

La bottega digitale

Come l'arte del fare può plasmare anche l'AI: un nuovo umanesimo digitale passa per le mani dell'artigiano

Hanno collaborato a questo numero:

M. Mezza, F. Giacomini, G. Boccia



Una sfida artigiana: dalla saliera di Cellini all'intelligenza artificiale riprogrammabile

Di Michele Mezza
01.04.2023



Una delle sorprendenti multinazionali tascabili, che rendono esclusivo il tessuto produttivo veneto, la **Solid World**, ha sviluppato un progetto di **stampante a 3d per riprodurre organi umani o animali**.

Una suggestione distopica che inevitabilmente rinvia alle mille suggestioni del mito di Frankenstein, e che invece, nelle parole del suo fondatore, l'ingegner **Roberto Rizzo**, assume la pacata e elegante cadenza di un'ingegnosa trovata artigiana.

L'obbiettivo non è quello di ricreare esseri artificiali, quanto di permettere, da una parte, una pratica più sicura della sostituzione di organi o parti del corpo umano, e dall'altra, per la riproduzione animale, di sostituirsi ai costosi e inquinanti allevamenti con produzioni di tessuti animali reali derivati da geni che vengono poi renderizzati.

Si tratta di combinare, appunto ingegnosamente, soluzioni tipiche del disegno industriale automatizzato e della riproduzione tridimensionale del 3d, che ormai caratterizzano una

gamma vasta di artigiani, con le capacità bio tecnologiche di un gruppo di ricercatori universitari, che hanno selezionato le procedure per ricavare da singole cellule intere parti di un essere vivente.

Come spiega il suo promotore l'ambizione è quella di azzerare il rischio di rigetto per i trapianti umani e invece di sostituire la carne per alimentazioni con tessuti che conservano tutte le proprietà naturali.

Una tale innovazione è stata resa possibile dal fatto che un nucleo professionale ristretto, formato da un singolo **artigiano dell'ingegneria** ha potuto avvalersi di informazioni e sistemi di calcoli in una chiave industriale impensabile fino a ieri, grazie appunto all'uso creativo di dispositivi di intelligenza artificiale e cloud computing disponibili sul mercato.

Ma proprio questo esempio ci costringe ad una riflessione di sistema.

Nella guerra fra quei giganti dell'intelligenza artificiale che stanno invadendo la scena con le loro mirabolanti soluzioni che ruolo possono giocare gli artigiani?

Nella guerra fra quei giganti dell'intelligenza artificiale che stanno invadendo la scena con le loro mirabolanti soluzioni che ruolo possono giocare gli artigiani? o ancora meglio: i nuovi agenti intelligenti che aumentano la capacità e l'intraprendenza di un professionista o di una bottega possono essere governati e adattati dalla singola figura artigiana o invece siamo destinati a metterci in fila come ad un distributore di benzina?

Sono questi i quesiti che ormai lungo tutto il crinale dell'innovazione caratterizzano l'atteggiamento e la problematicità del mondo delle piccole e medie dimensioni produttive, che rimangono strette fra l'ambizione di innovazione e il timore di sostituzione.

Chi scrive ha vissuto una simile condizione come giornalista, ossia come figura artigiana nel ciclo dell'informazione.

Negli ultimi 20 anni, con particolare evidenza, il mestiere redazionale si è logorato, fino a perdere tutti i suoi tradizionali bonus di status e di remunerazione, proprio per l'incapacità di assumere il processo di trasformazione tecnologica come un negoziato, una contesa anche conflittuale, con le grandi piattaforme multimediali, rimanendo così stritolati fra un

rifiuto ideologico dei nuovi processi o la subalternità strutturale ai linguaggi e ai valori che sono insiti nei meccanismi digitali.

La guerra che ancora infiamma l'Ucraina, come provo ad analizzare nel mio testo *NetWar: in Ucraina il giornalismo sta cambiando la guerra, ma la guerra ha cambiato i giornalisti* (Donzelli editore), ci racconta tragicamente come i veri protagonisti dell'informazione siano i grandi global player tecnologici, da Twitter a Microsoft, ai satelliti di Elon Musk, che costringono gli inviati ad inseguire e riprodurre le notizie che pullulano in rete autonomamente.

La lezione dei giornalisti va attentamente studiata e compresa proprio per chi è interessato all'evoluzione delle figure singole sul mercato. In particolare per cogliere come l'intera spirale tecnologica che si è innestata nel passaggio di secolo non sia un impenetrabile enigma scientifico quanto una vera narrazione sociale: per l'informazione sono i lettori che sono cambiati prima delle piattaforme.

Più in generale, come sostiene **Tim Berners-Lee**, il padre del WEB, "internet è innanzitutto un'innovazione sociale prima che tecnica". Bisogna comprendere la sottile relazione che congiunge appunto i bisogni o le pretese dei cittadini con le tecnologie che le veicolano. Sono i primi che danno forma alle seconde.

Gli artigiani sono sempre stati maestri di questa straordinaria capacità di leggere e intuire la domanda sociale. Oggi muta il linguaggio della gente e cambia il modo per decifrarlo.

Come diceva Sherlock Holmes alla fine del XIX° secolo, "l'uomo è un enigma indecifrabile, ma mettilo in una massa e avrai la certezza matematica di comprenderne i comportamenti".

Per tutto il Novecento le masse sono state i motori dell'economia: la grande industria ne influenzava gusti e scelte unificando le identità, gli artigiani ne educavano le elites, valorizzando la loro ambizione alla differenza

Per tutto il Novecento le masse sono state i motori dell'economia: la grande industria ne influenzava gusti e scelte unificando le identità, gli artigiani ne educavano le elites, valorizzando la loro ambizione alla differenza.

Oggi sembra prevalere proprio questa seconda accortezza: rispetto alla dimensione di massa dell'industria: è l'individualizzazione che guida le relazioni sociali. Si torna così all'origine di quella scissione fra intellettuali, intesi come cesellatori del pensiero, e gli artigiani, visti come eleganti manovali, nel senso dell'abile uso delle mani.

Come ci ricorda **Richard Sennet** nel suo noto saggio *L'Uomo artigiano* (Feltrinelli, Milano 2008), la radice di poiein, il verbo greco da cui discende il termine poeta è proprio fare, "creare dal nulla con la mani".

Oggi la matrice di un'attività manifatturiera colta torna ad essere un pensiero, una visione del mondo, una capacità di decifrarlo e rappresentarlo, di cui l'intelligenza artificiale è strumento ma anche linguaggio e regola.

La dimostrazione di quanto ciò sia vero è il processo di miniaturizzazione dei dispositivi digitali. Pensiamo prima al personal computer e poi allo smartphone, che hanno permesso ad ognuno di noi di poterci muovere, singolarmente e agevolmente nella ragnatela di opportunità e occasioni che la rete propone, diventando di fatto artigiani della nostra immagine, reputazione e attività.

Pensate oggi una qualsiasi attività artigiana senza quello straordinario supporto di memoria, connessione e comunicazione che è il telefonino, cosa sarebbe? Che speranze avrebbe di sintonizzarsi con una clientela senza più mobile nello spazio e nella volubilità dei gusti?

Possiamo dire che esista uno stile, una competenza, un sapere artigiano nel giostrare connessioni digitali.

L'Intelligenza artificiale, nelle diverse versioni, di cui la più popolare oggi è **Chat GPT**, è un'ulteriore accelerazione di questa tendenza individualistica.

