

Il lavoro che cambia

Declino demografico, transizione tecnologica, disillusione: il lavoro cambia volto. Le imprese devono ascoltare e ripensare il proprio ruolo

Hanno collaborato a questo numero:

F. Seghezzi, G. Sapelli, M. Magatti, M. Valerii, E. Quintavalle, P. Manfredi



Verso un nuovo paradigma: Comprendere le trasformazioni nel lavoro contemporaneo

Di Francesco Seghezzi
18.11.2023



Che il lavoro stia cambiando profondamente è cosa ormai nota, non c'è giorno senza che vengano raccontate trasformazioni, piccole o grandi, o senza che non si pongano criticità date dal venir meno di modelli ai quali eravamo abituati.

Spesso ci si concentra molto sul tema della tecnologia, lasciando sullo sfondo altri macro-trend che paiono invece più dirompenti. Un esempio è il fatto che, ormai da qualche anno, nelle economie sviluppate ci sono due fenomeni, apparentemente in contraddizione, sembrano dominare il panorama del mondo del lavoro.

Il primo è il calo demografico che caratterizza i paesi occidentali, ormai osservato da almeno trent'anni ma che nell'ultimo decennio appare molto più marcato.

Se prendiamo il caso italiano il trend pare ormai irreversibile essendo, già dal 2020, insufficiente anche l'apporto della popolazione straniera nel mantenere positivo il saldo netto tra nascite e morti. Un trend del quale solo negli ultimi anni si stanno manifestando le

prime conseguenze, che però quasi mai vengono connesse a questa causa. Pensiamo solo alla continua denuncia da parte del sistema imprenditoriale dell'assenza di forza lavoro, soprattutto in alcuni settori e di come questo non venga quasi mai messo in relazione a una assenza ormai strutturale di persone causato dallo svuotamento delle coorti anagrafiche più giovani negli ultimi decenni.

Il secondo è un fenomeno che è molto più difficile da quantificare, al contrario di quello demografico, e intorno al quale il livello di demagogia, o meglio di narrazione edificante o demolente che sia, rende difficile tracciare confini chiari.

“Gli effetti dirompenti del calo demografico e del quite quitting”

Qualcuno lo riduce alla crescita osservata di dimissioni, o piuttosto di turnover dei lavoratori da impresa a impresa. Altri osservano un diverso atteggiamento nei confronti delle attività lavorative, parlando di *quite quitting* per identificare il fenomeno che porterebbe i lavoratori, per un insieme variegato di cause, a ridurre al minimo il proprio lavoro così da essere adempienti unicamente a quanto previsto dalle mansioni contrattuali, senza alcun coinvolgimento ulteriore.

Altri ancora si concentrano su una rinata attenzione, spinta anche dal grande sconvolgimento di priorità e di abitudini portato dal Covid-19 e in particolare dai lockdown, alla vita privata, vista in contrapposizione rispetto al lavoro. In generale, senza voler ridurre ad aspetti specifici che altro non sono se non manifestazioni sintomatiche di una diagnosi più complessa, si può parlare di una crisi del senso del lavoro contemporaneo.

“Da un lato avremo (e abbiamo) sempre meno lavoratori a causa delle trasformazioni demografiche e, dall'altro, è sempre più complesso coinvolgere e motivare i pochi che ci sono”

L'insieme di questi due fenomeni è dirompente. Da un lato avremo (e abbiamo) sempre meno lavoratori a causa delle trasformazioni demografiche e, dall'altro, è sempre più complesso coinvolgere e motivare i pochi che ci sono.

All'interno di questo doppio movimento si gioca il futuro delle imprese e dei modelli organizzativi e di gestione delle risorse umane.

Qui rientrano, con un occhio nuovo e una prospettiva diversa dal passato, tutte le tematiche connesse alla conciliazione tra vita e lavoro intesa non solo come piccoli accorgimenti organizzativi ma come prospettiva olistica di sostenibilità del lavoro.

In quest'ottica la riflessione, ad esempio, sullo smart working non può limitarsi ad essere ridotta al mero eseguire la prestazione lavorativa da un luogo all'altro, ma occasione per ripensare soprattutto ai tempi di lavoro, all'attualità o meno oggi dell'ora-lavoro come unico parametro organizzativo e di costruzione della retribuzione. Le persone chiedono autonomia e modelli organizzativi più flessibili, e sono disposte ad essere valutate, soprattutto i giovani, sui risultati che portano chiedendo che tali risultati non siano parametrati unicamente al numero di ore che vengono lavorate, ma agli obiettivi raggiunti.

Per questo le imprese hanno oggi la priorità dell'ascolto dei loro collaboratori, occorre fermarsi e capire in che direzione sta andando il mondo, perché l'accelerazione è stata forte e il rischio di essere spaesati è alto.

I Giovani e il Lavoro: Sguardo dal mondo

Di Giulio Sapelli

18.11.2023



Per alcuni giorni all'inizio di questo novembre ho passato circa una settimana al Cairo e ad Assuan, invitato dall'Università Statale Gāma'at al-Qāhira, a svolgere un breve ciclo di lezioni sulla storia recente dell'economia mondiale (dalla crisi del 2007 a oggi). È stata una occasione unica che mi ha molto impegnato e reso felice come può esserlo uno scienziato sociale dinanzi all'oggetto cangiante della sua vita: il terribile mondo umano in trasformazione.

È stata un'eccezionale occasione di vivere da vicino – a poche centinaia di chilometri di distanza – un dramma storico che si consuma sotto gli occhi di tutto il mondo. Io potevo viverlo non attraverso le lenti deformanti delle televisioni internazionali, come ho cercato di raccontare criticamente con il mio settimanale articolo (che pubblico ormai da anni) su *Il Sussidiario.net*. Vivere al Cairo, proprio in quel distretto storico di Giza dove l'università è stata fondata ai tempi dei monarchi riformatori nel 1908. Nel tempo del governo britannico e del khedivè Abbās Ḥilmī, forte della recente lotta contro il Mahdi, la prima violenta rivolta integralista del finalismo islamico, e della conquista del Sudan. Per diversi giorni abbiamo vissuto, noi non egiziani ancor più dei colleghi cairoti, una situazione che pareva sospesa tra il dramma prossimo e la quotidianità che ci circondava. E ogni giorno, per spostarci

sotto il sole, mi sentivo come "attraversato" da una folla che, ogni giorno, ogni giorno, portava il peso della fatica, della vita, di una vita di lavoro e di ricerca di lavoro.

Ebbene, in quei giorni, mi sono ancor più convinto di quanto già non fossi prima del mio ritorno al lavoro intellettuale in queste terre, che la questione del rapporto tra i giovani e il lavoro sia soprattutto una questione "occidentale " e che non riguardi il cosiddetto Sud del Mondo.

In primo luogo per come la si declina "da noi", in società ormai a capitalismo finanziario dispiegato dominate, società che producono uno specialissimo e originale modello di ordine sociale. Modello generato essenzialmente del fatto che la produzione massiccia di rendite da intermediazione tra generazioni consente a gran parte dei giovani di ogni classe sociale – questo va sottolineato – di rimanere inattivi ben oltre quel " ciclo di vita" un tempo contrassegnato come quello della" giovinezza" (e mai superiore ai venticinque anni circa d' età), a differenza di quanto accadeva sino a una trentina di anni fa.

Questa "trentina d'anni "mi serve per tirare quella riga in terra che segna il passaggio italico da un capitalismo produttivo di plusvalore industriale – pubblico o privato che fosse – a un capitalismo improduttivo da grande impresa finanziaria o finanziarizzata e non più da grande impresa industriale diffusa, impresa via via scomparsa: tanto dal mercato, quanto – ed è qui il nocciolo di tutta la questione – dai modelli simbolico-valoriali fondati sul valore del lavoro che essa diffondeva dominando la costruzione ideologica della società.

“Il lavoro conferiva status sociale: non praticarlo sgretolava lo status generando anomia e dolore sociale”

Lo status si raggiungeva lavorando e accumulando nelle e tra le generazioni le risorse monetarie e simboliche dal lavoro. Il lavoro conferiva status sociale: non praticarlo sgretolava lo status generando anomia e dolore sociale.

