

Lavorare felici

Nuove generazioni alla ricerca di senso (e futuro) trovano nell'artigianato un approdo concreto, creativo e sostenibile

Hanno collaborato a questo numero:

GA. Graneli, M. Valerii, G. Sapelli, M. Magatti, F. Maietta, F. Di Bisceglie, E. Quintavalle



L'Artigianato che ci piace: un connubio tra tradizione, innovazione e libertà creativa

Di Fondazione Germozzi
27.09.2024



Nel panorama lavorativo contemporaneo, sempre più segnato dalla digitalizzazione e da professioni emergenti, il mondo dell'artigianato si configura come una via di espressione e realizzazione che affascina le nuove generazioni. La possibilità di costruire con le proprie mani qualcosa di unico, che racconti una storia e racchiuda un valore autentico, rappresenta una grande opportunità per i giovani in cerca di uno spazio dove tradizione e modernità possano incontrarsi in modo creativo. In questo contesto, il "Valore Artigiano" può diventare un punto di riferimento per un'intera generazione, permettendo di riscoprire la manualità e, al tempo stesso, di connettersi con un mondo sempre più dominato dalla tecnologia.

****Il valore intrinseco dell'artigianato*

L'artigianato, più di molte altre professioni, è in grado di raccontare l'essenza di chi lo pratica. Ogni creazione artigianale è una storia, un pezzo di anima che riflette le passioni, le competenze e l'autenticità del processo produttivo. Questo aspetto può essere particolarmente attraente per i giovani, che vivono in un'epoca in cui l'espressione individuale è fondamentale. In un mondo spesso sovraccarico di prodotti standardizzati e impersonali, l'artigianato si distingue per la sua capacità di trasmettere un messaggio unico, che non solo rispecchia le radici culturali di una comunità, ma che si evolve con il contributo personale di chi lo pratica.

L'artigianato, in questo fare, non è solo un modo per esprimere se stessi, ma rappresenta una reale opportunità per trasformare una passione in una carriera sostenibile e appagante.

****La fusione tra tradizione e innovazione*

Una delle caratteristiche più affascinanti dell'artigianato contemporaneo è la sua capacità di integrare tradizione e innovazione. L'artigiano di oggi non lavora più solo con le mani, ma può avvalersi di strumenti tecnologici avanzati che arricchiscono e potenziano le sue creazioni. Questa sinergia tra manualità e tecnologia rappresenta un'opportunità unica per i giovani, abituati a vivere in un mondo sempre più digitale. L'intelligenza artificiale, ad esempio, può essere vista come un alleato, una fonte di ispirazione che aiuta l'artigiano a esplorare nuove soluzioni creative, senza mai sostituire completamente l'apporto umano.

L'integrazione di nuove tecnologie non snatura il mestiere artigiano, ma lo arricchisce di nuove possibilità espressive, offrendo ai giovani un percorso di crescita e realizzazione che combina la maestria manuale con l'innovazione tecnologica. Questa fusione è la chiave per rendere il settore attraente per le nuove generazioni. **Creare con le mani, ma con il supporto della tecnologia, significa coniugare il meglio dei due mondi, portando l'artigianato a un nuovo livello di creatività e sperimentazione.**

****La sostenibilità come valore condiviso*

Un altro elemento cruciale che rende l'artigianato particolarmente attraente per i giovani è il suo legame con la sostenibilità. Le nuove generazioni sono sempre più sensibili alle tematiche ambientali e sono alla ricerca di un consumo consapevole e responsabile.

L'artigianato risponde perfettamente a questa esigenza, offrendo prodotti unici, realizzati con materiali locali e processi rispettosi dell'ambiente. Questo tipo di approccio non solo consente ai giovani di sentirsi parte di un cambiamento positivo, ma dà loro la possibilità di contribuire direttamente a una visione del mondo più equa e sostenibile.

Approcciarsi all'universo 'a Valore Artigiano' diventa un mezzo per riscoprire e valorizzare un modello di produzione e consumo che rispetta le persone e il pianeta. Pensiamo fermamente che i giovani possano vedere come la creatività artigianale non sia solo una risposta alle esigenze del mercato, ma anche una forma di impegno sociale e ambientale. In questo modo, l'artigianato è una filosofia di vita, in cui le scelte etiche si uniscono alla passione per il lavoro manuale.

**** L'importanza della formazione e della collaborazione*

Per attrarre i giovani verso il mondo dell'artigianato, è fondamentale rendere questo settore visibile e accessibile. È necessario rompere le barriere che spesso tengono i giovani lontani da questa realtà. **La collaborazione tra scuole, imprese artigianali e piattaforme digitali può offrire agli studenti l'opportunità di sperimentare direttamente le competenze artigianali e di comprendere come queste possano aprire nuove strade nel loro percorso professionale.**

Creare un ponte tra scuola e lavoro, tra teoria e pratica, è essenziale per preparare le nuove generazioni alle sfide del futuro. L'esperienza diretta all'interno di laboratori artigianali, l'opportunità di lavorare al fianco di maestri del mestiere e la possibilità di imparare attraverso il fare, sono strumenti fondamentali per far sì che i giovani scoprano il valore e il potenziale dell'artigianato. La digitalizzazione può giocare un ruolo chiave in questo processo, offrendo piattaforme dove condividere esperienze, tecniche e storie, creando una comunità virtuale che avvicini i ragazzi a questo mondo.

**** Comunicare l'artigianato attraverso i canali digitali*

Per coinvolgere i giovani, è necessario raccontare l'artigianato attraverso i linguaggi e i canali che loro utilizzano quotidianamente. Le piattaforme digitali rappresentano un'opportunità straordinaria per diffondere la cultura artigianale e per mostrare ai ragazzi come il mestiere artigiano sia lontano dall'immagine polverosa e antiquata che a volte lo accompagna. Attraverso video, blog, tutorial e social media, è possibile creare un dialogo

diretto con le nuove generazioni, mostrando loro la modernità e la rilevanza di un settore che offre opportunità creative e imprenditoriali concrete.

L'obiettivo è quello di trasmettere una visione dell'artigianato come un mestiere dinamico, capace di evolversi e di rispondere ai bisogni e ai desideri dei giovani. Le storie di successo di giovani artigiani, i loro percorsi di crescita e le loro esperienze quotidiane possono diventare una fonte di ispirazione per chi ancora non conosce questo mondo. È necessario comunicare con autenticità, mostrando la bellezza del lavoro manuale, ma anche le sfide e le soddisfazioni che esso porta con sé.

**** Un invito per le nuove generazioni. Scoprire l'Artigianato che ci piace...*

Insomma, l'artigianato rappresenta una strada affascinante e stimolante per le nuove generazioni. Non è solo un mestiere, ma un modo di vivere, un percorso che permette di esprimere se stessi, di creare con le proprie mani e di lasciare un segno nel mondo. Il 'Valore Artigiano' costruisce un ponte tra il passato e il futuro, tra tradizione e innovazione, offrendo ai giovani la possibilità di riscoprire il valore della manualità in un contesto sempre più digitalizzato.

L'invito è chiaro: esplorare, sperimentare e scoprire che l'artigianato può essere il futuro che si sta cercando.

Confartigianato ha intrapreso un'iniziativa per avvicinare i giovani al mondo dell'artigianato, con l'obiettivo di evidenziare le opportunità di crescita personale, di inserimento lavorativo e di acquisizione di competenze concrete. Il progetto si sviluppa attraverso il ciclo di incontri intitolato "L'artigianato che ci piace".

Il format è ideato per promuovere l'artigianato tra i giovani, stimolando l'interesse per la manualità e l'apprendimento di competenze specifiche. Accanto a Confartigianato, partecipano stabilmente due ospiti di rilievo: **Vincenzo Schettini**, professore di fisica e influencer, e **Giuseppe Lavenia**, psicoterapeuta specializzato in benessere digitale e divulgatore scientifico. A moderare gli interventi, la giornalista Rai **Micaela Palmieri**.

