



Anouk Boone is correspondent in Italië voor Het Financieel Dagblad

De gangen in het Vittoria Colonna-lyceum in Arezzo, zo'n vijftig kilometer onder Florence, zijn verlaten. Op een open dag-poster is een wit vel geplakt met een aankondiging uit februari: 'Presentazione Liceo Made in Italy'.

De naam van het nieuwe Italiaanse lesprogramma voor middelbare scholieren is geen toevallige keuze. Sinds haar aantreden als premier van haar land maakt Giorgia Meloni werk van nationale trots op Italiaanse bedrijvigheid. 'Made in Italy' moet weer hoog in het vaandel komen, met meer aandacht voor ambachtelijk werk en de bestrijding van nepproducten en oneerlijke concurrentie. Meloni kwam al met nieuwe wetgeving om het Italiaanse merk beter te beschermen. Daarbij heeft zich nu het Made in Italy-lyceum gevoegd, dat scholieren moet voorbereiden op werken in het Italiaanse bedrijfsleven: van traditioneel ambacht tot hightech. Vanaf dit



‘Om vakmanschap te bevorderen moet de werkplaats worden ondersteund, niet de grote industrieën’

Marino Menegazzo
ambachtelijk goudklopper

jaar was inschrijven mogelijk. Hoe staat het daar inmiddels mee?

Errico Landi, plaatsvervangend rector van het lyceum met zo'n duizend middelbare scholieren, schraapt zijn keel. 'De opkomst voor het nieuwe lesprogramma was minimaal', zegt hij in overhemd en spencer in het directiekantoor van het Vittoria Colonna, ooit een van de decors in de filmklassieker *La vita è bella*. Het aantal inschrijvingen voor het schooljaar 2024-2025? 'Nul.'

CULTUUR EN IDENTITEIT

Het Toscaanse lyceum is geen unicum. In de regio gaat het Made in Italy-lesprogramma maar bij drie middelbare scholen van start in september, van de ruim tweehonderd lycea. Op nationaal niveau hebben er zich slechts 375 scholieren ingeschreven voor het programma.

Dat terwijl premier Giorgia Meloni het nieuwe lyceum vorig jaar vol verve introduceerde. 'Het Made in Italy-lyceum verbindt onze cultuur met onze identiteit, het meest waardevolle dat we hebben. Studenten, doorgeven, voortzetten', sprak ze.

Minister van onderwijs Giuseppe Valditara (met wortels bij het postfasicistische Alleanza Nazionale) schetst het zo: 'De oprichting van deze middelbare school is onderdeel van het proces de *eccellenze Italiane* te herwaarderen, te promoten en te beschermen'. Het Made in Italy-lyceum moet het onderwijs 'dichter bij nationaal ondernemerschap' brengen en de 'kloof tussen productieve vaardigheden en die waarin scholen voorzien'

In het kort

- Italië wil meer aandacht voor kennis en kunde van eigen bodem, een speciaal lesprogramma in het middelbaar onderwijs moet daarvoor zorgen.
- Het animo voor het zogeheten Made in Italy-lyceum, dat in september van start gaat, valt echter tegen.
- Oude ambachten lijken nog de meeste kans op overleving te hebben bij de grote Italiaanse luxemerken.



BUITENLAND

Made in Italy slaat nog maar matig aan in het onderwijs

Italiaanse scholieren en hun onderwijzers lopen nog niet echt warm voor het speciale lesprogramma dat premier Giorgia Meloni in het leven heeft geroepen om kennis en kunde van eigen bodem te stimuleren.

verkleinen. Het lesprogramma omvat onder meer (kunst)geschiedenis, geografie, taal, literatuur, economie, technologie en natuurwetenschappen.

'We willen de managers van de toekomst opleiden', zegt Adolfo Urso, minister van handel en Made in Italy (het ministerie heette eerder: economische ontwikkeling). Begin dit jaar, in een talkshow van de commerciële zender La7, noemde hij de twee sporen van Made in Italy: 'de technologische sector — denk blockchain, het metaversum en AI — en de creatieve en ambachtelijke sector die Made in Italy groot heeft gemaakt'.

'ONDOORDACHTE BLUF'

Een staaltje 'propagandistische onderwijs-hervorming', vindt Pasquale Cuomo, secretaris-generaal van FLC-CGIL Toscana, de regionale vakbond voor onderwijzers en onderzoekers. 'De cijfers vertellen wat wij allang dachten: het is een grote flop. Gepresenteerd als een manier om het economisch herstel te boosten, pure flauwekul.'

Het vijfjarige middelbaar onderwijsprogramma (bedoeld voor scholieren tussen de 14 en 19 jaar) lijkt enigzins op een al bestaand programma, het Liceo Economico e Sociale (LES). Veel scholen trokken het voortbestaan van het LES-programma dan ook in twiifel. 'Niemand van het schoolbestuur was enthousiast, maar we waren bang ons economische programma te verliezen als we het Made in Italy-programma niet zouden aanbieden', vertelt Landi van het Vittoria Colonna-lyceum.