Tutto il contrario di ciò che accade oggi nelle nostre società "ad occidente", "a Nord del mondo": società che sono passate per il capitalismo affluente (ricordate Claudio Napoleoni). E i valori "signorili" di quelle società ormai dissolte dal capitalismo finanziarizzato a bassa occupazione e a bassi salari hanno intriso le coscienze dei valori che quelle società hanno prodotto (ricordate Marcuse?). Valori che si conservano ancora

oggi, nel sedimento inconscio delle mentalità collettive, anche ora che l'affluenza è scomparsa.

E sono scomparse le sedimentate generazioni tra loro unite dal landscape ideologico del lavoro fisso, tanto privato quanto da grande impresa, quanto dal lavoro pubblico-statale... e soprattutto dalla condivisione di una etica del lavoro fortissima e oggi scomparsa a livello di massa (da Marcuse a De Masi...).

La crisi del 2007 non porta che a conclusione i cicli storici di quell'industrializzazione italiana concentrata in grandi popolazioni attive sulle filiere tecnologiche e commerciali che entra in una crisi di riproduzione profonda.

Essa tracima nell'*auto da fè* dell'impresa pubblica e nella inserzione subalterna nella globalizzazione di quella privata. E così avanza sino a imporsi in un mondo che glorifica – coi potentissimi mezzi digitali – un cielo senza stelle ideologiche, un mondo di valori comportamentali diffusi – politicamente e culturalmente premiati – che sono l'esatto contrario di quelli del Nostro cielo: quello della micro, piccola, media e artigiana: impresa fondata sulla società naturale familiare, con alta pluralità settoriale sia merceologica sia tecnologica nonostante la bassissima capacità di manovra finanziaria.

Un modello opposto a quello che si delinea sul fronte dei mercati e delle simbologie vitali umane osannati dai social, dalle televisioni, dagli studiosi dominanti le università dell'anglosfera, per i quali la storia era finita e la guerra (pensate un po'...) non poteva più manifestarsi nel mondo... perché il mondo era ormai una superficie levigata sempre in bilico tra il virtuale e il reale.

Nonostante questa vittoria del simbolismo signorile, tuttavia, il lavoro di famiglia, con la famiglia, in cui, per esempio, pur di continuare a vivere e lavorare nell'impresa e per l'impresa, si accetta e si pratica anche l'auto sfruttamento salariale (come si fa da sempre nelle cooperative sane e longeve).

Un mondo che si riproduce nella cultura del lavoro quale che esso sia, purché onesto e trasmesso da più generazioni. Un modello che si ritrova sempre diffusissimo nel mondo nelle società periferiche dominate dal capitalismo estrattivo in cui la popolazione e le generazioni tutte cercano ininterrottamente continuativamente "lavoro". Dove persino il lavoro infantile non solo non è mal visto, ma ricercato e spesso organizzato non solo – come stupidamente si crede – dalla malavita, ma da organizzazioni benefiche not for profit spesso di matrice religiosa.

“Nel Sud del Mondo i giovani vogliono il lavoro. Lo cercano, se lo contendono e organizzano con le generazioni anziane tutte le occasioni grazie a cui è possibile lavorare”

Insomma: nel Sud del Mondo i giovani vogliono il lavoro. Lo cercano, se lo contendono e organizzano con le generazioni anziane tutte le occasioni grazie a cui è possibile lavorare. Perché questo è – nel Sud del mondo – il landscape dominante: il lavoro, il lavoro in ogni sua forma. Una ricerca di lavoro continua, disperata, che tracima nel fenomeno che sarà quello dominante del secolo che continua: le grandi migrazioni planetarie. Un lavoro che quando lo si raggiunge salva perché dona dignità.

“Tutto diverso il mondo simbolico in cui viviamo. Qui il landscape è la leva finanziaria: è il fare molti soldi senza scendere in officina”

Tutto diverso il mondo simbolico in cui viviamo. Qui il landscape è la leva finanziaria: è il fare molti soldi senza scendere in officina.

Ancor più se figli di proprietari di quelle officine. Qui lo status symbol non è il lavoro comunque, come nelle terre del Sud del mondo, ma la vita senza lavorare comunque: in quello straordinario squilibrio di status registratosi a favore della finanza – tanti, molti e subito – rispetto a qualsivoglia altra attività, sia di studio e formazione secondo i cicli di vita, sia che rifletta in forma più o meno desiderata il paradigma normativo dominante creato proprio da quel mondo in dissoluzione di grandi imprese industriali e finanziarie prima ricordate. Insomma: tutto è cultura, è educazione. È il lavoro intellettuale e di comunicazione che attende le imprese ‘a Valore Artigiano’.

Made in Italy. Una storia antica che continua ad avere valore

Di Mauro Magatti

18.11.2023



Siamo dentro una trasformazione strutturale destinata a cambiare tanto gli equilibri politici quanto gli assetti economici. Nessuno sa esattamente quello che accadrà. Ma certamente tra 10 anni ci accorgeremo che si saranno create nuove gerarchie a livello planetario. Ci saranno vincitori e sconfitti.

L'Italia – che è stata molto marginale nei processi della stagione della globalizzazione espansiva perdendo gran parte dello smalto che l'aveva portata tra i primi 7 Paesi industrializzati – si trova ora davanti a un nuovo bivio: da un lato il definitivo declino. Uscire passo dopo passo dal novero dei Paesi più avanzati trascinata verso il basso dai due grandi deficit strutturali che ereditiamo dagli ultimi trent'anni: quello demografico e quello finanziario.

Oppure – ed è questa l'opzione che deve essere perseguita con l'ottimismo della volontà ma anche con l'intelligenza visionaria – saper cogliere nella nuova stagione che sta per nascere l'occasione per il rilancio del nostro paese. Obiettivo raggiungibile a condizione di sapere interpretare gli elementi costitutivi del prossimo futuro – e cioè sostenibilità e

digitalizzazione – sulla base del codice che ci caratterizza.

Tema non facile che per un Paese così particolare come l'Italia si ripropone ogni volta in cui cambiano i grandi cicli storici.

Il tema del Made in Italy – tornato alla ribalta anche per la decisione del governo Meloni di fare un riferimento esplicito alla questione nella nuova compagine ministeriale – ha in realtà a che fare con questa biforcazione.

Vorrei qui sottolineare due aspetti che trovo qualificanti.

“L'Italia sa tenere polifonicamente unite la “sapienza dei luoghi” (il genius loci) e la sapienza delle pratiche”

Il primo riguarda il rapporto tra universale e particolare. Se c'è un tratto che caratterizza il nostro Paese – e che si traduce poi in fattore di competitività economica – è la sua capacità di mettere a sintesi l'esperienza particolare, con la pluralità e l'alterità delle stesse esperienze. Capacità che gli permette di tenere polifonicamente unite la “sapienza dei luoghi” (il genius loci) e la sapienza delle pratiche. E di rendere entrambe una “forza” universale e universalizzante (che cioè si traduce in tradizione e tensione etica) così da rigenerare continuamente il presente. L'Italia è ricchissima di esempi di questa “universalità incarnata”. Lo sanno i turisti stranieri, che trovano qui qualcosa di unico, che non incontrano altrove. Nell'arte, nell'urbanistica, fino alle tradizioni culinarie, spesso sviluppate a partire da situazioni di penuria, ma capaci di realizzare stupefacente valore. Una delle caratteristiche del genio italico è infatti proprio la capacità di rovesciare il limite in risorsa, lo scacco in stimolo, attingendo da forze che eccedono la situazione, per superarne i limiti in modo generativo. In questo modo, il nostro modello mantiene virtù che altrove mancano: la vocazione all'apertura e all'accoglienza, la valorizzazione dei rapporti umani, il gusto estetico, la capacità di coniugare il particolare e la comunità locale con l'universale. La forza economica dell'Italia attinge a questo patrimonio culturale le energie vitali che la spingono avanti.

“Tuttavia il modello italiano ha anche generato virus che ne hanno minato la sopravvivenza: una certa

resistenza al cambiamento e all'innovazione; il familismo amorale; corporativismi, localismi e campanilismi regressivi”

Tuttavia il “modello italiano”, da molto tempo subalterno rispetto a quelli vincenti di matrice anglosassone o nordica, ha anche generato virus che ne hanno minato la sopravvivenza: una certa resistenza al cambiamento e all'innovazione; il familismo amorale, in cui a prevalere sono le relazioni parentali e non le competenze; corporativismi, localismi e campanilismi regressivi. Da qui consegue una prima considerazione: il made in Italy è un modello molto raffinato che si basa fundamentalmente sulla condivisione di una cultura e su un adeguato livello formativo (civile e professionale), due elementi necessari per far brillare le caratteristiche distintive che lo rendono interessante e competitivo. Al contrario, quando si culla della propria particolarità e si chiude nel particolarismo tale modello fallisce. Ed è il gioco difficile tra la cura della propria particolarità e la capacità di essere all'altezza dei tempi che si ripropone in questo passaggio storico.

