

# Italia, lavoro in corso

L'artigianato è più di un settore: è un modello di sviluppo a misura d'Italia, tra numeri solidi e senso condiviso

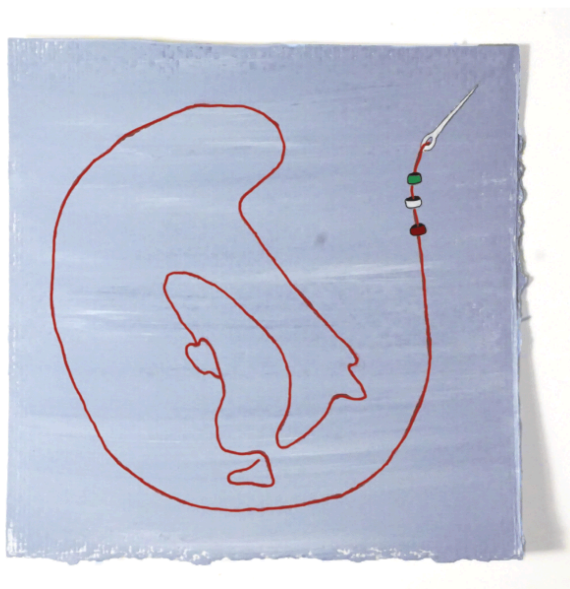
Hanno collaborato a questo numero:

E. Quintavalle



# Un'idea di Paese

Di La redazione  
09.03.2022



## Valore artigiano, Valore per l'Italia Un'idea di Paese

*L'Italia è Artigiana.* Se vi è una identità italiana, questo è il suo tratto più distintivo.

Perché artigiano è il nostro modo di concepire l'esistenza, il lavoro, le cose, il mondo, il valore.

In Italia, gli artigiani e le piccole imprese continuano a costituire una realtà economica straordinariamente radicata e vitale; un popolo di persone e imprese, capillarmente diffuso in ogni territorio.

Espressione di una vicenda secolare, la cultura artigiana plasma ancora oggi la nostra quotidianità, permettendo all'Italia di essere una tra le economie più avanzate del pianeta.

È grazie alle sue produzioni di eccellenza che il legame tra lavoro e democrazia, mercato e libertà viene rafforzato.

Nella storia del nostro paese l'artigianato è uno dei collanti per tenere insieme le comunità, favorendone la crescita economica, sociale e culturale e imprimendo uno stimolo potente e continuativo verso un lavoro di qualità, creativo e sostenibile.

Lungo la filiera dell'intraprendere personale – vocazione, idea originaria, competenza, coinvolgimento e passione – il lavoro artigiano è centrato sul "senso" del dedicarsi, dell'impegno, del risultato, oltre che sul valore delle relazioni.

Ora, in un tempo sconvolgente e disorientante per il susseguirsi di avvenimenti inimmaginabili, il sentimento che ci anima è quello di sentirci COSTRUTTORI DI FUTURO.

## **Sostenibilità e digitalizzazione sono destinate a diventare i driver del futuro avviando profondi processi di trasformazione.**

Un'occasione preziosa che il mondo artigiano vuole cogliere, accettando senza timori la sfida dell'innovazione, per esaltare ancora di più creatività e diversità e creare un mondo a intelligenza diffusa, inclusivo e contributivo.

Valorizzare lo SPIRITO ARTIGIANO – che si fonda sull'ingegno, la competenza, l'imprenditività, la responsabilità, il coinvolgimento – conferma una scelta di libertà che costituisce la leva fondamentale per tenere insieme crescita economica e sviluppo umano

È una scelta di civiltà per contrastare la spinta verso una concentrazione sempre maggiore del potere e della ricchezza.

I LUOGHI, a cui le imprese artigiane sono profondamente legate, costituiscono giacimenti straordinari di energie, competenze e risorse, capaci di trasformare le comunità locali che, pur diverse per cultura, stili di vita, tradizioni professionali, sono però accomunate dallo stesso spirito .

L'artigianato è quindi specchio di quella Italia che non ha mai smesso di mettersi alla prova per trovare una strada distintiva, un percorso incisivo e caratterizzante.