Durante gli incontri, i giovani saranno incoraggiati a iscriversi a scuole e corsi di formazione specializzati, con l'obiettivo di sviluppare le competenze necessarie per diventare artigiani qualificati. Verrà fornita loro una lista di istituti e programmi che offrono percorsi formativi mirati. Inoltre, saranno illustrate le opportunità di stage e tirocini presso

aziende artigiane, consentendo ai partecipanti di mettere in pratica le conoscenze acquisite e di entrare in contatto diretto con il mondo del lavoro.

In ciascuna tappa, il professor Schettini raccoglierà testimonianze di giovani già attivi nel settore, di artigiani alla ricerca di nuove collaborazioni e di professionisti che promuovono idee innovative. Queste esperienze saranno suddivise in tre categorie principali: "Il giovane artigiano", "AAA Artigiano cercasi" e "L'artigiano che ci piace". Le storie saranno poi diffuse sui social media, utilizzando linguaggi e strumenti vicini al mondo giovanile, per favorire un maggiore coinvolgimento.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

Lo Spirito artigiano è lo “spirito dei tempi”

Di Andrea Granelli
27.09.2024



A ben vedere, lo Spirito Artigiano sta plasmando cultura e valori caratteristici del nostro tempo e ne indica il *modus operandi*. Concetti come economia post-industriale, della conoscenza, della personalizzazione, simbolica... sono tutte locuzioni usate per caratterizzare la contemporaneità e che contengono un seme artigiano. Quel momento in cui l'industrializzazione, alimentata dal credo tayloristico, è sembrata totalizzante – un breve periodo se lo confrontiamo con la storia dell'uomo – è oramai tramontato (da qui si parla di economia post-industriale) e l'artigianato sta tornando a ricoprire un ruolo non solo economico, ma anche valoriale – aspetto che lo ha sempre connotato, a partire dalla metafora biblica del Dio vasaio e dalla centralità economica, sociale e culturale delle corporazioni, delle scuole di arti e mestieri e delle gilde.

Tre aspetti, in particolare, tra i tanti che definiscono lo Spirito Artigiano, sono particolarmente attuali, non solo perché diffusi ma anche perché potrebbero/dovrebbero diventare un viatico per affrontare con efficacia le sfide e le complessità del mondo che ci aspetta.

Inoltre, molti mestieri – importanti non solo per la loro rilevanza economica o sociale ma anche per la loro modernità – sono pervasi di Spirito Artigiano. Prendiamo, per fare solo qualche esempio, il chirurgo, lo chef stellato, il musicista, il fisico sperimentale, il restauratore, ma anche il programmatore software o il video maker...

Vediamo allora quali sono i tre aspetti.

Innanzitutto, la **personalizzazione della produzione** – che spesso viene chiamata, non a caso, artefatto – che diventa firma, caratterizzazione identitaria.

In secondo luogo, la **custodia dell'ambiente**. Papa Francesco ha usato questa espressione potente nella sua enciclica sull'ambiente *Laudato Si'*. Il concetto va oltre la tutela: "custodia e salvaguardia del creato" introduce il concetto di amministrazione responsabile (in inglese *stewardship*), che esclude ogni sfruttamento e richiede un prendersi cura fatto di attenta benevolenza. Un atteggiamento non solo difensivo, ma vivificante, proprio perché l'ambiente non è solo da contemplare, ma da usare e anche trasformare, sempre in modo responsabile. Recita un antico proverbio amerindio: «la terra non è un'eredità ricevuta dai nostri padri, ma un prestito da restituire ai nostri figli».

Infine, la **centralità della tecnologia**, vista però sempre come strumento – o meglio utensile – che potenzia le abilità artigiane e mai come automazione spinta, che tende a sostituirle. Tecnologia per l'uomo e non al posto dell'uomo. Per questo la mano ben rappresenta il mestiere artigiano. La mano afferra e usa l'utensile, impone uno sguardo attivo, è umana, potenzia l'uomo, mentre l'automazione dissolve l'uomo, lo fa scomparire, si auto-attiva e si auto-corregge.

Spesso la centralità dell'utensile lo trasforma in tratto identitario, capace addirittura di identificare il suo utilizzatore. Analizzando, ad esempio, il giornalismo, Indro Montanelli è stato spesso rappresentato con la sua inseparabile macchina da scrivere Olivetti Lettera 22. Questa trasformazione è addirittura entrata nel linguaggio grazie a una particolare figura retorica – la metonimia – che indica la parte per il tutto. Infatti, per indicare un bravo giornalista si può anche usare l'espressione "è una buona penna".

E la potenza dell'utensile prende forma e si esplicita nella bottega, la fabbrica del mondo artigiano. Anzi, molto più di una fabbrica, che – nel suo trasformarsi in bottega 5.0 – rafforza il fare artigiano e trova nuove sintesi all'interno di un dialogo mai interrotto fra tradizione e innovazione.

Pertanto, lo Spirito Artigiano non solo è in armonia con la modernità, ma coglie in modo più autentico quello spirito dei tempi attento all'ambiente, alle relazioni sociali e al benessere, diventando pertanto l'interprete forse più autentico della modernità sostenibile.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

Il lavoro che cambia: i giovani e l'attrazione verso l'artigianato

Di Massimiliano Valerii
27.09.2024



Se dico “plastica”, cosa ci viene in mente? Ovvio: è l'icona dell'inquinamento degli oceani. Ma c'è stato un tempo, non molto remoto, in cui quella parola aveva tutt'altro significato. Pensiamo al valore altamente simbolico dell'ingresso degli elettrodomestici e degli utensili in plastica nelle case della classe media italiana: significava l'affrancamento dalla scarsità e dall'arretratezza, l'accesso a pieno titolo nella società affluente e opulenta. Infatti, in quel periodo, il nostro Paese poteva vantare indiscussi primati a livello mondiale nell'industria chimica e delle materie plastiche. Oggi, invece, in attesa di un vagheggiato mondo plastic-free, si legifera per ridurre quanto più possibile l'impiego della plastica e l'impatto ambientale: sacchetti per la spesa biodegradabili, bottigliette dell'acqua minerale più leggere, con il tappo che non si stacca dal collo del flacone. È un rovesciamento simbolico e valoriale di cui sono artefici soprattutto le giovani generazioni, ma non solo. Si tratta di

un capovolgimento di prospettiva che testimonia quanto siano cambiati l'immaginario collettivo e l'agenda sociale.

Qualcosa di analogo è avvenuto anche nel rapporto degli italiani con il lavoro. Il mercato del lavoro sta vivendo una fase eccezionale sotto molti punti di vista, per certi versi inedita, come confermano le difficoltà sperimentate giornalmente da molte imprese nel reperire la manodopera e le figure professionali di cui hanno bisogno. È uno scenario originale, innanzitutto, sul piano quantitativo: più di 24 milioni di occupati, un record nelle serie storiche delle forze di lavoro. Ma anche sul piano qualitativo, se si considerano le nuove attitudini individuali maturate nei confronti del lavoro.

Il grande cambiamento è stato generato da una molteplicità di fenomeni strutturali di lungo periodo, accelerati e amplificati dalle dinamiche congiunturali. Da una parte, la regressione demografica, con il calo costante e prolungato della natalità e il graduale invecchiamento della popolazione; dall'altra, il mutato rapporto soggettivo con il lavoro. Questi sono i fattori principali che hanno determinato il nuovo contesto, imponendo ai diversi attori di ripensare radicalmente le proprie strategie operative.

In particolare, i giovani – che sono pochi e saranno sempre di meno in futuro – oggi hanno il coltello dalla parte del manico. Proprio nel loro rapporto con il lavoro sta emergendo una forte discontinuità rispetto alle generazioni precedenti.

Per loro, il lavoro non è più il baricentro esclusivo delle proprie agende personali, a prescindere dalla qualità del lavoro e dai frutti che ne conseguono. No: per loro il lavoro deve essere motivante e ricco di senso. Altrimenti, tanto vale ridurre al minimo l'impegno da dedicare all'impiego. Non è prevalente né un rifiuto del lavoro tout court, né una rassegnata accettazione di un lavoro qualunque. Al contrario, emerge la ricerca di un buon lavoro, che sia appagante non solo sul piano economico, ma anche nella sfera esistenziale. È questo il nuovo orizzonte valoriale da considerare per riconoscere

nell'impresa artigiana e nel lavoro artigiano quei fattori che oggi possono fare breccia nell'immaginario giovanile, poiché capaci di rispondere alle nuove aspettative soggettive.