Di sicuro, il modello italiano riesce a esprimersi quando riesce ad accedere in modo adeguato al codice tecnologico che caratterizza una determinata epoca. È oggi siamo nel pieno della trans kind digitale destinata a cambiare in profondità il nostro modo di produrre, di vivere, di pensare. Per accedere al futuro è dunque necessario un investimento massivo nelle nuove tecnologie, accompagnato – però – da un impegno persino maggiore nella formazione. Pratica e non solo teorica. Tema che tocca il mondo della scuola e dell'università ma che interessa anche il mondo delle imprese: come far transitare un modello produttivo che rimane predigitali nella nuova cornice tecnologica senza perdere quella maestria “artigiana” che lo caratterizza?

“Oggi si deve lavorare per ricreare le precondizioni sociali culturali istituzionali ambientali che rendono possibile la stessa crescita”

Il secondo aspetto ha invece a che fare col mutamento della logica stessa che sottende la crescita economica. In questa nuova fase – instabile e turbolenta – è chiaro che la crescita

economica non si dà più "a prescindere" come nella fase della globalizzazione espansiva. Oggi si deve lavorare per ricreare le precondizioni sociali culturali istituzionali ambientali che rendono possibile la stessa crescita. È il tema della sostenibilità intesa nella sua accezione più ampia.

Anche in questo caso il modo italiano ha alcune predisposizioni che teoricamente lo possono avvantaggiare. Che il profitto economico possa essere un valore condiviso e di relazione, vincolato al territorio e alla sua rigenerazione è qualcosa che fa da sempre parte della nostra storia economica. Dall'epoca dei monasteri medievali, primi nuclei produttivi "di territorio", fino all'impresa di comunità di Olivetti, passando per il fitto tessuto del mondo artigiano e le esperienze di welfare aziendale targati Marzotto o Falck. Tutti casi in cui è difficile tracciare un confine netto tra il valore prodotto per l'impresa e quello che va a beneficio dei territori. Perché la nostra – italiana e mediterranea in senso lato – è una storia fatta da città e Comuni, e poi da imprese familiari e territori, e infine da aziende (grandi e piccole) e distretti. La via italiana al fare business ha questo di peculiare: il legame, a volte difficile ma sempre vivo, tra fabbrica e attori del territorio. Un'osmosi ad alta intensità di scambi, di relazioni, in cui efficienza ed efficacia sociale non sono mai (troppo) divaricate.

Separare il profitto delle società dal benessere delle comunità – cioè dividere shareholder e stakeholder – ha radici culturali che affondano altrove. È un'operazione che replica sul piano imprenditoriale e sociale il dualismo irrinunciabile tra città di Dio e città dell'uomo che ispira la riforma Calvinista e che si innesta sui territori a confessione protestante. Ma che è estraneo alla cultura cattolica che permea la penisola.

Se business is business, ed è addirittura criterio per essere "prescelti" dall'alto, quel che resta all'impresa in termini di responsabilità sociale è relegato a un "secondo tempo", quello della filantropia, una sorta di restituzione ex post di parte del valore prodotto e interamente, legittimamente goduto dallo shareholder. È anche per queste ascendenze culturali che il mondo anglosassone vive la competizione come valore preminente tra le imprese e nelle imprese e questo genera grandi istituzioni di charity.

Il modello italiano – caratterizzato dalla piccola impresa e soprattutto dalla presenza artigiana – lega

nella sua stessa struttura produttiva l'impresa col territorio

In sintesi e andando per generalizzazioni (e inevitabili approssimazioni): l'idea di fare business separa efficienza ed efficacia sociale, perseguendo un modello di business che assume l'efficienza come valore a oltranza, mitigato dalla "riparazione filantropica". Il modello italiano invece – caratterizzato dalla piccola impresa e soprattutto dalla presenza artigiana – lega nella sua stessa struttura produttiva l'impresa col territorio. Tra il singolo produttore e il contesto non c'è soluzione di continuità. L'uno e l'altro vivono e cadono insieme. Anche se, è bene ricordare, questo legame va continuamente rigenerato, non può essere dato per scontato. E tantomeno in una fase come quella che stiamo vivendo con i drammatici passaggi che la caratterizzano.

Quando si parla di Made in Italy oggi è dunque necessario condividere un percorso che recuperi nei fatti il valore della "comunità ecologica", del nostro essere comunità (piuttosto che del nostro avere una comunità). Che ricerchi e valorizzi poliarchie che facciano di nuovo respirare la democrazia e irrobustiscano l'economia nella giustizia. Provando a immaginare e realizzare percorsi imprenditoriali che immettano nel sistema elementi e alternative a intensità diversa, cioè ingredienti partecipativi, distribuiti su tutta la catena del valore. Ma dire questo significa avere in mente un'idea diversa dal modello che verticalizza, standardizza, individualizza. Magari in nome della sostenibilità ambientale, che rischia di diventare un nuovo cavallo di Troia per imporre modelli radicalmente diversi.

Non ce lo si può nascondere. Parlare di Made in Italy significa avere il coraggio di combattere una battaglia contro i nemici interni e i detrattori esterni. A cominciare da ricreare un nuovo legame tra sviluppo locale e risparmio privato, riducendo l'impatto della catene del valore finanziario che rispondono a criteri di altra natura.

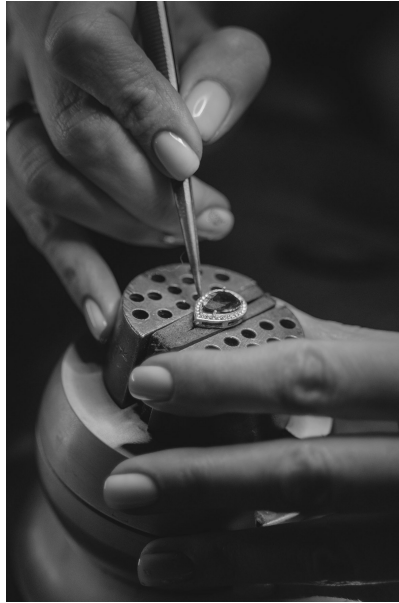
Una sfida bellissima che l'Italia può e deve vincere.

Foto di Kelly

Il ritorno dei territori

Di Massimiliano Valerii

18.11.2023



Sembra spirare un vento nuovo, dopo la narrazione apologetica della globalizzazione egemone negli ultimi trent'anni. In questa fase di profondo ripensamento di quel paradigma, alla luce del bilancio controverso dei suoi risultati economici e sociali, si assisterà a un ritorno del protagonismo dei territori e a una riappropriazione della primazia dei luoghi rispetto ai flussi?

È sorprendente leggere in questi giorni sulle colonne del "Financial Times" – che non è propriamente una gazzetta di provincia, bensì il giornale di riferimento del capitalismo e della finanza occidentali – la teorizzazione di un "post-neoliberal world". Al fine di ridurre la nostra vulnerabilità nei rapporti con i quadranti geopolitici più instabili e inaffidabili, non ci si limita a sostenere la prassi del re-shoring – ossia il rimpatrio delle produzioni – o a ventilare strategie di friend-shoring – come dire: confiniamo le catene globali del valore entro un perimetro definito unicamente dagli Stati "amici". Su quelle pagine si possono leggere persino affermazioni perentorie, del tenore della seguente: "All economics is local".

