

2 Literature review

Roberto Paladini

Università Iuav di Venezia; Associazione CNA Venezia, Italia

Sommario 2.1 Background/scenario. – 2.2 Imprese artigiane e ricambio generazionale in Italia. – 2.3 L'artigianato artistico. – 2.4 Le imprese culturali e creative.

2.1 Background/scenario

Le micro e piccole imprese sono considerate dai governi di tutto il mondo come un contributo alla stabilità e alla crescita economica, alla creazione di nuovi posti di lavoro, alla coesione sociale e allo sviluppo (Hyder, Lussier 2016). Secondo Dladla e Mutambara (2018), le piccole imprese sono i motori dello sviluppo socio-economico grazie al ruolo positivo che svolgono nella crescita del prodotto interno lordo (PIL), permettendo alle ruote delle economie di continuare a girare in tempi difficili, fungendo da «ammortizzatori di shock economici». Pertanto, coltivare e sviluppare le piccole imprese mediante interventi pubblici è una priorità per molti Paesi, come testimoniato anche dal crescente interesse nello studio del ruolo dei governi come attori strategici che modellano le opportunità di business, consentendo la creazione di valore e influenzando i risultati a livello aziendale (Barney 2005; Kivleniece, Quelin 2012; Mahoney, McGahan, Pitelis 2009; Rangan, Samii, Van Wassenhove 2006).

Nel nostro Paese, che si caratterizza per la forte presenza di micro-imprese, di imprese familiari e per una spiccata specializzazio-

ne produttiva di stampo manifatturiero, secondo l'archivio statistico ISTAT delle imprese attive in Italia nel 2019, le aziende senza dipendenti rappresentano il 72% del totale, con punte massime nelle attività di altri servizi alle imprese (83%), in tutte le attività commerciali (78%), nelle imprese private dei servizi sociali, di istruzione e sanità (76%). In Italia, alcuni parametri economici espressi dalle imprese di dimensioni minori sono dati particolarmente significativi: il 71,7% del fatturato nazionale è dato dall'insieme delle micro, piccole e medie aziende e l'indice del valore aggiunto realizzato dalle stesse è del 72,5% (le grandi imprese pesano su questi fattori rispettivamente per il 28,3% e 27,4%). Negli ultimi anni, il Governo italiano ha mostrato un'attenzione crescente a favore del mondo delle micro e piccole imprese: lo dimostrano ad esempio le molteplici misure adottate, elencate nel *Small Business Act* del Ministero dello Sviluppo Economico, che prevede tra l'altro l'introduzione del Garante per le Micro PMI e la legge annuale per la tutela e lo sviluppo delle micro, piccole e medie imprese, entrambi previsti dalla legge n. 180/2011 recante «Norme per la tutela della libertà d'impresa. Statuto delle imprese». Lo Statuto ribadisce con forza la necessità di mettere al centro dell'interesse nazionale le Micro PMI, cioè il 99% delle aziende italiane, e la nomina del Garante per le micro, piccole e medie imprese, prevista all'articolo 17, va nella direzione di «Pensare innanzitutto al piccolo», spesso invisibile. Lo «Statuto delle Imprese» prevede inoltre, all'articolo 18, che venga predisposta annualmente una Legge annuale per la tutela e lo sviluppo delle micro, piccole e medie imprese.

L'aggravarsi delle dinamiche recessive verificatesi nell'economia globale nell'ultimo ventennio ha accentuato in modo dirompente il declino di competitività e di propensione all'innovazione delle imprese. In un contesto quale quello italiano in cui, le micro-aziende sono il 95,4%, le piccole rappresentano il 4,3% e le medie lo 0,5 del totale,¹ tali tendenze stanno impattando in modo dirompente sulla capacità di tenuta del sistema produttivo locale. Le PMI italiane non sembrano aver adottato significativi adattamenti nel proprio comportamento incorporando elementi di novità nella propria organizzazione, quali la riconfigurazione del modello di business o l'adozione di un piano strategico totalmente nuovo (Wirtz, Göttel, Daiser 2016; Audretsch et al. 2015; Wadhwa, Basu 2013; Chindooroy, Muller, Notaro 2007).

La riconfigurazione delle catene del valore globali ha imposto alle organizzazioni e alle industrie di tutto il mondo significativi adattamenti nel proprio comportamento, spingendo le imprese a ripensare le fonti del vantaggio competitivo e a riconfigurare il loro modello di business (Wirtz, Göttel, Daiser 2016; Audretsch et al. 2015; Wadhwa,

¹ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Structural_business_statistics_overview.