Lo standard Chat GPT, giunta alla sua 4° release, di proprietà di Microsoft, rende accessibile ad ogni persona, di qualsiasi formazione o attività, una potenza di calcolo che solo fino a qualche mese fa era di assoluta prerogativa di grandi apparati pubblici o di grandi gruppi privati.

Improvvisamente ogni individuo si trova ad integrare, ad aumentare, come si dice oggi, la sua forza operativa grazie a questa smisurata conoscenza.

Lo aveva previsto quel grande artigiano dell'innovazione preziosa che era **Adriano Olivetti** che nel lontano novembre del 1959, proprio anticipando la **Programma 101**, il primo vero personal computer che stava progettando in quei mesi, così descriveva il futuro informatico del lavoro degli artigiani italiani "...sottratto alla più faticosa routine, dotato di strumenti di previsioni, di elaborazione e di ordinamento, prima inimmaginabili, il responsabile di qualsiasi attività tecnica, produttiva, scientifica, può ora proporsi nuove, amplissime prospettive".

Una straordinaria visione profetica, tipica però di chi viveva proprio gomito a gomito con un tessuto di botteghe e intraprendenti professionisti della precisione.

Oggi questa magia di disporre di "strumenti di previsioni, di elaborazione e di ordinamento" come scandiva al suo tempo Olivetti, si chiama big data, il cosiddetto petrolio del nuovo millennio, che ci permette di prevedere, elaborare e ordinare le nostre attività. La presenza dei dati sta mutando le condizioni di competizione sul mercato: vince chi li riconosce, li raccoglie e li elabora.

Come spiega **Lev Manovich** nel saggio **Cultur Analysis** (Cortina editore, Milano 2023), "la differenza del nostro tempo è l'interattività che porta ogni individuo a manifestare la propria natura, i propri desideri, le proprie necessità rendendo calcolabile la relazione sociale con lui". Questa risorsa diventa la base dell'intelligenza artificiale, che si realizza proprio nella calcolabilità di questi infiniti serbatoi di dati che profilano ognuno di noi.

Chat GPT esiste, possiamo dire, perché esiste un mondo parallelo dove confluiscono tutte le informazioni che la nostra vita digitale genera e che vengono elaborate e riconosciute da possenti algoritmi.

Ma, possiamo anche convenire, di conseguenza, che ogni singolo individuo, tramite un uso consapevole di queste funzioni intelligenti è in grado di mappare e riconoscere il suo microcosmo: i suoi fornitori, i suoi clienti, i suoi collaboratori, i suoi interlocutori.

L'intuizione artigiana sui gusti e le tendenze diventa una pratica professionale irrobustita e documentata dai big data.

L'intuizione artigiana sui gusti e le tendenze diventa una pratica professionale irrobustita e documentata dai big data

Ma la disponibilità di un agente artificiale che rispondendo alle tue domande, come capita a Chat GPT di Microsoft o a Bard di Google, certamente supporta e orienta l'evoluzione della bottega artigiana, comporta comunque rischi di omologazione, a comportamenti e procedure che sono insite nel modello tecnologico e dall'altro rendono la propria dotazione di dati, il patrimonio di informazioni che orchestriamo come nodo di una rete commerciale o professionale alla mercé della piattaforma che ci ospita.

Per questo sarebbe il caso che gli artigiani si ricordassero della cosiddetta sindrome di **Benvenuto Cellini**.

Nel XII° secolo infatti gli orafi cominciarono a prendere possesso dell'intero ciclo della produzione, integrando il lavoro in fonderia per colare l'oro con i disegni che divennero sempre più prescrittivi e originali.

Si apriva così il percorso ad una centralità dell'autore rispetto all'oggetto. La consacrazione della firma, della personalizzazione del prodotto avvenne nel pieno del rinascimento, attorno al 1540 con la saliera di Benvenuto Cellini che creò forse il primo vero brand artigiano.

Oggi ci troviamo in una circostanza in cui bisogna tornare a congiungere disegno e fonderia, dando all'artigiano competenze e saperi per rimodellare i sistemi di intelligenza artificiale, rendendoli affini alla propria sensibilità e interesse.

Una strategia che non ha bisogno di specializzate abilità informatiche. Infatti, proprio le capacità di auto programmazione che hanno sviluppato i sistemi come Chat GPT, che agiscono su indicazioni espresse in linguaggio naturale, li porta a supplire le funzioni direttamente informatiche ed a trasferire il valore aggiunto della programmazione alla committenza, all'azione dell'autore che fissa i valori etici, le modalità relazionali, lo stile narrativo a cui si deve attenere il meccanismo.

Esplode qui la cultura della domanda rispetto a quella tradizionale della risposta: non è più la corsa a formulare la risposta più efficace ai singoli quesiti a farci vincere, come è stato fino ad oggi, quanto la capacità di porre domande adeguate, prescrittive, discriminanti, che determina la nuova valorizzazione delle singole professioni o mestieri. ma le opzioni

sono ancora più radicali. La Fondazione Mozilla, uno dei principali e più prestigiosi gruppi che ha sempre lavorato sulla valorizzazione dell'open source rispetto ai software proprietari, oggi lancia un progetto per riprogrammare i sistemi intelligenti in rete, mediante forme sussidiarie e cooperative.

Si tratta di supplire ai costi ingenti dell'addestramento privato degli agenti intelligenti con modalità associative che permettono una maggiore pertinenza e sensibilità del dispositivo sulle particolari esigenze linguistiche o culturali, o di gusto e sensibilità di una certa comunità o territorio.

L'intelligenza artificiale, così come la ricerca sanitaria o biologica, si propone così come una grande strategia corale, in cui, progressivamente i singoli operatori possono dargli forma e carattere senza dover subire domini o vincoli. E' una sfida tutta da giocare sul terreno della formazione e della prototipazione dei linguaggi e delle relazioni. Esattamente l'istinto primario di chi ha sempre trasformato l'esigenza specifica del singolo cliente in una soluzione unica ma condivisa, ossia appunto gli artigiani.

Si tratta, infatti, di reingegnerizzare i processi digitali basati sulle proprietà di machine learning, ossia sulla capacità del dispositivo di imparare dalle modalità di utenza e rispondere in maniera sempre più personalizzata alle esigenze della clientela.

La buona reputazione acceleratore del brand. Il caso delle organizzazioni di rappresentanza

Di Francesco Giacomini
01.04.2023



Osservo una importante ripresa di attenzione al tema del valore del brand, riferito alla nostra Confederazione e al nostro sistema, che si accompagna ad una crescente disponibilità ad azioni che lo rafforzano.

Valgono in proposito il dettato dell'articolo 2) del preambolo allo statuto confederale ("il brand di Confartigianato Imprese è quindi un valore in sé, attorno al quale si caratterizzano la storia e i principi del sistema associativo confederale e si identifica il saper fare di imprese e imprenditori") e la previsione della disciplina del logo, nel diritto-dovere di utilizzarlo, definita all'articolo 1) del regolamento attuativo.

Per un'azienda-istituzione, come la nostra, così come per tante altre organizzazioni di rappresentanza degli interessi, il tema del valore di brand si intreccia necessariamente con il tema della reputazione associativa, quindi delle associazioni che compongono il sistema e del sistema stesso.

Do per condiviso il concetto di valore di brand, con il patrimonio di storia, immagini e valori che esso incorpora, con i suoi pilastri che vanno dagli scopi dell'associazione, al suo carattere, alle competenze in azione fino ai segni tangibili della sua presenza.