“Il vento nuovo soffia dopo un lungo periodo in cui i nostri territori sembravano consegnati a un destino di irrilevanza politica”

Il vento nuovo soffia dopo un lungo periodo in cui i nostri territori sembravano consegnati a un destino di irrilevanza politica. Quale che sia la valutazione che si può pronunciare su ciascuna delle misure di rilevanza localistica varate negli ultimi tempi (l'abolizione delle Province, l'accorpamento delle Camere di commercio, la residualità delle Comunità montane, fino al dimezzamento del numero dei parlamentari, che ha fatto sì che molti territori italiani oggi non possano esprimere neanche un solo rappresentante alla Camera o al Senato), non c'è dubbio che il filo rosso che le lega è il ridimensionamento della capacità di influenza delle forze del territorio. In fondo, se finora l'obiettivo prioritario era consistito nell'agganciare i flussi della globalizzazione per trarne il massimo dei vantaggi, i territori finivano per perdere valore in sé: dovevano svolgere la funzione di trampolini di lancio per consentire alle imprese di andare per il mondo a conquistare nicchie di mercato. Ma adesso le valutazioni sembrano cambiare segno. Non è un caso che sia ricomparsa nell'agenda politica l'ipotesi della devoluzione dei poteri dal centro alla periferia, attraverso un disegno di riforma costituzionale diretto a rafforzare le competenze degli enti più prossimi alle comunità locali: le Regioni. La proposta di riforma in nome dell'"autonomia differenziata" è una delle soluzioni possibili, ma ciò che conta è il fatto che sia stata sollecitata da una domanda che torna ad essere particolarmente avvertita: è la poliarchia territoriale la forma di governance istituzionale migliore per il policentrismo italiano?

“Il 95,2% degli italiani è convinto che la pluralità delle identità territoriali, espresse anche dagli artigiani locali, è una pregevole caratteristica del nostro Paese”

L'Italia è certamente il Paese dei tanti territori. E per gli italiani le peculiarità di ciascun contesto locale sono declinazioni della stessa italianità: le diversità territoriali sono differenze che arricchiscono, non una minaccia all'unità nazionale. Analogamente, l'artigianato è indubbiamente parte della storia e delle tradizioni dei territori. Secondo una recente indagine realizzata dal Censis per Confartigianato, il 95,2% degli italiani è

convinto (molto o abbastanza) che la pluralità delle identità territoriali, espresse anche dagli artigiani locali, è una pregevole caratteristica del nostro Paese, un vero e proprio patrimonio (si noti che questa convinzione è condivisa trasversalmente nelle diverse circoscrizioni geografiche, dal Nord al Sud). È altrettanto indubitabile (complessivamente è l'opinione del 92,5% degli italiani) che le piccole e le piccolissime imprese sono una risorsa viva per i territori italiani. Più nello specifico, il 91,5% dei nostri connazionali ritiene che le imprese artigiane siano importanti per le economie territoriali. Si tratta di una ricchezza che contribuisce pure al successo delle eccellenze del made in Italy: ma anche le imprese artigiane che operano sui mercati globali restano profondamente radicate nelle comunità locali originarie.

“Il ruolo giocato dall’artigianato nei territori è confermato dalle statistiche ufficiali”

Quelle elencate non sono solo consapevolezza molto diffuse nell'opinione pubblica. Il ruolo giocato dall'artigianato nei territori è confermato dalle statistiche ufficiali. Innanzitutto, le imprese artigiane sono fortemente integrate nelle filiere della manifattura. Per l'esattezza, rappresentano il 59,9% del totale delle imprese del settore manifatturiero. In alcuni comparti la percentuale è ancora più alta rispetto al dato medio: si arriva all'80,7% nella gioielleria, al 78,5% nell'industria del legno, al 66,6% nel comparto delle riparazioni, manutenzioni e installazioni di macchine e apparecchiature, al 64,8% nella fabbricazione di mobili, al 64,8% anche nelle industrie alimentari. Inoltre, nei Sistemi locali del lavoro ad alta specializzazione produttiva, dove gli indici economici e occupazionali sono migliori, la presenza delle imprese artigiane è superiore al dato medio nazionale. Ciò accade, ad esempio, in sette Sistemi locali del lavoro del made in Italy su dieci, dove tre imprese attive su dieci sono appunto imprese artigiane.

C'è da aggiungere, per converso, che le imprese artigiane riescono a radicarsi pure nelle zone del Paese caratterizzate da un tessuto imprenditoriale povero e fragile. Nei territori lontani dai grandi assi logistici, come ad esempio l'ossatura appenninica, che sono quindi più ostili all'insediamento delle attività produttive – e dai quali, infatti, la grande industria si tiene lontana –, le attività artigiane rappresentano di fatto un baluardo al rischio di desertificazione e di degrado, evitando con la loro presenza che quei contesti finiscano per avvitarsi dentro una irreversibile spirale di anomia.

“L’artigianato contribuisce a rendere i territori dei “pieni” significanti”

In definitiva, l’artigianato è un motore fondamentale per la creazione di valore economico e sociale nei territori, e allo stesso tempo costituisce un presidio insostituibile per la coesione e la qualità della vita a livello locale. Contribuisce, insomma, a rendere i territori dei “pieni” significanti, in grado di partecipare alla competizione globale non sulla base di un feroce produttivismo dalle ormai evidenti diseconomie esistenziali e ambientali, ma sulla scorta di una capacità rara di tenere insieme virtuosamente le quantità e la qualità delle produzioni, offrendo forme di lavoro gratificanti – non alienanti –, salvaguardando la prossimità e la relazionalità. Perché l’artigianato è uno stile di vita, prima di tutto: un luogo dello spirito.

Con una certa meraviglia, constatiamo che anche nelle grandi aree metropolitane sta avvenendo la riscoperta del valore della prossimità. Secondo l’indagine citata, l’81,5% degli italiani dichiara che negli ultimi anni ha prestato maggiore attenzione alle attività presenti nelle vicinanze (negozianti, artigiani, esercizi pubblici). E il 94,1% giudica importante per la propria qualità della vita la possibilità di rivolgersi ad artigiani di fiducia presenti nella propria zona di residenza. Questi sentimenti sono confermati dai segnali di un risveglio delle attività artigiane proprio nelle grandi città. Negli ultimi dieci anni, tra il 2011 e il 2021, mentre a livello medio nazionale, per effetto delle tendenze demografiche, si è registrata una variazione negativa del numero di imprese artigiane attive (-1,1%), sono invece aumentate a Napoli (+2,6%), Genova (+1,3%), Torino (+1,1%), Palermo (+1,1%), Milano (+0,4%), con la sola eccezione di Roma (-3,4%). Nello stesso arco di tempo, si osserva un incremento dell’occupazione artigiana nei maggiori agglomerati urbani: +2,7% a Palermo, +2,5% a Genova, +2,4% a Torino, +1,9% a Milano, +0,7% a Napoli.

Nella fase di transizione che stiamo vivendo, l’impresa artigiana viene percepita al tempo stesso come una soluzione praticabile di fronte a una delle sfide più impegnative della nostra epoca: ne viene infatti riconosciuta la forte propensione alla sostenibilità, al punto che per il 91,8% degli italiani uno sviluppo locale rispettoso dell’ambiente passa anche per la valorizzazione del lavoro artigiano. Le prime quattro qualità associate all’artigianato nell’immaginario collettivo? Il talento (per il 39,0% degli italiani), la tradizione (37,4%), la qualità (34,8%) e la creatività (32,8%). Non sono questi, in verità, i valori per cui l’Italia è famosa e apprezzata nel mondo?

Alla ricerca del talento perduto. La carenza di competenze e l'attrazione del lavoro nelle piccole imprese

Di Enrico Quintavalle
18.11.2023



In una fase di indebolimento del ciclo economico, la domanda di lavoro sta sostenendo i processi di crescita economica. Sono sempre più ricercate le competenze per affrontare le transizioni digitali e green, ma cresce la difficoltà di reperimento del personale, a cui le piccole imprese stanno reagendo con misure diversificate per attrarre giovani talenti e trattenere i lavoratori con più elevate skills ed esperienza.

Il problema

A settembre 2023 l'occupazione continua a crescere, consolidando una progressiva espansione. Nell'arco di dodici mesi gli occupati salgono di 512 mila unità (+2,2%), una

dinamica determinata dall'aumento di 443 mila dipendenti permanenti (+2,9%) e di 115 mila indipendenti (+2,3%), mentre scendono di 47 mila unità i dipendenti a termine (-1,6%). Le micro e piccole imprese sono un driver della domanda di lavoro: con il 49,7% dei dipendenti in forza, determinano il 59,6% delle entrate di lavoratori previste nel trimestre novembre 2023-gennaio 2024.