E anche nel futuro che ci attende l'Italia riuscirà a mantenere il suo posto nel mondo solo nella misura in cui sarà capace di salvaguardare e promuovere la varietà delle sue produzioni, delle sue competenze, dei suoi territori, delle sue filiere offrendo alle nuove

generazioni la possibilità di vedere accolte le loro vocazioni che, unitamente alla voglia di intrapresa, sono necessarie per raccogliere le sfide del tempo che viviamo.

Il Valore Artigiano è un volano straordinario per il nostro futuro.

**È Un'idea di Paese.  
Un'idea d'Italia**

# **Territorio e ‘global microbrand’ come asset strategici per il rinascimento imprenditoriale**

Di La redazione  
16.03.2022



**Alleanza con il territorio, persone, unicità, competenze, flessibilità, creatività ed innovazione sono i protagonisti di una interessante pagina, pubblicata sull'inserto Marketing24 de Il Sole 24 ore di lunedì 28 marzo, che apre una finestra sulla riscoperta dei Valori alla base dello Spirito Artigiano e li pone a pieno titolo come asset**

## strategici per la vita delle imprese di ogni dimensione, a livello nazionale ed internazionale.

Gli autori, G. Colletti e F. Grattagliano, riportano in modo diffuso l'esperienza del Regno Unito dove il pubblicitario **Hugh Mc Leod** ha coniato il termine '**Global Microbrand**'. E' una espressione che vuole rappresentare un orientamento imprenditoriale vincente che vede il processo produttivo fermamente radicato nel territorio e capace di esprimerne le specificità, ma coniuga ad esso la valorizzazione delle innovazioni digitali per consentire alle imprese di accedere ad un mercato diffuso.

Sono diversi gli esempi descritti nell'articolo, da una seguitissima trasmissione della BBC dove **artigiani orafi, meccanici e falegnami** sono coinvolti nel **restauro di oggetti dal valore spesso affettivo**, all'esperienza di un gruppo di **sarti** che, grazie al web, possono lavorare in tutto il mondo.

La sostenibilità, la volontà di recuperare un oggetto piuttosto che riacquistarlo, il desiderio di un prodotto che esprima la creatività e l'unicità e che si discosti dalla produzione di massa, la qualità intrinseca di un bene, capace anche di raccontare la tradizione, la storia del territorio e degli artigiani che lo hanno realizzato.

Sono questi aspetti, tipici della tradizione artigiana che, secondo gli autori, stanno coinvolgendo anche le grandi imprese sino ad incidere sull'organizzazione del lavoro, come sostiene l'associazione americana **Academy of Management**

«Oggi l'artigianato è diventato un approccio umanista al lavoro che privilegia l'impegno umano, richiede competenze specifiche e una visione di insieme che coinvolge l'intero prodotto piuttosto che le sue singole parti. Il concetto di artigianato enfatizza il tocco umano, comporta dedizione al lavoro e una focalizzazione sull'interesse comune».

E' quanto afferma anche il Professor **Stefano Micelli** dell'Università Cà Foscari nell'approfondimento curato da Colletti: «Dopo una lunga stagione consumistica

registriamo una domanda crescente per oggetti sostenibili e con un ciclo di vita più lungo. Di questi oggetti vogliamo conoscere la storia, il processo produttivo, il contributo di chi ci ha lavorato. Il valore degli oggetti che acquistiamo è spesso legato alla loro capacità di esprimere una sintesi di queste dimensioni e di diventare il medium della cultura e della passione di cui sono il risultato tangibile» anche se, precisa Micelli:

«Oggi la narrativa è articolata e il racconto dell'artigianalità non è più legato solo alla tradizione, ma incrocia le linee dell'innovazione tecnologica». Questo nuovo approccio, si specifica nell'approfondimento, richiede, tuttavia, un cambio di passo nella comunicazione e la presenza nelle imprese di competenze in grado di valorizzare le dimensioni social e commerciale».

Emblematiche di questa nuova visione sono le storie delle due realtà aziendali tracciate da Colletti come espressioni di scelte imprenditoriali lungimiranti ed innovative.

