore della moda. Nato dall'incontro tra Domenico Dolce e Stefano Gabbana nel 1981, il marchio ha sfilato per la prima volta nel 1985, presentando alla Milano fashion week una selezione di stilisti emergenti. Ma a consacrarli al successo è stata la collezione autunno-inverno 1987-88 dal titolo più esaustivo che mai: "La Sicilia".

Abiti neri dalle linee pulite e tessuti *crochet* del tipico "look da vedova", immortalati poi da Ferdinando Scianna nella campagna pubblicitaria con Marpessa, realizzata a Palermo, sono stati la carta vincente di Dolce&Gabbana, il cui "vestito siciliano" è uno dei pezzi più iconici.

È nata così la storia d'amore tra la *maison* e la Sicilia, che ne costituisce la cifra stilistica. La ricchezza della regione, la maestria degli artigiani siciliani, le tradizioni religiose, gli elementi folkloristici come il carretto, le ceramiche, il teatro dei Pupi, sono una fonte inesauribile di ispirazione da cui nascono collezioni sgargianti e pezzi unici, che rendono lo stile siciliano famoso in tutto il mondo.

Non poteva che essere la Sicilia, quindi, a segnarne il debutto nell'Alta moda con la memorabile sfilata del luglio 2012, quando "tailleur di pizzo e *double* satin e abiti ricamati e semplici tubini e ancora redingote e cappottini di agnellino e abiti dipinti" – scriveva l'allora direttrice di *Vogue Italia*, Franca Sozzani – avevano percorso la passerella nell'iconico hotel San Domenico di Taormina.

Interamente ispirata alla Sicilia è stata anche la collezione primavera-estate 2013, omaggio ai Pupi e al teatro



delle Marionette. Protagoniste le trame con l'Orlando, i capitelli dei templi di Selinunte, le ceramiche di Taormina, e le righe del tipico stile marinaro, mentre tra i materiali raffa, vimini e iuta vengono accostati a *chiffon* e pizzo.

Ed è ancora una volta la regione che ne ha decretato il successo, rendendo Domenico Dolce e Stefano Gabbana stilisti di fama mondiale, ad ospitare nel 2022 il decennale dell'Alta moda del brand, ai piedi del Duomo di Ortigia, dove sacro e profano si sono mescolati in uno spettacolo unico.

Aperto dalla processione della domenica di Pasqua tratta da *Cavalleria rusticana*, del maestro Pietro Mascagni, lo show ha visto sfilare oltre 100 modelle. Due i colori dominanti: il bianco, omaggio ad Ortigia e alla sua pietra, e il nero, ritorno alle origini, simbolo di tradizione e lutto, ma anche di sensualità e di eleganza per eccellenza. Non è mancato, poi, un tributo a Santa Lucia, patrona di Siracusa con un abito d'oro e d'argento, ma anche l'effigie della Madonna, e a completare il quadro croci e rosari.

"Proprio come se si trattasse dell'eredità della propria famiglia, le tradizioni folkloristiche della Sicilia percorrono le collezioni, talvolta richiamate apertamente, altre volte nascoste come riferimenti segreti che verranno colti solo da chi li conosce già - si legge sul sito della *maison*. È così che dalla sfilata del 1985 è iniziata la "favola siciliana" - recita il documentario sui due stilisti - di Domenico Dolce e Stefano Gabbana, la cui musa per eccellenza è lei: la Sicilia.

# Darling Grace, slow fashion dalle tre anime

*Calabria, Trentino Alto-Adige e Roma in un unico brand*

di N.B.

**F**ondata da Consuelo Chinè, di origine calabrese e romana di adozione, Darling Grace è un *brand* che coniuga raffinatezza, artigianalità e made in Italy con il rispetto per l'ambiente. È ispirato a "donne, forti e determinate", come l'eroina vittoriana Grace Darling che salvò la vita ai naufraghi del bastimento Forfarshire nel 1838, in un'epoca in cui alle donne non era concesso essere coraggiose e decise. A lei William Wordsworth dedicò uno dei suoi componimenti *The girl with windswept hair, La ragazza coi capelli al vento*, si legge sul sito.

Se la libertà e la forza di ogni donna sono i valori in cui si rispecchia il marchio, questo è anche fondato su tre anime, o meglio, tre terre: la Calabria, con la sua autenticità, il Trentino Alto-Adige, dall'equilibrio incontaminato, e Roma, dalla bellezza esemplare. Ognuna di esse rappresenta un elemento importante nella vita della fondatrice e in qualche modo ha influenzato Darling Grace.

A partire dalla provincia di Reggio Calabria, dove è nata la passione di Consuelo per i tessuti antichi, e dal tempo trascorso con la nonna Gabriella, che le ha insegnato il valore delle conoscenze tramandate di generazione in generazione. Passando per le montagne del Trentino, in un'oasi di pace dalla natura incontaminata dove ritirarsi per rigenerare l'anima. Fino ad arrivare a Roma, la Città eterna che con la sua maestosità ha accolto Consuelo e dove ha imparato la genialità dell'arte, della moda e del design.

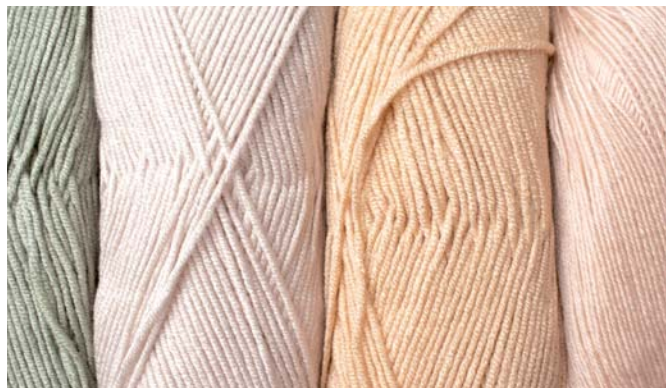
Tutto questo senza dimenticare il rispetto per l'ambiente. "È sulle mie radici che mi appoggio, ma guardo

al futuro con un solo obiettivo: essere portavoce dei temi di sostenibilità, benessere e responsabilità sociale per contribuire attivamente a diffonderne la consapevolezza", dichiara la *founder* di Darling Grace.

*Brand* di *slow fashion*, pone attenzione a ogni fase del processo creativo, produttivo e distributivo. Ogni capo viene realizzato artigianalmente al momento dell'ordine, così da garantire sempre la massima qualità e apportare modifiche e personalizzazioni in base alle esigenze del cliente.

I tessuti biologici, eco-compostabili o eco-biodegradabili, sono frutto di un'accurata ricerca di fibre che rispettino non solo l'ambiente, ma anche la salute della pelle, valorizzando la raffinatezza e l'unicità di ogni donna. Tra questi il Tencel lyocell, estratto da alberi di Eucalipto coltivati da aziende certificate Forest stewardship council (FSC), il lyocell Seacell, ricavato dalle alghe, il cupro Bemberg o seta vegetale, sottoprodotto del cotone, la fibra di mais Ingeo e la Menta. E ancora la seta non violenta, ricavata da bozzoli in cui si consente alla larva di completare la metamorfosi, meno morbida ma più sostenibile, la viscosa ecologica, la lana e il cotone biologici. E infine, il bambù, il lino e la canapa. Quest'ultima in particolare non richiede l'utilizzo di pesticidi e fertilizzanti, né grandi quantitativi di acqua ed ha un'altissima resa di fibre estratte, non esaurisce il suolo, ma aggiunge materia organica al terreno e lo aiuta a trattenere l'umidità.