La crescita dell'occupazione si associa ad un rilevante e crescente mismatch tra domanda ed offerta di lavoro, soprattutto se qualificato. A novembre 2023, secondo i dati Unioncamere-Anpal, (2023), le imprese italiane indicano una difficoltà di reperimento che in un anno sale di 2 punti percentuali, arrivando al 48,5%, quota che sale al 55,0% nel Nord Est e al 61,0% per gli operai specializzati e conduttori di impianti e macchine.

Il confronto internazionale evidenzia che la scarsità di manodopera è un problema diffuso in Europa. Secondo una recente rilevazione di Eurobarometro (Commissione europea, 2023) è particolarmente difficile trovare lavoratori con le giuste competenze per il 78% delle piccole e medie imprese (PMI) europee e, nel dettaglio, per l'84% delle PMI in Francia, per l'80% in Spagna, il 75% in Italia e il 70% in Germania. Nel 53% delle PMI europee è difficile trattenere lavoratori esperti, quota che sale di 10 punti in Italia. In particolare, le PMI italiane fanno più fatica a trovare operatori delle macchine, artigiani e lavoratori esperti del commercio (36% dei casi rispetto al 28% della media Ue).

L'analisi dei dati dell'indagine congiunturale trimestrale della Commissione europea (2023a) evidenzia che nel secondo trimestre del 2023 in Italia il 9,8% delle imprese manifatturiere registra un ostacolo all'attività dalla scarsità di manodopera, a fronte del 26,3% della media dell'Unione europea. Nel dettaglio la quota di imprese che riscontrano difficoltà di reperimento è del 17,7% in Francia e sale addirittura al 34,3% in Germania. Il fenomeno in Italia è in crescita (+4,4 punti) rispetto ad un anno prima mentre segna una attenuazione in Ue (-2,7 punti).

La difficoltà di reperimento del personale e la carenza di competenze può compromettere la transizione green e digitale delle imprese. Il 38,9% delle piccole e medie imprese nell'Unione europea a 27 indica che la carenza di competenze impedisce all'impresa di essere più sostenibile per l'ambiente, con un accentuazione per Francia (44,9%) e Italia (42,9%) rispetto a Germania (39,4%) e Spagna (34,8%). Nelle micro e piccole imprese italiane sono difficili da reperire 687 mila lavoratori a cui sono richieste, con un elevato grado di importanza, attitudine al risparmio energetico e alla tutela ambientale (Confartigianato, 2023).

Ostacolo all'attività da scarsità manodopera per imprese manifatturiere nei principali paesi Ue

*Il trimestre del 2023 e del 2022. % frequenza di risposta – Elaborazione Ufficio Studi
Confartigianato su dati Commissione europea*

	%
riconosciuto premi di produzione	29,3
attivato/intensificato collaborazioni con scuole	24,9
introdotto pacchetti welfare aziendale (bonus benzina, buoni pasto, buoni acquisti, etc.)	24,2
utilizzato superminimo individuale	18,2
attivato servizi di consulenza per gestione del personale	9,6
ampliato pacchetti welfare aziendale	4,6
cambiato CCNL	0,7
altre soluzioni (specificare)	5,8
<i>Quota imprese che hanno adottato almeno una soluzione</i>	<i>69,4</i>

Le cause

Nel focus group condotto dall'Osservatorio MPI di Confartigianato Lombardia (con anticipazioni in Quintavalle E. e Redolfi L., 2023) si è delineato il caleidoscopio di misure che le micro e piccole imprese stanno adottando per far fronte alla scarsità di manodopera. Gli imprenditori del panel evidenziano che i giovani hanno profondamente modificato la percezione del posto di lavoro e sono meno orientati ad un lavoro manuale e impegnativo. Il fenomeno rende problematico il ricambio generazionale dei lavoratori dell'impresa e il trasferimento delle competenze dalle figure senior a quelle junior, rischiando di dissipare le tecniche manuali alla base del "saper fare" che connota il made in Italy. Nel medio termine, viene messo a rischio un sistema di offerta – caratterizzato da artigianalità, alta qualità e originalità del prodotto – che si contraddistingue nel mondo. Nella visione degli imprenditori del panel, solo la creazione di valore basata su una elevata qualità può garantire la competitività della produzione nazionale.

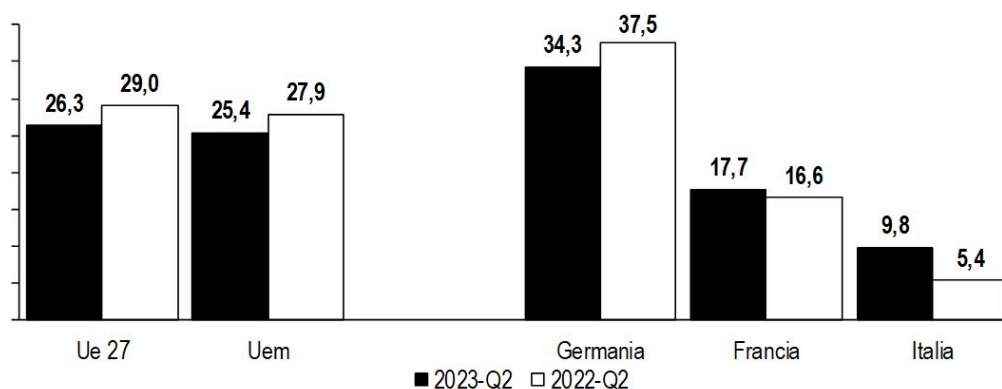
Per affrontare le criticità, le imprese hanno reagito con interventi diversificati. Tra i più diffusi le collaborazioni con gli istituti tecnici e professionali, gli ITS e l'intensificazione di percorsi di stage, dei Pcto (Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento) e dei tirocini. Ai casi di aumento delle retribuzioni, si è associato il riconoscimento dei premi di produzione, l'offerta di pacchetti di welfare aziendale, una maggior flessibilità dell'orario di lavoro e, ove possibile, l'utilizzo dello smart working. Altri interventi sono stati finalizzati al miglioramento del clima aziendale e del comfort dei luoghi di lavoro. Nonostante le azioni intraprese, alcune delle imprese intervistate non hanno potuto espandere l'occupazione, ritardando o interrompendo il percorso di sviluppo dell'azienda.

Da una survey condotta su oltre 1400 piccoli imprenditori lombardi (Confartigianato Lombardia, 2023) sono emerse alcune misurazioni che accendono la luce su alcuni aspetti meno definiti della scarsità del personale.

Alle criticità in ingresso si affianca la difficoltà a trattenere manodopera, rilevata in modo marcato dal 31,1% delle imprese con dipendenti. Nel 45,8% dei casi la difficoltà a trovare manodopera determina l'incapacità dell'impresa a far fronte a una crescita degli ordini, ma nel 29,1% delle imprese determina una riduzione dell'attività: quest'ultimo caso si manifesta, per esempio, nel caso in cui l'impresa non riesce a sostituire un lavoratore che si è dimesso. Le dimissioni volontarie dei lavoratori, lo ricordiamo, rappresentano il 17,9% delle cessazioni dei rapporti di lavoro dipendente, a fronte del 5,9% dei licenziamenti (Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, 2023).

Soluzioni adottate per implementare la capacità delle imprese ad attrarre e/o trattenere personale

Settembre 2023, possibili più risposte, % imprese con dipendenti con difficoltà a trattenere /o trovare manodopera. Fonte: Rapporto Osservatorio MPI Confartigianato Lombardia 'Impronte d'impresa. Un'identità d'avanguardia per le PMI'



Dai dati del sondaggio emerge con forza l'importanza della collaborazione con le scuole e l'attivazione di stage e tirocini. Il 56,8% delle imprese intervistate con dipendenti che collabora con le scuole ritiene che tali relazioni, insieme con l'attivazione di stage e tirocini, agevolino l'impresa nella ricerca di manodopera. Nel dettaglio, l'81,1% ha collaborazioni con Istituti tecnici e professionali, il 25,5% con altre scuole secondarie superiori, il 15,9% con ITS e IFTS e il 5,3% con Università.

Il 24,9% delle imprese ha attivato o intensificato la collaborazione con le scuole per reagire alla criticità relativa al personale. In questa relazione con la scuola il mondo delle piccole imprese fornisce un valore aggiunto specifico, essendo una palestra fondamentale per i giovani in transizione tra scuola e mercato del lavoro: nell'arco cinque anni ogni

piccola impresa ci sono tre giovani che hanno imparato un mestiere.