Ergens rinkelt een metalen schoolbel. Het geluid doet de ramen van de directiekamer trillen. Daar kwam recentelijk een telefoontje van het onderwijsministerie binnenvallen, met de vraag waarom de school volgend schooljaar geen Made in Italy-programma heeft. De rector haalt zijn schouders op: 'Zowel wijzelf als de ouders van onze leerlingen bleven met veel vragen achter.'

Vakbondsman Cuomo kijkt niet op van de lauwe reacties. 'Het was een ondoordachte bluf', zegt hij. Een andere hervorming in het secundair onderwijs, ook uit de koker van Meloni's onderwijsminister Valditara, is de hervorming van technische middelbare scholen. De schoolcyclus daar verliest een jaar tijd. Maar het curriculum bevat wel meer stage-uren en er komen externe leraren bij uit het bedrijfsleven.

Dat is zeer welkom wat betreft vakbon-



‘Studenten komen naar Italië om zich te scholen in ambacht en mode, en vertrekken dan weer’

Sarto Vittorio Salino
Kleermaker Liverano & Liverano

Gianpaolo Fallani
demonstreert zijn zeefdrukkunst tijdens Art of Craftsmanship, een evenement van luxemerktod's in Venetië.

FOTO: CASEY KELBAUGH/
THE NEW YORK TIMES

den in het bedrijfsleven, maar de onderwijsbonden zijn niet gecharmeerd. 'Uit alle hervormingen spreekt een ontmoediging van het kritisch denken', zegt Cuomo. 'Als het aan de huidige regering ligt, gaat het onderwijs steeds meer over inzetbaarheid en volgzzaamheid.'

Hij noemt de hervorming van het technisch instituut 'klassisme en racistisch'. Volgens Cuomo volgen juist de armere kinderen of migrantenjongeren dit type onderwijs. 'Zij komen straks minder goed beslagen ten ijs.' In het Made in Italy-lesprogramma wordt gesneden in de buitenlandse taaluren. 'Hoe wil je dan met die Italiaanse kwaliteiten in het buitenland de boer opgaan?', verzucht Cuomo.

Daar zorgen de Italiaanse multinationals wel voor, zoals Tod's, een luxemerkt uit de regio Marche aan de Adriatische kust, dat bekendstaat om ledervaren. Het concern, goed voor €1,1 mrd, gebruikt het Made in Italy-gevoel om zijn marktpositie te verstevigen. Zo organiseerde het leduhuis recentelijk een evenement tijdens de opening van het Italiaanse paviljoen op de Kunstbiënnale in Venetië waarbij ambachtslieden hun vakmanschap demonstreerden.

VAKMANSCHAP EXPORTEREN

De 70-jarige goudklopper Marino Menegazzo uit Venetië was een van hen. Hij zet goud met de hand om in goudblad, dat op vele artistieke wijzen kan worden toegepast. 'In 1700 waren er zo'n driehonderd van ons in Venetië. We zijn nu de laatste. Eind dit jaar sluit ik mijn deuren', vertelt hij enkele dagen na de 'viering van de Italiaanse ambachtelijke uitmuntendheid', aldus Tod's.

De middelen om iemand op te leiden in Menegazzo's atelier zijn er niet. Voor de tweedaagse deelname aan het evenement van Tod's werd niet betaald. Over het Made in Italy-lyceum is hij kort: 'Om vakmanschap te bevorderen, de basis van het Made in Italy-gevoel, moet de werkplaats worden ondersteund, niet de grote industrieën die het vakmanschap exporteren.' Menegazzo klopte aan bij stichtingen en de politiek maar ving naar eigen zeggen bot. 'Ook stelde ik voor om enkele uren les te geven in het middelbaar onderwijs ... Niente.'

Italiaanse bedrijven die dat kunnen, nemen het heft in eigen hand. Van het Umbriaanse luxemerkt Brunello Cucinelli tot het Napolitaanse herenmerk Kiton: ze hebben een eigen kleermakersopleiding. Ook de Florentijnse kleermaker Liverano & Liverano had van 2020 tot 2022 een kleinschalige school. Sarto Vittorio Salino gaf er les, voornamelijk aan Aziatische studenten. 'Daar werd grof voor betaald.'

Salino: 'Italië maakt een grove fout geen prioriteit te geven aan zijn eigen jongens en meiden. Eenmaal opgeleid, vertrekken veel scholieren of studenten weer, terwijl ze juist naar Italië komen om zich te scholen in ambacht en mode.'

Een Made in Italy-lyceum om daarmee Italiaanse jongeren te enthousiasmeren voor het behoud van de sector vindt Salino 'niet gek'. Maar zegt hij bitter: 'Als beginnend kleermaker, verdien je de eerste vijf jaar zo'n €1000 per maand. Een goed kleermaker krijgt daar nog eens €300 tot €500 bij. Als er niets aan de Italiaanse salarissen wordt gedaan, is Made in Italy straks een illusie. Onderwijs of niet.'