Alla natura, inoltre, sono ispirate anche le tre collezioni: *I germogli*, *Benessere naturale* e *Il bellissimo mondo*. La prima, specialmente, trae spunto dai fiori e dalla loro simbologia, come la semplicità e la bellezza della margherita o la dignità e l'eleganza della dalia. Inoltre, tutti i capi sono realizzati con colori pastello, come il verde salvia, l'arancione melange, il panna, il nero, il nero melange, il grigio perla e il terra di Siena, ciascuno dei quali è associato a uno dei valori del *brand*: dalla leggerezza all'eleganza, dalla libertà alla sostenibilità, dalla purezza alla determinazione.





# Hairstudio's dei fratelli Iavarone, parrucchieri per eventi di Pitti

*Nella top 100 della Guida d'Italia*

di GIAMPIERO CASTELLOTTI

**F**anno parte della top 100 della "Guida ai migliori parrucchieri d'Italia". Sono partner per l'hairstyling e il make-up per gli eventi targati Pitti Immagine. E di loro s'è occupata la maggiore stampa nazionale, da *Chi a Grazia*, da *Novella 2000* a *Tv Sorrisi e Canzoni*, fino a *Vogue*.

Hairstudio's di Isernia dei fratelli Cristian e Francesco Iavarone è ormai un punto di riferimento nazionale per uno stile di capelli integrato con il benessere totale della persona. "La nostra idea trae origine dalla volontà di far vivere un'esperienza di assoluto relax e benessere al cliente – spiega Christian. "Il nostro lavoro coinvolge non

solo la testa, quindi i capelli, ma anche mente e corpo. Il nostro è un salone di ultima generazione, che unisce tecnologia all'avanguardia e design ultramoderno alla nostra passione e all'abilità dei nostri professionisti. Siamo specializzati nel biondo e nei trattamenti curativi per il mondo femminile e nella barba e nel viso per il mondo maschile – continua il vero e proprio artista che assicura un contributo essenziale alla moda.

## - Quali sono le ultime esperienze maturate?

"L'ultima esperienza nel campo moda è stata quella di essere, grazie al brand Hairstudio's, partner per l'hairstyling e il make-up per gli eventi targati Pitti Immagine. Tra i tanti designer curati, spicca il nome di Eli Russell Linnetz, il *guest designer* dell'edizione 2023 di Pitti, segno dell'evoluzione della moda maschile ormai pronta a ridefinire i canoni dell'eleganza e gli standard convenzionali. La richiesta era creare un look da spiaggia per ottenere uno stile naturale e disordinato, in linea con la personalità della collezione".

## - Le tendenze per il prossimo autunno/inverno?

"Per quanto riguarda le tendenze autunno/inverno 2024/25 i *must* saranno l'effetto bagnato, le trecce e chiome morbide, come gli hair look visti sulle passerelle della Milano Fashion Week. Per quanto riguarda il colore, il *must* è il colore uniforme che mette in risalto la lunghezza dei capelli ma soprattutto il capello lucido, e di conseguenza sano. Troviamo anche il biondo, ma in percentuale minore. Il *must* è il biondo che dona ai capelli profondità e volume attraverso punti di luce estremamente naturali, tutto ovviamente preservando il capello grazie a trattamenti ad hoc studiati appositamente per la cliente. In salone per ottenere questa tipologia di biondo, ci affidiamo a *Overlap*, il servizio che identifica le tecniche di schiaritura e *Multishades*, il servizio che crea profondità, amplifica la lucentezza e rende ogni nuance di colore sofisticata e personalizzata".

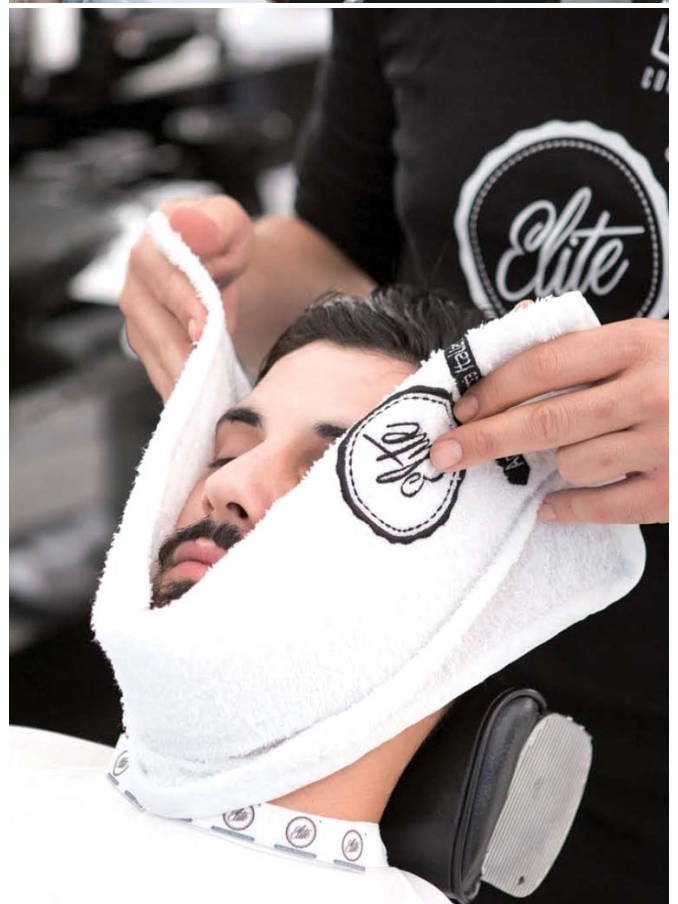


- Per quanto riguarda i trattamenti in salone?

“Offriamo una vasta gamma di soluzioni professionali grazie al nostro menù e alla zona Hair Spa che permette alle clienti di avere capelli belli e dall’aspetto sano. Per quanto riguarda le pieghe, le onde non sono più troppo strette ma larghe, come la nostra piega Spiral Wave 3D, morbida e voluminosa. Per il taglio, il *must* è il taglio che ha una scalatura molto accentuata sulla zona frontale e sulle punte. La frangia morbida è ancora presente nelle tendenze sia per le ricce che per le lisce. In salone proponiamo il taglio Shag Cut che si rifà agli anni Settanta, selvaggio e ribelle.

- Per gli uomini?