Ci sarebbe la necessità di declinare tutto ciò in ambiente associativo, nel quale gli scopi e le aspettative che essi generano scontano logiche sensibilmente diverse da quelle aziendali alle quali si ispira la letteratura sul tema e fanno i conti con le differenziazioni connesse alla ricchezza dei nostri modi di essere e di fare associazione. Ma non è il tema al centro della mia breve riflessione.

La reputazione, per me fattore importante e determinante per un'associazione, tanto più articolata e territorialmente presente come la nostra, è tema complesso anche perché racchiude percezioni, aspettative, grado di fiducia e stima, valutazione dei fatti.

Il **valore della reputazione** si differenzia dal valore di brand, che tendenzialmente è condizionato da immagini, emozioni, mutevolezza dei contesti che producono cambiamenti di percezione. Ha una costruzione lenta, che è conseguenza della somma dei comportamenti reali dei tanti ambiti associativi ed è il risultato in costante aggiornamento dell'attività associativa e del suo impatto interno ed esterno all'associazione.

La reputazione ha conseguenze e orizzonti di medio-lungo termine. Premia condotte coerenti, le quali a loro volta generano fiducia.

E' diretta conseguenza della presenza e delle azioni di una associazione, in un contesto economico e sociale dato, e consiste in un giudizio di valore da parte del pubblico. Dipende dalla qualità della comunicazione e dalla qualità delle relazioni, meglio intese come rapporti tra persone.

Traguarda e proietta in avanti gli obiettivi e punta ad affermare un ruolo dell'associazione nella società, nel sistema, nell'ambiente di lavoro ove ciascuno di noi opera.

La reputazione chiede rendicontazione, con la quale si può conquistare fiducia, credibilità, stima.

Mentre il concetto di brand ha a che fare con l'influenza sui comportamenti, la reputazione si completa con l'approvazione sociale che a sua volta condiziona

positivamente i comportamenti, alimentando una sorta di circuito virtuoso.

Per una organizzazione di rappresentanza che, come nel caso nostro, chiede consenso e vende fiducia con la quale valorizzare, nell'ambito del mandato di rappresentanza, servizi, consulenze, azioni sindacali, la reputazione ha un valore reale e potenziale del quale occorre essere sempre più consapevoli. Ci viviamo dentro e, forse per il fatto che ne siamo immersi, non la osserviamo con il necessario distacco e non le diamo il giusto valore.

Provo a ricordare le principali conseguenze della buona reputazione e di ciò che essa può rilasciare nei diversi contesti.

Stima, credibilità e fiducia, che ne sono componenti caratteristiche, rappresentano innanzitutto una delle principali armi di pacifico convincimento di cui possiamo disporre.

Può essere fatta valere nel rafforzare il rapporto con i soci e con le persone che fruiscono della nostra offerta associativa; può valere come argomento implicito nelle nostre azioni di promozione associativa verso imprese e persone che non ci frequentano.

E' fattore di scambio con i decisori, pubblici e privati, a tutti i livelli, dalle amministrazioni comunali, passando per i tanti organismi istituzionali ed economici territoriali, fino a Parlamento e Governo.

E' fattore di positiva influenza nel dialogo e nella collaborazione con organismi funzionali e strumentali locali e nazionali, dalle istituzioni scolastiche territoriali ai grandi enti nazionali, Inps o Agenzia delle Entrate che siano.

La buona reputazione, in quanto incorpora credibilità, facilita le buone negoziazioni, dai contratti di lavoro alle intese con altri decisori associativi, come ad esempio nel caso degli accordi con ABI, e rende più praticabile ogni sorta di mediazione.

Dovrebbe rappresentare il liquido in cui essere costantemente e consapevolmente immersi. La reputazione, in quanto stima sociale accumulata, è trasferibile, concetto da usare con la dovuta attenzione, anche ai soci che, dichiarando l'appartenenza associativa, ottengono un plus valutativo nelle loro più svariate interazioni.

Questo concetto di trasferibilità apre scenari intriganti. Ad esempio: se la mia associazione crede e opera per la sostenibilità, appartenendovi, posso non solo vantare di esserne

membro ma utilizzare la mia partecipazione attiva nei confronti di enti che ne danno valore, come nel caso delle banche (posso, ad esempio, documentare che mi fornisco di energia da fonti rinnovabili e che, ecco la sottolineatura, sono parte della costruzione di un sistema che riduce la dipendenza da fonti fossili)

Può valere nella considerazione sociale della singola azienda, nella costruzione del suo employer branding, nel rapporto con fornitori e clienti.

Sia chiaro, non è sufficiente viverci passivamente al riparo, ma occorre utilizzare attivamente le luci riflesse dalla reputazione associativa nella socialità, nel welfare, nei rapporti con la scuola, nelle azioni di promozione.

Vale e dovrebbe essere fatta valere nella negoziazione con gli uffici pubblici, che siano un ufficio tecnico comunale, un ufficio per il rilascio di passaporti, un ufficio di una unità sanitaria locale.

Appartenere significa quindi poter utilizzare la luce riflessa della reputazione e al tempo stesso sapere di poter contare sull'associazione, sulla sua capacità di intervento e laddove occorre anche di denuncia.

In definitiva la possibilità di fruire della reputazione dell'associazione rilancia l'utilità ed il valore dell'appartenenza.

La reputazione può essere fatta valere anche nella ricerca di personale per le nostre associazioni. Queste hanno bisogno crescente di competenze professionali che, spesso, contendiamo ad altri soggetti. Incorporare e vantare buona reputazione paga quindi in fatto di competitività, di motivazione nel progetto di lavoro, nel riconoscersi nella storia aziendale.

La buona reputazione facilita, come dicevo poco fa, il confronto con il decisore pubblico, rafforza l'attività di lobby; è fattore di persuasione, talvolta di scambio.

Non è argomento nuovo ma è una caratteristica della forza associativa che nel tempo ha cambiato i connotati. Con il voto "laico e fluido" i decisori non guardano alle associazioni

come serbatoi elettorali, ma ne utilizzano la reputazione come fattore legittimante nelle loro proposizioni.

La reputazione rafforza inoltre la costruzione di un sistema associativo. Il tutt'uno organico che il sistema rappresenta restituisce alle singole componenti un valore aggiunto. Vale anche il percorso inverso. Le singole componenti che godono di reputazione, ad esempio le associazioni territoriali di una confederazione, irrorano il sistema e ne rafforzano il potere di rappresentanza.

Non resta, e sarà il prossimo impegno, che osservare come si costruisce, si accresce e si manutenziona la reputazione associativa. E anche come si deve evitare di perderla.

Foto di Tumisu da Pixabay

Inflazione, ciclo economico, mercati finanziari e materie prime. Analisi storica e possibili livelli di lettura

Di La redazione
01.04.2023



L'**inflazione** si definisce come *"l'aumento progressivo del livello medio generale dei prezzi (Treccani)"* che ha come conseguenza a sua volta la diminuzione progressiva del potere di acquisto della moneta. Infatti, l'andamento dei costi delle materie prime, che sono alla base del ciclo di produzione, viene normalmente trasferito in tutto o in parte sui prezzi finali dei beni prodotti, con la perdita di potere di acquisto da parte delle famiglie.

Il tasso di inflazione non è altro che la variazione percentuale dei prezzi al consumo di un anno rispetto all'anno preso a riferimento.

Per calcolarlo si sottrae dall'indice dei prezzi al consumo dell'anno in esame quello relativo all'anno di riferimento, e si divide il tutto per l'indice dei prezzi al consumo dell'anno base, moltiplicando poi il risultato per 100. L'inflazione è dunque rappresentata da un indice

composito, quello della variazione dei prezzi, ricavato dalla somma di innumerevoli transazioni messe in atto nel sistema economico di riferimento.

L'inflazione è una cifra composita, un indice, che viene messa insieme da innumerevoli transazioni in tutta l'economia. È solo quando si inizia a disaggregare l'indice che si vede cosa sta realmente accadendo. L'aumento dell'inflazione di per sé non provoca una recessione.

Economisti, analisti, operatori economici e opinionisti discutono da oltre un anno e mezzo sulle cause della nuova ondata inflazionistica che sta investendo il mondo. La discussione non è puramente accademica o legata alla polemica politica, perché riguarda le cause, le misure e gli strumenti da utilizzare per cercare di domare l'inflazione.

Anche i Governatori delle Banche centrali, che nell'ultimo anno hanno aumentato i tassi di interesse in maniera serrata, in un tentativo di rincorsa dell'inflazione, sanno che il problema che stiamo affrontando non è il surriscaldamento delle economie, ma è dovuto in maniera preponderante alle onde provocate dagli *shock* dell'aumento dei prezzi di energia, materie prime e cibo, e delle interruzioni delle *supply chains* dovute ai lock down della pandemia. Rendere più costosi i prestiti in maniera così rapida e rilevante, rischia però di danneggiare le economie, frenando i consumi e gli investimenti, e quindi la creazione di salari e posti di lavoro e causando il fallimento di alcune aziende (soprattutto quelle più indebitate e a bassa produttività).

Inoltre, tassi di interesse più alti obbligano i Governi a mettere in atto politiche di austerità, poiché il loro debito diventa più costoso da servire e da ripagare. L'aumento del tasso di interesse costituisce quindi uno strumento contundente che non prende di mira i fattori trainanti dell'inflazione attuale ma mira a controllarla con l'effetto indiretto del raffreddamento della domanda aggregata.

Dunque, l'aumento dei prezzi delle materie prime è una delle cause determinanti dell'inflazione con forti ripercussioni su tutto il sistema economico.

Per avere un'idea dell'andamento dei prezzi delle materie prime negli ultimi anni possiamo ricorrere efficacemente ad una rappresentazione grafica. L'immagine seguente rappresenta il grafico dell'indice RJ/CRB (Reuters/Jeffries CRB Index), elaborato dall'Agenzia Reuters, che sintetizza l'andamento dei prezzi delle materie prime calcolato come media ponderata di un paniere di 27 materie prime.

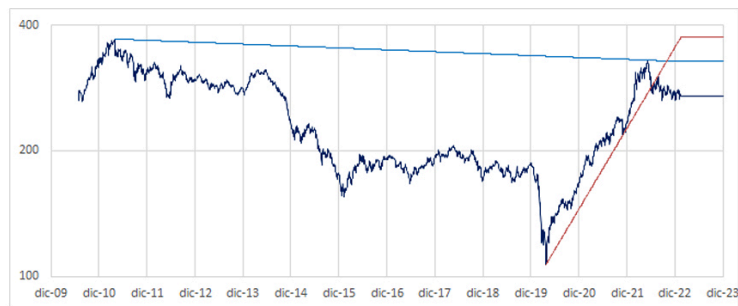


Fig. 1: RJ/CRB

L'osservazione visiva ci dimostra come ci sia stata una fase con un andamento orizzontale tra il 2010 e il 2014, un forte ribasso tra il 2014 ed il 2015, una fase orizzontale tra il 2016 e il 2019. È quindi immediatamente evidente il crollo del 2020 dovuto al blocco dell'economia mondiale dovuto alla pandemia e la rapida ripresa interrotta a metà del 2022 ad un livello di prezzi inferiore ai massimi del 2011, anche se la percezione degli aumenti è più forte attualmente per via di un peggioramento generale delle condizioni economiche. Dato l'aumento vertiginoso dei prezzi dell'energia che abbiamo vissuto a partire dalla scorsa estate, è interessante andare a visualizzare i grafici delle principali materie prime che sono utilizzate per la produzione di energia elettrica: petrolio e gas naturale.

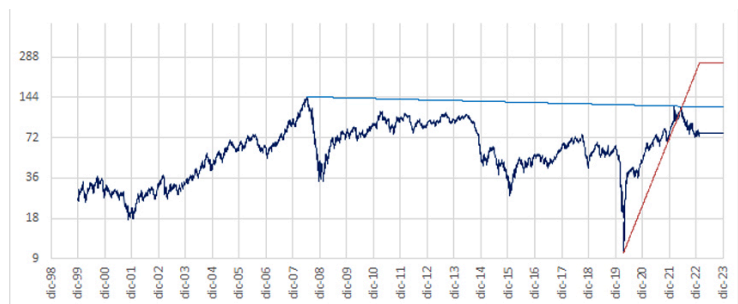


Fig. 2: Crude Oil

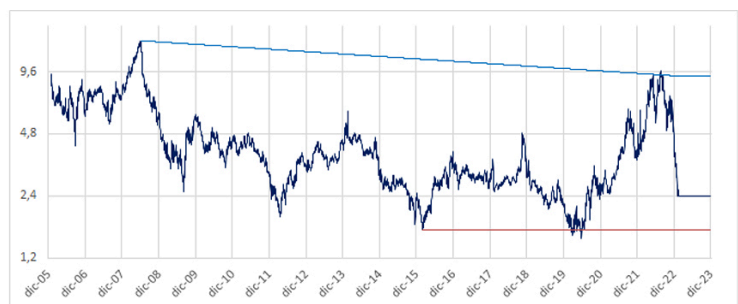


Fig. 3: Gas naturale

Possiamo quindi notare come il grafico del petrolio sia molto simile al grafico dell'indice CRB (nel quale ha infatti un peso prevalente), mentre osservando il grafico del gas naturale possiamo notare come il prezzo sia oggi più basso rispetto all'inizio del conflitto dell'Ucraina, effetto che non si è ancora riflesso sulle nostre bollette.

Possiamo facilmente intuire come la disponibilità di materie prime in un'economia completamente ferma abbia provocato nel 2022 il crollo dei prezzi, e come la graduale ripresa dell'economia in un sistema logistico fortemente rallentato dai blocchi pandemici delle miniere e delle fabbriche e dai controlli alle frontiere, abbia avuto come conseguenza un forte rialzo dei prezzi.

Un altro fattore responsabile dei fenomeni inflattivi è l'aumento dell'offerta di moneta non commisurato all'aumento dei beni e servizi prodotti dal sistema economico. Quando la quantità di moneta in circolazione è superiore all'offerta di beni disponibili si genera un aumento dei prezzi dei beni stessi, per effetto del meccanismo domanda/offerta.

Dal punto di vista economico anche il denaro è un fattore di produzione come gli altri, e come tale ha un prezzo che viene denominato "costo del denaro". Per definizione il costo del denaro è rappresentato dal tasso di interesse che la Banca Centrale, che governa la moneta, fissa per i prestiti interbancari.