Certamente, per i giovani un buon lavoro deve poggiare su alcuni "fondamentali" solidi: stabilità dell'impiego, un livello retributivo adeguato, un orario di lavoro soddisfacente, in modo da non sacrificare le altre dimensioni della vita che contano (gli affetti, gli impegni familiari, gli interessi personali, lo svago). Inoltre, deve svolgersi in un contesto (dal luogo di lavoro alla rete relazionale) percepito come positivo e rappresentare un'occasione di apprendimento continuo. Deve anche essere coinvolgente, non routinario, aperto alle innovazioni e al contributo creativo, e incorporare convinzioni e passioni consonanti con le proprie.

In particolare, tra i requisiti del buon lavoro che i giovani cercano, emerge prepotentemente la voglia di autonomia nella gestione dei tempi e degli orari. Questi desideri potrebbero orientare verso il lavoro autonomo e l'avvio di un'impresa, una soluzione largamente apprezzata, sebbene spesso confinata nel perimetro di un sogno proibito, a causa dei rischi connessi all'avventura imprenditoriale, percepiti come troppo alti per essere sopportabili.

Molti dei pilastri del lavoro ideale indicati dai giovani sono rintracciabili nel lavoro artigiano, che gode di una reputazione molto positiva nel loro immaginario, tanto che un terzo dei giovani che non vi lavorano vorrebbe entrare a farne parte.

Del mondo artigiano si apprezzano l'originalità, la creatività, la vena artistica, il grado di autonomia nella gestione delle mansioni e nella realizzazione del prodotto o servizio finale. Tuttavia, lo sguardo giovanile rivolto all'artigianato non è contraddistinto da un'inclinazione nostalgica o da una romantica idealizzazione della "piccola bottega". Piuttosto, ciò che rende l'artigianato attrattivo ai loro occhi sono i suoi valori intrinseci, coniugati con le esigenze della contemporaneità in cui sono immersi: competenze e saperi, culture e pratiche legate al modello produttivo specifico del mondo artigiano.

Se, nell'attuale fase storico-sociale, il lavoro deve rispondere al severo scrutinio valoriale compiuto dai giovani, allora non è una forzatura affermare che l'impresa artigiana può contare su una posizione di vantaggio rispetto ad altre alternative meno sensibili alla sostenibilità e contraddistinte da un produttivismo "a prescindere".

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

Custodi della Creatività e Architetti del Futuro. L'Artigianato che ci piace

Di Giulio Sapelli
27.09.2024



“Oggi nessuno racconta ai giovani quanto sia importante un mestiere nel quale metti in gioco tutto te stesso, la tua creatività, il tuo essere. La figura dell’Artigiano è questa, e da essa ne sono venute fuori tante altre. Leonardo da Vinci era un artigiano. Lui diceva: ‘La conoscenza è figlia dell’esperienza’. Aveva capito che il fare occupa la tua mente, mette in moto il meccanismo della creatività e ti rende una persona

curiosa; il fare ti migliora, ti fa andare avanti e ti fa anche capire che la vita è dura, ma che è bella. Il mestiere dell'artigiano è un mestiere complicato, ma affascinante.”

Mi hanno molto colpito queste parole di **Vincenzo Schettini**, il quale, il 10 luglio di quest'anno, ha entusiasmato la grande platea dell'evento di Confartigianato svoltosi a Rimini e intitolato – significativamente – **“L'Artigianato che ci piace!”**.

E ho voluto aggiungervi una riflessione che faccio spesso in questi ultimi tempi, da quando, con gli amici della Fondazione Germozzi e di Spirito Artigiano, vogliamo contribuire alla stessa missione evocata da Schettini con sempre nuove forme di comunicazione e di approfondimento conoscitivo.

Mi è venuto in mente che ciò che ci piace è il fatto che chi lavora da artigiano sa di far parte, di essere protagonista, di un grande fenomeno che non è solo personale. Infatti, mentre il lavoro artigiano realizza ciò che vi è di migliore nella persona, la persona che ne è protagonista partecipa, nel contempo, a un grande moto di trasformazione dell'esistente che la rende partecipe del destino di un mondo che si contribuisce a migliorare: da artigiani, appunto.

Avete mai viaggiato in aereo quando il cielo sotto di voi è una compatta distesa di nuvole, varie e possenti, e poi, tutto d'un tratto, leggere e sottili? Quella coltre vi impedisce di vedere la terra che scorre veloce sotto di voi. Quello che è accaduto in questi ultimi vent'anni nel mondo è una sorta di viaggio in un aereo sopra le nubi. Le nubi erano, e sono, la finanza, con tutti i suoi nubi che d'improvviso si trasformano in uragani tempestosi. Si scaricano a terra, naturalmente, ma voi la terra continuate a non vederla e non vi accorgete delle trasformazioni che su di essa e in essa hanno luogo. Meglio viaggiare a piedi per scoprire ciò che accade. Del resto, è a terra che si costruiscono gli aerei e non in cielo. A questo penso via via che leggo libri e articoli scientifici sulla trasformazione in corso nell'industria mondiale.

E dico “industria” e non “impresa”. Perché? Perché l’industria è la foresta che cresce tumultuosa con grandi e piccoli alberi, infiniti cespugli e giardinieri vecchi e giovani che la curano e la intercalano con giardini e orti. È un insieme di fattori sì tecnologici, sì naturali come le materie prime, ma anche costituito dalle scuole dove si studiano le arti e le scienze che dovranno poi servire a coltivare e curare la foresta. L’industria è un’astrazione culturale piuttosto che un elemento materiale e concreto. Quest’ultimo è costituito dalle imprese, che sono gli alberi, i cespugli, gli orti e i giardini della foresta.

Ebbene, in questi ultimi venti anni l’industria e le imprese insieme sono enormemente cambiate. In primo luogo, i progressi scientifici sono diventati più rapidamente progressi tecnologici e questi ultimi, una volta tradotti in progetti, sono stati più rapidamente trasformati in linee di rifornimento, in guisa di grandi piattaforme distributrici di strumenti, macchine e software per la produzione di altre macchine e non solo di beni di consumo. Le imprese si sono trasformate in costellazioni interdipendenti connesse dall’ITC, in grado di aumentare a livelli inusitati la produzione per unità presente sui mercati, qualunque sia la sua dimensione. Questo ha scatenato un trasferimento globale di tecnologie e conoscenze formali di straordinario vigore. Le industrie automobilistica e avionica, insieme a quella farmaceutica e biotecnologica, sono state alla testa di questo processo.

Questi risultati fantastici sono stati possibili perché non è stato più necessario accentrare tutte le reti in singoli stabilimenti, sviluppando capacità di integrare tecnologie e conoscenze disperse in territori diversi in tutte le parti del mondo: catene di produzione a monte che consentono la produzione a valle di merci sempre più composite, grazie ai rifornimenti che giungono da tutto il globo secondo scelte di eccellenza. La foresta è

divenuta fittissima, con prati e giardini grandissimi, che sono i luoghi in cui si creano le idee e ci si prepara a diffonderle per tutti i "rami", ossia per tutte le imprese della foresta. La finanza, infatti, ha sradicato milioni di alberi ma non ha potuto sradicare la nuova industria e le imprese artigiane che ne sono il frutto più innovativo e originario. Questo è stato il miracolo di questi anni. La riproduzione allargata del capitalismo, con la produzione di merci per la produzione di merci (che è l'essenza del trasferimento tecnologico guidato dalla cultura imprenditoriale), è stata una colossale fortuna, perché si sono aggiunte via via terre e foreste dove le piante hanno potuto crescere al riparo dagli uragani finanziari e curate con piccoli scrosci di pioggia (le banche locali e cooperative e soprattutto l'autofinanziamento d'impresa, che ha avuto un ruolo importantissimo a cui non si fa mai cenno).

Alla base di tutto ciò vi è stato un grandissimo sviluppo delle conoscenze tecnologiche e scientifiche diffuse, che si sono innervate sia nelle specializzazioni operaie sia nelle competenze degli imprenditori, più di quanto non si creda (parliamo troppo di management e sempre troppo poco di imprenditorialità).