A **Polignano**, in provincia di Bari, ha il suo quartier generale la **Carrieri Design**, impresa impegnata nei settori dell'arredamento e dell'abbigliamento. L'impresa nel 1990, con la seconda generazione di artigiani, decide di rinnovare la sua gloriosa tradizione nel settore della falegnameria che continua a proporre soluzioni personalizzate rispondenti ai più alti criteri del design e della qualità ma amplia la possibilità di scelta con l'opportunità di acquistare e modificare, secondo le esigenze del cliente, prodotti delle migliori marche. All'arredamento la Carrieri Design unisce anche l'abbigliamento poiché, come dice Angelo Carrieri, «Outfit e arredo vanno visti in stretta simbiosi. L'abbigliamento ci permette di cogliere le tendenze in atto con un annodi anticipo e quando arrediamo case abbiniamo tutto il contesto con luci, tappeti, tessuti».

Il tutto con una grande attenzione a rendere la realtà espositiva una esperienza appagante per il cliente e sfruttando al meglio le potenzialità del digitale con una piattaforma che apre alla Carrieri Design le porte del mercato italiano e nord-europeo.

La seconda storia aziendale che viene riportata dalla pagina del quotidiano ha per protagonista la **Rifò di Prato**, azienda operante nel tessile che ha messo al centro la sostenibilità e realizza prodotti pregiati in lana e cachemire partendo da tessuti rigenerati. Come afferma il fondatore, **Niccolò Cipriani**:

«Rifò significa rifaccio, perché parto da uno scarto e gli do valore. Abbiamo deciso di dare una seconda vita a tutti quei vestiti che la gente non indossa più».

Rifò, che ha pochi anni di vita, nasce come start-up digitale e dal 2020 ha una certificazione B-Corp, ha scelto di diffondere la produzione tutto il territorio per utilizzare al meglio le straordinarie competenze di un distretto storicamente votato al tessile, sino a coinvolgere circa quindici realtà imprenditoriali attive lungo tutta la filiera.

L'impresa si rivolge ad un mercato molto ampio, e conta circa 200 negozi tramite i quali vende principalmente all'estero, in diversi Paesi europei ed in Canada. Ma il successo imprenditoriale non basta. E' necessario diffondere la cultura e le competenze artigiane che sono alla base di un lavoro difficilmente replicabile e perciò, continua Cipriani, «A breve realizzeremo una scuola per cenciaioli e migranti vulnerabili. Il ricambio generazionale è essenziale per un lavoro che fa fatica a rinnovarsi»

# **Giovani e artigianato 4.0: gli studenti del Polo Formativo della Brianza**

Di La redazione  
11.03.2022

Sono sempre di più i ragazzi che scelgono il Polo Formativo Legno e Arredo e la Fondazione ITS *Rosario Messina* di Camnago, nel cuore del Distretto del mobile in Brianza. Una realtà unica che dal 2013 affianca all'insegnamento dei processi di lavorazione del legno dei percorsi di digital marketing, progettazione e industrializzazione nel Legno Arredo.

La scuola offre percorsi di formazione triennale dopo la scuola media e percorsi post diploma biennali per giovani dai 14 ai 29 anni. Gli studenti sono in continuo aumento (da 7 del 2013 a 228 di oggi) e il 96% di loro trova lavoro terminati gli studi, ma non sono abbastanza per rispondere alle proposte di assunzione del settore.

Ogni anno gli alunni hanno la possibilità di presentare i propri progetti realizzati in collaborazione con gli studenti di design del Politecnico di Milano presso il Salone Stelline. La nuova edizione 2022 ha come tema "Artigianato e sostenibilità", e chissà con quali opere ci stupiranno i nuovi artigiani del domani.

Sintesi articolo *Quei giovani che sanno fare i mobili*  
*Il Corriere Della Sera*

# **L'Italia reale al tempo del PNRR**

Di La redazione  
09.03.2022

Quali sono i punti di forza della piccola impresa, non solo per il buon andamento dell'economia, ma anche e soprattutto per gli effetti di ricaduta sociale sui territori? Le piccole imprese rappresentano la spina dorsale del sistema produttivo italiano oppure sono l'anello debole della catena della creazione del valore, come sostiene il fastidioso mainstream che vede l'economia italiana malata di 'nanismo d'impresa'? Le sfide del PNRR sono alla portata dell'artigianato e delle piccole imprese?

