

L'intervento

Sempre più globali



Il brano è una sintesi del volume «Futuro Artigiano – L'innovazione nelle mani degli italiani» recentemente uscito per i tipi di Marsilio Editori

di Stefano Micelli *

Il nostro modo di guardare al mondo artigiano oscilla da tempo fra posizioni contrastanti. Sono in molti a credere che la presenza consistente di lavoro artigiano nella nostra manifattura rappresenti il segno evidente della difficoltà del paese di affrontare la questione dell'innovazione con la «i» maiuscola. Un'industria costruita sulla tradizione, questo è anche il senso del libro di Edoardo Nesi recente vincitore dell'ultimo premio Strega, è destinata a soccombere sotto la pressione della globalizzazione. È vero che in Italia continuiamo a produrre i vasi di Murano, gli intarsi fiorentini, i violini di Cremona. Ma la sensazione è che questa tradizione sia comunque ai margini di una modernità industriale dalla quale potremmo essere presto esclusi.

SEGRETI DEL MESTIERE

In realtà se guardiamo da vicino le trasformazioni che hanno segnato nel corso dell'ultimo decennio i successi di tante imprese italiane, soprattutto di media dimensione, ritroviamo in modo sistematico il contributo del lavoro artigiano. Il saper fare di matrice artigianale rappresenta un ingrediente essenziale del *software operativo* che caratterizza le nostre imprese più competitive sui mercati internazionali. Non si tratta solo dei settori del lusso più esclusivo, come la gioielleria e l'alta moda. Anche un'impresa che ha fatto della delocalizzazione una vera e propria bandiera come la Geox di Montebelluna, continua a essere puntare sul lavoro artigiano per le attività di prototipazione e di sviluppo prodotto. In settori come quello della meccanica e delle macchine utensili la presenza di artigiani costituisce un fattore essenziale per realizzare prodotti



che rispondano costantemente alle richieste della committenza. Se siamo ancora oggi «industria su misura» è anche grazie a competenze che solo in Italia abbiamo saputo coltivare e valorizzare.

ARTIGIANO E INDUSTRIA, INSIEME

A questo proposito, è necessario chiarire qualche equivoco. Prima di tutto è ora di superare una volta per tutte la contrapposizione romantica fra lavoro artigiano e attività industriali. I due mondi non si oppongono, anzi sono necessariamente complementari. Il lavoro artigiano oggi si concentra sempre di più su specifiche fasi della filiera produttiva, dove il *saper fare* di individui o di piccoli gruppi consente di portare un valore aggiunto particolare. Quando la standardizzazione paga, è giusto che siano le logiche industriali a prevalere.

Valcucine è un caso emblematico di come oggi il lavoro artigiano è alleato della produzione industriale. L'azienda produce cucine investendo in ricerca e in nuovi materiali: tutta la fase di personalizzazione del prodotto, ovvero le serigrafie che possono essere applicate alle superfici della cucine sulla base delle specifiche richieste del cliente, è invece legata a lavorazioni di tipo artigianale che consentono di innalzare sensibilmente il valore del prodotto finito.

DIVENTANDO GRANDI

Un secondo equivoco riguarda il tema della dimensione. Perché pensare che solo i «piccoli» debbano essere i legittimi custodi della tradizione del lavoro artigiano in Italia? Le recenti campagne pubblicitarie di grandi aziende come Gucci, Bottega Veneta e Fendi sono il segno evidente di come imprese con una forte proiezione internazionale e di grandi dimensioni puntano oggi a valorizzare conoscenze e competenze artigiane che sono parte costitutiva del nostro patrimonio storico e culturale del paese. Troviamo, poi, lavoro artigiano in molte medie imprese leader del design italiano così come in molte medie e grandi aziende storiche della produ-



Artigianato

avviata dal progetto Centofinestre per promuovere le attività delle aziende marchigiane specializzate nella prototipazione e nella produzione di prime serie per il settore delle confezioni. Piccole imprese tradizionalmente impegnate a sostenere i grandi della moda italiana, oggi offrono i loro servizi ai nuovi produttori cinesi impegnati nella conquista del proprio mercato domestico.

UN PATRIMONIO DA SPENDERE

Da cosa partire per dare visibilità e qualità a un patrimonio

di competenze che merita di essere proposto oltre i confini nazionali? Una serie di focus group commissionati recentemente da Cna a scala nazionale ha messo in evidenza due priorità. La prima riguarda la formazione. Per l'artigiano del futuro è necessario immaginare nuovi percorsi in grado di dare al suo profilo maggiore legittimità culturale e nuovi strumenti di lavoro. Una proposta in questo senso potrebbe essere la creazione di una *Ivy league* di alte scuole per il sapere fare italiano in grado di coprire i diversi settori del Made in Italy. Una seconda priorità è legata alla messa a punto di nuovi strumenti di promozione internazionale che siano in grado di superare una prospettiva strettamente mercantile a tutto vantaggio di nuove logiche di divisione del lavoro a scala globale.

zione di macchine utensili. In queste imprese, l'investimento in competenze manageriali non soppianta il saper fare tradizionale ma costituisce, piuttosto, il presupposto per una sua valorizzazione a scala globale. La crisi ha messo in difficoltà le formule consolidate con cui il made in Italy ha saputo competere sui mercati tradizionali. Il problema è come superare l'*impasse* di questi anni di crisi e, soprattutto, come rafforzare la posizione di mercato delle imprese di minori dimensioni. Non si tratta, ovviamente, di rilanciare formule di sviluppo ormai sorpassate, né di assecondare nostalgie e passione per il folklore locale. L'obiettivo, piuttosto, è quello di mettere a punto nuove politiche in grado di valorizzare il sapere fare artigiano nei processi di divisione del lavoro a scala internazionale. Il lavoro artigiano costa e per questo deve essere utilizzato in fasi specifiche delle catene.

Un esempio interessante a questo proposito è l'esperienza

di competenze che merita di essere proposto oltre i confini nazionali? Una serie di focus group commissionati recentemente da Cna a scala nazionale ha messo in evidenza due priorità. La prima riguarda la formazione. Per l'artigiano del futuro è necessario immaginare nuovi percorsi in grado di dare al suo profilo maggiore legittimità culturale e nuovi strumenti di lavoro. Una proposta in questo senso potrebbe essere la creazione di una *Ivy league* di alte scuole per il sapere fare italiano in grado di coprire i diversi settori del Made in Italy. Una seconda priorità è legata alla messa a punto di nuovi strumenti di promozione internazionale che siano in grado di superare una prospettiva strettamente mercantile a tutto vantaggio di nuove logiche di divisione del lavoro a scala globale.

** Stefano Micelli è professore di Economia e Gestione delle Imprese presso la Facoltà di Economia, Università Ca' Foscari di Venezia.*