

Scuola con il lavoro Primi diplomati al Setificio di Como

Formazione. Concluso il percorso di apprendistato per quattro studenti dell'Isis Paolo Carcano. Quasi sempre alla fine la proposta di assunzione

COMO — Si sono diplomati all'Isis Paolo Carcano i primi quattro studenti, una ragazza e tre ragazzi, che hanno seguito il percorso duale: alle ore di studio hanno alternato l'apprendistato di primo livello nelle aziende Saati, Lorma e Creazioni Digitali.

Una formula che rende complementare lo studio con il lavoro durante la formazione con l'obiettivo di contrastare la dispersione scolastica e agevolare un concreto inserimento lavorativo degli studenti in azienda. I dati dicono che attraverso l'apprendistato duale al 90% degli studenti, dopo il diploma, viene proposto di entrare nelle imprese dove hanno svolto la loro esperienza di lavoro; circa il 50% di loro sceglie comunque di proseguire gli studi.

Il progetto

Il progetto ha visto la partnership tra Ali, azienda che si occupa della somministrazione, ricerca e selezione e politiche attive del lavoro sul territorio della provincia di Como, e l'Isis

Paolo Carcano Setificio.

Il 22 settembre, alla presenza di autorità istituzionali, rappresentanti del mondo della scuola e delle imprese, si svolgerà alle 17, al Museo della Seta di Como, la cerimonia di premiazione degli studenti che hanno conseguito in luglio il diploma nella modalità dell'apprendistato di I livello.

Marco Battaglini, responsabile della filiale di Erba di Ali, ha spiegato: «Uno stretto dialogo tra formazione e lavoro è la strada giusta, sia per le aziende che per gli alunni, per costruire profili professionali vicini alle esigenze del mondo del lavoro. L'azienda, seguendo la formazione della risorsa nel proprio contesto, ha modo di accompagnare e far crescere professionalmente gli studenti

■ Coinvolte tre aziende: Saati, Lorma e Creazioni Digitali

mettendogli a disposizione strumenti e processi di lavoro tecnologicamente avanzati».

Il dirigente scolastico Roberto Peverelli da subito ha appoggiato il progetto: «considero l'esperienza lavorativa un valore aggiunto per gli studenti rispetto a un percorso didattico tradizionale e una importante opportunità di stimolo e di confronto tra i ragazzi. Il coinvolgimento dell'Isis Paolo Carcano in questo progetto introduce nell'istituto dibattito e riflessioni in primis nel corpo docente, e già di per sé questo è positivo, inoltre l'attitudine a verificare e rimettere in discussione il lavoro fatto arricchisce l'idea di "come si fa scuola" e rappresenta un momento di crescita per l'istituzione formativa nel suo complesso».

Il bilancio

Michela Meda, responsabile Ufficio Stile di Lorma, converter tessile attivo nell'abbigliamento di alta moda, ha aggiunto: «attraverso l'apprendistato duale vogliamo dare spazio ai giovani, accompagnandoli pas-



Un giovane apprendista in una falegnameria

so per passo nel mondo-azienda; se al termine del percorso scolastico l'esperienza dovesse trasformarsi in una assunzione a tempo indeterminato abbiamo la certezza che i ragazzi posseggono le competenze che le imprese richiedono».

Infine Anna della Bosca, la prima studentessa del Setificio

che è stata coinvolta nel progetto, ha commentato: «poter vedere le dinamiche, i ritmi e i concetti attuati in azienda mi ha avvicinata alla realtà del lavoro. Oggi mi sento più competente e ho consolidato quanto appreso durante il percorso didattico». **M. Gis.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Esselunga Riparte la campagna per le scuole

L'iniziativa

Lo scorso anno agli istituti comaschi sono stati donati 368mila euro

Fai la spesa e aiuti la scuola che preferisci. È ripartita "Amici di scuola", l'iniziativa di Esselunga giunta all'ottava edizione che, in sette anni, ha permesso di distribuire oltre 104 milioni di euro in materiale didattico e attrezzature informatiche a più di 14.000 scuole italiane.

Il meccanismo è quello consolidato: fino al 20 novembre i clienti riceveranno, a seconda della spesa effettuata, i buoni Amici di scuola e potranno consegnarli alla scuola di preferenza oppure, in alternativa, donarli direttamente da casa tramite l'App Amici di scuola, disponibile gratuitamente su Google Play e App Store. I buoni potranno essere caricati fino al 23 dicembre.

Dal 2015 in Lombardia l'iniziativa ha permesso di distribuire oltre 74 milioni di euro, di cui 7,8 milioni nel 2021. In provincia di Como, nel 2021, sono stati distribuiti 368.136 euro. Poco meno in provincia di Lecco: 349.627 euro.