**A queste e altre domande ha risposto il Censis nel rapporto '1°Radar artigiano. Piccole imprese e artigianato, motori di sviluppo. L'Italia reale al tempo del PNRR', commissionato da Confartigianato.**

'La prima edizione del rapporto – sottolineano i ricercatori dell'Istituto di ricerca socio-economico nella premessa – è subito stata sfidata dalla necessità di raccontare il valore artigiano dentro una situazione eccezionale segnata dall'inedito più inatteso della nostra storia: la pandemia con i suoi drammatici corollari di emergenza sanitaria, sospensione della vita economica e stravolgimento di esistenze individuali e collettive'.

Di seguito i principali risultati della survey.

**Artigianato e piccole imprese: Componente decisiva dell'economia, con un'alta social reputation.**

La centralità dell'artigianato e delle piccole imprese nell'economia e nella società si manifesta in molti modi e gli italiani la riconoscono perché per il 73,9% ci sono tante piccole imprese italiane molto competitive sui mercati nazionali e globali e per l'89,6% le piccole imprese, incluse quelle artigiane, creano lavoro, prodotti belli, ben fatti e tengono coese le comunità. Competitività, creazione di valore e occupazione, spinta coesiva nelle

comunità: gli obiettivi del PNRR possono essere raggiunti solo riconoscendo il ruolo delle piccole imprese.

## **Un di più di valore per resistere a Covid-19.**

Pensando al dopo Covid-19, il 62% degli imprenditori ha difficoltà ad immaginare di tornare alla vita normale ed il 58% teme di avere difficoltà economiche. All'incertezza generata dallo shock pandemico i piccoli imprenditori, inclusi quelli artigiani, hanno reagito mettendo in campo forme di resistenza, che alcuni dati congiunturali certificano: nel 2019-2020 rimane stabile il numero delle piccole imprese (+0,4%), mentre negativi quelli relativi alle imprese con 10- 49 addetti (-4,2%) e a quelle con oltre 50 addetti (-2,6%). E al primo trimestre 2021 il saldo tra nuove piccole imprese e quelle cessate segna +6.993 unità, mentre era -28.149 unità al primo trimestre 2020. E gli italiani riconoscono e apprezzano gli sforzi delle piccole imprese, incluse quelle artigiane, per restare in piedi. Infatti, il 77,9% riconosce lo spirito di iniziativa degli artigiani, la loro capacità di ricorrere a modi nuovi per portare avanti le attività, l'87,8% l'impegno messo nel reagire alle difficoltà. Impegno e spirito di iniziativa sono confluite in una particolare attenzione al di più di qualità che ne connota i prodotti e servizi: lo pensa il 77,6% degli italiani, con percentuali che restano alte trasversalmente a territori e gruppi sociali.

## **Risorsa essenziale per la ripartenza post Covid-19, da preservare e potenziare.**

Per il 92,8% degli italiani le piccole imprese, incluse quelle artigiane, sono molto o abbastanza importanti per la ripartenza dell'economia italiana, in particolare per il 53,1% perché sono un settore trainante della nostra economia, per il 39,7% perché esprimono la ricchezza dei territori e del meglio che c'è nel nostro Paese. Più grande è sempre meglio è indicazione distante dalla reale struttura produttiva italiana. Non a Piccole imprese e artigianato, motori di sviluppo 13 caso, per il 45,7% degli italiani l'economia italiana non si rinforzerà obbligando le piccole imprese ad aggregarsi (il 29,7% pensa il contrario, il 24,5% è incerto). Al contrario ampio il consenso verso misure incentivanti lo sviluppo delle piccole imprese: l'80,6% degli italiani (il 9,6% è contrario, il 9,8% è indeciso) ritiene che occorra portare le piccole imprese sulle piattaforme web facilitandone l'accesso ai mercati globali ed il 74,8% è d'accordo ad affidare, fino a un massimale di 150 mila euro, i lavori pubblici alle piccole imprese dei territori in cui saranno aperti i cantieri (il 9,9% è contrario, il 15,3% è indeciso).