Basu 2013; Chindooroy, Muller, Notaro 2007). In molti casi, tuttavia, è emersa una significativa resistenza alla adozione delle necessarie modifiche all'assetto strategico, a dispetto dei crescenti insuccessi alle prestazioni inferiori alle aspettative (Lant, Milliken, Batra 1992; Glynn, Milliken, Lant 1991). Come evidenziato da Vedovato (2016), il rinnovamento della strategia è, nella migliore delle ipotesi, difficile da realizzare. Le innovazioni tecniche e normative, i cambiamenti e le crisi di mercato richiedono adattamenti alle strategie e alle attività esistenti dei modelli di business, ma se alcune aziende sono in grado di adattarsi, molte sono soggette a forze inerziali. La ricerca manageriale suggerisce che i problemi possono risiedere nel processo cognitivo e nella capacità di interpretare i cambiamenti ambientali (Barr, Stimpert, Huff 1992). Soprattutto nei periodi di alta incertezza, i quadri cognitivi sono cruciali nel cogliere segnali ambigui e quindi nelle scelte strategiche (Walsh 1995). Mantenere aggiornati i modelli mentali è quindi un compito critico, perché affidarsi a processi cognitivi inadatti si tradurrà in risposte inadeguate all'ambiente.

Eppure il vantaggio competitivo delle imprese risiede in parte nella capacità dell'azienda di innovare, valutare e sfruttare le conoscenze interne ed esterne (Cohen, Levinthal 1990), ed in parte nel capitale umano, in termini di competenze, esperienza e disponibilità al lavoro (Hewitt-Dundas 2006). Il capitale umano è dunque una parte essenziale dell'innovazione (OECD 2011). Purtroppo, l'aggiornamento dei quadri cognitivi non è facile. C'è, quindi, una chiara necessità di strumenti e metodologie in grado di facilitare i cambiamenti dei quadri cognitivi, per aiutare i responsabili delle decisioni ad aggiornare la loro interpretazione della situazione aziendale prima che si deteriori (Vedovato 2016). La capacità di identificare e valutare i mutamenti ambientali sapendo adattare ed innovare le strategie è fondamentale per le imprese. L'importanza dell'innovazione per la crescita economica è ben documentata ed è stata a lungo parte della teoria della crescita, a partire dal lavoro fondamentale di Schumpeter e Nichol (1934). La loro definizione di innovazione è ancora utilizzata negli studi contemporanei sull'innovazione (Fagerberg, Fosass, Sapraser 2012). La teoria ci dice anche che l'innovazione è un processo interattivo, di apprendimento tra persone e organizzazioni (Schneider, Buehn, Montenegro 2010).

Secondo la Resource Based-View (RBV), le risorse, le capacità e le competenze assegnate all'impresa distinguono questa dalle altre entità, che le consentono di operare sul mercato in modo diverso dalla concorrenza (Barney 1991). Queste vengono acquisite dal mercato e trasformate all'interno delle strutture organizzative da forme generali a forme più distintive, definendo l'eterogeneità dello studio e quindi la sua posizione competitiva. Questo approccio suggerisce che le imprese ottengono un vantaggio competitivo sia dall'accesso alle risorse che dalla loro trasformazione in risorse strategiche da

utilizzare per fornire valore all'interno di un'offerta di mercato proposta (Amit, Schoemaker 1993; Eisenhardt, Martin 2000).

Ipotizzando che i processi organizzativi interni e le interazioni di mercato delle piccole imprese che portano alla competitività aziendale dipendono dalle decisioni di un proprietario-imprenditore, che utilizza le sue competenze personali (in particolare la conoscenza e l'esperienza) per aggiungere valore all'attività commerciale dell'azienda, risulta evidente che un intervento esterno in grado di avere un impatto positivo sulle decisioni strategiche dell'imprenditore nel breve e nel lungo termine sia potenzialmente importante per influenzare la performance dell'impresa. Per essere efficace però, questo insieme di azioni deve essere accettato dall'impresa e dall'imprenditore. Affinché ciò accada deve essere innanzitutto erogato da un soggetto credibile e autorevole ma anche dotato di una specifica conoscenza del settore in cui viene sviluppato l'intervento. In tal senso, le associazioni di categoria, essendo soggetti composti da imprenditori stessi appartenenti a una determinata tipologia d'impresa o di settore, si candidano a essere i soggetti ideali per erogare questi interventi di formazione e supporto alle imprese con efficacia.