Nella foresta tutto serve: la pozza d'acqua limpida come il grande albero, la piccola siepe e il ramo di glicine. Basta saper camminare e vedere, e non sradicare. Ciò è avvenuto, nonostante gli uragani finanziari: abbiamo continuato a seminare e a far crescere. Possiamo ben sperare. La società industriale reagisce e continua a vivere.

La giovinezza è la forza vitale che può far crescere questa meravigliosa foresta.

Gli artigiani sono i giardinieri che la custodiscono e la rinnovano.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

Alla ricerca della felicità: nuove culture giovanili

Di Mauro Magatti
27.09.2024



Alla fine degli anni '60, la ricerca dello psicologo **Abraham Maslow** mise in evidenza l'evoluzione delle sensibilità culturali che nascevano nel momento in cui le società avanzate accedevano a un livello di benessere materiale diffuso. Al vertice della piramide dei bisogni, lo psicologo americano aveva posto la dimensione post-materialista. Erano quelli gli anni in cui cominciava a diventare chiaro che i beni materiali in quanto tali – quelli che erano stati al centro della società dei consumi negli anni '50 e '60 – non bastavano più. E che, in particolare, le nuove generazioni guardavano con interesse a nuove dimensioni esistenziali. In particolare alla questione dell'autorealizzazione, destinata a divenire il cardine su cui si è poi sviluppata la modernità liquida.

A cinquant'anni di distanza non disponiamo di una sintesi così chiara come quella di allora. Tuttavia, ci sono degli indicatori che si possono utilizzare per dire che il passaggio di cui stiamo parlando in questa fase storica non riguarda più tanto la dimensione materiale, ma quella relazionale.

È possibile infatti osservare che ciò che sta affiorando è la domanda di beni post-individualistici.

Una prima indicazione viene da una ricerca internazionale svolta nel 2023 da **BCW** su un campione di 36.000 persone in 30 Paesi. La ricerca ha preso in esame i valori universali di base, misurandone poi la correlazione nel determinare i comportamenti. Dalla ricerca emerge la distanza tra i valori dei governi e quelli dei loro cittadini. Secondo il rapporto, i primi tre valori globali sono benevolenza (che ci motiva a promuovere il benessere delle persone con cui siamo in contatto frequente); universalismo sociale (che ci motiva a promuovere la comprensione, l'apprezzamento, la tolleranza e la protezione di tutte le persone nella società); e sicurezza (che ci motiva a promuovere la sicurezza e la stabilità personale e sociale). Ma, sorprendentemente, la stessa ricerca rivela che solo un quarto delle persone intervistate in tutto il mondo (25%) afferma di essere fortemente d'accordo sul fatto che le politiche e i programmi dei propri governi siano in linea con questi valori.

Uno studio proposto da **Eumetra** evidenzia altri risultati interessanti.

Detto che la cultura contemporanea è disomogenea e vede convivere sensibilità e atteggiamenti molto diversi, la ricerca mette in luce il superamento della classica contrapposizione tra benessere personale e bene comune.

Secondo lo studio, oggi la posizione classica, centrata sulla dimensione egocentrica, non è più prevalente. Ad affermarsi è invece la ricerca di una nuova armonia mirante a creare un'integrazione positiva tra il benessere personale e la centratura sugli altri. I gruppi che ricercano tale armonia sono la maggioranza relativa e vengono stimati nel quadro della ricerca intorno al 35% della popolazione italiana. Ciò vuol dire che nella cultura contemporanea esiste ormai una base significativa di persone che si rendono conto che non c'è una netta contrapposizione tra interesse individuale e benessere collettivo, tra l'attenzione al proprio interesse e il riconoscimento dei bisogni altrui. Siamo cioè in una fase di transizione dall'egocentrismo al benessere armonico, che in alcuni casi arriva fino alla disponibilità al sacrificio. Non stiamo dicendo che nella società contemporanea abbiamo risolto quello che è da sempre un problema di fondo della vita sociale. Più semplicemente si nota che c'è un'evoluzione, tanto più interessante in quanto è positivamente associata alla possibilità di ingaggiarsi nella vita professionale e sociale.

A conferma di queste indicazioni ci sono le tante ricerche che negli ultimi anni hanno mostrato che la sostenibilità si afferma sempre di più come un valore di riferimento, soprattutto tra le nuove generazioni. Il tema ovviamente rimane controverso, soprattutto per i costi che la transizione comporta. Ma questo non deve far perdere di vista il punto:

soprattutto i giovani pensano che il cambiamento climatico debba essere una priorità e che la giustizia ambientale riguardi la salvaguardia del pianeta e la salute delle persone. Essi sono consapevoli degli effetti differenti del climate change sulle diverse generazioni e sono più propensi a impegnarsi attivamente una volta che riconoscono la correlazione fra i due fenomeni.

Una ricerca svolta da **First Insight** nel settore della moda dice che la Gen Z chiede un cambiamento e vuole che siano i grandi marchi ad aprire la strada. Come consumatori desiderosi di valore, gli Zoomer sono alla ricerca di significati che vadano oltre i propri acquisti personali e la propria vita lavorativa. La Generazione Z, come i Millennial, è maggiormente incline a prendere decisioni di acquisto in base a questi valori. Tre consumatori su quattro della Generazione Z preferiscono i marchi sostenibili e sono persino disposti a spendere un ulteriore 10% in più per prodotti ecologici.

Un ultimo dato che può essere portato a sostegno di quanto stiamo affermando viene dalla ricerca internazionale che misura il livello di felicità nei vari Paesi. Sappiamo che questa ricerca è controversa: usare il termine "felicità" è rischioso. Forse sarebbe più prudente usare l'espressione "soddisfazione". Ma, al di là dei dubbi metodologici, è pur vero che si tratta di una ricerca ormai consolidata a livello internazionale, capace di mettere in luce alcuni elementi sistematicamente dimenticati dal pensiero mainstream.

In primo luogo, la felicità ha a che fare con l'attivazione personale, cioè con l'ingaggio. E su questo non dovrebbero esserci dubbi. Nella misura in cui il processo di emersione dell'io libera il desiderio di altro, è solo quando riusciamo a metterci in relazione con qualcosa che va al di là di noi stessi che ci sentiamo nel pieno flusso della vita. Come confermato dagli studi di Mihaly Csikszentmihalyi, le persone sentono piacere e coinvolgimento quando sono completamente assorbite da un'attività che richiede un equilibrio tra abilità e sfida. La *flow experience* è descritta come uno stato di

concentrazione ottimale, in cui un individuo si immerge completamente in un'attività, perdendo la percezione di sé stesso e del tempo circostante. Per riuscire a sviluppare quel senso di soddisfazione che è alla base della felicità, le esperienze di consumo si rivelano inadeguate, soprattutto per quella parte della popolazione che ha livelli di educazione ed esperienze professionali di maggiore qualità.

La seconda conclusione è che questa attivazione esprime tutte le sue potenzialità quando si lega al perseguimento di un obiettivo dotato di senso, per di più condiviso con altri. Per chiarire questo punto: l'ingaggio avviene anche quando si gioca d'azzardo, una piaga sociale che in Italia fattura 150 miliardi di euro. Ma il gioco d'azzardo non genera senso né legame. Al contrario, esso viene praticato tendenzialmente in solitudine e aumenta l'esclusione. Molto diverso è quando affrontiamo un problema, risolviamo una situazione difficile o realizziamo qualcosa di bello insieme ad altri. Quando cioè generiamo un senso che riguarda noi e anche gli altri. Anche in questo caso la felicità aumenta, ma il suo impatto sociale è ben diverso. D'altro canto, la psicologia sperimentale ha dimostrato che la personalità che ottiene maggiori livelli di soddisfazione è quella che viene chiamata "otherish", capace di creare un mélange positivo tra l'attenzione a beneficiare gli altri e il perseguimento di obiettivi propri (Grant, 2013:157). La soddisfazione ha a che fare con la capacità di fare la differenza, cioè di segnare il proprio passaggio nel mondo con una traccia riconosciuta da altri.