“Per quanto riguarda l’uomo, il *mullet* moderno e la frangia ricci faranno da padroni per la tendenza uomo autunno/inverno. Il top è però la cura della barba, sia per quanto riguarda la geometria della forma sia per la cura del viso e della pelle. In salone il nostro cavallo di battaglia è il Rituel Barba eseguito a partire dalle caratteristiche specifiche della pelle per un rituale di benessere



completo. Anche il colore e le schiariture per uomo, non sono più un trend ma un vero e proprio *must have*. In salone proponiamo la nostra tecnica di colore e schiaritura Overlap Man personalizzata sulle caratteristiche di ogni singolo cliente”.



# Unsicasa, servizi per la proprietà edilizia

*L'organizzazione riconosciuta dal ministero*

di G.C.



**I**l 77% delle famiglie italiane vive in una casa di proprietà. Il dato che la maggior parte dei connazionali abbia almeno un'abitazione di proprietà è risaputo da tempo. E Confedeltizia di recente ha diffuso i numeri aggiornati, secondo cui delle 32.246.379 abitazioni di proprietà di persone fisiche in Italia, risultanti in catasto, ben 19.819.410 sono abitazioni principali, mentre 5.739.400 sono abitazioni a disposizione, in gran parte "seconde case"; 3.617.108 sono abitazioni locatate; 775.087 sono abitazioni in uso gratuito, solitamente concesso a figli o parenti e infine 2.749.423 sono abitazioni con utilizzo non conosciuto. Ci sono poi 2.545.951 abitazioni di proprietà di persone non fisiche.

Il quadro conferma con "la casa" costituisca uno dei beni più preziosi per le famiglie italiane e la "logica del mattone" continui a rappresentare non solo una priorità per il lascito ai figli, ma anche uno strumento di investimento, benché oggi meno conveniente rispetto al passato in particolare a causa di una tassazione sempre più insostenibile (la casa costituisce spesso un sicuro bancomat per le politiche governative in cerca di fondi) e di spese manutentive e condominiali in costante crescita. Non a caso sempre più abitazioni vengono messe a reddito come case-vacanze, specie nelle zone turistiche.

I risultati delle recenti elezioni europee sono stati caratterizzati anche dall'orientamento comunitario sulla transizione ecologica, bocciato da molti elettori, in particolare per i provvedimenti riguardanti il mondo agricolo ma anche l'universo-casa, ad esempio con le norme sull'efficientamento energetico degli edifici ("case green") che intendevano imporre costosi interventi su milioni di immobili entro scadenze ravvicinate. Il patrimonio immobiliare italiano è spesso datato, in mano a piccoli proprietari, frequentemente in condominio. Provvedimenti come il Superbonus, per quanto meritori nelle intenzioni, hanno poi palesato enormi problemi.

Di certo le attività di manutenzione e di trasformazione urbanistica debbono passare sotto le forche caudine di

complessi regolamenti edilizi (si pensi alla Cila e alla Scia) e di una disciplina urbanistico-edilizia non sempre adeguata ai tempi. In casi di vincoli, poi, è vietato adibire gli edifici ad usi non compatibili con il loro carattere storico o artistico.

Su questo fronte, l'approvazione da parte del Consiglio dei ministri del decreto sulle semplificazioni edilizie e urbanistiche è stato salutato con interesse e, nella maggior parte dei casi, con soddisfazione da molti italiani in quanto si tratta di misure di buon senso, utili ai proprietari di casa e al mercato immobiliare.

Se per l'aspetto manutentivo sono stati fatti passi in avanti, evitando che la casa si trasformi da opportunità in problema, la "monetizzazione" del mattone continua a presentare nodi irrisolti, a cominciare dalla non redditività degli affitti ordinari – a causa anche delle scarse garanzie sui pagamenti e soprattutto sulle possibilità di estromettere dalle abitazioni gli inquilini morosi - rispetto alle case vacanza, che stanno però complicando il mercato degli affitti.

La messa a reddito degli immobili costituisce quindi un altro aspetto complesso, dove la semplificazione è lunga da venire.

In linea con la pluridecennale missione di servizio, Unsic registra il recente riconoscimento da parte del ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti della propria organizzazione Unsicasa (Associazione nazionale proprietari immobiliari, nata nel 2020) quale organizzazione rappresentativa a livello nazionale del settore della proprietà ai sensi dell'articolo 4 della Legge 9 dicembre 1998 n. 431.

Il prestigioso riconoscimento permetterà all'associazione di sottoscrivere, al momento solo per adesione, la convenzione nazionale 25 ottobre 2016, le sue successive integrazioni, modifiche e rinnovi oltre agli accordi locali di cui alla legge 431/1998.

Ad oggi Unsicasa ha già sottoscritto per adesione oltre centoventi accordi territoriali e direttamente per stipula accordi in Sicilia e Puglia.

Presso le sedi Unsicasa è ora pertanto possibile stipu-



lare i contratti di locazione a canone concordato per i quali dal 2017 la legge richiede l'attestazione di corrispondenza del contratto di locazione ai contenuti della convenzione.

Come noto l'articolo 2 al comma 3, Legge n. 431/1998, stabilisce che, in alternativa ai contratti d'affitto a formula libera, le parti possono stipulare contratti di locazione, definendo il valore del canone, la durata del contratto, ed altre condizioni contrattuali sulla base di quanto stabilito in appositi accordi definiti in sede locale fra le organizzazioni della proprietà edilizia e le organizzazioni dei conduttori maggiormente rappresentative. Gli accordi territoriali stabiliscono fasce di oscillazione del canone di locazione all'interno delle quali, secondo le caratteristiche dell'edificio e dell'unità o porzione di unità immobiliare, è concordato, tra le parti, il canone per i singoli contratti.

La scelta per il canone concordato porta con sé notevoli benefici soprattutto a livello fiscale, tra i quali la possibilità di optare per la cosiddetta "cedolare secca", che consente al proprietario/locatore l'applicazione di un'aliquota ridotta (precisamente l'aliquota del 10 per cento per i Comuni rientranti tra quelli ad Alta Tensione Abitativa e capoluoghi di provincia, e quella del 21 per cento per i restanti casi).

In soli quattro anni dalla sua costituzione, grazie ad una rete capillare di sedi sul territorio (oltre cento), Unsicasa ha associato più di trentamila proprietari (ben oltre lo 0,5 per mille della popolazione nazionale – soglia richiesta

per il riconoscimento nazionale). Finalità di Unsicasa è tutelare gli interessi della proprietà edilizia e rappresentare i proprietari nelle sedi istituzionali, sia a livello nazionale sia europeo, partecipando al dialogo sulle politiche abitative.

L'associazione, tramite le oltre cento sedi territoriali presenti in tutta Italia, offre ai propri associati servizi professionali di assistenza e consulenza. Nelle sedi Unsicasa è possibile ricevere consulenza in materia di affitti, sfratti, vertenze, bonus edilizi, oltre a ricevere assistenza per tutti gli aspetti burocratici, amministrativi e fiscali connessi.

Numerose le convenzioni siglate a livello nazionale per sostenere i propri associati con un'ampia gamma di servizi che spaziano dalle visure catastali alle certificazioni energetiche.