Nonostante la tendenza sopra evidenziata e i diversi interventi pubblici susseguites negli anni a sostegno delle PMI italiane, negli ultimi dieci anni le stesse sono diminuite costantemente sia in termini complessivi, che di addetti e di fatturato (*Rapporto sulla competitività dei settori produttivi*, ISTAT 2019). A livello nazionale, ha destato grande preoccupazione la constatazione che la competitività delle imprese medie, piccole e micro sia sostanzialmente diminuita rispetto a quella degli altri Paesi europei e soprattutto extraeuropei, come evidenziato dal *Compendio degli indicatori sulla produttività* del 2018 dell'OCSE,² in cui si evince che tra il 2010 e il 2018 la produttività, intesa come PIL per ora lavorata, è aumentata solo dello 0,14% medio annuo, il dato peggiore dopo quello della Grecia (-1,09%).

Con particolare riferimento alla struttura economica del Nord Est italiano, area in cui si inserisce il caso studio qui analizzato, pur avendo rappresentato un indubbio vantaggio competitivo nel periodo di crescita tumultuosa dagli anni Cinquanta agli anni Duemila, è in difficoltà di fronte ai cambiamenti strutturali avvenuti negli ultimi 20 anni (mondializzazione dell'economia, nuove tecnologie, introduzione della moneta unica). Come affermano Sarasvathy, Menon e Kuechle (2013), la scarsa presenza di grandi imprese sembra avere effetti rilevanti sulla capacità innovativa dell'area e sull'utilizzo del capitale umano presente. In particolare, l'elevata frammentazione produttiva non permette attività di 'grande innovazione', cioè

² <https://www.oecd.org/employment/oecd-compendium-of-productivity-indicators-22252126.htm>.

non permette elevati investimenti privati in R&S, con relativi *spillover* di conoscenza verso le imprese di più piccola dimensione, che invece basano il proprio vantaggio competitivo tipicamente su innovazioni incrementali e di processo.

Nel modello competitivo del Nord Est basato sui distretti descritti, tra gli altri, da Rullani (1995), la piccola e media impresa aveva trovato un modello organizzativo vincente che sfruttava i vantaggi della collaborazione tra imprese collegate da relazioni di subfornitura all'interno di un unico ciclo produttivo, d'altra parte questo modello di organizzazione della produzione, disincentivando la crescita dimensionale delle imprese, non ne favoriva l'evoluzione organizzativa e manageriale, e rendeva l'impresa assai di frequente priva di una tecnostruttura in grado di progettare incisivi percorsi di innovazione tecnologica, strutturare una stabile rete commerciale e adottare strumenti di programmazione e controllo anche per la gestione finanziaria.

Numerosi studiosi dei distretti industriali italiani (si vedano ad esempio Varaldo 2006; Varaldo, Bonaccorsi, Riccaboni 1998; Varaldo, Dalli, Resciniti 2006), pur sottolineando l'importanza del distretto quale peculiare bacino di competenze manifatturiere specialistiche, conoscenze e risorse radicate nella cultura locale (Garofoli 2006), ne considerano la contemporanea inadeguatezza a diffondere, tra le imprese che ne fanno parte, capacità e conoscenze che attengono all'innovazione, al marketing, alla valorizzazione e sviluppo di *intangible assets*.

La configurazione del sistema produttivo qui descritto sempre essere associata alla resistenza al cambiamento strategico sia per la dinamica proprietaria operativa, che impegna l'imprenditore nella quotidiana esecuzione del lavoro lasciandogli poco tempo per affrontare e approfondire gli aspetti legati alla strategia, al management e al marketing, sia perché il modello produttivo sopra descritto non favoriva l'evoluzione organizzativa e manageriale, in quanto una buona parte delle micro-imprese lavorava come subfornitrice e dunque senza accollarsi molte delle preoccupazioni legate al marketing e senza cogliere le pressanti dinamiche di cambiamento che il sistema stava vivendo.

Le possibili determinanti della scarsa performance del sistema italiano nell'ultimo ventennio è da ricercarsi, oltre a quanto sopra esposto, nei rapidi e radicali mutamenti del contesto esterno, quali il cambiamento di paradigma tecnologico - portato dalla diffusione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione -, l'integrazione mondiale dei mercati reali e finanziari, il processo di integrazione europeo, la concorrenza da parte di economie emergenti particolarmente dinamiche (cf. Brandolini, Bugamelli 2009), nelle caratteristiche strutturali del sistema produttivo (come la dimensione aziendale, la specializzazione settoriale, la struttura finanziaria e i rapporti con le banche) e nelle strategie adottate dalle imprese dinanzi alla globaliz-

zazione (attraverso, ad esempio, l'internazionalizzazione o la propensione all'innovazione). Tali fattori hanno reso obsolete alcune strategie d'impresa e influenzato la domanda e l'offerta dei fattori produttivi.

