

**Il saggio dell'economista Micelli**

# Creatività e marchi globali «Ecco il futuro artigiano»

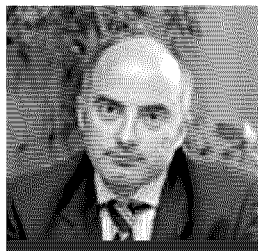
VENEZIA — Dall'«uomo artigiano» all'«artigiano globale». È il percorso che Stefano Micelli tratteggia nelle pagine del libro *Futuro artigiano* (Marsilio - I grilli, 18 euro), nel quale la fanno da padrone le storie di microimprenditori veneti. C'è ad esempio Lino Tagliapietra, uno dei maestri dell'artigianato artistico muranese, che come pochi altri «è riuscito a imporre — ricorda Micelli — le proprie creazioni sul mercato artistico internazionale». Ma troviamo anche la galassia di

artigiani e modellisti che lavorano per la Geox di Montebelluna, o i sarti veneti che riforniscono le case di moda di jeans fatti a mano. In controtendenza rispetto al *leit motiv* che porta a vedere nelle microimprese solo un fattore di debolezza, Micelli sottolinea che l'epopea dell'artigianato non si è conclusa: gli artigiani dispongono del vantaggio competitivo di offrire in esclusiva, nell'epoca della globalizzazione, la possibilità di «personalizzare». Ma anche questa

figura per vincere dovrà evolvere: gli artigiani hanno bisogno anch'essi di «marchi e di riconoscimenti inclusivi» e di strumenti per confrontarsi, innovando, sui mercati internazionale. Il nuovo artigiano secondo Micelli avrà perciò bisogno «di più formazione professionale, di maggiore padronanza delle lingue straniere e di un dominio delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione».

**M.Fa.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Stefano Micelli**

Da due anni visita imprese e laboratori