Moltissime scuole, grazie all'iniziativa, hanno avuto l'opportunità di arricchire la propria dotazione di strumenti tecnologici, alcuni dei quali hanno facilitato anche le attività legate alla didattica a distanza. **P. Cov.**

Partnership con Kenzo Un'altra esclusiva firmata da Tessabit

Inaugurazione

Al Pike di Cernobbio aperto un pop-up «Un onore ospitare la collezione di Nigo»

Un altro grande nome della moda ha siglato una partnership esclusiva con Tessabit che ieri sera ha inaugurato il pop-up Kenzo Paris all'interno di Pike, il nuovo concept store aperto a Cernobbio dal retailer comasco. All'evento moltissimi clienti, stampa specializzata e influencer.

A colorare le vetrine che si affacciano sull'antica via Regina i capi autunno-inverno della capsule Hana Dots disegnata da Nigo, nuovo direttore artistico delle collezioni Uomo e Donna di Kenzo Paris, inclusa nell'uscita 2022 presentata in occasione dello show debutto del designer giapponese alla Galerie Vivienne di Parigi lo scorso gennaio. Tra i codici intramontabili della maison la moda "Jungle" stampata negli opifici comaschi.

«È per noi un onore ospitare la collezione di un designer di

grande talento come Nigo che, sono certo, sia pronto a scrivere un nuovo capitolo della storia della maison fondata da Kenzo Takana che ha senza dubbio contribuito a cambiare lo scenario della street culture globale», dichiara Andrea Molteni, ceo di Tessabit. «Da sempre stimiamo e seguiamo Nigo, un'icona culturale con linguaggio creativo che va al di là del mondo della moda. Per questo abbiamo scelto di siglare questa nuova collaborazione all'interno del Pike, il nostro nuovo concept store manifesto di ricerca e avanguardia street che mescola pezzi vintage e maison del lusso che debutta nel portfolio delle boutique del territorio con un evento che celebra la cultura street giapponese».

In precedenza Tessabit ha aperto altri prestigiosi Pop Up Store con Louis Vuitton e Palm Angels nella boutique a Villa D'Este, Off-White, Dolce&Gabbana, Celine, Givenchy, Gucci e Loewe. Il Gruppo comasco che fa capo alla famiglia Molteni si prepara a festeggiare l'anno prossimo i 70 anni di attività.

Azienda familiare nata da un piccolo negozio di tessuti in via Milano, ha costruito una rete di 20 boutique (quelle di Bellagio e Menaggio sono firmate dall'archistar Patricia Urquiola), che oggi realizza un fatturato di circa 70 milioni. «La prima grande svolta è arrivata con le griffe, gestite con grande intuito da mio padre Giampiero e da mio zio Giorgio i figli dei fondatori» ricorda Andrea, terza generazione. Attualmente i negozi Tessabit ospitano 400 "firme" italiane straniere, dove operano 170 commessi che salgono a 200 durante l'estate e a Natale.

Da oltre dieci anni a dare linfa al Gruppo è il sito Tessabit.com oltre alla vetrina virtuale su Farfetch che garantisce due terzi del business. Andrea Molteni ha gestito tutto il capitolo che riguarda la parte online. «Siamo stati pionieri in questo settore, già nel 2009 eravamo online e abbiamo fatto da apripista su Farfetch per molte griffe italiane» evidenzia il manager che vanta un rapporto molto stretto in con José Neves, fondatore della piattaforma. **Serena Brivio**



All'ingresso del Pike, il concept store di Cernobbio: Giampiero Molteni, Francesca Molteni e Andrea Molteni con la moglie Giulia



Il pop-up di Kenzo Paris all'interno del negozio

Comocrea Trasferta a New York per il studi

Design tessile

Trasferta oltre oceano per Comocrea, la rassegna diventata punto di riferimento del design, da cui scaturiscono le tendenze per l'intera filiera serica e per il mondo della confezione. Un segnale di dinamismo in un momento di incertezza, sospeso tra la fiducia frutto degli ultimi dodici mesi di forte recupero del tessile-abbigliamento e la preoccupazione per il vertiginoso aumento dei costi di produzione che potrebbe caratterizzare il prossimo autunno-inverno.

Da ieri, sono undici gli studi a presentare le nuove idee creative a New York: Amanda Kelly, Whiston And Wright, Leti, Anteprema Disegni, Boggia Disegni, Eleonora Clerici, Hargittai Disegni, Linea Studio, Ivana Monguzzi, Cercleline, Alison Hume 101.

«In uno scenario indubbiamente difficile di mercato, abbiamo pensato di creare un link diretto con la clientela americana in queste date giuste e strategiche per l'impostazione delle nuove collezioni» fa sapere Stuart Sartori, presidente della fiera. **S. Bri.**