Al fine di comprendere a pieno la crisi di competitività e di approccio innovativo del Nord Est italiano nell'ultimo ventennio, occorre considerare che i fattori di contesto non hanno certo agevolato la crescita della competitività aziendale. L'Amministrazione pubblica, similmente al resto del Paese, ha imposto e impone burocrazie, costi e rallentamenti non necessari alle imprese. Anche il livello di tassazione è più alto che nelle regioni di confronto europeo, deprimendo gli investimenti e gli incentivi economici degli imprenditori e dei lavoratori.

Inoltre, gli interventi di supporto erogati dalle Pubbliche amministrazioni si sono ridotti gradualmente, favorendo logiche di distribuzione a pioggia o atte a favorire logiche corporative rivolte prevalentemente alle medie e grandi imprese. Pare siano mancati dunque interventi specifici per la crescita e lo sviluppo del management, in grado di attenuare e contrastare questa crescente incapacità di stare sul mercato, che, quando ci sono stati, sono risultati del tutto estranei al sistema sia per contenuti che per modalità di erogazione (si pensi a FSE erogati da enti di formazione spesso creati ad hoc, o a interventi 'calati dall'alto' sviluppati dalle Camere di commercio e dalle Università).

Eppure, al fine di porre in essere quel rinnovamento strategico necessario a migliorare i modelli di business e implementare la capacità delle micro-imprese di stare sul mercato paiono assolutamente necessari interventi esterni opportunamente configurati in quanto le evidenze rispetto all'incapacità di farcela da soli sono ormai lampanti. In questo senso l'articolo analizza come una possibile a forma efficace ed efficiente di intervento esterno capace di aiutare a migliorare la competitività delle imprese possa passare dal coinvolgimento delle associazioni di categoria, che in Italia rivestono un ruolo del tutto particolare e rilevante rispetto alle imprese da loro rappresentate ed ai rapporti con le pubbliche amministrazioni, talvolta togliendo spazio di interlocuzione e azione alle singole imprese stesse (Zan 2015).

2.2 Imprese artigiane e ricambio generazionale in Italia

Numerose analisi e studi accademici enfatizzano l'importanza delle micro e piccole imprese e in particolare delle botteghe artigiane nel fornire in tutto il mondo un contributo alla stabilità e alla crescita economica, alla creazione di nuovi posti di lavoro, alla coesione sociale e allo sviluppo, grazie al ruolo positivo che svolgono nella crescita del PIL degli Stati e in qualità di 'ammortizzatori di shock economici' (Hyder, Lussier 2016; Dladla, Mutambara 2018). Tali micro-imprese sembrano rappresentare oggi un'occasione importan-

te per lo sviluppo territoriale, per la tenuta della base occupazionale locale e per l'infrastruttura sociale dei territori. Nel nostro Paese sono decisivi il valore economico e il ruolo sociale dell'impresa artigiana, elemento essenziale del sistema produttivo italiano e immensa fonte di conoscenze, competenze e tradizioni. Nell'anno 2019 risultano iscritti alla gestione speciale dell'INPS 1.620.690 artigiani, l'1,1% in meno rispetto al 2018 (1.638.601 iscritti) in cui già si era registrata una diminuzione dell'1,6% rispetto al 2017 (1.665.564 iscritti). Relativamente alla ripartizione per qualifica, nell'anno 2019 vi è una marcata prevalenza di titolari che con 1.499.853 iscritti costituiscono il 92,5% del totale. La distribuzione per qualifica si mantiene pressoché costante nel tempo. Se si analizza la distribuzione per sesso, per tutti gli anni analizzati, è evidente una marcata prevalenza dei maschi, che costituiscono il 78,9% del totale degli artigiani.