Nonostante il focus prevalente sia rivolto alla proprietà edilizia, Unsicasa è anche l'associazione per gli amministratori condominiali che vogliono fruire di un network di supporto per la propria attività professionale e optare per la centralizzazione dei servizi contabili, fiscali e finanziari. Tra i servizi offerti dall'associazione la formazione e l'aggiornamento professionale, consulenza legale, fiscale e contabile.

Insomma con una presenza capillare sul territorio, un team di professionisti e una solida esperienza sul campo, Unsicasa si appresta a diventare un primario punto di riferimento per i proprietari e per gli amministratori di condominio.



# Le nuove sfide di Unsicasa

## *Formazione per amministratori di condominio*

di YLENIA FERRANTE

**È** tempo di nuove sfide per Unsicasa, l'associazione rappresentativa degli interessi dei proprietari immobiliari, promossa da Unsic - Unione Nazionale Sindacale Imprenditori e Coltivatori.

Dopo il recente riconoscimento ministeriale tra le associazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale e come tali, titolate ad aderire alla convenzione nazionale del 25 ottobre 2016, in attesa dell'attivazione delle procedure per il rinnovo della stessa, l'associazione che conta già oltre un centinaio di sedi sul territorio nazionale, lancia uno sguardo anche al mondo dell'amministrazione condominiale.

È infatti in cantiere un ambizioso progetto rivolto a quanti vorranno intraprendere la professione di amministratore condominiale (e a quanti lo sono già). Il progetto prevede da una parte la realizzazione di un percorso di alta formazione, requisito indispensabile in base alla nuova normativa, per chi vuole intraprendere la professione di amministratore e dall'altra la realizzazione di una serie di servizi operativi, specificamente rivolti agli amministratori per coadiuvarli nelle attività quotidiane. In calendario anche i corsi per revisore condominiale e il corso di aggiornamento, previsto dalla legge come obbligatorio per gli amministratori di condominio.

Quali sono i requisiti per fare l'amministratore di condominio?

Come noto, la legge 220 dell'11 dicembre 2012 e il successivo D.M. 140 del 2014 hanno profondamente innovato la materia condominiale, apportando rilevanti novità anche in relazione alla figura dell'amministratore.

Il nuovo art. 71 del R.D. 318/42, modificato dalla L. 220/2012, stabilisce che gli amministratori di condominio devono:

- essere in possesso dei diritti civili;
- non aver commesso delitti contro la pubblica amministrazione, l'amministrazione della giustizia, la fede pubblica, il patrimonio;
- non aver commesso altri delitti non colposi per i quali

è prevista la pena della reclusione da due a cinque anni;

- non essere sottoposti a misure di prevenzione divenute definitive;
- non essere interdetti o inabilitati;
- non essere annotati nell'elenco dei protesti cambiari;
- aver conseguito il diploma di scuola secondaria di secondo grado;
- aver frequentato un corso di formazione iniziale ed aver svolto attività di formazione periodica in materia di amministrazione condominiale.

Gli ultimi due requisiti (diploma di scuola secondaria e frequenza di un corso di formazione) non sono richiesti qualora l'amministratore:

- sia uno dei condòmini dello stabile;
- abbia svolto l'attività di amministrazione condominiale per almeno un anno, nell'arco dei tre anni precedenti all'entrata in vigore della riforma; resta salvo però l'obbligo di formazione periodica.

Proprio in merito alla formazione specifica obbligatoria per gli amministratori di condominio è stato successivamente emanato dal ministero della Giustizia il D.M. 140 del 13 agosto 2014 per disciplinare criteri, modalità e contenuti dei corsi di formazione e di aggiornamento obbligatori e i requisiti del responsabile scientifico e dei formatori coinvolti nel processo formativo. Per quanto riguarda la durata della formazione il D.M. ha previsto che i corsi di formazione iniziale (abilitante all'esercizio della professione di amministratore) abbiano la durata minima di 72 ore, di cui almeno un terzo costituito da esercitazioni pratiche, mentre per l'aggiornamento sono richiesti corsi di almeno 15 ore per ogni anno.

Gli ambiti da trattare saranno gli aspetti giuridici, tecnici, contabili, gestionali e relazionali riferibili alla materia condominiale.

# Naspi: tutto quello che c'è da sapere

## L'assicurazione sociale per l'impiego

di WALTER RECINELLA

**L**a **Naspi** è un'indennità mensile di disoccupazione, istituita dal d.lgs. 4 marzo 2015, n. 22, erogata su domanda dell'interessato.

Spetta ai **lavoratori con rapporto di lavoro subordinato che hanno perso involontariamente l'occupazione**, compresi: apprendisti; soci lavoratori di cooperative con rapporto subordinato con le medesime coop; personale artistico con rapporto di lavoro subordinato; dipendenti a tempo determinato delle p.a.

La prestazione spetta anche agli operai agricoli a tempo indeterminato dipendenti dalle coop e loro consorzi che trasformano, manipolano e commercializzano prodotti agricoli e zootecnici prevalentemente propri o conferiti dai soci.

Non possono accedere alla prestazione: dipendenti a tempo indeterminato delle p.a.; operai agricoli a tempo determinato; extracomunitari con permesso di soggiorno per lavoro stagionale (hanno specifica normativa); lavoratori con i requisiti per il pensionamento di vecchiaia o anticipato; lavoratori con assegno ordinario di invalidità, qualora non optino per la Naspi.

Durante il periodo della Naspi si può percepire pensione ai superstiti e pensione di invalidità.

Non si può percepire: pensione di vecchiaia o anticipata; assegno ordinario di invalidità; pensione di inabilità.

Non ha diritto, per il medesimo periodo, a percepire l'indennità di disoccupazione il beneficiario della Naspi che ha diritto a percepire maternità/paternità, malattia, trattamenti antitubercolari (Ips) o infortunio, Cig, mobilità; mancato preavviso (contratti a tempo indeterminato); malattia successiva allo sbarco, nel caso di marittimi, ex Ipsema.

La Naspi è riconosciuta a lavoratori subordinati che presentino congiuntamente i requisiti di seguito indicati.

### Stato di disoccupazione

Si considerano **disoccupati** i soggetti privi di impiego che abbiano perduto involontariamente l'occupazione e

che dichiarino telematicamente al portale delle politiche del lavoro l'immediata disponibilità al lavoro e alle misure di politica attiva del lavoro concordate con il Centro per l'impiego. La presentazione della domanda Naspi equivale a rilascio della dichiarazione di immediata disponibilità (Did). Nei 15 giorni successivi alla presentazione della domanda, il richiedente deve recarsi al Centro per l'impiego per il patto di servizio personalizzato. In mancanza, l'assicurato è convocato dal Centro per l'impiego. Sono esclusi i lavoratori il cui rapporto di lavoro sia cessato a seguito di dimissioni o di risoluzione consensuale.