Con la crisi demografica, l'età degli occupati è salita considerevolmente e nel 29,8% delle piccole imprese e dell'artigianato lombardo vi sarà un rilevante ricambio generazionale nei dipendenti che genererà problemi all'impresa.

In relazione all'efficacia dell'ampio spettro di soluzioni adottate per rendere attrattivo il lavoro nell'impresa, gli interventi messi in campo sono pienamente efficaci nel 31,9% dei casi, parzialmente per un ulteriore 59,7%. Diventa strategico per le imprese, anche piccole, l'implementazione delle politiche del personale in un mercato del lavoro che nei prossimi anni si delinea assai turbolento. Dal 2023 al 2027 il fabbisogno di occupati in Italia è stimato del 3,1% all'anno, (Unioncamere-Anpal, 2023a), a fronte di un profilo discendente della popolazione in età lavorativa (20-64 anni) che nell'arco del decennio 2023-2033, secondo le più recenti previsioni demografiche dell'Istat (2023), scenderà di 2,2 milioni di unità, pari ad un calo del 6,4%.

Nel pieno delle transizioni digitale e green sarà il lavoro, il fattore più 'antico', ad assumere un valore strategico – essenziale per la sopravvivenza – per le imprese.

Last but not least, sono alte le sfide anche per l'intervento pubblico: si dovranno irrobustire le politiche del lavoro, armonizzandole con quelle dell'istruzione e con gli interventi contro la crisi demografica e la gestione dell'immigrazione, fattore non secondario a fronte di una quota di occupati stranieri che a metà del 2023 è pari all'11%.

(di Enrico Quintavalle, con Licia Redolfi, Ricercatore dell'Osservatorio MPI di Confartigianato Lombardia dal 2011 e collabora agli Osservatori in rete coordinati dall'Ufficio Studi Confartigianato)

Foto di cottonbro studio

Riferimenti

Commissione europea (2023), European Year of Skills – Skills shortages, recruitment and retention strategies in small and medium-sized enterprises, Flash Eurobarometer FL529, 15 settembre

Commissione europea (2023a), Businesses survey

Confartigianato (2023), Key data su energia e sostenibilità delle MPI a vocazione artigiana, Elaborazione flash, 23 ottobre

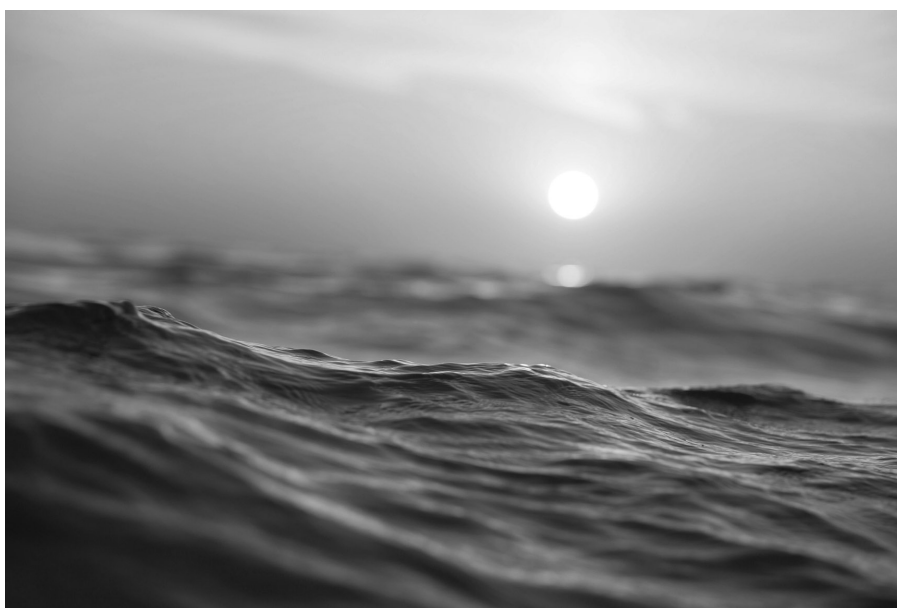
Confartigianato Lombardia (2023), 'Impronte d'impresa. Un'identità d'avanguardia per le PMI', 13° Rapporto

Istat (2023), Previsioni della popolazione – Anni 2022-2080, settembre
Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (2023), Sistema Informativo Statistico delle
Comunicazioni Obbligatorie, I trimestre 2023
Quintavalle E. e Redolfi L. (2023), I numeri – Così la difficoltà a trovare lavoratori frena la
crescita di imprese e PIL, *IlSussidiario.net*, 25 luglio
Unioncamere-Anpal, (2023), La domanda di lavoro delle imprese, novembre
Unioncamere-Anpal, (2023a), Previsioni dei fabbisogni occupazionali e professionali in
Italia a medio termine (2023-2027)

Il lavoro artigiano come seconda vita professionale: una storia

Di Paolo Manfredi

18.11.2023



Ho conosciuto Igor Furnari mentre accompagnavo una troupe di TgCom 24 in un istituto orafo di Vicenza, la Gold Academy 1858, per un ciclo di trasmissioni dal titolo "Lavoro Futuro", che raccontano il mondo artigiano con un'attenzione particolare a chi oggi pensa a una strada per il proprio futuro professionale. Seduto di fronte ad un voluminoso microscopio, Igor illustrava come quella macchina, che siamo soliti associare più alla biologia che all'artigianato, fosse uno strumento essenziale per guidare l'orafo nell'incastonare le pietre preziose più piccole nei monili (nel corso della giornata ne avrei visti altri in un'oreficeria, non si smette mai di imparare). Dopo la sua spiegazione, semplice ma esaustiva, tanto dell'uso del microscopio quanto di quello del bulino pneumatico che permette di fare minuscoli intagli nell'oro per piegare i fermi del castone, ci siamo fermati a parlare e mi ha raccontato la sua storia, che voglio raccontare qui. Perché Igor, milanese di origini siciliane (c'entra) trasferitosi in Veneto, è un po' più grande dei suoi compagni dell'ITS Cosmo, ha 40 anni, e a differenza loro sta studiando per la sua seconda vita professionale.

Nella precedente, il nostro era un informatico, programmatore software, tecnico hardware e disegnatore CAD con due anni e mezzo di studi a Ingegneria, ma non era contento. Non è il solo nel mondo dei servizi avanzati, che hanno storicamente scambiato un'idea oggi non più attuale di rispettabilità e "pulizia" rispetto alla bottega artigiana con un lavoro molto più serializzato, troppo spesso al confine della mancanza di senso. Un confine labile che, complice anche la spinta tecnologica, che vede nelle professioni dei servizi avanzati il principale bacino di sostituzione del lavoro umano con le tecnologie digitali, in primis dell'Intelligenza artificiale, oggi sembra essere stato passato, facendo di professioni un tempo ambite lavori iper-parcellizzati, a tratti alienanti e non certamente più al riparo da stress e precarietà. L'artigiano, mi dice, è invece un mondo professionale e personale dove puoi pensare di realizzarti, facendo qualcosa che abbia un senso, magari senza diventare ricco, ma essendo certamente più felice.

“Nel 2022 si è licenziato e ha iniziato a studiare, facendo tutti i passaggi, compreso gli stage in azienda, per diventare un giorno artigiano in proprio”

A Igor, complici anche i lunghi viaggi estivi in treno verso la Sicilia piacevano i manufatti in ferro e da lì, nonostante la mancanza di artigiani in famiglia, è nata la passione per l'oreficeria: nel 2022 si è licenziato e ha iniziato a studiare, facendo tutti i passaggi, compreso gli stage in azienda, per diventare un giorno artigiano in proprio. Intraprendere un percorso formale di studi, dice, gli è servito anche perché nessuno prende un quasi quarantenne a bottega. Il dato anagrafico è sottotraccia ma presente: in questo caso è certamente interessante che qualcuno che ha provato il fantomatico lavoro del terziario voglia andare a bottega nella sua seconda vita professionale, ma in un futuro non molto lontano potrebbe essere una sorta di nuova normalità. I cambiamenti demografici, con l'invecchiamento della popolazione e l'allontanamento dell'età pensionabile in un contesto di fortissima pressione tecnologica imporranno a non poche persone di ripensare il loro percorso professionale e sarebbe positivo che questi ripensamento avvenisse nella forma di una passione che diventa mestiere.