Infine, la felicità non è legata solo alla volontà del soggetto, ma dipende dalle condizioni del contesto: dall'ecosistema culturale e istituzionale. Se esistono regole che vengono rispettate, sanzioni contro chi le trasgredisce, fiducia nel rapporto con le istituzioni. Tutte condizioni che rendono più plausibili i primi due elementi della felicità. Questo aspetto è, tra l'altro, la ragione che spiega perché, nelle ricerche citate, alcuni Paesi del nord Europa (Finlandia, Svezia, Danimarca) risultano in cima alla classifica internazionale.

In sostanza, queste ricerche ci dicono che la soddisfazione post-individualista e post-materialista costituisce una tappa ulteriore dello sviluppo umano. Una tappa che rimane ancora da realizzare, ma che cominciamo a intravedere.

Tutto ciò dà conto di una cultura relazionale emergente che, pur senza essere maggioranza, costituisce una componente molto rilevante delle nuove culture giovanili.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Foto di Thirdman

L'artigianato e i giovani, un incontro di valori

Di Francesco Maietta

27.09.2024



È concretamente possibile un incontro di valori tra giovani e mondo artigiano a partire dall'epicentro dei mutamenti di cui le nuove generazioni sono portatrici: il rapporto con il lavoro. Infatti, il 74% dei giovani ritiene che la propria identità non dipenda in via prioritaria dal lavoro che svolge o svolgerà in futuro e oltre l'80,7% non vuole che il lavoro sia al centro della propria vita.

Sono convinzioni profonde e largamente condivise dai giovani che devono essere interpretate correttamente, senza cedere alle semplificazioni che tendono a parlare di generazioni affette da una sorta di pigrizia di massa.

Infatti, per oltre il 90% dei giovani la priorità è il proprio benessere soggettivo, che significa anche poter dedicare tempo libero a sé stessi, alla famiglia, alle proprie passioni. Quindi non c'è un rifiuto pregiudiziale del lavoro, piuttosto la convinzione che anche il lavoro deve contribuire al benessere soggettivo, consentendo alle persone di costruire una gratificante qualità di vita.

Ecco perché è decisivo capire cosa sia per i giovani un buon lavoro perché, se il lavoro incontra le aspettative materiali e valoriali dei giovani, allora lo considerano un'attività in cui è utile e conveniente investire, impegnarsi, dedicare tempo ed energie.

In pratica, si tratta di chiedersi cosa i giovani si aspettano dal lavoro, con particolare attenzione ai valori e al senso che gli attribuiscono, perché è ciò che più incide sul grado di coinvolgimento nel lavoro stesso.

In primo luogo, il lavoro desiderato deve avere fondamentali adeguati, intesi come un orario non fagocitante, una retribuzione appropriata e, anche, una relativa stabilità, distante da quella precarietà prolungata vissuta dai fratelli maggiori.

Ma i fondamentali sono quasi dei presupposti di default, perché in cima alle aspettative c'è il valore dell'autonomia, che si modula in dimensioni molto concrete. Per oltre l'87% dei giovani, ad esempio, deve riguardare gli orari, che vorrebbero molto flessibili, e per una quota analoga deve consentire modalità di esercizio della propria attività con spazi per proporre o mettere in pratica iniziative.

Per l'89% dei giovani il lavoro che svolgono e l'azienda per la quale eventualmente lavorano non deve essere in contrasto con i propri convincimenti etici, relativamente al rispetto dei diritti umani e ai criteri della sostenibilità. Non solo, quasi l'86% vuole un lavoro che consenta di contribuire a generare effetti positivi, utili per la società, come ad esempio la tutela e la valorizzazione di risorse e competenze delle comunità locali.

Alta è poi l'aspettativa sulle caratteristiche dei contesti relazionali in cui si lavora, poiché l'85,4% dei giovani considera un valore importante poter lavorare in una comunità aziendale in cui le persone si apprezzano e si supportano reciprocamente, e l'84,7% in un mix di persone diverse per generazione, genere e provenienza territoriale. Il buon lavoro deve anche consentire di utilizzare nel quotidiano nuove tecnologie digitali, con un'apertura all'innovazione e all'acquisizione di nuove competenze.

Tenuto conto dei valori indicati, come è percepito dai giovani l'artigianato? Di certo beneficia di una reputazione molto positiva, poiché, ad esempio, l'85% lo considera un traino per l'economia e un settore che ha il pregio di esprimere la ricchezza dei territori.

Ma è proprio in relazione al rapporto con il lavoro che emerge la possibilità di un incontro di valori tra giovani e artigianato: infatti, per l'82,8% dei giovani l'artigianato consente di svolgere un'attività che dà senso al lavoro, all'impegno, all'investimento personale. E per il 58,8% è possibile agire da artigiano anche in imprese industriali di grandi dimensioni.

Nel lavoro artigiano, poi, i giovani intravedono risposte potenzialmente positive rispetto alle loro aspettative. Infatti, nella percezione che prevale tra essi, nel mondo artigiano è possibile trovare spazi di autonomia: per l'87,4% per esprimere la creatività, per l'87% nella gestione flessibile degli orari, e per l'84% nella concreta possibilità di realizzare idee e progetti personali, con evidenti opportunità di autorealizzazione.

Anche sul piano dell'eticità i giovani intravedono nell'artigianato soluzioni importanti, poiché il 76,6% ritiene che sia un mondo con un'elevata attenzione alla sostenibilità ambientale. Sul tema della relazionalità, il 61% dei giovani è convinto che la piccola impresa sia un contesto che ben si presta alla costruzione di buone relazioni tra chi lavora. Infine, è molto apprezzato il rapporto con le tecnologie, visto che l'80,5% apprezza il mix tra tecniche tradizionali e digitali e il 50% la capacità di fare innovazione, di misurarsi con il nuovo in ogni ambito.

I dati confermano l'esistenza di una consonanza tra il concetto di buon lavoro per i giovani e il lavoro nell'artigianato, e di conseguenza non è certo una forzatura dire che i valori del lavoro dei giovani e il lavoro artigiano sono due matrici che possono quasi sovrapporsi.

D'altro canto, al 39% dei giovani che attualmente non lavora nell'artigianato piacerebbe poterlo fare. È l'indice di una propensione potenziale che ha assoluto bisogno di essere coltivata, promossa e messa nelle condizioni di esprimersi.

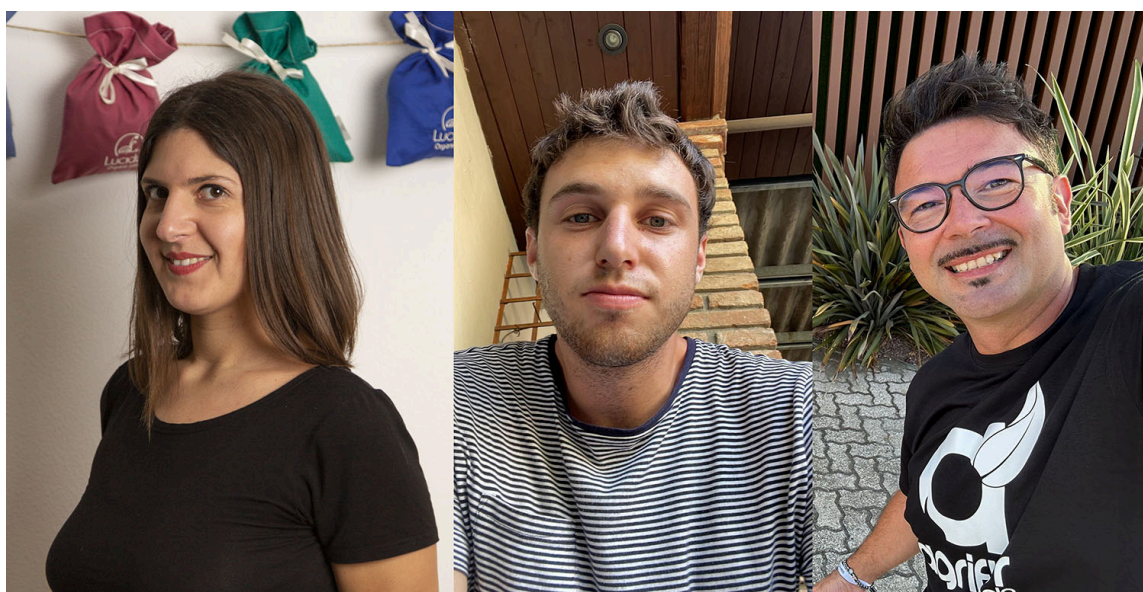
Pertanto, moltiplicare le opportunità di incontro tra giovani e artigianato non è solo un'operazione sociale meritoria, ma un modo molto concreto per investire nella creazione di occupazione aggiuntiva di qualità e nello sviluppo economico del nostro Paese. Ed è un obiettivo che va molto oltre gli interessi del mondo artigiano, perché può contribuire a un più alto benessere collettivo.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Foto di cottonbro studio

L'Artigianato che ci piace: i giovani che rinnovano l'artigianato

Di La redazione
27.09.2024



Le tre storie che seguono fanno parte del progetto “L’artigianato che ci piace”, lanciato da Confartigianato in collaborazione con il professor Vincenzo Schettini, noto influencer nel mondo dell’educazione scientifica.

L’obiettivo è avvicinare i giovani al mondo dell’artigianato, incoraggiandoli a mettere in pratica le loro abilità con il famoso motto di Schettini: “fate cose”. In queste testimonianze, che pubblichiamo in anteprima

su Spirito Artigiano, emergono differenze nei percorsi personali e professionali, ma anche valori comuni che mettono in luce il potenziale dell'artigianato per le nuove generazioni

"La mia sfida è realizzare capi d'abbigliamento intimo che siano morbidi, soffici, delicati al contatto con la pelle. Duci, appunto, come si dice nel dialetto della mia terra, la Sicilia". È questa la mission della LuciDuci di Lucia La Duca, sfruttare le nuove tecnologie per sprigionare tutte le potenzialità delle fibre naturali, a cominciare da canapa e bambù.

Dietro questo, però, c'è la voglia di Lucia di tornare in Italia dopo una lunga esperienza nel settore automotive in Gran Bretagna, una consolidata tradizione di famiglia nell'artigianato e nell'abbigliamento da lavoro e la ferma volontà di valorizzare i territori italiani, la cultura e le produzioni locali.

Nata nel 2021, oggi la LuciDuci è una piccola impresa dinamica e innovativa protagonista della moda sostenibile made in Italy, che fa rete con i piccoli produttori per realizzare abbigliamento intimo per uomo, donna e bambini. Prodotti sostenibili e naturali, venduti in Italia come nel resto del mondo grazie all'e-commerce e a una qualità delle lavorazioni e delle materie prime che soltanto il miglior artigianato italiano può garantire.

Lucia La Duca con la sua LuciDuci ci mostra come la sostenibilità e la tradizione possano convivere con l'innovazione tecnologica. Dalla moda passiamo alla ceramica con Matteo Galbusera, che ha trovato in una prestigiosa azienda di Faenza un ambiente unico per imparare e tramandare un mestiere antico.

La storia di **Matteo Galbusera** parte da lontano, molto lontano. Precisamente dal Sud America, "quasi dalla fine del mondo", come ha detto Papa Francesco presentandosi dal balcone di San Pietro nel giorno della sua elezione a Pontefice.

Figlio di missionari laici dell'Associazione "Operazione Mato Grosso", Matteo nasce in Perù ventidue anni fa. Qui frequenta le scuole e inizia a muovere i primi passi nel mondo del lavoro tra le vigne della zona. L'ingresso nel mondo dell'artigianato avviene proprio all'ombra della Cupola di San Pietro, dove partecipa al primo corso di muratore, stuccatore

e decoratore della Fabbrica di San Pietro, la secolare scuola vaticana dei mestieri ritornata in attività nel 2023.

Al termine del corso Matteo Galbusera entra in una delle più apprezzate botteghe d'arte d'Italia, la storica **Ceramica Gatti**. "Per un giovane, la vera fortuna è avere un Maestro artigiano da cui imparare ogni giorno esperienza e segreti del mestiere. A Faenza ho trovato un ambiente familiare unico, capace di sostenere e supportare il mio sviluppo professionale. Il mio sogno è quello di tornare un giorno in Perù e insegnare questo mestiere a chi non ha avuto una possibilità personale. Per adesso, però, ho ancora molto da imparare".

Se per Matteo l'apprendimento dai maestri artigiani è il fulcro del suo percorso, Cristian Cernera ci porta in un mondo in cui tecnologia e innovazione sono strumenti fondamentali per proiettare il giardinaggio verso il futuro, rendendo il lavoro artigiano sempre più attraente per i giovani.

"A breve non cercheremo più periti agrari ma ingegneri ed esperti di informatica". Una battuta, quella di **Cristian Cernera** che, insieme a Ivan Garavini, guida la **AgriFlor** di Medicina (Bo), attiva nel settore della cura del verde, dell'impiantistica outdoor e della realizzazione di piscine e pergolati.

La partecipazione all'Expo 2015 di Milano è stata un'occasione unica di confronto "con le realtà internazionali del nostro settore. Un'esperienza che ha completamente cambiato i nostri obiettivi, la nostra visione e, soprattutto, le nostre lavorazioni. Dopo Milano abbiamo iniziato veramente ad esplorare il futuro del settore con le tecnologie disponibili", ha spiegato Cernera.

Venti dipendenti, supportati da alcuni collaboratori stagionali nei periodi di lavoro più intenso, la manutenzione delle aree verdi di sei comuni e uno sguardo, appassionato, sul futuro del settore tra collaborazioni e sperimentazioni delle ultime tecnologie applicate al giardinaggio. "Oltre ai lavori tradizionali, oggi siamo specializzati nella realizzazione e manutenzione delle pareti verdi verticali e nella progettazione di giardini semplici e lineari che siano adattati alla manutenzione ordinaria del prato. Sperimentiamo e testiamo le ultime tecnologie proprio per diventare giardinieri 5.0 ed essere anche più attraenti per i giovani".

"Il supporto che la scuola offre al mondo dell'impresa è ancora troppo teorico e distante dalla quotidianità del lavoro artigiano. Oggi, è l'imprenditore che deve avvicinarsi alle aule,

andare a parlare ai giovani e provare a colmare quel gap di competenze che la teoria insegnata tra i banchi di scuola non riesce totalmente a soddisfare”, ha concluso Cristian Cernera.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

Artigianato e Innovazione: costruttori di futuro tra sfide e opportunità

Di Federico Di Bisceglie
27.09.2024



Adattarsi al cambiamento, cogliere le sfide dell'innovazione. Tenere alta la qualità della catena del valore. Costruttori di futuro, nel preservare l'innovazione. Più o meno questi gli ingredienti per la ricetta dell'artigianato non solo che piace, ma che funziona e che è capace di "restare sul mercato". Le sfide, in questo senso, non mancano. E coinvolgono non

solo il mondo produttivo in senso stretto, ma anche quello della rappresentanza. Ed è su questo che ci siamo soffermati nell'intervista di Spirito Artigiano con Carlo Stagnaro, economista, docente universitario e direttore della ricerca dell'Istituto Bruno Leoni.

Stagnaro, che sfide si profilano all'orizzonte per le imprese artigiane in un contesto economico globale che presenta diversi elementi di incertezza?

«L'Italia, come tutti i Paesi europei, ha uno spazio nell'economia globale nella misura in cui riesce a collocarsi nella parte alta delle catene del valore. Questo è un discorso che vale tanto per l'industria quanto per l'artigianato. E, in particolare in quest'ultimo settore, la spinta a tenere alto il valore deve essere preservata e incoraggiata, anche variando, laddove è necessario, i processi produttivi».

Non propriamente un passaggio banale. Come renderlo sostenibile in particolare per le aziende di piccole e medie dimensioni che rappresentano la quasi totalità del nostro sistema produttivo?

«È prima di tutto un cambio di paradigma concettuale. Non possiamo credere che, se il nostro modo di produrre ha funzionato fino a oggi, possa andare bene fino a domani. Sul piano dimensionale, il fatto che la stragrande maggioranza delle imprese artigiane sia di piccole o medie dimensioni presenta degli elementi a favore e alcuni a sfavore».