Tuttavia, l'accesso alla Naspi, sussistendo gli altri requisiti, è consentito anche nei seguenti casi:

- **dimissioni per giusta causa**, cioè se non siano riconducibili alla scelta del lavoratore ma indotte da comportamenti altrui che implicano la condizione di improseguibilità del rapporto (**circ. Inps 20 ottobre 2003, n. 163**) e quelle rese dal lavoratore durante la procedura di liquidazione giudiziale (**circ. Inps 10 febbraio 2023, n. 21**);
- **dimissioni durante il periodo tutelato di maternità**, cioè da 300 giorni prima della data presunta del parto e fino al compimento del 1° anno di vita del bambino e di paternità, nel caso di fruizione del congedo di paternità obbligatorio o del congedo di paternità alternativo (artt. 27 bis e 28 del d.lgs. 2001, n. 151) (**circ. Inps 20 marzo 2003, n. 32**);
- **risoluzione consensuale del rapporto di lavoro**, purché nell'ambito della conciliazione presso la direzione territoriale del lavoro (art. 7, L. 15 luglio 1966, n. 604 come sostituito dall'art. 1, comma 40, L. 92/2012);
- **risoluzione consensuale a seguito del rifiuto del lavoratore di trasferirsi** presso altra sede della stessa azienda distante più di 50 km dalla residenza del lavoratore e/o mediamente raggiungibile con i mezzi pubblici in 80 minuti o più;





- licenziamento con accettazione dell'offerta di conciliazione (art. 6, d.lgs. 22/2015);
- licenziamento disciplinare.

### Requisito contributivo

Sono necessarie almeno 13 settimane di contribuzione contro la disoccupazione nei 4 anni precedenti l'inizio del periodo di disoccupazione. Per contribuzione utile si intende anche quella dovuta, ma non versata, e sono valide tutte le settimane retribuite, purché risulti erogata o dovuta per ciascuna settimana una retribuzione non inferiore ai minimali settimanali (L. 11 novembre 1983, n. 638 e L. 7 dicembre 1989, n. 389). La disposizione relativa alle retribuzioni di riferimento **non si applica** ai lavoratori addetti ai servizi domestici e familiari, agli operai agricoli e agli apprendisti.

Per il perfezionamento del requisito contributivo, sono utili:

- i **contributi previdenziali** comprensivi di quota contro la disoccupazione versati durante il rapporto di lavoro subordinato;
- i **contributi figurativi accreditati per maternità obbligatoria**, se all'inizio dell'astensione risulta già versata o dovuta contribuzione e per i periodi di congedo parentale, se indennizzati e intervenuti in costanza di rapporto di lavoro;
- i **periodi di lavoro all'estero** in Paesi comunitari o convenzionati dov'è prevista la possibilità di totalizzazione;

- i **periodi di astensione dal lavoro** per malattia dei figli fino agli 8 anni, per massimo 5 giorni lavorativi nell'anno solare.

Se il lavoratore ha periodi di lavoro nel settore agricolo e altri in settori non agricoli, i periodi possono essere cumulati per ottenere l'indennità di disoccupazione Naspi, purché nel quadriennio risulti prevalente la contribuzione non agricola. Qualora nel quadriennio si evidenzia prevalenza di contribuzione agricola è possibile procedere – per determinare la prevalenza – all'osservazione dei soli ultimi 12 mesi precedenti la cessazione del rapporto di lavoro. Se in quest'ultimo periodo vi è prevalenza di contribuzione extra agricola, la domanda di Naspì, in presenza di tutti gli altri requisiti, è accoglibile. Non sono invece considerati utili perché non coperti da contribuzione effettiva, i seguenti periodi coperti da contribuzione figurativa:

- **malattia e infortunio sul lavoro**, se non c'è integrazione della retribuzione da parte del datore, nel rispetto del minimale retributivo;
- **Cassa Integrazione Straordinaria e Ordinaria** con sospensione dell'attività a zero ore;
- **contratti di solidarietà**, risalenti nel tempo e usati in concreto a zero ore;
- **assenza per permessi e congedi** fruiti dal lavoratore che sia coniuge convivente, genitore, figlio convivente, fratello o sorella convivente di soggetto con handicap in situazione di gravità, parente o affine entro il III grado

convivente della persona disabile in situazione di gravità nel caso in cui il coniuge convivente, entrambi i genitori, i figli conviventi e i fratelli o sorelle conviventi siano mancanti, deceduti o affetti da patologie invalidanti;

- **aspettativa non retribuita per funzioni pubbliche elettive o cariche sindacali** (art. 31 della L. 20 maggio 1970, n. 300).

Non sono considerati utili i periodi di lavoro all'estero presso Stati con i quali l'Italia non ha stipulato accordi bilaterali su assicurazione contro la disoccupazione.

Per la determinazione del quadriennio di verifica del requisito contributivo, i periodi non utili devono essere neutralizzati con conseguente ampliamento del quadriennio di riferimento.

Per i **lavoratori con rapporto di lavoro in somministrazione, con contratto di lavoro intermittente e inseriti nelle procedure di riqualificazione professionale** (d.lgs. 15 giugno 2015, n. 81) – le cui attività sono caratterizzate da periodi di lavoro e di non lavoro con carattere di imprevedibilità, non riconducibile alla volontà dei lavoratori – i periodi di non lavoro non sono neutralizzati ai fini della ricerca del requisito contributivo (**circ. Inps 27 novembre 2015, n. 194**).

## Decorrenza e durata

Si può presentare la domanda di Naspi entro 68 giorni dalla cessazione del rapporto di lavoro esclusivamente in modalità telematica attraverso il sito dell'Istituto e solo dopo la chiusura del rapporto di lavoro.

L'indennità di disoccupazione Naspi spetta a partire:

- dall'8° giorno successivo alla data di cessazione del rapporto di lavoro, se la domanda viene presentata entro l'ottavo giorno. Dal giorno successivo alla presentazione della domanda, se presentata dopo l'8° giorno successivo alla cessazione, ma **entro 68 giorni dalla cessazione del rapporto di lavoro**;
- dall'8° giorno successivo al termine del periodo di maternità, malattia, infortunio sul lavoro/malattia professionale o preavviso, se la domanda viene presentata entro l'8° giorno. Dal giorno successivo alla presentazione della domanda, se presentata dopo l'8° giorno ma **entro 68 giorni dalla cessazione del rapporto di lavoro**;
- dal 38° giorno successivo al licenziamento per giusta causa, se la domanda viene presentata entro il 38° giorno. Dal giorno successivo alla presentazione della domanda, se presentata oltre il 38° giorno successivo al

licenziamento, ma **entro 68 giorni dalla cessazione del rapporto di lavoro**.

L'eventuale rioccupazione nel corso degli 8 giorni che seguono la cessazione non dà luogo alla sospensione della prestazione e dovrà essere presentata una nuova domanda di Naspi in caso di cessazione involontaria dalla suddetta rioccupazione (**circ. Inps 12 maggio 2015, n. 94**).

La Naspi è **corrisposta mensilmente** per un numero di settimane pari alla metà delle settimane contributive presenti negli ultimi 4 anni. Ai fini del calcolo della durata non sono computati i periodi di contribuzione che hanno dato luogo a erogazione di prestazioni di disoccupazione. Analogamente non è computata la contribuzione che ha prodotto prestazioni fruite in unica soluzione in forma anticipata.