Tabella 1 Numero di artigiani iscritti alla gestione INPS per anno, qualifica e sesso. Anni 2010-19

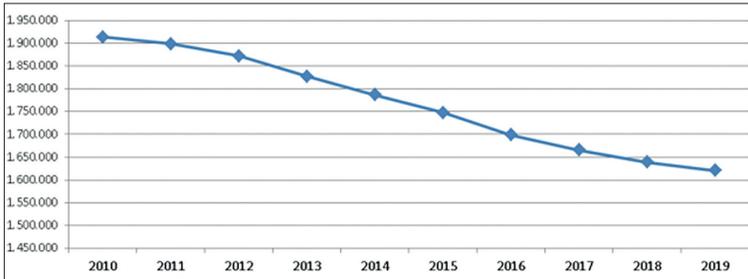
Anno	Qualifica						
	Titolari			Collaboratori			
	Maschi	Femmine	Totale	Maschi2	Femmine2	Totale2	Totale iscritti
2010	1.444.878	302.484	1.747.362	96.696	69.606	166.302	1.913.664
2011	1.431.143	303.369	1.734.512	95.530	68.649	164.179	1.898.691
2012	1.407.699	302.632	1.710.331	93.991	67.856	161.847	1.872.348
2013	1.371.164	299.792	1.670.956	91.063	65.329	156.392	1.827.348
2014	1.340.297	296.910	1.637.207	86.934	62.690	149.624	1.786.831
2015	1.309.886	294.882	1.604.768	82.736	60.270	143.006	1.747.774
2016	1.270.528	291.726	1.562.254	78.236	57.793	136.029	1.698.283
2017	1.244.476	290.319	1.534.795	74.843	55.926	130.769	1.665.564
2018	1.223.627	289.383	1.513.010	71.504	54.087	125.591	1.638.601
2019	1.210.503	289.350	1.499.853	68.450	52.387	120.837	1.620.690

Fonte: INPS – Coordinamento Generale Statistico Attuariale³

Analizzando la serie storica degli ultimi dieci anni, si rileva che il numero degli iscritti decresce di circa un punto percentuale fino al 2012, continua a decrescere di più di due punti percentuali annui dal 2012 al 2017, mentre tra il 2017 e il 2019 la flessione è per ogni anno di circa un punto e mezzo.

3 I dati relativi al periodo 2010-19 sono pubblicati nel portale INPS all'interno dell'Osservatorio lavoratori autonomi.

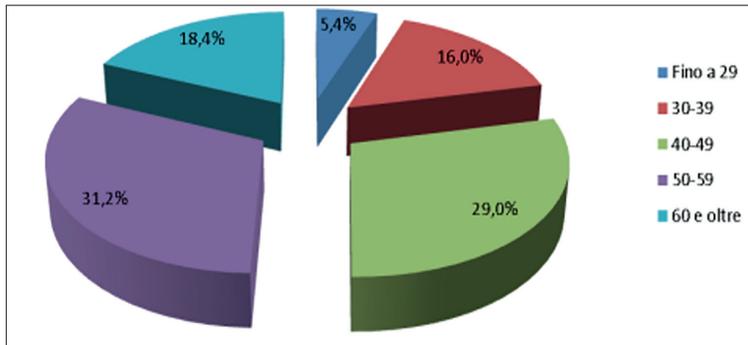
Figura 1 Numero di artigiani iscritti alla gestione INPS. Anni 2010-19



Fonte: INPS – Coordinamento Generale Statistico Attuariale

Tra gli artigiani, la classe di età tra i 50 e i 59 anni è quella con maggior frequenza, pari al 31,2%, seguita dalla classe 40-49 anni (29,0%), gli ultrasessantenni sono il 18,4% e solo il 5,4% ha meno di 30 anni di età.

Figura 2 Numero di artigiani iscritti alla gestione INPS. Anni 2010-19



Fonte: INPS – Coordinamento Generale Statistico Attuariale

Considerando solamente gli artigiani ultrasessantenni, rileviamo che in il 18,4% delle imprese artigiane italiane, pari a 301.504 unità, saranno coinvolte nel delicato processo di passaggio generazionale negli imminenti anni a seguire.

Il passaggio generazionale, o successione aziendale, è il momento nel quale i fondatori di un'impresa cedono il passo e forze nuove subentrano nella gestione dell'attività. L'obiettivo del passaggio generazionale è assicurare la continuità nel tempo dell'azienda, dopo il ritiro dell'imprenditore artigiano.

Il ricambio generazionale è un percorso complesso, che va agevolato in tutto il suo svolgimento. Non si tratta solo di un passaggio di

cariche, esso comporta anche il trasferimento del *know-how* aziendale, delle conoscenze e delle competenze manageriali, con l'obiettivo di garantire la continuità dell'azienda e l'innovazione della stessa. In tale passaggio entrano in gioco fattori fiscali, amministrativi, giuridici ma, soprattutto, psicologici e relazionali. È necessario pianificare per tempo e accompagnare la transizione dell'impresa dal titolare ai suoi eredi tenendo in attenta considerazione le implicazioni pratiche e psicologiche che il ricambio generazionale comporta, per ridurre i pericoli d'insuccesso e consentire un cambiamento in grado di fornire nuove opportunità di crescita all'impresa. In un sistema economico come il nostro, fondato sulla piccola impresa, nel quale i saperi artigianali sono posseduti dai lavoratori sotto forma di abilità e professionalità non codificate, trasferibili solo attraverso l'insegnamento diretto e la pratica quotidiana, il passaggio generazionale può avere rilevanti effetti sul patrimonio delle conoscenze a disposizione della collettività. Quando una piccola impresa artigiana chiude per mancanza di successori, l'esperienza, la conoscenza e la cultura dell'imprenditore vengono perse per sempre. Siamo tutti più poveri, perché si perde un piccolo pezzo del sapere al quale fino a ieri potevamo accedere senza problemi.

L'imprenditore artigiano si ritira dal lavoro in età molto più avanzata rispetto ad altre categorie di lavoratori (circa 71 anni secondo Confartigianato 2015), questo perché molti artigiani, al momento del pensionamento, sono costretti a cessare l'attività per mancanza di successori, interni o esterni alla famiglia. Il ricambio generazionale è un processo che conduce al passaggio del capitale ed, eventualmente, delle responsabilità nella gestione dalla generazione presente alla generazione emergente per dare continuità all'impresa nel tempo.

Tale questione rappresenta uno dei problemi di grande rilevanza per le micro-impresе, che spesso sono poco preparate e fanno maggiormente fatica a dare risposte concrete, come evidenziato dalla presenza minoritaria in Italia di imprese (familiari) in grado di arrivare oltre la terza generazione.

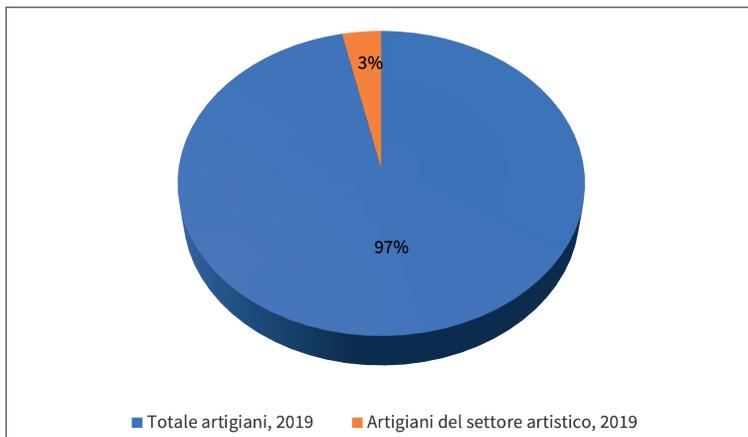
Il processo di successione può, talvolta, costituire l'evento causale dell'apertura di una nuova fase di sviluppo e di una maggiore prosperità per la vita futura e l'innovazione dell'impresa. Ciò non esclude il fatto che il processo di successione costituisce, a volte, la causa di scelte incoerenti con la sopravvivenza o la prosperità futura dell'azienda e, quindi, essere solo occasione di crisi. Una ricerca condotta sulle imprese di dimensioni medio-piccole del Regno Unito (Levinson 1971) dimostra come, anche in passato, il problema della successione ha rappresentato una delle più importanti cause di cessazione dell'attività aziendale, al pari delle cessazioni per crisi finanziarie. Molte aziende, infatti, nell'affrontare il passaggio generazionale attuano scelte gestionali errate tali da portare, in tempi più o meno brevi, l'azienda alla crisi. Secondo Confartigianato (2015), il processo di

ricambio generazionale ha coinvolto circa un'impresa su quattro nel decennio 2005-15, esponendole a diversi rischi e opportunità. Le imprese artigiane coinvolte ogni anno nel passaggio generazionale, a livello nazionale, sono circa 66.000 e nel 70% dei casi il successore è già coinvolto nella gestione dell'impresa. Tale dato è valido anche a livello europeo: secondo la Commissione Europea, nei prossimi anni, circa 5 milioni di piccole e medie imprese europee dovranno affrontare il problema della continuità generazionale, dato che un imprenditore su tre è ultracinquantenne. Il rischio di un'insufficiente preparazione è che scompaiano un milione e mezzo di imprese e oltre 6 milioni di posti di lavoro.

2.3 L'artigianato artistico

Le botteghe di artigianato artistico rappresentano una piccola nicchia dell'artigianato italiano corrispondendo nel 2019, secondo dati CCIA, a 57.166 imprese e 269.418 occupati (Ricciardi, Cerrato 2020).

Figura 3 Rapporto tra artigianato artistico e totalità del comparto artigiano in termini di numero di imprese



Fonte: Elaborazione propria su dati INPS - Coordinamento Generale Statistico Attuariale e Camera di Commercio

Si tratta di una popolazione di micro-imprese che rappresentano in modo unico e distintivo il patrimonio socio-culturale di una collettività, nazionale e/o territoriale, dove il valore economico e quello simbolico/identitario si sostengono in modo vicendevole.

Una lavorazione si può definire appartenente alla sfera dell'artigianato artistico quando non ci si affida solo all'abilità tecnica e a modelli routinari propri dell'artigianato, bensì si fa leva sulla creatività e sull'ideazione di modelli (Rancati, Gordini 2014). L'impresa

artigiana artistica è una sede di accumulo di saperi, che spesso contraddistinguono anche l'appartenenza ad una comunità; si assiste alla traduzione della soggettività in qualcosa di collettivo, che diventa costruzione di una comunità di pratica (Gosetti, Bordato 2012).

La creatività individuale che contraddistingue questo tipo di produzione da quello di massa ha rafforzato nell'immaginario collettivo l'idea che il lavoro artigianale porti alla definizione di un prodotto caratterizzato da unicità, singolarità, frutto di un lavoro che – riprendendo Sennett (2008) – si evolve continuamente e permette lo sviluppo di una maestria tecnica.

Se la possibilità di 'etichettare' un manufatto come frutto di una composizione di stampo artigianale, percepita sul mercato come una forma di produzione culturale, rappresenta un passaggio rilevante nel rapporto tra mondo artigiano e processi industriali, questo appare ancor più vero per l'artigianato artistico (Micelli 2011).

L'artigianato (e l'artigianato artistico nello specifico) gioca un ruolo importante nel rapporto locale/globale. Soprattutto nelle località dense di storia, si autopropone come parte del patrimonio storico e culturale locale nel messaggio che veicola (Herzfeld 2004), fondendo nel prodotto manualità e creatività attraverso l'utilizzo di materiali tradizionali e innovativi, trasferendo esperienza, fattore primario e fondante che rende il prodotto artigiano decisivo per la loro esistenza e riconoscibilità sul mercato. L'idea di valore veicolata dall'artigianato artistico è profondamente legata al territorio e alla cultura locale, vi si rispecchia e ne trae ispirazione. Anche per questo, ai prodotti artigianali è stato spesso riconosciuto un importante ruolo come catalizzatore di sviluppo locale (Ricciardi, Cerrato 2020).

La capacità di sviluppo delle imprese dell'artigianato in generale e di quello artistico in particolare è, pertanto, strettamente connessa alla combinazione armonica del sapere locale con le conoscenze codificate (Sengenberger, Cossentino, Pyke 1997) e cresce ancor più in quelle imprese capaci di cogliere le opportunità offerte dal progresso tecnologico e organizzativo e in cui ci si muove verso network collaborativi.

Il settore si trova di fronte a un difficile percorso: da un lato continuare a rappresentare gli antichi mestieri, le antiche tradizioni, riproducendo valori consolidati nell'ambito di un continuo processo creativo, dall'altro alimentare processi di innovazione. Le nuove direttrici di sviluppo potrebbero essere colte nella capacità delle imprese di coniugare tradizione e innovazione: l'artigianato artistico ancor più delle altre forme di artigianato sembra essere chiamato a far leva sull'innovazione per reinterpretare i modelli tradizionali e quindi creare nuovi valori per la domanda.

Inoltre, come ricordano Rossi e Bramanti (2012, 1-265), le sfide che si presentano al settore toccano anche il nodo della trasmissione dei saperi (la figura del maestro artigiano, le esperienze di scuola-bot-

tega, ecc.), della commercializzazione del prodotto (fiere specializzate, cataloghi anche multimediali), della cultura che l'artigianato esprime sia nella promozione dei territori che nella rivitalizzazione di interi sistemi locali.

2.4 Le imprese culturali e creative

Sul fronte internazionale quanto su quello italiano uno stimolo alla conoscenza del settore delle Industrie Culturali e Creative va sicuramente ricondotta al grande interesse, nato circa un ventennio fa e poi esploso negli ultimi dieci anni, nei confronti della cosiddetta economia creativa, del valore economico generato dalle industrie di produzione di beni e servizi creativi e del potenziale di crescita di questo macro-settore rispetto ad altri comparti economici. Come ha affermato Florida, la creatività è la caratteristica più ricercata nel mondo del lavoro odierno e stiamo assistendo all'affermarsi «della creatività umana come fattore chiave dell'economia e della società» (2003, 121).