Osserviamo in figura 4 l'andamento grafico del *Fed Funds Rate* della Banca centrale americana (tasso di interesse applicato sui prestiti a un giorno (overnight) che le banche USA applicano tra loro allo scopo di colmare eventuali carenze nei fondi di riserva) e quindi in figura 5 il grafico del tasso Euribor (Tasso d'interesse, applicato ai prestiti interbancari in euro non garantiti, calcolato giornalmente come media semplice delle quotazioni rilevate su un campione di banche con elevato merito di credito selezionato periodicamente dalla European Banking Federation).

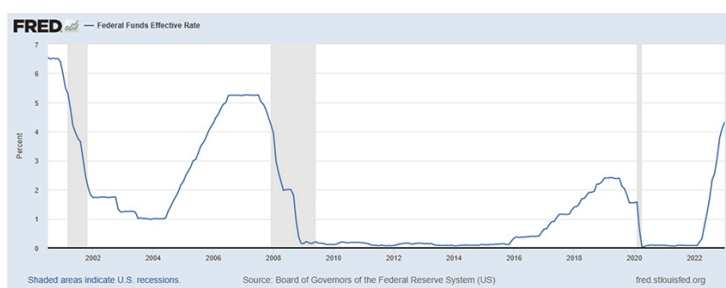


Fig. 4: Fed Funds

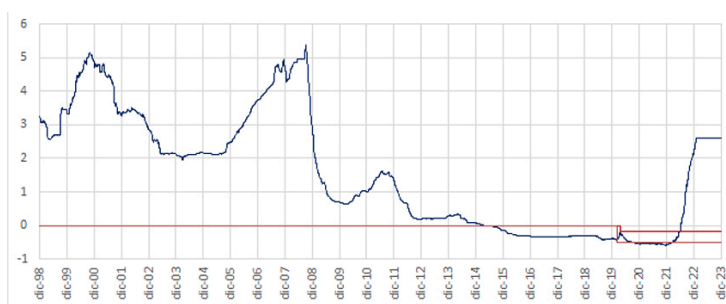
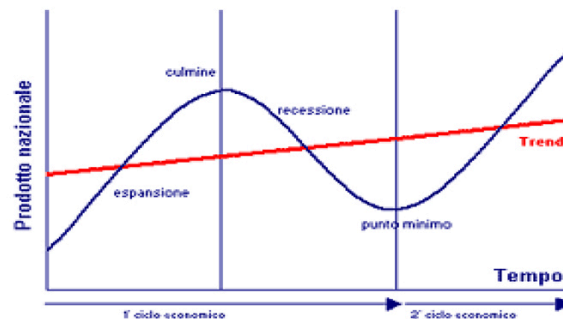


Fig. 5: Euribor

Possiamo quindi osservare come tra il 2009 e il 2022 il costo del denaro sia stato eccezionalmente basso per un periodo eccezionalmente lungo, come risposta alla grave crisi finanziaria del 2007/2009 (crisi Lehman) e in Europa anche della crisi del 2011 (crisi dei debiti sovrani)

La grande disponibilità di denaro messa in campo dalle principali Banche Centrali occidentali e non solo, a partire dal 2008 sommata ad una carenza di prodotti dovuta alle difficoltà del sistema logistico di produzione e distribuzione di materie prime e prodotti, abbia provocato l'esplosione di prezzi a cui abbiamo assistito.

La teoria economica ci aiuta a spiegare perché ci troviamo in questa situazione.



Un ciclo economico, come si vede, è caratterizzato da fasi di espansione, seguite da fasi di rallentamento, quindi di contrazione e infine di ripresa. L'indicatore utilizzato per misurare l'andamento dell'economia è il PIL, Prodotto Interno Lordo che misura il valore, ai prezzi di mercato di tutti i beni e servizi finali prodotti sul territorio di un Paese, in un dato periodo temporale. L'andamento del PIL è collegato ai mercati finanziari, e la funzione dei mercati è quella di anticipare le tendenze del ciclo economico, sia pur con errori e distorsioni.

L'analisi più efficiente è quella cosiddetta intermarket, cioè che mette in relazione mercati azionari, mercati obbligazionari, mercati delle materie prime e cambi valutari. Ad esempio, il dollaro USA, utilizzato per l'acquisto della maggior parte delle materie prime, in caso di suo deprezzamento porta i produttori di materie prime ad aumentare i prezzi per compensare la perdita del valore del dollaro e viceversa. Dollaro e materie prime tendono quindi a muoversi in direzioni opposte. Un aumento dei prezzi delle materie prime porta un aumento dell'inflazione, che la Banca Centrale cercherà di contenere alzando il costo del denaro e quindi alzando i rendimenti di obbligazioni e titoli di Stato, cosa che porterà tendenzialmente ad un aumento del dollaro, che avrà a sua volta come riflesso una tendenziale diminuzione del prezzo delle materie prime.

Quindi seguendo l'andamento dei mercati finanziari è possibile capire a che punto del ciclo economico ci si trovi e ipotizzare l'andamento tendenziale delle materie prime nel periodo immediatamente prossimo.

Poiché l'imprenditore per definizione ha bisogno di ridurre i fattori d'incertezza nella sua attività, in primis la variabilità dei prezzi delle materie prime, sin dalla prima metà dell'Ottocento sono nate le Borse delle materie prime, nate dalla necessità specifica degli imprenditori di regolamentare e dare garanzie sui contratti bilaterali "forward" di consegna merci ad una data scadenza ad un prezzo pattuito.

Mentre nei mercati fisici le merci vengono negoziate per pronta consegna (mercati cash) e tali mercati sono accessibili solo dagli operatori del settore, nei mercati finanziari le merci sono contrattate, tramite strumenti finanziari, a scadenza più o meno prossima e in maniera standardizzata. A tali mercati accedono sia operatori del settore che investitori professionali e non. Il ruolo degli investitori è fondamentale per mantenere "liquido" il mercato, ossia facilmente vendibile o acquistabile.

Non tutte le materie prime sono negoziabili sotto forma di strumenti finanziari:

- Alcune materie prime sono negoziabili solo sui mercati fisici
- Alcune materie prime sono scambiabili anche sui mercati finanziari ma l'operatività è riservata agli operatori del settore (es. metalli industriali)

Le materie prime (in gergo finanziario commodities) vengono negoziate sui mercati finanziari tramite contratti standardizzati denominati "**future**" o "**opzioni**". Si tratta di due tipi di contratti differenti. Questi contratti oltre a fissare al momento della contrattazione il prezzo di una merce che verrà consegnata in una data futura, presentano una serie di caratteristiche standard che definiscono in qualità e quantità la merce oggetto del contratto.

Negli ultimi decenni i volumi delle materie prime scambiati sui mercati finanziari sono aumentati enormemente, tanto è vero che si calcola che, ad esempio per il petrolio, la materia più scambiata in assoluto, a fronte di 1 barile scambiato fisicamente ci siano 10 barili scambiati "sulla carta" con effetti sul prezzo che possono diventare pesanti. Un evento che abbiamo potuto constatare con la speculazione verificatasi sul mercato di Amsterdam del gas la scorsa estate, che ha portato in poche settimane a triplicare i prezzi del "gas finanziario", con forti ripercussioni reali sulle nostre bollette.

Tornando al nostro discorso e senza entrare nei particolari, immaginiamo ad esempio che una il titolare di un'azienda cartaria decida di acquistare uno stock di carta oggi con

consegna settembre 2023.

A copertura dell'operazione l'imprenditore potrà acquistare una opzione sulla carta con scadenza settembre 2023 ad un determinato prezzo.

