

MADE IN ITALY

Il vantaggio competitivo dei mestieri d'arte

di **Marta Casadei**

Le aziende dell'artigianato made in Italy resistono nonostante la crisi: sebbene il 69% ammetta di aver registrato un calo del fatturato tra il 2008 e il 2013, nel medesimo periodo oltre la metà delle imprese di settore (51%) ha cercato di tenere duro sul fronte degli investimenti, facendo leva sul credito bancario (57%) e sull'autofinanziamento (71%). E il 70% delle realtà, nonostante tutto, ha mantenuto stabile o addirittura aumentato il proprio organico. Il tutto con risultati positivi: a fronte della flessione dei ricavi registrata negli ultimi cinque anni, il 50% delle imprese dichiara di aver aumentato i propri ricavi tra il 2012 e il 2013.

A fornire questa fotografia dell'artigianato made in Italy, settore che fa leva su 1,4 milioni di imprese che contribuiscono al valore aggiunto nazionale per 150 miliardi di euro l'anno (dati Eurostat 2012 elaborati

dall'Università Bocconi), è la ricerca "Valorizzazione del territorio e sviluppo delle eccellenze locali. Il saper fare italiano per il rilancio dell'economia", realizzata dal Centro ricerche su sostenibilità e valore della stessa Bocconi in collaborazione con la Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte, con il sostegno di Vacheron Constantin.

L'analisi, condotta su un campione di piccole aziende artigiane - l'86% impiega al massimo di 10 dipendenti - traccia i confini di un mondo, quello dei mestieri d'arte, che viene considerato un'eccellenza del made in Italy a livello globale. Ma che ha sofferto non poco sotto il peso della crisi.

«La ricerca ha un grande merito: ha confermato il valore che queste imprese hanno sul piano dell'occupazione - spiega Alberto Cavalli, direttore della Fondazione Cologni e autore del volume "Il valore del mestiere. Elementi per una valutazione dell'eccellenza artigiana" uscito a novembre 2014 per Marsilio - e ha ribadito la portata dell'interesse internazionale nei con-

fronti dell'artigianato made in Italy. Abbiamo un vantaggio competitivo che non va sprecato. Anzi, va tutelato cercando di definire il ruolo e le esigenze di queste micro imprese difficilmente mappabili».

A giocare un ruolo chiave nel futuro del settore sono i mercati stranieri: Cresv e Fondazione Cologni confermano la vocazione internazionale di queste piccole realtà: il 71% degli interpellati, infatti, esporta. Ma evidenziano la forbice tra le impre-

50

PER CENTO

Quota di imprese artigiane che dichiarano di avere aumentato il fatturato tra il 2012 e il 2013, secondo l'analisi del Centro ricerche sostenibilità e valore dell'Università Bocconi in collaborazione con Fondazione Cologni



se che esportano meno del 20% della propria produzione (35 imprese su 100) e quelle che, invece, vendono all'estero oltre il 60% (33 su 100). I mercati chiave per queste micro imprese sono Europa e Stati Uniti, seguiti da Russia e Asia. Solo il 25% degli intervistati, invece, ammette di lavorare come terzista per i grandi gruppi stranieri che hanno fatto del made in Italy il proprio vessillo.

Le piccole imprese artigianali si trovano

150

MILIARDI

Il valore aggiunto nazionale (in euro) realizzato ogni anno da 1,4 milioni di imprese artigiane sparse sul territorio italiano, secondo i dati Eurostat elaborati dall'Università Bocconi

oggi davanti a uno scenario incerto che offre loro molte sfide: «Le questioni su cui lavorare sono tre: la fiscalità complessa e il rapporto difficile tra microimprese e istituzioni; la tutela del made in Italy e la formazione del personale», spiega Cavalli.

La successione è un problema rilevante: l'87,9% delle aziende ritiene che, se nel corso degli anni non verranno avviati particolari percorsi formativi, il proprio mestiere d'arte potrebbe scomparire. Alcuni titolari pensano di poter affidare l'azienda ai propri figli (31,8%), altri ritengono che i propri eredi non siano interessati (13%) o non siano in grado di gestire l'azienda (13,1%). Solo l'8,4% sarebbe disposto ad affidarsi a una gestione esterna e oltre il 33% brancola nel buio quando si parla di tramandare il proprio mestiere. I percorsi di formazione specifica in Italia scarseggiano: per questo ben il 44% delle realtà che hanno partecipato alla ricerca ammette di formare i dipendenti internamente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA