

IL MADE IN ITALY E LE NUOVE SFIDE TECNOLOGICHE

Il saper fare che guarda al futuro

di **Stefano Micelli**

Nel percepito quotidiano, il significato dell'aggettivo «artigianale» oscilla ancora oggi fra un'accezione negativa, che ne fa il sinonimo di «rudimentale» o «approssimativo» (come nel caso dell'ordigno artigianale che non scoppia quando dovrebbe) e un'accezione particolarmente positiva, che associa il termine a maestria e a qualità superiore (molto del lusso contemporaneo non avrebbe valore senza l'artigianalità che ne è all'origine). La prima associazione riflette l'assunto, o meglio il pregiudizio, secondo cui la pratica dell'artigiano è incompatibile con la scienza e la tecnologia, il che mette il suo sapere ai margini della modernità che produce sviluppo e valore economico. Per contro, quando il saper fare artigiano si eleva a eccellenza e maestria, il risultato è necessariamente un prodotto per *élite* esclusive, lontane dalla vita e dall'esperienza dei più.

Questa polarizzazione fra estremi rivela la difficoltà nel trovare una collocazione plausibile alla figura dell'artigiano nel nostro contesto economico e sociale. Questa incertezza riflette scarsa riconoscenza e rivela poca lungimiranza. Gran parte della manifattura italiana ha ancora oggi un profondo legame culturale con un modo di pensare il valore e il lavoro riconducibile alla dimensione artigianale. A differenza di altre economie, la competitività della produzione *Made in Italy* ha beneficiato del confronto e dell'ibridazione fra saper fare della tradizione e innovazione tecnologica. Non solo: molte imprese italiane, in particolare di media dimensione, hanno saputo costruire attorno a questa specificità strategie competitive e strumenti di organizzazione del lavoro coerenti con le sfide di un mercato sempre più globale. Molte fra queste imprese prosperano sui mercati globali quando esprimono i valori di un'italianità che coincide, in parte rilevante, con i punti di forza di una tradizione artigiana portata al contemporaneo.

Le imprese italiane non hanno mai amato particolarmente la standardizzazione dei processi e hanno guardato con sospetto all'omogeneizzazione dei consumi. Il *Made in Italy* eccelle quando si cimenta con la sfida della varietà e della personalizzazione. Che si tratti di cibo o di macchine utensili, che si tratti di mobili o di abbigliamento, le imprese italiane danno il loro meglio quando si confrontano con una domanda capace di richieste a prima vista sorprendenti. Invece che assecondare i vincoli imposti dalla tecnologia per realizzare le massime economie di scala,

il *Made in Italy* ha riservato una grande attenzione al destinatario dei suoi prodotti. Questa manifattura «su misura» ha premiato sia le grandi che le piccole imprese. Ha fatto sì che le nostre migliori realtà nel settore delle costruzioni brillassero per la loro capacità di realizzare progetti particolarmente ambiziosi (dall'allargamento del canale di Panama ai rivestimenti degli uffici della Apple), ha permesso a tante medie imprese della meccanica strumentale di cimentarsi con successo nella messa a punto di impianti su misura in settori molti diversi fra loro, dal *packaging* alla siderurgia, e ha consentito a tante piccole realtà del *design* e della moda di interpretare con successo i bisogni di nicchie di mercato che tante multinazionali hanno sottovalutato per valore e dinamicità.

Il lavoro di queste imprese, spesso poco conosciute al grande pubblico, viene percepito e definito come «bello e ben fatto» perché è il risultato della capacità di ascoltare e di cogliere le aspettative di una controparte spesso sofisticata e innovativa. Questo modo di fare impresa, attento ai clienti intesi come interlocutori a pieno titolo (e non semplicemente come «segmenti di mercato» più o meno ricchi e popolati) ha beneficiato di una cultura del lavoro che ha sostenuto e alimentato questa capacità di sviluppare varietà e personalizzazione. Per produrre «su misura» è necessario poter contare su un lavoro capace, attento, spesso appassionato. I valori e il saper fare derivati dalla tradizione artigianale hanno consentito di innovare e produrre qualità anche di fronte alle sfide più impegnative. Slancio e competenza hanno consentito alle nostre imprese di sviluppare innovazione a tutti i livelli e di poter contare su standard di qualità nettamente superiori alla concorrenza. Di nuovo: la cultura del lavoro, del bello e ben fatto, non ha caratterizzato solo la piccola impresa, ma più in generale tutte quelle realtà, in alcuni casi anche di grandi dimensioni, che hanno potuto contare su un lavoro responsabile e di qualità che ha contribuito a dare forma alle soluzioni proposte dalle imprese italiane nel mondo.

Questa consolidata tradizione manifatturiera, capace di saldare lavoro artigiano e tecnologia dentro una cornice manageriale aggiornata, affronta oggi la quarta rivoluzione industriale. Gli strumenti del digitale, che abbiamo imparato a conoscere e a utilizzare dalla fine degli anni '80, penetrano in ogni dimensione dell'attività di impresa, cambiando radicalmente il modo in cui si strutturano le organizzazioni e come si accede al mercato. Si trasforma la produzione in senso stretto, grazie a stampanti 3D e robot disponibili a costi accessibili. Cambiano i prodotti, sempre più interconnessi e in

grado di «parlare» con l'ambiente circostante. «Gli atomi diventano i nuovi *bits*» per riprendere uno slogan di successo di alcuni anni fa.

In Italia siamo chiamati a ragionare su come queste tecnologie possono sostenere un modello di produzione caratterizzato da una precisa idea di qualità e valore. Se queste tecnologie serviranno semplicemente a rendere più efficienti processi seriali, rinunciando a far valere quel tesoro di sapere così vivo nella tradizione del lavoro del nostro paese, perderemo una grande occasione. Se queste tecnologie saranno utilizzate per potenziare la nostra capacità di costruire nuove relazioni sociali e culturali, se questi strumenti saranno sfruttati per ampliare l'offerta di varietà e personalizzazione, non solo il *Made in Italy* ne trarrà beneficio, ma più in generale il nostro paese dimostrerà di essere capace di rinnovare il suo legame con la propria storia e la propria cultura.

L'ambizione del paese nel ribadire la propria specificità rispetto alle trasformazioni tecnologiche in corso ha certamente importanti implicazioni economiche. Ne ha altrettante sul piano strettamente culturale. In un mondo che si interroga, giustamente, sul futuro del lavoro e sulle implicazioni di una sua possibile scomparsa, il nostro paese può diventare un punto di riferimento per coloro che credono che il lavoro debba rimanere momento di espressione di sé e che le merci – più che testimoniare la ricchezza di chi le acquista – debbano rappresentare prima di tutto il *medium* fra sensibilità e culture diverse.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**L'autore sarà venerdì 15 alle 15
in Piazzale Re Astolfo a Carpi**



AL LAVORO | «Cucitura dei cappelli di paglia», foto Gasparini, anni 50. Nell'ambito della mostra: «Esercitar le arti. Carpi e il tempo lungo delle arti e dei mestieri», che aprirà venerdì 15 alle 10 presso l'Archivio Storico Comunale, Palazzo dei Pio di Carpi