## **Sostenibilità, prossimità, attenzione alla salute: dentro i trend chiave del post Covid-19.**

L'essenzialità delle piccole imprese e di quelle artigiane si misura anche dal loro star dentro le dinamiche chiave del nostro tempo, richiamate anche nel Recovery Fund. Le imprese artigiane sono interpreti avanzate di sostenibilità, tanto da averne adottato da tempo valori e pratiche: non a caso, per l'87,1% degli italiani occorre puntare sull'artigianato per una economia più sostenibile, rispettosa dell'ambiente, dei territori e delle persone ecc. E per il 90,4% i saperi e i prodotti artigiani sono un motore di attrattività turistica dei territori, decisivi per promuovere un turismo di qualità. Inoltre, per il 66,7% degli italiani i prodotti e servizi artigiani sono in linea con le nuove esigenze di tutela della salute.

Pionieri di sostenibilità, motori di attrattività turistica, garanti della tutela della salute: triade che conferma come le piccole imprese e quelle artigiane possono essere protagoniste dei processi più avanzati del dopo Covid-19.

## **Pronti a rispondere al bisogno di consumi di qualità personalizzati.**

L'81,8% degli italiani tornerà a spendere dopo Covid-19 nei negozi fisici che sia per prodotti e servizi per la cura e il benessere personale o per rifarsi il guardaroba. La voglia di consumi è indicativa della voglia di tornare a vivere e recuperare il tempo perduto degli italiani: d'altronde, per l'89,1% i consumi sono espressione della propria identità o comunque una parte importante del proprio benessere. In concreto, il 69,1% degli italiani ritiene che è il tempo di consumi di più alta qualità, importanti anche per la ripartenza dell'economia italiana. Voglia di qualità che vuol dire anche prodotti che si possono mantenere (89,8%), sono tracciabili (83,2%) e personalizzati (76,9%): proprietà su cui gli italiani sono disposti a spendere qualche soldo in più e rispetto alle quali trovano risposte appropriate proprio nell'azione delle piccole imprese e di quelle artigiane.

# **QFG – Cultura tecnico-umanistica, terza via per formare i giovani**

Di La redazione  
09.03.2022



La formazione dei giovani è un aspetto sul quale si gioca il futuro del Paese ed è tra i temi che stanno più a cuore a Confartigianato. Ed è per questo che la Fondazione Germozzi ha dedicato il primo 'Quaderno' della omonima collana proprio all'emergenza educativa in Italia. Un titolo che contiene una provocazione, come ha spiegato il Professor Giulio Sapelli, Presidente della Fondazione Germozzi, il quale oggi ha presentato il libro alla Giunta Esecutiva di Confartigianato.

**La provocazione consiste nell'indicare una terza via per un modello di formazione inclusivo "a valore artigiano". Significa, nella visione indicata da Sapelli, formare**

# **competenze complesse che coniugano cultura umanistica e cultura tecnica.**

La realtà dell'artigianato e delle piccole imprese, descritta nel libro con testimonianze dirette degli imprenditori – ha sottolineato Sapelli – ci dimostra che formazione umanistica e tecnica si mischiano necessariamente per consentire alle aziende di essere all'altezza delle nuove sfide imposte dalla competizione globale.

Occorre quindi superare gli stereotipi e i pregiudizi che considerano di serie B il lavoro manuale e le nozioni tecniche. Occorre rilanciare i licei tecnologici proprio per affrontare con un approccio nuovo il tema della formazione dei giovani e prepararli ad affrontare un mondo del lavoro che cambia costantemente, attraversato anche dalle transizioni digitale ed ecologica.

"La scuola – sottolinea il Presidente di Confartigianato Marco Granelli nella prefazione del libro – deve diventare luogo di apprendimento complesso, valida risposta ai problemi del Paese ed anche alle crescenti difficoltà che le nostre imprese incontrano nel reperimento di giovani con una preparazione qualificata. E' necessario perseguire una sintesi alta tra scuola e lavoro e che i giovani ricevano una formazione completa e siano avviati alla cultura del lavoro superando la storica separazione tra lavorare e studiare".

---

**Scarica il Quaderno della Fondazione Gersmizzi "L'emergenza educativa in Italia" di  
Giulio Sapelli**



# L'età da inventare per ricostruire i legami tra le generazioni

Di La redazione  
09.03.2022



*"Dobbiamo sconfiggere l'idea della vecchiaia come scarto, come abbandono e impegnarci tutti a ripensarla come un tempo da inventare, pieno di energia e di futuro".*

"Dobbiamo sconfiggere l'idea della **vecchiaia** come scarto, come abbandono e impegnarci tutti a ripensarla come un tempo da inventare, **pieno di energia e di futuro**". Con queste parole **Monsignor Vincenzo Paglia**, **Presidente della Pontificia Accademia per la vita**, ha sintetizzato il messaggio del suo libro **'L'età da inventare'** dedicato ad approfondire il tema della vecchiaia con una lettura innovativa che impone una nuova attenzione da parte di tutti, istituzioni e attori economici e sociali. A cominciare proprio da Confartigianato che oggi ha ospitato Monsignor Paglia nell'ambito del ciclo di incontri **"A colloquio con..."** aperti al Sistema associativo in modalità webinar.

Il **Presidente Granelli**, nell'introdurre l'incontro, ha ricordato che, quest'anno, la Confederazione si è confrontata con il Professor Alberto Brambilla, con l'On. Enrico Letta, con l'On. Luigi Marattin, con il Prof. Giulio Sapelli, con l'On. Francesco Paolo Sisto. Interlocutori con i quali sono stati approfonditi diversi temi di carattere politico, economico e sociale del Paese per tracciare le prospettive del futuro post pandemia.

E proprio alla pandemia e alle tante vittime soprattutto anziane colpite dal Covid ha fatto riferimento Monsignor Paglia nell'indicare l'urgenza di un **nuovo impegno nei confronti della vecchiaia**. "Che – ha detto – è un tempo di brace, non di cenere. Il più grande e insidioso nemico della vecchiaia è l'idea che ne abbiamo. Un'idea essa stessa vecchia e falsa che ci impedisce di compiere scelte appassionate per progettare e reinventare gli anni che ci sono dati da vivere. Dobbiamo svegliarci dalla rassegnazione e pensare a questo **tempo da inventare, coinvolgendo tutte le generazioni e rafforzandone i legami**. L'allungamento della vita è una benedizione, ma oggi servono interventi economici, politici, culturali, spirituali, di nuovo umanesimo capaci di restituire energia e valore a questo tempo della nostra vita".

E non si tratta soltanto di aspetti come le pensioni o la disabilità. La vecchiaia è **tema prioritario per il nostro Paese**. Bisogna costruire un progetto complessivo che parte dalla tessitura di nuove relazioni tra generazioni, e capace, come ha detto usando un'efficace metafora Monsignor Paglia, di "creare nuovi ascensori e scale di collegamento in quel palazzo dove vivono quattro generazioni".

Ed è su questa intuizione che nei prossimi giorni si insedierà a Palazzo Chigi una Commissione, presieduta da Monsignor Paglia, con il compito di approfondire il tema. A questo proposito, Monsignor Paglia ha sollecitato il **contributo di proposte da parte di Confartigianato**.

"I legami – ha detto – non si costruiscono in serie. Nessuno più di voi artigiani è in grado di tessere con tecniche umane le reti di relazioni intergenerazionali, necessarie per trasmettere ai giovani la ricchezza dell'esperienza e restituire così valore all'età della vecchiaia".

Monsignor Paglia ha fatto riferimento al **rilancio delle attività artigiane per ricucire il rapporto tra generazioni** e ridare vita ai luoghi del Paese che rischiano lo spopolamento.

Un appello raccolto dai rappresentanti del Sistema Confartigianato e che il Presidente Granelli ha sintetizzato sottolineando il ruolo degli artigiani e dei piccoli imprenditori "quali attori economici e sociali del Paese, capaci di impegno straordinario per la valorizzazione della persona".

# I 'numeri' del valore artigiano che fa grande l'Italia

Di Enrico Quintavalle

09.03.2022



Il **valore artigiano** scorre nelle vene dei **4,4 milioni di micro e piccole imprese italiane** che danno lavoro a **11,1 milioni di addetti** e sono l'anima del made in Italy.

Un valore espresso nei numerosi aspetti e sui tanti fronti che sono fotografati nella rilevazione elaborata dall'Ufficio studi di Confartigianato in occasione della **Giornata del Valore artigiano**.