Alla data di consegna il prezzo di mercato dello stock di carta reale può essere uguale, più basso o più alto di quello fissato nel contratto a termine.

Lo strumento finanziario può prevedere alla scadenza sia la consegna obbligatoria del bene fisico oppure solo il diritto alla consegna.

Qualora abbia optato per il diritto di ottenere alla scadenza il bene al prezzo prefissato l'imprenditore si troverà nelle seguenti condizioni:

- Il prezzo del bene è più basso di quello fissato nel contratto a termine: in questo caso l'imprenditore può rinunciare al premio pagato, "abbandonando" il contratto, ma compensando la perdita con il risparmio ottenuto con l'acquisto del bene reale a prezzo inferiore
- Il prezzo del bene è più alto di quello fissato nel contratto a termine: in questo caso l'imprenditore potrà esercitare il diritto ad acquistare il bene al prezzo prefissato. Compensando il costo del contratto future con il risparmio ottenuto rispetto al reale prezzo di mercato.

L'operatività sui mercati finanziari è complessa, anche perché ogni materia prima negoziata ha le sue peculiarità anche in fatto di stagionalità e dunque presenta molti rischi.

Rimane comunque il fatto che, in linea generale anche attraverso l'ausilio di 'competenze' esperte e fidate, la attenta osservazione del mercato dei *future* e delle opzioni sulle materie prime può offrire indicazioni utili per le scelte aziendali. Per questa via una attenta, leale, preparata e scrupolosa ricerca di 'informazioni' su questo settore potrebbe migliorare talune strategie aziendali. È del tutto evidente che ciò comporta un bisogno di elevare l'educazione finanziaria dei piccoli e medi imprenditori, che costituiscono il tessuto essenziale dell'economia del Paese.

“Innamorarsi di un’idea – Dal nulla al tutto, dal garage all’impresa”: Paolo Crepet ospite di Confartigianato a Pordenone

Di La redazione
01.04.2023



Giovedì 23 marzo 2023 si è svolto a Pordenone un incontro con il prof. **Paolo Crepet** rivolto agli studenti delle scuole secondarie di secondo grado e ai loro insegnanti, promosso da **Confartigianato Pordenone** in collaborazione con **Fondazione Pordenonelegge.it**.

Partendo dal libro *Lezione di sogni. Un metodo educativo ritrovato* (Mondadori, 2022), **Paolo Crepet**, introdotto dalla giornalista **Paola Dalle Molle**, ha proposto ai ragazzi e alle ragazze una riflessione sulla creatività, sulla capacità e la libertà di realizzare un’idea, sul futuro. Ed è proprio di questo che abbiamo bisogno oggi: della capacità di innamorarci.

Magari di un sogno, di un'idea, di un progetto. Coltivare i propri sogni, le ambizioni, i desideri, è il primo passo nella costruzione del futuro.

Siamo nel pieno di quella che Papa Francesco ha definito una catastrofe educativa: molti adulti si sentono sperduti, impreparati, quasi impotenti di fronte alle nuove generazioni e i giovani si trovano senza punti di riferimento sicuri. In un mondo che cambia con rapidità, è più che mai necessario ripensare il difficile compito di educare. Ripercorrendo quanto scritto negli ultimi trent'anni, mescolando ricordi personali e pubbliche riflessioni, Paolo Crepet offre il frutto della sua lunga esperienza, delineando quello che in molti hanno definito «il metodo Crepet».

Serve dunque la forza di una voce critica, anche scomoda, che scuota da questo torpore educativo e aiuti a invertire la rotta

Un lungo viaggio, che pone al centro il bisogno di ripensare la genitorialità, la scuola, il rapporto tra le generazioni, il futuro. Non possiamo ignorare che la necessità di un profondo cambiamento si scontri con resistenze, timori, egoismi difficili da vincere, freni che privano bambini e ragazzi del diritto di far nascere i propri sogni e di coltivarli, affidandosi alla capacità di sentire le proprie emozioni e di lasciarsi coinvolgere dalla passione per un progetto di vita. Serve dunque la forza di una voce critica, anche scomoda, che scuota da questo torpore educativo e aiuti a invertire la rotta. Le pagine di Lezioni di sogni vogliono essere dunque spunti, provocazioni, richiami, un'occasione per riflettere sul futuro delle giovani generazioni. Che cos'è il talento e come supportarlo? Come gestire il rapporto con la tecnologia e i social media? Come educare alla gentilezza, al rispetto, alla complessità? Sono solo alcuni degli interrogativi a cui nessuno può sottrarsi, perché «i bambini ci guardano e imparano da noi bellezze e viltà». Paolo Crepet scrive perciò questo libro «come un portolano utile, per naviganti impauriti da vecchie e nuove tempeste, per chi voglia riafferrare il bandolo di una matassa troppo strategica perché sia lasciata all'ignavia degli indifferenti».

La storia ci riporta l'esempio di persone che, dal nulla, hanno creato imperi, opere d'arte e dell'ingegno. Ma non ci spiega "come". Da dove nasce la spinta a dare vita a qualcosa di nuovo, di unico... a qualcosa che, forse, non sappiamo neanche se sarà un'opera d'arte, ma che probabilmente soddisfa un bisogno, un'idea, un'intuizione.

Da dove nasce la spinta a dare vita a qualcosa di nuovo? Dall'innamoramento di un'idea, di un sogno

Paolo Crepet riesce a spiegarlo, e soprattutto ci indica la via per far sì che questo sia possibile. E la via è quella dell' "innamoramento di un'idea, di un sogno". E' così che si parte.

E come si inizia a far sì che i ragazzi inizino a progettare il proprio futuro? Smettendola – e sta qui l'indicazione per le famiglie – di dare loro tutto senza quasi che ci sia il tempo di desiderare. "Senza desideri – ricorda Crepet – non nascono passioni".

Coltivare un sogno è dunque il primo passo per iniziare a delineare la strada verso cui un ragazzo può incamminarsi, sognando il mondo che verrà e il suo compito in quel mondo. Prima di essere un medico, si sogna di esserlo. Prima di diventare un artigiano del legno, si sogna di trasformare un pezzo di legno in un oggetto. O – come si narra di Michelangelo – di rivelare la statua che già c'è dentro un blocco di marmo.

Non solo "un lavoro", ma "il" lavoro. Il nostro lavoro, quello in cui riversare abilità, capacità, creatività e anche le conoscenze utili ad esercitarlo e che si apprenderanno nel cammino.

E questo è già un primo fondamentale passo a cui dovranno seguire altri, come l'incoraggiamento, l'apprendere che i fallimenti fanno parte della vita ma sono solo tappe. Il riscoprire valori come la gentilezza e il rispetto. Il come includere la diversità, nelle sue declinazioni. Come affrontare le paure trovando le proprie risorse.

Tutto ciò serve per imparare a far emergere i talenti nei giovani, aiutandoli a sentire e vivere le proprie emozioni, a inseguire i sogni e trasformarli in un futuro di realizzazione. Qualunque sia, uscendo dalla logica che ci vuole tutti liceali, quasi che il lavoro manuale o tecnico sia meno prestigioso...

La memoria nelle mani. L'importanza dell'Artigianato nella cultura italiana

Di La redazione
01.04.2023



Dal cuoio artigianale e dai tessuti fini, alle ceramiche intricate e ai mobili di alta qualità, l'Italia è conosciuta in tutto il mondo per la sua tradizione di artigianato di eccezionale qualità. Per molti artigiani è una passione, una forma di espressione artistica e un importante motore economico.