Quali sono le leve sulle quali puntare?

«Le piccole imprese artigiane sono senz'altro più flessibili e capaci di adattarsi alle fluttuazioni, oltre che alle esigenze del mercato. D'altra parte, spesso presentano difficoltà sotto il profilo finanziario. Talvolta, poi, risulta complesso cambiare metodo produttivo. Ed è qui che, a mio modo di vedere, entra in gioco la rappresentanza e diventa centrale la funzione del corpo intermedio».

È necessaria una sensibilizzazione verso nuove forme produttive?

«Più che altro è essenziale che i corpi intermedi interpretino le esigenze del mercato e, pur tenendo conto delle istanze della propria base associativa, non facciano battaglie per la conservazione dello status quo, ma piuttosto che lavorino per dare nuovi strumenti alle imprese artigiane, in modo da renderle sempre più competitive».

La legislazione spesso non agevola il fare impresa, in particolare per le realtà di piccola entità ma magari di grande valore. Come uscire da questo impasse?

«Questa è un'altra grande sfida per il mondo della rappresentanza. La piccola dimensione è spesso legata a un'iperspecializzazione, che rende il nostro Paese un grande player in termini di eccellenze produttive. Spesso, tuttavia, la legislazione contiene dei disincentivi, più o meno impliciti, al fare impresa. Questa tendenza, sotto il profilo ordinamentale, va invertita. Il lavoro, quindi, deve essere orientato a eliminare gli ostacoli alla crescita e a favorire la capacità delle imprese – anche di piccole dimensioni – di attrarre capitali. D'altra parte, le aziende devono essere in generale più disponibili e aperte al mercato e ai capitali, anche per avere una fonte di finanziamento alternativa a quella tradizionale rappresentata dagli istituti di credito».

L'artigianato può essere una via percorribile anche dalle giovani generazioni?

«Certo. Penso che sia un settore potenzialmente molto attrattivo per i ragazzi. Sono tante, sotto questo punto di vista, le storie di successo. E lo vediamo in particolare quando assistiamo a passaggi generazionali gestiti in maniera efficace. Un buon pasticciere di paese può diventare un'azienda di successo, esportatrice di prodotti Made in Italy, se è in grado di soddisfare le richieste del mercato su larga scala senza rinunciare alla qualità».

Come coniugare intelligenza artigiana e intelligenza artificiale?

«L'idea che l'intelligenza artificiale possa sostituire l'uomo è una falsità. E nell'artigianato è particolarmente evidente questa circostanza: l'IA non può 'fare' tutto ciò che è frutto della creatività, componente, lo ribadisco, essenziale per l'artigianato. L'intelligenza artificiale, però, può essere uno strumento formidabile al servizio dell'intelligenza artigiana. Può amplificare la capacità di fare e produrre cose, ridurre i costi o massimizzare i profitti. Ma in tutto questo, deve essere guidata dall'uomo, e dunque dall'artigiano, che conserva una centralità assoluta».

In Italia 4,1 milioni di giovani attratti dall'artigianato. I driver di un 'fare impresa' più sostenibile

Di Enrico Quintavalle
27.09.2024



In un contesto caratterizzato da una profonda crisi demografica e dalla carenza di competenze sul mercato del lavoro, le imprese artigiane delineano un significativo potenziale attrattivo per i giovani, come emerge dai dati della rilevazione di Censis e Confartigianato svolta su un campione di giovani tra 18 e 35 anni. Il **magnete di attrazione della piccola impresa a vocazione artigiana** consiste in una combinazione di valori, opportunità di crescita personale e professionale e flessibilità, che risponde alle esigenze e alle aspettative delle nuove generazioni.

Sono 4 milioni 60 mila i giovani tra 18 e 34 anni, pari al 39,3%, a cui piacerebbe lavorare nell'artigianato o intraprendere una delle professioni dell'artigianato, con una marcata attrazione registrata anche 836 mila giovani laureati, il 37% del totale dei laureati under 35.

Dall'indagine si delineano alcuni dei pezzi del *puzzle* di domanda ed offerta di lavoro nell'artigianato che si possono opportunamente incastrare, contribuendo a ridurre il *mismatch*: a settembre 2024 la **difficoltà di reperimento del personale** nelle imprese si consolida al 47,2% del totale dei lavoratori richiesti. Sui fattori determinanti, quali gli orari flessibili, la scelta del ritmo lavorativo, la creatività e l'innovazione, una impresa artigiana può offrire un ambiente dominato dalla flessibilità e dall'autonomia, in cui si coniugano lavori con una tradizione secolare, e radicati nella cultura italiana, con le nuove tecnologie. La possibilità di coltivare una passione, la valorizzazione dei rapporti umani e la condivisione di valori, l'apprezzamento delle diversità e la collaborazione tra generazioni sono elementi diffusi nelle imprese artigiane italiane.

Le recenti analisi dell'Ufficio Studi di Confartigianato delineano le **pratiche adottate dalle piccole imprese per attrarre ovvero trattenerne il personale qualificato**, che privilegiano gli incrementi salariali e la flessibilità negli orari di lavoro. Altri interventi si riferiscono alla concessione di gradi crescenti di autonomia sul lavoro, il coinvolgimento nelle decisioni aziendali e l'accesso a benefit aziendali e incentivi per attività di auto-formazione e crescita professionale.

Nuove tecnologie, il caso dell'artigianato digitale – Un fattore di attrazione dell'artigianato è rappresentato dallo svolgimento di una attività imprenditoriale da parte dei giovani: nel 2023 sono 122 mila le imprese artigiane gestite da under 35, un quarto (24,3%) delle imprese giovanili. Il *driver* della transizione digitale, con flussi crescenti di investimenti e di domanda di servizi, ha stimolato una maggiore offerta di imprese digitali, interessando un *cluster* particolarmente dinamico di circa 15 mila imprese artigiane. Negli ultimi cinque anni (2019-2024) le imprese artigiane dei servizi di informazione e comunicazione sono salite del 14,0%, registrando tra le principali regioni un dinamismo superiore alla media in Lazio con +21,5%, Lombardia con +19,1% e Veneto con +18,5%. Nell'ultimo anno l'artigianato digitale italiano è cresciuto del 2,7%, consolidando un trend di lungo periodo che negli ultimi quindici anni registra un tasso di crescita medio annuo del 2,6%.

I driver dell'ultimo decennio del 'fare impresa' – Oltre alle nuove tecnologie, vi sono altri fattori che stimolano l'imprenditorialità dei giovani, che ben si delineano classificando per **tipologia di driver** i quarantuno settori che negli ultimi dieci anni hanno registrato un

aumento del numero delle imprese. La maggiore crescita nel numero assoluto di imprese tra il 2014 e il 2024 è determinata dalle più tradizionali **direttrici della domanda** con la consulenza che attiva 72 mila imprese in più (+33% nel decennio), il turismo con 44 mila imprese in più (+10%) e i servizi alle imprese con 8 mila imprese in più (+29%). Altre direttrici di interesse sono quelle del benessere con 25 mila imprese in più (+13%) e dello sport, cultura e intrattenimento con 13 mila imprese in più (+16%).

La **twin transition** attiva nuova imprenditorialità nel digitale e innovazione con 26 mila imprese in più (+19%), nei servizi di 'ultimo miglio' della tecnologia (installazione e personalizzazione) con 10 mila imprese in più (+35%), nel verde e pulizia con 18 mila imprese in più (+28%), nell'economia circolare con 9 mila imprese in più (+5,0%) e nelle rinnovabili con 4 mila imprese in più (+39%). La spinta alla ripresa post pandemia fornita dalle costruzioni e dagli interventi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) ha innescato un dinamismo imprenditoriale nell'ambito di **edilizia e infrastrutture**, con il sistema casa che registra 29 mila imprese in più (+4%). L'alta propensione al risparmio degli italiani e la riorganizzazione del sistema bancario e assicurativo innescano un dinamismo imprenditoriale per la **finanza** con 20 mila imprese in più (+17%) mentre la rimodulazione della presenza dello Stato offre opportunità nell'ambito della **sussidiarietà e dei servizi di welfare** con 11 mila imprese in più (+30%). Infine, emergono alcune **nicchie dei nuovi consumi**, con la *sharing economy* che registra 5 mila imprese in più (+24%) e una turbolenta dinamica di imprese della *pet economy* (+143% servizi veterinari) e dei birrifici (+97%).