Non avendo prodotto alcuna prestazione, i periodi di contribuzione relativi al rapporto o ai rapporti di lavoro successivi all'ultima prestazione di disoccupazione sono sempre utili per la determinazione della durata di una nuova Naspi. I periodi di fruizione della Naspi sono coperti da contribuzione figurativa (**circ. Inps 12 maggio 2015, n. 94**).

La domanda deve essere presentata all'Inps **esclusivamente in via telematica** e a pena di decadenza **entro 68 giorni**, che decorrono:

- dalla data di cessazione del rapporto di lavoro;
- dalla data di dimissioni da parte del lavoratore, di recesso da parte del curatore o di risoluzione di diritto del rapporto di lavoro, nel caso di liquidazione giudiziale;
- dalla cessazione del periodo di maternità indennizzato qualora la maternità sia insorta nel corso del rapporto di lavoro successivamente cessato;
- dalla cessazione del periodo di malattia indennizzato o di infortunio sul lavoro/malattia professionale, qualora siano insorti nel corso del rapporto di lavoro successivamente cessato;
- dalla definizione della vertenza sindacale o dalla data di notifica della sentenza giudiziaria;
- dalla cessazione del periodo corrispondente all'indennità di mancato preavviso ragguagliato a giornate;
- dal trentottesimo giorno dopo la data di cessazione, in caso di licenziamento per giusta causa.

**Il termine per la presentazione della domanda è sospeso nei seguenti casi:**





- in caso di maternità indennizzabile insorta entro i 68 giorni dalla data di cessazione del rapporto di lavoro, il termine è sospeso per un periodo pari alla durata dell'evento di maternità indennizzato e riprende a decorrere per la parte residua al termine del predetto evento;
- in caso di malattia comune indennizzabile da parte dell'Inps o di infortunio sul lavoro/malattia professionale indennizzabile da parte dell'Inail, insorti entro i 60 giorni dalla data di cessazione del rapporto di lavoro a tempo indeterminato, il termine è sospeso per la durata della malattia o dell'infortunio e riprende a decorrere per la parte residua al termine della malattia o dell'infortunio.

### Naspi e Centro per l'impiego

La presentazione della domanda di Naspi equivale al rilascio della **Dichiarazione di Immediata Disponibilità (DID)** allo svolgimento di attività lavorativa e alla partecipazione alle misure di politica attiva. Entro **15 giorni successivi** alla presentazione della domanda, ci si deve recare al Centro per l'impiego per la stipula del patto di servizio personalizzato. In caso di non presentazione "spontanea", il Centro per l'impiego convocherà d'ufficio il richiedente.

**Incentivo all'autoimprenditorialità – Attività per le quali l'incentivo può essere riconosciuto (circ. Inps n. 174 del 23.11.2017)**

L'art. 8 del d.lgs. n. 22 del 2015 prevede che il lavoratore avente diritto alla corresponsione della Naspi può richie-

dere la liquidazione anticipata, in unica soluzione, dell'importo complessivo del trattamento che gli spetta e che non gli è stato ancora erogato, a titolo di incentivo all'avvio di un'attività lavorativa autonoma o di impresa individuale o per la sottoscrizione di una quota di capitale sociale di una cooperativa nella quale il rapporto mutualistico ha ad oggetto la prestazione di attività lavorative da parte del socio.

Si precisa che nei casi di seguito specificati è possibile riconoscere l'incentivo in argomento:

- attività esercitata da liberi professionisti anche iscritti a specifiche casse, in quanto attività di lavoro autonomo;
- attività di impresa individuale commerciale, artigiana, agricola;
- sottoscrizione di una quota di capitale sociale di una coop nella quale il rapporto mutualistico ha ad oggetto la prestazione di attività lavorative da parte del socio;
- costituzione di società unipersonale (S.r.l., S.r.l.s. e S.p.A.) caratterizzata dalla presenza di un unico socio. Di regola il socio unico ha la responsabilità limitata al capitale sociale conferito, a condizione che si versi l'intero capitale sociale sottoscritto, sia comunicato al Registro Imprese la presenza dell'unico socio e sia indicato negli atti e nella corrispondenza della società l'unipersonalità della stessa, senza però indicare il nome del socio unico. Il mancato adempimento di tali obblighi comporta la perdita del beneficio della responsabilità limitata. In quest'ultimo caso, il socio che risponde illimitatamente, può ottenere l'incentivo al pari di chi esercita attività di impresa individuale;
- costituzione o ingresso in società di persone (S.n.C o S.a.S) – in analogia peraltro a quanto era già previsto per l'istituto dell'anticipazione in materia di indennità di mobilità (circ.n.70 del 30 marzo 1996) – in quanto il reddito derivante dall'attività svolta dal socio nell'ambito della società è fiscalmente qualificato reddito di impresa;
- costituzione o ingresso in società di capitali (S.r.L) per la medesima considerazione sulla natura del reddito derivante dall'attività in ambito societario, qualificato anch'esso fiscalmente reddito di impresa.

Resta fermo che ai beneficiari di Naspi che rivestono la posizione di socio di capitale conferendo esclusivamente capitale e la cui partecipazione alla società non è riconducibile ad attività di lavoro autonomo o di impresa, non può essere riconosciuto l'incentivo all'autoimprenditorialità.

## Quanto spetta

La misura della prestazione è al 75% della retribuzione media mensile imponibile ai fini previdenziali degli ultimi 4 anni, se la retribuzione è inferiore a un importo di riferimento stabilito dalla legge e rivalutato annualmente sulla base della variazione Istat e reso noto ogni anno dall'Inps con propria circolare (1.425,21 euro per il 2024). La Naspi si riduce del 3% ogni mese a decorrere dal primo giorno del 6° mese di fruizione. **La riduzione scatta dall'8° mese se il beneficiario ha compiuto 55 anni alla data di presentazione della domanda.**

Se la retribuzione media è superiore al predetto importo (1.425,21 euro per il 2024), la misura della prestazione è il 75% dell'importo di riferimento annuo stabilito dalla legge sommato al 25% della differenza tra la retribuzione media mensile e il suddetto importo stabilito dalla legge. In ogni caso l'importo dell'indennità non può superare un limite massimo individuato con legge e rivalutato annualmente sulla base della variazione dell'Istat e reso noto ogni anno dall'Inps con propria circolare (per il 2024: 1.550,42 euro).

L'indennità è commisurata alla retribuzione imponibile ai fini previdenziali degli ultimi 4 anni (comprensiva degli elementi continuativi e non continuativi e delle mensilità aggiuntive), divisa per il totale delle settimane di contribuzione (indipendentemente dalla verifica del minimale) e moltiplicata per il coefficiente numerico 4,33.