“La memoria nelle mani” è un progetto ANAP e ANCoS Aps in collaborazione con Confartigianato Imprese Macerata-Ascoli Piceno e Fermo, che mira a far rivivere le esperienze di **antichi mestieri** e le eccellenze del territorio, attraverso la voce di dodici artigiani che intervistati dal giornalista Gabriele Censi raccontano la vita in bottega le loro passioni ed esperienze, avvicinando lo spettatore alla dimensione umana di persone e a storie che fanno trasparire la passione, la difficoltà e la soddisfazione di una vita dedicata all'artigianato. Le **video interviste** sono raccolte in una play list disponibile su **YouTube**. Per vederle clicca qui.

Gli artigiani coinvolti sono: Silvano Ercoli (Sarto), Jolanda Cerino (Uncinettatrice), Giorgio Micarelli (Restauratore), Eugenio Borroni (Fabbro), Giusy Verolini (Parrucchiera), Pietro Marchiani (Tornitore), Giuseppe Marzialetti (Cappellaio), Carlo Corvaro (Calzolaio), Paola Mitillo (Fornaia), Giuseppe Sampaolo (Pellettieri), Achille Angelucci (Falegname) e Giuseppe Verdenelli (Orafo). Sentire parlare queste persone ci restituisce la dimensione umana, oltre al valore che ha per quella terra e per il resto del paese il mestiere in bottega. Qualcuno ha iniziato molto presto interrompendo gli studi per poi finirli da più adulto, qualcun altro ricorda con emozione di essere stato fondamentale per la riabilitazione di una persona uscita malconcia da un incidente, nel tornare a lavorare l'oro e i metalli nobili, poi c'è chi ci ha messo anni per finire la costruzione di casa date le difficoltà e chi ha studiato le belle arti pur rimanendo molto affezionato alla sua terra e con poche velleità di avere fama nazionale. Tutti hanno da raccontare qualcosa che va al di là del "semplice" lavoro di tutti i giorni ma che ha a che fare con la terra, le persone e l'opera. Tutti hanno riscontrato però un quadro nelle Marche ma anche nel resto del paese, che può essere uno stimolo per le istituzioni a fare meglio.

Nelle interviste emergono diversi punti comuni ai maestri: è importante che gli artigiani abbiano accesso a risorse e supporto per far crescere e sviluppare le loro attività. Questo può includere finanziamenti per la formazione e l'acquisto di attrezzature, oltre a opportunità per partecipare a mostre e fiere per promuovere il loro lavoro. Per preservare e promuovere questa tradizione antica, andrebbe stimolato l'apprendistato e corsi di formazione per giovani appassionati, e molte più organizzazioni dovrebbero essere coinvolte nell'organizzazione di eventi e mostre. Un altro tema affrontato negli scambi con il giornalista Censi è quello del mantenimento delle abilità manuali e del patrimonio culturale. Grazie all'impegno degli artigiani, queste abilità sono state tramandate di generazione in generazione e sono ancora molto vive oggi, gli artigiani locali utilizzano materiali del posto e metodi di produzione sostenibili, il che significa che i loro prodotti hanno un impatto ambientale minimo. Inoltre, la produzione artigianale a livello locale contribuisce a ridurre l'impatto ambientale legato al trasporto, poiché i prodotti non devono essere trasportati su lunghe distanze.

Possiamo ribadire con certezza che l'artigianato è una parte fondamentale della cultura e della lingua italiana. Con l'educazione, il supporto e l'opportunità per gli artigiani, possiamo assicurare che questo patrimonio di conoscenze e competenze continui a prosperare e a influire positivamente sulla cultura e sull'economia italiana.

Guarda le 12 videointerviste del progetto 'La memoria
nelle mani'



Oscar 2023 : il ‘Valore Artigiano’ dietro le inconfondibili statuette della Academy Award

Di Giovanni Boccia
01.04.2023



Le connessioni tra cinema e artigianato sono molteplici. Si parla di due mondi che spesso si incontrano e si fondono per creare capolavori che incidono profondamente nell'immaginario collettivo. Gli artigiani che lavorano per il cinema sono figure chiave nella creazione di film di successo e senza di loro molte delle scene e degli effetti speciali che ammiriamo sul grande schermo non sarebbero possibili.

Pensiamo solo alla realizzazione dei costumi, delle scenografie e degli oggetti di scena: ogni dettaglio deve essere curato con precisione per creare l'atmosfera adatta per il film. In questo lavoro di ricerca gli artigiani del cinema utilizzano spesso tecniche tradizionali e materiali naturali, come tessuti pregiati o legni antichi, per rendere le scenografie e i costumi ancora più realistici. Ma come avviene anche nelle realtà produttive rivolte al mercato, anche il mondo dell'artigianato del cinema ha fatto propria l'evoluzione della tecnologia: oggi, molte delle attrezzature utilizzate in produzione sono progettate e

costruite da artigiani specializzati (*makers*), che utilizzano le ultime tecnologie disponibili per creare effetti speciali sempre più spettacolari.

Questi professionisti svolgono un lavoro di precisione, creatività e passione che spesso rimane nascosto al grande pubblico salvo emergere quando viene riconosciuto da qualche premio internazionale. Si parla di costumisti, truccatori, scenografi, autori, acconciatori ed altre figure che spesso hanno reso grande l'Italia nella settima arte.

I tecnici del suono, che si occupano della registrazione e del mixaggio degli effetti sonori e delle musiche, i direttori della fotografia, che gestiscono l'illuminazione e la ripresa delle scene, e i montatori, che selezionano e assemblano le immagini per creare la giusta sequenza narrativa.

Ognuno di questi professionisti, con il proprio contributo, è in grado di partecipare alla creazione di un capolavoro cinematografico. La loro collaborazione è essenziale per garantire una 'opera' finale di alta qualità e per rendere la magia del cinema ancora più reale e coinvolgente per il pubblico.

Gli Oscar non celebrano solo il 'risultato finale' ma anche il Valore Artigiano che rende quel film un gioiello particolare

Ecco perché gli Oscar non celebrano solo il 'risultato finale' ma anche il Valore Artigiano che rende quel film un gioiello particolare[1].

Forse non ci siamo mai soffermati su questo aspetto: ma si tratta di Maestri Artigiani che costruiscono a rendere vivo il mito della settima arte. Magari può essere un 'mondo' attraente per le nuove generazioni allorchè devono essere 'orientate' alla scelta di percorsi scolastici aderenti alle proprie passioni.

Senza il genio e la professionalità dei maestri artigiani il cinema non riuscirebbe a costruire prodotti con la stessa carica emozionale e la medesima capacità di coinvolgimento e non ci sarebbero capolavori che hanno reso il cinema una indiscussa arte capace di dialogare con il grande pubblico.

E sono un prodotto di purissimo Artigianato anche (e soprattutto) le inconfondibili statuette conosciute anche come “Academy Awards”, prodotte in bronzo e rivestite di oro 24 carati

E sono un prodotto di purissimo Artigianato anche (e soprattutto) le inconfondibili statuette conosciute anche come “Academy Awards”, prodotte in bronzo e rivestite di oro 24 carati.

La statuetta degli Oscar, che è alta circa 34 cm e pesa circa 3,5 kg, rappresenta un uomo stilizzato che imbraccia in piedi su un rullo di pellicola cinematografica.