A cominciare dalla capacità delle MPI di **creare occupazione**, con un'incidenza del 62,8% sul totale degli addetti dell'economia, quota che supera di gran lunga la media Ue. Anche la trasmissione di competenze è una prerogativa delle piccole imprese, visto che un apprendista su quattro (24,2%) lavora nelle aziende artigiane.

Le MPI sono un terreno fertile per il **capitale umano giovane e femminile**. Le donne rappresentano il 41,5% dei dipendenti delle MPI, a fronte del 39,5% nelle imprese più grandi, e i giovani tra 15 e 29 anni sono il 19,8% della forza lavoro, rispetto al 12,5% delle imprese più grandi.

La piccola impresa è anche un luogo di **integrazione per gli stranieri**. Nelle MPI il 16,5% di dipendenti è nato fuori dall'Italia, a fronte della quota del 10,9% nelle imprese con più di 50 addetti.

Il valore artigiano è anche un presidio economico e sociale contro il declino delle **aree interne e montane** dove gli addetti delle micro e piccole imprese pesano per l'82% del totale.

**Le piccole imprese hanno dimostrato il loro valore anche durante le fasi più dure della pandemia: hanno combattuto 'in prima linea' per produrre beni e fornire servizi 570.485 aziende, di cui 360.745 artigiane.**

E proprio la pandemia ha accelerato i **processi di innovazione** dei piccoli imprenditori, il 53,3% dei quali è già impegnato in attività innovative. Forte lo sprint sul fronte della digitalizzazione: in questo settore si contano 13.519 imprese artigiane, con un aumento del 12,2% in 5 anni, che sono una parte delle 88.570 MPI con 235.950 addetti attive nei servizi digitali della produzione di software, consulenza informatica e servizi d'informazione.

Valore artigiano significa anche **storia, arte e cultura**: ed è questo il fronte in cui operano le 288mila imprese artigiane dell'artigianato artistico che danno lavoro a 801 mila addetti.

Il valore artigiano è poi condiviso grazie alle **reti e alle relazioni** che coinvolgono 524.437 micro e piccole imprese.

Il valore artigiano anima anche l'**impegno green** e gli sforzi per reagire alla crisi energetica con 99mila piccole imprese e 304mila addetti impegnati nella filiera delle energie rinnovabili e 486mila MPI e 338mila imprese artigiane dell'edilizia e dell'installazione di impianti al lavoro per garantire risparmio ed efficienza energetici degli edifici.

E ancora, ad occuparsi di **mobilità sostenibile** sono le 70.453 imprese artigiane dell'autoriparazione che garantiscono sicurezza ed efficienza dei nostri veicoli e i 2.028 artigiani produttori di biciclette.

In generale, la difesa dell'**ambiente** sta a cuore al 66,3% delle piccole imprese che svolgono azioni per ridurre l'impatto della proprie attività.

**Sostenibilità** è la parola d'ordine per le piccole imprese impegnate nell'economia circolare. L'86,8% delle MPI effettua la raccolta differenziata e il riciclo dei rifiuti, il 52,7% ha cura del risparmio del materiale utilizzato nei processi produttivi, e il 21,1% segnala l'utilizzo di materie prime seconde. Nei settori dell'economia circolare prevalgono le micro e piccole imprese a valore artigiano, alle quali si riferisce il 65,8% del fatturato, pari a 41,4 miliardi di euro, e il 71,3% dell'occupazione. Sono 143mila le imprese che offrono servizi tipici dell'economia circolare, di cui 132 mila attive nella riparazione e riuso e 11mila nel riciclo.

E l'utilizzo di **materie prime locali**, a Km 0, è privilegiato dalle 54mila MPI con 273mila addetti del settore alimentare e bevande, nel quale spiccano 34mila imprese artigiane con 151 mila addetti.

**Dal locale al globale**, il valore artigiano porta le piccole imprese nel mondo, dove vendono beni per 59 miliardi di euro, portando così l'Italia al primo posto nell'Ue per il contributo diretto delle piccole imprese alle nostre esportazioni.

---

**Scarica la rilevazione dell'Ufficio Studi di Confartigianato 'Una moltitudine di imprese a #valoreartigiano'**



# Bianca Guscelli, il Rinascimento fiorentino dell'argento

Di La redazione  
09.03.2022



Firenze è una città unica al mondo per la capacità di sintetizzare tradizione, cultura e artigianato di qualità. Non poteva che essere il capoluogo toscano, quindi, l'ambientazione naturale della storia che vi stiamo per raccontare. Quella della Brandimarte, un'eccellenza assoluta nell'argenteria artigiana.