L'importo dell'indennità **si riduce** nei seguenti casi:

- attività svolta in forma autonoma che genera un reddito annuo corrispondente a un'imposta lorda pari o inferiore alle detrazioni spettanti (art. 13 del Testo Unico delle Imposte sui Redditi, Dpr 22 dicembre 1986, n. 917), cioè 5.500 euro. L'indennità viene ridotta dell'80% dei redditi previsti, rapportato al periodo di tempo intercorrente tra la data di inizio dell'attività e la data di fine dell'indennità o, se antecedente, la fine dell'anno. La prestazione ridotta si mantiene solo ricorrendo le seguenti condizioni:

- che il soggetto beneficiario comunichi all'Inps il reddito annuo presunto. In presenza di iscrizione alla Gestione Separata ovvero se l'attività autonoma preesisteva alla data di cessazione del rapporto di lavoro, il richiedente deve dichiararlo nella domanda di Naspi e indicare, obbligatoriamente, il reddito annuo che prevede di conseguire da tale attività. Il reddito deve essere dichiarato anche se pari a zero. In alternativa, il richiedente potrà comunicare tale reddito, entro un mese dall'invio della domanda, tramite il modello Naspi-Com. In caso di atti-

attività autonoma intrapresa successivamente alla presentazione della domanda, il beneficiario di Naspi, entro un mese dal suo inizio, dovrà darne comunicazione all'Inps e dichiarare il reddito annuo presunto tramite il modello Naspi-Com. La mancata comunicazione dello svolgimento di un'attività lavorativa e del relativo reddito presunto – anche se pari a zero – comporta la decadenza dalla Naspi. Gli iscritti alla Gestione separata e coloro che svolgono attività autonoma dovranno dichiarare il reddito annuale presunto ogni anno;

- che il datore di lavoro o l'utilizzatore (nel caso di contratto di somministrazione) siano diversi dal datore o dall'utilizzatore per i quali il soggetto ha prestato l'attività lavorativa quando è cessato il rapporto di lavoro che ha determinato il diritto alla Naspi e che non presentino rispetto a essi rapporti di collegamento/controllo ovvero assetti proprietari coincidenti;

- se il titolare di due o più rapporti di lavoro subordinato a tempo parziale cessa da uno dei rapporti – a seguito di licenziamento, dimissioni per giusta causa, o risoluzione consensuale del rapporto di lavoro intervenuta nell'ambito della procedura (art. 7, L. 15 luglio 1966, n. 604, modificato dall'art. 1, comma 40, L. 28 giugno 2012, n. 92) ha diritto all'indennità di disoccupazione, ricorrendone tutti gli altri requisiti, sempre che il reddito percepito dal rapporto di lavoro rimasto in essere corrisponda a un'imposta lorda pari o inferiore alle detrazioni spettanti ai sensi dell'art. 13 del TUIR, e cioè 8.174 euro, e che il percettore comunichi all'Inps entro un mese dalla domanda di prestazione il reddito annuo previsto derivante dal o dai rapporti rimasti in essere, anche se pari a zero. In questo caso, la Naspi è ridotta dell'80% del reddito previsto, rapportato al periodo di tempo intercorrente tra la data di inizio del contratto di lavoro subordinato e la data di fine dell'indennità o, se antecedente, la fine dell'anno. Il richiedente la Naspi deve informare l'Inps dello svolgimento dell'attività rimasta in essere, flaggando l'apposita dichiarazione in domanda e completandola obbligatoriamente con l'indicazione del reddito annuo che prevede di conseguire da tale attività. Il reddito previsto deve essere dichiarato anche se pari a zero. In alternativa, il richiedente potrà comunicare il suddetto reddito, entro un mese dall'invio della domanda, tramite il modello Naspi-Com. La mancata comunicazione dello svolgimento di un'attività lavorativa e del relativo reddito presunto – anche se pari a zero – in domanda o entro il predetto termine comporta la decadenza dalla Naspi. La dichiarazione del reddito annuale deve essere rinnovata ogni anno;

- rioccupazione con contratto di lavoro intermittente,



con o senza obbligo di risposta alla chiamata, alle condizioni indicate dalla [circ. Inps 29 luglio 2015, n. 142](#) e dal [messaggio 16 marzo 2018, n. 1162](#).

In caso di prestazione di lavoro occasionale l'indennità Naspi è cumulabile con i compensi derivanti dallo svolgimento di tale tipologia di lavoro nei limiti di compensi di importo non superiore a 5.000 euro per anno (art. 54 bis, c. 4, d.l. 24 aprile 2017, n. 50 convertito in L. 21 giugno 2017, n. 96 e circ. Inps 23 novembre 2017, n. 174). L'indennità può essere riscossa tramite accredito su c.c. bancario o postale, su libretto postale o tramite bonifico presso ufficio postale nel Cap di residenza o domicilio del richiedente. Il c.c. deve necessariamente essere intestato o cointestato al richiedente la prestazione. Secondo le vigenti disposizioni di legge, le pubbliche amministrazioni non possono effettuare pagamenti in contanti per prestazioni il cui importo netto superi la soglia di legge (oggi 1.000 euro).

## Sospensione e decadenza

La prestazione è **sospesa** in caso di:

- **rioccupazione** con contratto di lavoro subordinato di durata non superiore a 6 mesi. L'indennità è sospesa d'ufficio per la durata del rapporto di lavoro sulla base delle comunicazioni obbligatorie, salvo che il beneficiario della prestazione non effettui la comunicazione del reddito annuo presunto ai fini del cumulo e sempre che il reddito sia inferiore a 8.174 euro;
- **nuova occupazione** in Paesi dell'Ue o con cui l'Italia ha stipulato convenzioni bilaterali in tema di assicurazione contro la disoccupazione o in paesi extracomunitari.

Il lavoratore **decade** dal diritto alla prestazione se:

- perde lo stato di disoccupazione;
- inizia un'attività di lavoro subordinato, di durata superiore a 6 mesi o a tempo indeterminato senza comunicare all'Inps il reddito presunto che ne deriva entro il termine di un mese dall'inizio del rapporto di lavoro o dalla data di presentazione della domanda se il rapporto lavorativo era preesistente alla domanda medesima;
- non comunica, entro un mese dalla domanda Naspì, il reddito annuo che presume di trarre da uno o più rapporti di lavoro subordinato part-time rimasti in essere all'atto di presentazione della domanda di Naspì conseguente alla cessazione di altro rapporto di lavoro di cui era titolare;

- inizia un'attività lavorativa autonoma o parasubordinata senza comunicare all'Inps il reddito annuo presunto entro un mese dal suo inizio o dalla data di presentazione della domanda se l'attività lavorativa autonoma o l'iscrizione alla Gestione separata era preesistente alla domanda stessa;

- raggiunge i requisiti per il pensionamento di vecchiaia o anticipato;
- acquisisce il diritto all'assegno ordinario di invalidità e non opta per l'indennità Naspì;
- nei casi previsti dall'art. 21, c. 7, d.lgs. 150/2015, non partecipa, in assenza di giustificato motivo, alle iniziative di orientamento predisposte dai Centri per l'impiego.

Gli iscritti alla Gestione separata sono tenuti alla dichiarazione del reddito presunto – anche se pari a zero – pur in assenza di svolgimento di attività di lavoro. Tale dichiarazione deve essere resa, prioritariamente, in domanda o, in alternativa, entro un mese dalla data di presentazione della stessa a pena di decadenza. È possibile controllare l'eventuale iscrizione alla Gestione separata verificando l'estratto contributivo.

L'inosservanza degli obblighi comporta sanzioni proporzionali, che vanno dalla decurtazione di una frazione o di un'intera mensilità della prestazione, fino alla decadenza dalla Naspì e dallo stato di disoccupazione (art. 21, d.lgs. 150/2015).

In caso di **lavoro all'estero**:

- **recandosi in un Paese Ue, in Svizzera, Liechtenstein, Norvegia e Islanda alla ricerca di lavoro**, il diritto a percepire la prestazione di disoccupazione viene conservato per massimo 3 mesi (Regolamenti CE 883/2004 e 987/2009) e il lavoratore non è soggetto alle regole di condizionalità; dal 1° giorno del 4° mese si conserva il diritto a percepire la prestazione, ma nel rispetto della condizionalità (artt. 20 e 21, d.lgs. 150/2015), la cui violazione comporta misure sanzionatorie;
- **recandosi in un Paese Ue, in Svizzera, Liechtenstein, Norvegia e Islanda o in un paese extracomunitario per motivi diversi dalla ricerca di lavoro**, si conserva il diritto a percepire la prestazione, ma nel rispetto della condizionalità (artt. 20 e 21, d.lgs. 150/2015), la cui violazione comporta misure sanzionatorie;
- **recandosi in un Paese extracomunitario alla ricerca di lavoro** si conserva il diritto a percepire la prestazione, ma nel rispetto della condizionalità (artt. 20 e 21, d.lgs. 150/2015), la cui violazione comporta misure sanzionatorie ([circ. Inps 28 novembre 2017, n. 177](#)).



**Fondolavoro**®

FONDO PARITETICO INTERPROFESSIONALE NAZIONALE  
per la FORMAZIONE CONTINUA  
delle MICRO, PICCOLE, MEDIE e GRANDI IMPRESE



**Fondolavoro è il fondo paritetico per la formazione continua che, negli ultimi due anni, nonostante la congiuntura avversa generata dalla pandemia, ha fatto segnare la maggiore crescita in termini di enti beneficiari e lavoratori iscritti.**



L'elemento che contraddistingue il paradigma di Fondolavoro sta nella visione olistica dell'apprendimento permanente, in quanto catalizzatore irrinunciabile dello sviluppo nella sua triplice dimensione: ambientale, economica, sociale. Una formazione continua complementare e coordinata con gli altri vettori delle politiche attive del lavoro e ad essi necessariamente sinergica.



**Per Fondolavoro, la formazione costituisce un contributo tangibile al superamento delle asimmetrie di geografia, generazione, genere conseguenti ad un'espansione sovente disordinata dell'economia e della società.** Fondolavoro, dunque, promuove una formazione di qualità, equa, integrata, inclusiva e affatto astratta, rispondente alle aspettative dei cittadini e delle imprese, in tutto e per tutto coerente con gli obiettivi indicati nel documento programmatico *“Trasformare il nostro mondo: l'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile”* adottato dall'Assemblea delle Nazioni Unite e nel documento di pianificazione strategica *“Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza”* approvato dal Parlamento della Repubblica Italiana e dal Consiglio dell'Unione Europea.



**Le procedure di accesso alle risorse finanziarie messe a disposizione da Fondolavoro per la formazione continua risultano decisamente inclusive, ammettendo tutti i campi di apprendimento.** È consentita la formazione per sviluppo, come quella per ottemperanza nelle sue molteplici declinazioni. Anche i metodi di apprendimento ammessi possono essere i più diversi, in relazione alla peculiarità degli interventi proposti, pur nel rispetto delle disposizioni di legge specificamente applicabili (nel caso di formazione obbligatoria). Non sono neppure poste preclusioni specifiche su base dimensionale, territoriale, settoriale.



**I prodotti finanziari di Fondolavoro afferiscono, in particolare, a due tipologie ben distinte: conto individuale e conto sistema, a sua volta declinato in due diverse configurazioni: conto sistema (propriamente detto) e conto sistema professionisti.**

Il conto individuale consente ai datori di lavoro, purché classificati come medie o grandi imprese, di utilizzare sino all'80% delle risorse finanziarie di propria competenza, accantonate presso Fondolavoro dalla formale data di accensione del conto medesimo.

Nel conto sistema, gli aiuti sono erogati ai datori di lavoro per il tramite di enti attuatori ovvero enti di formazione accreditati da Fondolavoro. Le istanze di finanziamento possono essere presentate unicamente dagli enti attuatori, di prassi con periodicità trimestrale, nel quadro di sessioni di candidatura della durata di un mese solare.

Il conto sistema professionisti consente ai datori di lavoro, purché iscritti ad ordini/collegi professionali riconosciuti, di proporre le richieste di finanziamento direttamente e non per il tramite degli enti attuatori, sempre con periodicità trimestrale, nel quadro di sessioni di candidatura della durata di un mese solare.



Alle grandi imprese che hanno acceso il conto individuale è consentito di accedere anche al conto sistema, in questo caso necessariamente per il tramite degli enti attuatori.

**Fondolavoro: presente e futuro della tua azienda!**



[www.fondolavoro.it](http://www.fondolavoro.it)



## SERVIZI UNSIC PER LE AZIENDE



**Centro Autorizzato di Assistenza  
Fiscale alle Imprese**  
[www.cafimpreseunsic.it](http://www.cafimpreseunsic.it)



**Centro Autorizzato di Assistenza  
Agricola**  
[www.caaunsic.it](http://www.caaunsic.it)



**Associazione Nazionale Sindacale  
Cooperative Unsic**  
[www.unsicoop.it](http://www.unsicoop.it)



**Associazione Nazionale Proprietari  
Immobiliari**  
[www.unsicasa.it](http://www.unsicasa.it)



**Organo Nazionale di Mediazione  
e Conciliazione Unsic**  
[www.unsiconc.it](http://www.unsiconc.it)



**Associazione Produttori  
Europei Olivicoli**



**Associazione Nazionale Datori  
di Lavoro dei Collaboratori Familiari**  
[www.unsicolf.it](http://www.unsicolf.it)



**Ente Nazionale Unsic  
Istruzione Professionale**  
[www.enuip.it](http://www.enuip.it)



**CENTRO STUDI UNSIC**  
**Centro Studi Unsic**  
[www.centrostudiunsic.it](http://www.centrostudiunsic.it)



**Centro Servizi  
per la Consulenza Aziendale**  
[www.cescaunsic.it](http://www.cescaunsic.it)



**CNGFD**  
[www.cngfd.it](http://www.cngfd.it)



**Fondo Interprofessionale Nazionale  
per la Formazione Continua delle Imprese**  
[www.fondolavoro.it](http://www.fondolavoro.it)



**Ente Bilaterale Intercategoriale**  
**Ente Bilaterale Intercategoriale**  
[www.ebint.it](http://www.ebint.it)

## SERVIZI UNSIC PER I CITTADINI



**Centro di Assistenza Fiscale  
Unsic**  
[www.cafunsic.it](http://www.cafunsic.it)



**Ente di Patronato e Assistenza Sociale  
ai Cittadini**  
[www.enasc.it](http://www.enasc.it)