



Tendenze L'economista Stefano Micelli: uscire dalla crisi cambiando idea di lavoro

Fare MODA

Perché l'artigiano salverà qualità, lusso e creatività

di EDOARDO LUSENA

C'è da fare, e Pitti lo sa.

Si chiama *Make* la novità del salone fiorentino, una sezione che guarda all'artigianato. Una riscoperta della dimensione artigiana, che non parte da Firenze ma intercetta una tendenza: negli Usa, *Make* è una rivista che raduna migliaia di maniaci del *do-it-yourself* con tanto di fiere in cui gli americani della «vita a domicilio» scoprono la manualità nei settori più disparati ribattezzandosi *makers*.

Uno degli argomenti che Stefano Micelli, docente di Economia e gestione delle imprese a Ca' Foscari, tratta nel suo libro *Futuro arti-*

giano - L'innovazione nelle mani degli italiani (l'autore lo presenterà oggi al cinema Odeon — ore 17 — ospite di Confartigianato).

È Micelli il primo a non stupirsi che Pitti metta in primo piano l'artigianato: «La contraddizione è solo apparente, non si recupera l'artigianato in chiave regressiva, ma come concetto e metodo di lavoro. In questa prospettiva la qualità del lavoro artigianale è straordinariamente attuale. Riflette valori come cura del dettaglio, capacità di relazione e adattamento, flessibilità unita a parsimonia e sostenibilità».

Il sindaco dell'alluvione di Firenze, Piero Bargellini, dopo la catastrofe disse che la priorità era riaprire le botteghe artigiane,

cuore pulsante della città. Dopo il cataclisma dei mercati l'artigianato ci salverà? O si salverà?

«La crisi lascia tra le macerie un'idea di lavoro sposata dai primi anni '90: quel mondo del lavoro della conoscenza immaginato come non manuale. Insomma, negli ultimi venti anni abbiamo pensato che l'unico lavoro che poteva creare futuro e valore fosse quello della manipolazione dei simboli, oggi ci rendiamo conto che quell'idea era sbagliata e che invece il «fare» è un modo di conoscere e di pensare. Da qui nasce la necessità di tornare all'artigianato perché la vera economia della conoscenza è un'economia fatta di mestieri che presuppongono il «fare»».

Ma come fare questo salto culturale quando a predominare è

l'idea che l'artigiano sia un sinonimo di Geppetto?

«È un fenomeno molto italiano, all'estero il rilancio internazionale passa dal legame tra innovazione tecnologica e artigianato. Aspetti che si coniugano bene nelle fiere di *Make*, come nel design del nord Europa. Noi viviamo una tradizione più forte, così indugiamo in questa immagine da cartolina che scolora nel folkloristico. Ma il nostro artigiano non deve avere paura di confrontarsi con le tecnologie e chi ancora percorre la strada della tradizione lo deve fare per proporre un progetto culturale».

L'artigiano, secondo il concetto che lei propone, si nasconde anche dove meno te l'aspetti. L'idea dell'iPhone e la sua inter-

faccia touch.

«La progettazione dell'iPhone è figlia di una cultura, quella di Jonathan Ive (guru design industriale di Apple, ndr) che presuppone profonda intimità con oggetti e materiali. Progettare oggetti così complessi ed esprimere qualità, richiede un approccio di vicinanza: chi ha a cuore il design avanzato sa già che avrà bisogno di toccare quello che ha in mente».

È il caso di Geox: un gigante della produzione delocalizzata (stabilimenti nell'est Europa e in Oriente) ma con a monte l'artigianato italiano.

«È sviluppo di prodotto che solo i nostri artigiani sanno rendere così dinamico. Geox non fa del *made in italy* una bandiera ma nella sua sede scopriamo una dimensione di lavoro artigiano che si mescola alla ricerca e all'uso di nuovi materiali. Insomma al netto dell'innovazione tecnologica, il cuore è in mano a degli artigiani da 1200 prototipi l'anno».

E l'altra faccia della medaglia di un artigianato vincente lei la trova nel lusso, facendo l'esempio di Gucci azienda storica fio-

rentina dal destino legato a doppio filo all'artigianato.

«Chi compra una borsa Gucci non si limita a soddisfare un bisogno legato alla moda, pretende che dietro ci sia un patrimonio di storie, cultura e tradizioni che noi italiani abbiamo dalla nostra».

Errori da evitare e approcci da adottare per l'artigiano vincente di domani?

«Impari a raccontarsi, smetta di pensare di avere segreti: l'artigiano ha tanto da guadagnare a raccontare se stesso, richiede fatica ma è parte di un percorso virtuoso. Faccia viaggi semplici, anche all'estero, per visitare nuove economie, vedere da vicino le opportunità a sua disposizione. La cosa più bella da fare è mettersi vicino un ingegnere o uno che "mastichi" tecnologie. Sia propenso al digitale e all'utilizzo di nuovi "utensili". Se non lo fa l'errore può risultare fatale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Chi è

Stefano Micelli, docente di Economia all'università Ca' Foscari, autore di «Futuro artigiano» (Marsilio)