“Le stesse tecnologie consentono proprio a un non più ragazzo di accostarsi a mestieri con una forte componente di saper fare”

Le stesse tecnologie, mi dice Igor, consentono proprio a un non più ragazzo di accostarsi a mestieri con una forte componente di saper fare superando il gap anagrafico: senza digitale, non ci sarebbe semplicemente il tempo per acquisire la necessaria manualità, mentre oggi ci si trova a metà strada, restando artigiani ma potendosi accostare al mestiere anche in età più matura. Per il nostro mondo è un dato fondamentale, da tenere sempre presente.

Arrivare a bottega è stato dunque complesso, innanzitutto perché dal di fuori questo mondo sembrava molto più difficile da penetrare: gli artigiani, mi dice, non comunicano molto bene, sono ritrosi a farsi conoscere, anche se, ha provato lui stesso nelle fiere di settore, possono essere travolgenti per entusiasmo e voglia di condividere.

Il “mindset”, la mentalità digitale di Igor traspare chiaramente quando pensa che, soprattutto all’inizio, dovrebbero essere incentivate le forme di collaborazione tra artigiani. Un po’ perché nel suo settore si lavora con macchine molto costose, che non tutti all’inizio possono permettersi, un po’ perché così si fa ricerca (“che gli artigiani fanno troppo poco”) e si impara anche e soprattutto cosa non fare. Si sentono forte gli echi dell’epopea dei maker, finita troppo presto e con troppa poca eredità, mentre quell’utopia comunitaria era un pezzo fondamentale di un’idea fortemente progressiva del lavoro artigiano, che poteva veramente elevarlo sopra gli altri per capacità di coniugare senso, innovazione human centered, capacità di creare valore condiviso.

Spero, non solo per il futuro degli artigiani, ma del nostro Paese, che possano essere più persone come questo ragazzo che si è rimesso in gioco e qualche giorno fa ha cominciato il suo stage presso un’azienda di Vicenza, pensando di mettersi in proprio ma sapendo di avere molto da imparare, innanzitutto su quali errori non fare.

Gli faccio i migliori auguri di un percorso professionale interessante e di soddisfazione e, pensando al mondo dello spirito artigiano, auspico che questa voglia di sperimentare e fare le cose insieme per andare più avanti possa tornare ad essere patrimonio condiviso, perché è quello di cui abbiamo più bisogno.

“Orgogliosi, attenti, consapevoli: gli Artigiani e l’Intelligenza Artificiale. Idee a confronto”, i Dialoghi di Spirito Artigiano a Cagliari

Di La redazione
18.11.2023



A ragionare sulle potenzialità di questo nuovo sviluppo del digitale, che più di altri in precedenza non solo ha guadagnato rapidamente la ribalta in tempi sempre più rapidi, ma è stato da subito in grado di suscitare passioni forti e altrettanto forti aspettative e timori sono stati Fabio Mereu, Vicepresidente Vicario della Confartigianato Sardegna, **Giulio Sapelli**, Presidente della Fondazione Germozzi (in videocollegamento), **Mauro Magatti**, Professore ordinario di Sociologia alla facoltà di Scienze politiche e sociali dell’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, **Marco Bettiol**, Professore associato di Economia e Gestione presso il Dipartimento di Economia e Gestione dell’Università di Padova, **Edoardo Fleishner**, Giornalista e Docente di Scrittura crossmediale e di Comunicazione digitale presso la facoltà di Sociologia dell’università Statale di Milano e di Format televisivi e

crossmediali all'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli, **Paolo Manfredi**, consulente per le Strategie digitali di Confartigianato. Il dialogo è stato introdotto e moderato da Giovanni Boccia, Direttore della Fondazione Germozzi.

Nella sua relazione introduttiva, il VicePresidente di Confartigianato Imprese Sardegna, **Fabio Mereu**, **imprenditore artigiano digitale** con esperienza consolidata e internazionale nello sviluppo delle tecnologie a servizio della mobilità ha voluto sottolineare come sia stato il "fervore tecnologico" che caratterizza il nostro tempo a favorire lo sviluppo di questa "*nuova rivoluzione*", straordinariamente rilevante tanto nelle potenzialità, quanto nella preoccupazione da parte delle imprese verso gli impatti di tecnologie rapide e invadenti, sui sistemi economici e sociali esistenti. Impatti che numerosi studi sottolineano essere potenzialmente molto rilevanti, soprattutto in termini di spiazzamento occupazione e di mercato per molte imprese, certamente a partire dai servizi, ma con conseguenze potenziali anche sul sistema delle imprese artigiane. Conseguenze e rischi non inediti, che anzi hanno accompagnato aspettative e timori di ogni cambio di paradigma tecnologico, anche se nel caso dell'Intelligenza artificiale la combinazione di crescita esponenziale e pervasiva, timore diffuso per conseguenze non completamente controllabili nemmeno dai suoi creatori e potenzialità invasive e distorsive dell'ordine sociale, politico ed economico sollevano timori e in generali sentimenti e opinioni particolarmente forti.

“In un’epoca di incertezza e cambiamenti, è cruciale che le imprese artigiane rivendichino con orgoglio la propria identità, difendendo i valori dell’impresa diffusa e del saper fare umano”

“In questo contesto – *ha detto Mereu* – la nostra Organizzazione fedele ai valori e allo spirito artigiano, si vuole porre come protagonista attivo, riconoscendo che essere semplici spettatori non è un’opzione, ma piuttosto un momento di arricchimento attraverso l’acquisizione di conoscenze per trasformare questa rivoluzione in opportunità”.

“L’artigianato, pilastro fondamentale dell’identità culturale ed economica, è chiamato oggi a una sfida entusiasmante: come integrare l’IA nelle tradizioni artigianali senza comprometterne l’unicità e la sopravvivenza stessa? Gli artigiani, custodi di una tradizione millenaria, portano con loro una conoscenza e un saper fare unici. In un’epoca di

incertezza e cambiamenti, è cruciale che le imprese artigiane rivendichino con orgoglio la propria identità, difendendo i valori dell'impresa diffusa e del saper fare umano”.

Consapevole della portata della sfida, nel corso del dialogo Confartigianato ha tenuto a ribadire che non ritiene l'IA una minaccia, bensì come un'opportunità. Governarla con l'intelligenza artigiana significa trasformarla in uno strumento che esalta la creatività e le competenze inimitabili degli imprenditori artigiani. Nessun algoritmo può replicare l'anima dei prodotti e dei servizi artigianali che rendono unico nel mondo il made in Italy. È però urgente rafforzare un “sistema di anticorpi” per proteggere le imprese dagli effetti negativi di una gestione scriteriata dell'intelligenza artificiale, evitando il rischio di “disoccupazione tecnologica”.

“L'intelligenza artificiale è solo una copia mentre le imprese devono puntare all'originalità”

Per **Marco Bettiol**, Professore Associato in Economia e Gestione presso il Dipartimento di Economia e Gestione dell'Università di Padova, “l'intelligenza artificiale è solo una copia mentre le imprese devono puntare all'originalità che non potrà essere mai battuta da una macchina e che, semplicemente, riproduce dati. Per questo è necessario puntare alla valorizzazione del legame tra cultura e territori, ed esaltare l'autenticità delle produzioni”.

Secondo **Paolo Manfredi**, consulente per le Strategie digitali di Confartigianato, invece il dilemma da risolvere è quello di capire come, per esempio i distretti in crisi possano sfruttare l'Intelligenza artificiale per ammodernarsi: “Di questa nuova tecnologia dobbiamo sfruttare il meglio per applicarla alle nuove produzioni e sviluppare nuovi patrimoni di conoscenza, Siamo molto lontani dalla situazione in cui un'impresa artigiana potrà essere completamente affidata all'intelligenza artificiale”.

Per **Mauro Magatti**, Professore ordinario di Sociologia alla facoltà di Scienze politiche e sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, l'intelligenza artificiale, in questo momento, solo risposte ovvie: “Dobbiamo affrontare un nuovo umanesimo e quindi lavorare per l'umanizzazione delle tecnologie digitali perché il volere degli artigiani deve essere sempre primario rispetto alle macchine”.