Il design originale fu creato Cedric Gibbons. Maestro artigiano e scenografo di altissimo livello, diventato direttore artistico della MGM Studios. La forma dell'uomo stilizzato è stata modellata sull'attore Emilio “El Indio” Fernández.

E chi produce, chi crea queste inconfondibili statuette? Una azienda ‘a Valore Artigiano’. Si chiama R.S. Owens & Company. È di Chicago, Illinois, negli Stati Uniti.

Nel suo sito (qui) si descrive perfettamente la specificità del processo produttivo artigianale. Che parte dall'idea, si fonde con la capacità manuale e utilizza la tecnica per creare il prezioso manufatto.

Lo possiamo dire: nella magia del cinema vi è l'essenza del mondo che vogliamo rappresentare in questo *Magazine*. La mente, il cuore e la manualità che si incontrano dando quel tocco incantato ad un mondo che, senza la maestria del ‘sapere artigiano’, sarebbe diverso da quello che conosciamo.

[1] Infatti esistono le categorie del premio per figure propriamente ‘a Valore Artigiano’ quali : truccatori, costumisti, scenografi, fotografi, tecnici del suono ecc...

Foto di RODNAE Productions

Storie di impresa a ‘Valore artigiano’: Antica forneria Porzio a Palermo

Di La redazione
01.04.2023



Sono davvero moltissime le storie di Imprese a Valore artigiano e, tra queste, vogliamo raccontare una realtà emblematica che rappresenta la perfetta sintesi dell'imprenditorialità nel mondo dell'artigianato. Si tratta dell'**Antica Forneria Porzio, impresa specializzata nella produzione di prodotti da forno artigianali bio, primo e, ad oggi, unico panificio biologico della Sicilia settentrionale**. Una realtà nuova e solida, che ha definito il suo core business nello sviluppo di una alimentazione sana in grado di coniugare alla tradizione l'innovazione del Bio e del Km 0, con la particolare attenzione all'agricoltura sostenibile e biodinamica. Una scelta che rinsalda e valorizza il legame con le tradizioni del territorio dando risalto alle coltivazioni tipiche del 'granaio del mediterraneo'.

Tradizione, attenzione al commercio al dettaglio ed ai canali di distribuzione tradizionali ed innovativi. Diversificazione dell'offerta e valorizzazione del territorio, tramite la capacità di abbracciare più mercati e ridurre la soglia di rischio ma anche creare un solido sistema di relazioni che è risultato fondamentale durante la prima pandemia.

Innovazione in ogni campo: di prodotto, di processo, organizzativa e gestionale, tecnologica, di marketing.

È una storia imprenditoriale, come altre nel mondo dell'artigianato, che ben rappresenta la tradizione artigianale e la sintesi tra 'sapere' e 'fare', con un occhio particolare all'innovazione. La tradizione imprenditoriale della famiglia di **Francesco**, l'attuare responsabile, risale al 1960, quando il nonno Salvatore fonda l'azienda di famiglia, una realtà di 70 metri quadri nel cuore di Palermo ed una delle tre realtà della famiglia attive in quegli anni nel settore della panificazione. Ma, delle tre imprese, solo 'L'antica Forneria Porzio' sopravvive al cambio generazionale grazie all'investimento in istruzione che viene fatto inizialmente sui figli e, quindi, sulla terza generazione di cui Francesco fa parte. E' un aspetto che è stato determinante per superare senza difficoltà i momenti di crisi, compresa la presente pandemia. Oggi l'azienda ha un laboratorio di 200mq, uno show-room di circa 90mq e 7 dipendenti. Un'impresa familiare che ha visto succedersi al fondatore prima la figlia, biologa e chimica con il genero, pioniere della ristorazione biologica a Palermo. E quindi, da qualche anno, è subentrata la terza generazione, **Alessandra**, laureata in Marketing, e Francesco, una laurea in Economia e Finanza con specializzazione in Finanza quantitativa, rappresentante giuridico dell'azienda e front man.

I fratelli crescono all'interno del laboratorio e vivono fin da subito la realtà produttiva, ma proprio la sinergia tra il 'fare' e l'aspetto tecnico e professionale con il 'sapere' e la dimensione delle conoscenze diventa centrale nell'esperienza di successo dell'Antica Forneria, dove lo schema di governance esplicita e articola le diverse competenze dei protagonisti e, sulla base di esse, attribuisce ruoli definiti. Francesco parla di uno "stato culturale della famiglia" alla base di ogni scelta imprenditoriale che viene elaborata solo dopo aver studiato in profondità ogni passo.

Un'unione felice tra gli aspetti concettuali e quelli fattivi che conduce alla definizione di alternative valide in grado di preservare la tradizione e di trasformare l'azienda di pari passo con il cambiamento del mercato. Ogni alternativa nuova, ci spiega Francesco, è innanzitutto immaginata e studiata, quindi analizzata sotto il punto di vista del 'sapere'. Ma solo con una sperimentazione nella pratica si potrà capire la validità dell'alternativa, poiché innovare non è solo avere delle idee ma anche riuscire a trasformarle praticamente in azioni all'interno di un processo.

Nell'esperienza dell'Antica Forneria Porzio, dunque, alla base di ogni approccio manageriale c'è, innanzitutto, la conoscenza approfondita dei processi aziendali e, quindi, la capacità di saperli gestire in modo efficace per giungere a scelte innovative. Per possedere il giusto know-how si è fatto ricorso a conoscenze diversificate, 'sapere' a tutto campo, così da accompagnare la trasformazione dell'azienda in ogni sequenza del

processo, dalla produzione, alla distribuzione, dal controllo qualità alle scelte economico-finanziarie, dalle scelte di marketing a quelle organizzative. Si può dire che nella storia dell'azienda, un esempio di innovazione tra i tanti nell'ambito dell'Artigianato, i drivers fondamentali per la trasformazione sono stati la duttilità creata da un bagaglio di conoscenze diversificate, i contatti e l'informazione continua sulle opportunità di innovazione in ogni settore, la conoscenza dei processi aziendali e la capacità di circondarsi di persone capaci di esprimersi al meglio nel proprio campo professionale, oltre alla capacità di fare squadra. La ricerca ed il ricorso a professionalità esterne altamente qualificate nei vari ambiti, come ad esempio i tecnologi alimentari ma anche collaborazioni con fornitori di materie prime, di software e macchinari, consulenti economici, hanno consentito di integrare quelle competenze non presenti nella struttura aziendale. Il percorso di sviluppo dell'Antica Forneria si può collegare a quanto specificato in alcuni modelli manageriali, come il modello delle fasi di crescita di Larry E. Greiner, in base al quale diventano indispensabili la professionalizzazione, la managerializzazione e la presenza di personale qualificato per accompagnare un processo di crescita di una impresa familiare. Nell'esperienza descritta, l'imprenditore ha assunto sempre di più una connotazione manageriale, agendo anche con processi di delega e sviluppando una conoscenza personale di tutti 'saperi' necessari per la vita dell'impresa.

La storia di questa impresa a valore artigiano è un classico esempio che ben sintetizza il percorso intrapreso da molte realtà nel mondo dell'artigianato. Dimensioni dinamiche, flessibili, espressione di professionalità molteplici e tutte ad alto livello, realtà imprenditoriale che possono rappresentare ottime opportunità per giovani attenti alla loro crescita professionale.

Foto di Pexels da Pixabay

Estratto de 'I Quaderni della Fondazione Germozzi' –
L'emergenza educativa in Italia