*Brandimarte* è uno dei personaggi dell'*Orlando innamorato* prima e dell'*Orlando furioso* poi. Un cavaliere forte e coraggioso, un guerriero passato per l'inferno della schiavitù prima di raggiungere la nobiltà cavalleresca. Tutte virtù di un altro *Brandimarte*, uno dei due protagonisti di questo capitolo dei Ritratti del Lavoro: **Brandimarte Guscelli**, un maestro che ha scritto pagine importanti dell'artigianato fiorentino.

*"Mio nonno era una persona istrionica e carismatica, un artigiano rivoluzionario, amato ed apprezzato da tutta Firenze. Le sue*

*famigerate feste in campagna ospitavano la nobiltà fiorentina e la classe operaia, tutti seduti alla stessa tavola".*

A parlare è la seconda protagonista di questa storia, **Bianca Guscelli**, che dal nonno ha ereditato il carattere, l'amore per l'argento e le capacità imprenditoriali.

*"Dopo la morte di mio nonno, l'azienda è passata a mio padre Stefano e a mia zia Giada – comincia a raccontare questa giovanissima imprenditrice toscana, che di Firenze ha il fascino, l'eleganza e l'inconfondibile intercalare – che hanno continuato con maestria e genialità il lavoro di mio nonno. Per venticinque anni, l'azienda ha continuato a conquistare il mercato italiano e quelli internazionali, oltre alla fiducia degli appassionati dell'argento".* Nel 2014, però, il concatenarsi di una serie di cause ha portato alla chiusura della Brandimarte. Su tutti, la struttura aziendale, l'aumento dei costi di magazzino, in linea con l'incremento del prezzo dell'argento, e le sanzioni alla Russia, uno dei mercati principali della Brandimarte. È a questo punto che entra in scena Bianca. *"Una mattina, assolutamente per caso, mi trovavo a casa dei miei. Squilla il telefono e rispondo – ricorda Bianca – Dall'altra parte del telefono annunciavano la data dell'asta del nostro marchio. Alla fine, senza parlarne con i miei genitori, con l'aiuto del mio compagno Stefano ho deciso di presentarmi all'asta per riprendere il marchio".*

## **Oggi, ad un anno dalla rinascita, la Brandimarte è una tradizione che continua ormai da tre generazioni nella famiglia Guscelli, da Brandimarte a Stefano e Giada, ora a Bianca.**

Una piccola impresa artigiana che ha una struttura aziendale moderna e dinamica, con una naturale propensione all'innovazione di prodotto e di commercializzazione, che punta sull'arte e sul design per dare nuova linfa alla cultura dell'argento.

*"È un materiale fantastico, con numerose qualità. L'argento, infatti, è antibatterico e antibiotico, ha la capacità di esaltare gli aromi ed è il miglior conduttore di calore esistente. Tutte qualità già note agli antichi Romani – racconta con voce appassionata – Produciamo collezioni per la tavola, gioielli e opere d'arte moderna, puntando su un nuovo stile e sulla valorizzazione dell'argento, che esportiamo in Francia, Svizzera, Russia e sul mercato statunitense. Il nostro prodotto di punta è il calice da tavola in argento, proprio per le qualità di cui vi parlavo".* Prodotti moderni e innovativi, pensati per un target giovanile. Le tecniche di lavorazione, però, sono ancora quelle della gloriosa tradizione artigiana fiorentina, che proprio la Brandimarte ha contribuito a definire.

*"Una delle intuizioni di mio nonno, continuata poi da mio padre, fu quella di applicare la tecnica della battitura alla lavorazione dell'argento. Una tecnica che imparò dai gitani, che la utilizzavano per il rame. Prima di lui, infatti, tutti lavoravano all'inglese, donando ai prodotti un aspetto liscio e non a buccia d'arancia come il nostro argento", conclude una ragazza che sta riportando il glorioso nome di Brandimarte in tutto il mondo.*

---

***Bianca Guscelli fotografata da Ivan Demenego***  
***Testo di Fabrizio Cassieri***