“Il processo di cambiamento uomo-macchina dura da tempo e mai l’esperienza umana potrà essere sostituita da una qualsiasi intelligenza meccanica”

Secondo **Giulio Sapelli**, Presidente Fondazione Germozzi, “il processo di cambiamento uomo-macchina dura da tempo e mai l’esperienza umana potrà essere sostituita da una qualsiasi intelligenza meccanica. Per questo non bisogna farsi abbacinare dai grandi cambiamenti ma, al contrario, bisogna lavorare per incrementare l’intelligenza delle persone e degli imprenditori”.

Al termine di quasi due ore di confronto di idee vibrante, è prevalso un cauto ottimismo: la sfida è importante, a tratti storica, e tocca alcune componenti fondamentali del valore artigiano, innanzitutto quella conoscenza che ne rappresenta il cuore, passa da generazione in generazione e oggi deve porsi la questione di come essere codificata e trasmessa nel contesto digitale, anche per non disperdersi. Ci aspettano mesi, anni, di duro lavoro per traghettare quante più imprese artigiane nel nuovo paradigma, ma la determinazione non manca.

Leggi il programma



TikTok e Confartigianato lanciano #Spirito Artigiano

Di La redazione
18.11.2023



In un mondo sempre più digitalizzato e interconnesso è diventato ormai imprescindibile saper far uso della tecnologia come fattore abilitante per esaltare il valore delle realtà artigiane del nostro Paese e mettere in piedi una strategia di accompagnamento a favore degli imprenditori italiani, per condurli alla trasformazione digitale e poter offrire la giusta visibilità al valore produttivo delle loro creazioni. Per far fronte a questa necessità, Confartigianato e TikTok uniscono le forze e redigono un racconto tessuto a quattro mani dando luce a una partnership animata dalla volontà di valorizzare le realtà artigiane italiane. Obiettivo della collaborazione è infatti poter offrire agli artigiani italiani nuovi strumenti di comunicazione digitale, capaci di potenziare la visibilità e l'attrattiva dei tanti mestieri che, con le loro creazioni e i loro prodotti, sono il biglietto da visita dell'eccellenza italiana nel mondo. Un palcoscenico internazionale quindi per gli imprenditori che hanno la possibilità di prendere parte alla call to action dal nome #SpiritoArtigiano, didascalia dell'hub che è stato creato appositamente in app per la valorizzazione delle realtà artigiane italiane.

“L’hashtag #SpiritoArtigiano è il filo conduttore in app per raccogliere tutti i contenuti legati all’artigianato e lasciarsi ispirare dalla creatività dei tanti imprenditori della comunità”

L’hashtag #SpiritoArtigiano funge da filo conduttore in app per raccogliere tutti i contenuti legati all’artigianato e lasciarsi ispirare dalla creatività dei tanti imprenditori che stanno andando ad arricchire una vera e propria community. Grazie alla comunità riunita intorno a #SpiritoArtigiano è infatti possibile accrescere la consapevolezza del patrimonio economico e sociale del saper fare italiano espresso dalle realtà artigiane, facendo leva sulla capacità della piattaforma con 1 miliardo di utenti al mondo, e 19.7 milioni in Italia, di amplificare le potenzialità del digitale e tradurle in impatto reale.

“Tutti gli artigiani di Confartigianato hanno la possibilità di utilizzare la piattaforma come vetrina virtuale in cui raccontare l’eccellenza manifatturiera, l’unicità dei loro prodotti, e anche quel “dietro le quinte” di mestieri a volte poco conosciuti, ma patrimonio inestimabile del Made in Italy”

Gli imprenditori artigiani sono chiamati ad adeguare il proprio modello di business all’evoluzione di un’economia sempre più globale. Tradizione e progresso digitale devono diventare due facce della stessa medaglia, quella della crescita. Alla base del progetto, il comune intento di offrire a tutti gli artigiani di Confartigianato la possibilità di utilizzare la piattaforma come vetrina virtuale in cui raccontare l’eccellenza manifatturiera, l’unicità dei loro prodotti, e anche quel “dietro le quinte” di mestieri a volte poco conosciuti, ma patrimonio inestimabile del Made in Italy.

TikTok è una grande vetrina per l’artigianato e per il Made in Italy. Moltissimi artigiani italiani utilizzano la piattaforma per promuovere contenuti attraverso un linguaggio nuovo

e autentico, in grado di avvicinare la community alla scoperta di nuovi mestieri e di competenze uniche al mondo. Con #SpiritoArtigiano TikTok può riuscire nell'impresa di dar voce e far crescere ancor di più la community artigiana sulla piattaforma.

Tornano i Dialoghi di Spirito artigiano, a Cagliari per approfondire le connessioni tra artigianato e Intelligenza Artificiale

Di La redazione
08.11.2023

I DIALOGHI ...
di Spirito Artigiano
CAGLIARI > 15 novembre 2023
ore 17.30
Ex Manifattura Tabacchi
Viale Regina Margherita, 33

Orgogliosi, attenti, consapevoli: gli Artigiani e l'Intelligenza Artificiale. Idee a confronto.
Presentazione del quaderno della Fondazione Germozi sul rapporto tra artigianato e IA.

Confartigianato Imprese
Confartigianato Imprese SARDEGNA
FONDAZIONE GERMOZI

Orgogliosi, attenti, consapevoli: gli Artigiani e l'Intelligenza Artificiale
AA.VV.
In occasione del convegno, in galleria dal 15 al 17 novembre 2023
www.sardegna.it

www.spiritoartigiano.it

Mercoledì 15 novembre, dalle ore 17:30, i suggestivi spazi dell'Ex Manifattura Tabacchi a Cagliari ospitano il quarto appuntamento con i Dialoghi di Spirito Artigiano, gli eventi organizzati dalla *Fondazione Germozi* e da *Confartigianato Imprese* per approfondire idee, spunti e scenari per lo sviluppo economico e la sostenibilità sociale del Paese. In Sardegna, in particolare, il confronto tra i relatori seguirà il filo conduttore del rapporto tra Intelligenza Artificiale e artigianato, delle opportunità legate al fare impresa e delle conseguenze registrate negli ultimi anni in tanti, diversi settori dell'artigianato.

L'evento dal titolo "Orgogliosi, attenti, consapevoli: gli Artigiani e l'Intelligenza Artificiale. Idee a confronto" è anche l'occasione giusta per presentare al pubblico il più recente dei Quaderni della Fondazione Germozi dal titolo omonimo, una raccolta di saggi e autori vari per affrontare la sfida dell'Intelligenza Artificiale sotto tutti i punti di vista: economico, tecnologico, sociale e delle tematiche del lavoro. Due degli autori della raccolta, **Marco Bettiol** e **Edoardo Fleischner**, saranno presenti a Cagliari proprio per guidare il dibattito nel cuore dei temi centrali del Quaderno della Fondazione e della posizione di Confartigianato

rispetto all'intelligenza artificiale. Nella prefazione, infatti, il Presidente di Confartigianato Marco Granelli ricorda che l'IA, "con tutto il suo potenziale, è uno strumento al servizio dell'uomo e non il contrario. Mentre ci avviciniamo a un futuro dove l'IA potrebbe standardizzare molti aspetti della nostra vita, l'unicità e la sapienza dell'artigianato italiano restano ineguagliabili". Il dibattito, quindi, vuole essere un viaggio alla scoperta del legame tra l'ancestrale mondo dell'artigianato e l'avanzato universo dell'intelligenza artificiale. Gli articoli selezionati nel quaderno gettano un ponte tra questi due mondi, mostrando come l'artigianato possa non solo sopravvivere, ma prosperare, nell'era digitale.

Nel corso dell'evento interverranno:

Fabio Mereu, Vicepresidente Confartigianato Sardegna;

Giulio Sapelli, Presidente Fondazione Germozzi;

Mauro Magatti, Professore ordinario di Sociologia alla facoltà di Scienze politiche e sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano;

Marco Bettiol, Professore Associato in Economia e Gestione presso il Dipartimento di Economia e Gestione dell'Università di Padova;

Edoardo Fleischner, Giornalista e Docente di Scrittura crossmediale e di Comunicazione digitale presso la facoltà di Sociologia dell'università Statale di Milano e di Format televisivi e crossmediali all'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli;

Paolo Manfredi, consulente per le Strategie digitali di Confartigianato.

Giovanni Boccia, Direttore Fondazione Germozzi.

Leggi il programma