Last but not least, l'evoluzione della demografia di impresa si incrocia con un elevato **orientamento dei giovani italiani verso imprese socialmente e ambientalmente sostenibili**, che mettono le persone e il pianeta prima del profitto. Nella rilevazione di Eurobarometro sull'imprenditoria sociale[i], i giovani tra 15 e 30 anni in Unione europea privilegiano le persone e il pianeta prima del profitto nel 37,1% dei casi e l'Italia è il primo tra i 27 paesi dell'Unione con il 41,5%, davanti alla Spagna con il 40,7%, alla Francia con il 39,8%, mentre è più distante la Germania con il 33,8%.

Nella prospettiva di una imprenditorialità giovanile sempre più sostenibile, si conferma l'attrattività dell'artigianato: il 76,6% dei giovani under 35 ritengono che vi sia una elevata attenzione alla sostenibilità ambientale da parte dell'artigianato.

[i] Commissione europea (2023), Flash Eurobarometer 513, Social entrepreneurship and youth, marzo

Bottega 5.0 – RIPARARE E RIGENERARE

Di Andrea Granelli

24.09.2024



La riparazione – che è anche rigenerazione – è uno degli aspetti che meglio caratterizzano la cultura artigiana. Il modo migliore per introdurre il tema e la rilevanza è un dialogo del meraviglioso film Hugo Cabret di Martin Scorsese, vincitore di 5 Oscar.

Ambientato nella Parigi di Fine secolo racconta la storia di Hugo, figlio orfano di un orologiaio che gli ha trasferito l'amore per i meccanismi. Hugo, nella scena climax del film, spiega alla sua fidanzata questo suo amore per i meccanismi funzionanti: «Ogni cosa ha uno scopo, perfino le macchine: gli orologi ti dicono l'ora, i treni ti portano nei posti, fanno

quello che devono fare. Forse per questo i meccanismi rotti mi rendono triste; non possono più fare quello che dovrebbero. Forse è lo stesso con le persone: se perdi il tuo scopo, è come se fossi rotto ... E questo il tuo scopo? Aggiustare le cose?»

Riparare è dunque qualcosa di più che ripristinare il funzionamento. Una parte della potenza della parola è probabilmente nel suffisso -ri, che esprime concetti come ripetizione (ripensare, riprovare, rivedere), ritorno (ritrovare, riscoprire, riacquistare, riprendersi) e intensità (risvegliare, rigenerare, rinforzare). Lo psicoanalista **James Hillman** va ancora più in profondità: «'ri', la sillaba più importante della psicologia: ri-cordare, ri-tornare, ri-vedere, ri-flettere ... Ma di tutte queste parole che cominciano con 'ri', la più importante potrebbe essere ri-spetto, in cui c'è l'idea del 'guardare di nuovo'. (...) Ri-spettare noi stessi invece di ispezionare noi stessi con senso di colpa. Aver riguardo per quello che è stato dimenticato o rimosso; aver ri-guardo perfino per i meccanismi della dimenticanza e della rimozione».

Usando un linguaggio più poetico, **Marguerite Yourcenar** ci svela altri suoi aspetti della riparazione nelle sue Memorie di Adriano: «Costruire significa collaborare con la terra, imprimere il segno dell'uomo su un paesaggio che ne resterà modificato per sempre [...]. Ho ricostruito molto: e ricostruire significa collaborare con il tempo nel suo aspetto di passato, coglierne lo spirito e modificarlo, protenderlo, quasi, verso un più lungo avvenire; significa scoprire sotto le pietre il segreto delle sorgenti.»

Bottega 5.0 – 'RIPARARE E RIGENERARE''

<https://youtube.com/watch?v=>



Un uso addirittura artistico della riparazione ci viene dalla cultura giapponese: il kintsugi (letteralmente "riparare con l'oro") è l'antica arte giapponese della riparazione che consiste nel saldare insieme i frammenti dell'oggetto usando una mistura di lacca urushi (derivata dalla resina di un albero) che viene poi coperta con oro (o più raramente argento) in polvere a granulometria molto fine e poi brunita con una pietra d'agata.

Lo scopo non è quello di nascondere il danno, ma di enfatizzarlo, incorporandolo nell'estetica dell'oggetto riparato che in tal modo diventa, dal punto di vista artistico, "migliore del nuovo" e più prezioso – sia per la presenza dell'oro che per la sua unicità.

E poi il mondo del software, dove i costi, la complessità e la frequenza di manutenzione sono l'elemento chiave per valutare piattaforme alternative. Anzi il mondo del software ha addirittura cambiato il paradigma: non più riparazione di qualcosa di rotto per riportarlo alla forma ideale, quanto un continuo adattamento della forma al contesto, una sorta di trasformazione permanente.

Infatti solo mantenendo (aggiustando) si capisce come il software (ma anche le cose) funzionano davvero, si svela la sua anima. E un oggetto "ben fatto" è molto più facile da riparare e mantenere. Nel mondo del software – invece – la manutenzione sta letteralmente scappando di mano e sta diventando una delle voci di costo più rilevanti; e poiché la manutenzione è completamente connaturata con lo sviluppo, si stanno diffondendo sempre di più software "ri-utilizzabili".

La riparazione sembrerebbe, dunque, quasi più importante della creazione; cosa difficile a dirsi ... e forse domanda di scarsa utilità. Ma certamente la riparazione si pone l'obiettivo di mantenere quella che **Robert Pirsig** nel suo celebre *Lo Zen e l'arte della manutenzione della motocicletta* chiama la "personalità" dell'oggetto e cioè «la somma percepibile di tutto ciò che di essa si sa o si sente». Pertanto "è questa personalità l'oggetto vero della manutenzione della motocicletta».

In ogni caso la riparazione è spesso più complessa della produzione. In questo senso è un atto autenticamente artigiano. Come afferma **Richard Sennett** nel suo *Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione*, «L'intervento di risanamento sollecita il riparatore a passare in rassegna mezzi diversi per raggiungere il medesimo scopo, mentre il costruttore originario ne aveva previsto uno solo ... [è dunque una] persona che non

insegue sogni, ma sa come aggiustare le situazioni date, e la capacità inventariale costituisce il suo capitale: ha presente una gamma di alternative»

E allora in questa attività così umana e sofisticata, che tipo di contributo può dare la tecnologia? Posto che queste domande non hanno mai risposte definitive, oggi una cosa è chiara: la diagnostica ha fatto passi da giganti e prima di ogni intervento – sia manutentivo che riparatorio – e sapere come e dove intervenire.

La medicina è forse la più antica attività riparatoria e nessun medico o chirurgo agirebbe senza prima aver visto gli esami specifici e aver ipotizzato una diagnosi e un decorso. Lo stesso vale per gli oggetti. Si sono sviluppati pertanto sistemi di realtà aumentata non solo per creare spazi immersivi 3D, ma anche per capire come è fatto uno specifico oggetto da riparare, le sue proprietà chimiche, la sua struttura, i materiali da cui è composto. Sul fronte diagnostico, è oggi possibile fare cose un tempo addirittura inconcepibili. Il filone delle tecnologie diagnostiche per il restauro degli artefatti è ad esempio molto ricco: radiografie digitali, analisi con gli ultravioletti, riflettografie, tomografie di neutroni...

Questi sistemi di rilevazione possono essere usati in modo puntuale (per analizzare una parte) o sistematico, per rappresentare l'oggetto nella sua interezza come un gemello digitale (ne abbiamo già parlato negli articoli precedenti) e poter simulare l'impatto della riparazione prima di attuarla.

Nel prossimo articolo – il 7° della serie – parleremo invece della formazione delle maestranze che, grazie al digitale e ai dati sta subendo una vera e propria rivoluzione.

© 2024 Spirito Artigiano. Tutti i diritti riservati.

© Immagine realizzata con ChatGPT