A oggi numerosi studiosi si sono impegnati nell'analizzare le potenzialità dell'economia creativa e della concentrazione spaziale di talenti creativi per la competitività e lo sviluppo economico di un territorio e molti Paesi - dal Regno Unito alla Germania, da Hong Kong agli USA e la stessa Unione europea - hanno censito e quantificato i propri settori creativi, dotandosi di politiche di sostegno ad hoc. Inoltre, anche alcune organizzazioni internazionali di primo piano si sono inserite nel dibattito dedicando ricerche, pubblicazione e documenti programmatici alla *creative economy* sia per cercare di dare una quantificazione agli scambi mondiali di beni e servizi creativi, sia per presentare il proprio punto di vista istituzionale sul tema.

Un'attenzione che, partita dal mondo anglosassone e allargatasi poi a tutte le economie avanzate e ai Paesi in via di sviluppo, ha creato un dibattito globale e ha dato il via a una miriade di studi atti a delimitare e quantificare economicamente l'economia della creatività. Operazione non facile vista la grande dinamicità e varietà delle industrie che la caratterizzano (Gross 2020).

Le Industrie Culturali e Creative hanno un ruolo centrale nella crescita e nella competitività: sono portatrici di innovazione, di fattori di sviluppo locale e motori del cambiamento industriale. Nel *Libro verde* pubblicato dalla Commissione Europea nel 2010,⁴ si definiscono industrie culturali quelle che producono e distribuiscono beni o servizi e che incorporano o trasmettono espressioni culturali, indipendentemente dal loro valore commerciale. La definizione tradi-

⁴ *Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare*. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:IT:PDF>.

zionale dell'industria culturale comprende le attività legate alla gestione e alla valorizzazione del patrimonio culturale, visivo, delle arti e dell'intrattenimento, inclusi cinema, TV e radio, stampa, fotografia, musica e forme di riproduzione (Adorno, Horkheimer 1944). Le attività culturali sono state raggruppate concettualmente dall'Istituto di statistica dell'UNESCO che ha definito le Industrie Culturali e Creative (o ICC) dal punto di vista delle imprese, dell'occupazione e dei prodotti, integrandole con la Convenzione UNESCO sulla protezione e promozione della diversità delle espressioni culturali.⁵ Innanzitutto va sottolineato che non esiste una definizione condivisa di Industrie Culturali e Creative, dei settori e delle funzioni di riferimento che le compongono e, soprattutto, dei principali criteri da adottare per designare integralmente i confini.

La nozione di industria creativa, d'altra parte, fu introdotta nel 1997 dal British Labour Party per circoscrivere politicamente ed economicamente il fenomeno. Solo nel 2010 l'Unione europea, nel suo *Libro verde*, ha unito le due definizioni per esprimere un unico concetto, condiviso da un punto di vista operativo. La crescita dell'impatto economico dell'intero settore ha costretto sempre più i decisori politici a ridisegnare i confini dei sistemi territoriali per costruire un nuovo percorso di sviluppo che scaturisca dal patrimonio culturale e artistico. È tuttora allo studio una definizione coerente del settore, in grado di circoscrivere i principi e i criteri sia in termini di offerta che di domanda, al fine di andare oltre alla sempre più diffusa e stringente definizione di produzioni 'immateriali' legate alla cultura.

Tabella 2 Aree di attività delle Industrie Culturali e Creative

Patrimonio (musei, monumenti, siti archeologici e beni culturali immateriali)
Archivi
Biblioteche
Libri e stampa
Arti visive, arti plastiche e fotografia
Arti performative (musica, danza e teatro)
Audiovisivi e multimediali (film, radio, televisione, video, studi di registrazione e video Giochi)
Architettura
Pubblicità
Artigianato

Fonte: European Statistical System Network on Culture, *Final Report 2021* (<https://bit.ly/3mDmjfL>)

⁵ <https://www.oecd.org/employment/oecd-compendium-of-productivity-indicators-22252126.htm>.

Le funzioni attribuibili a questi domini sono: creazione, produzione e comunicazione, valorizzazione e tutela, formazione, gestione e regolamentazione.

David Throsby (2008) si è fatto carico di trovare una connessione, non sempre agevole, tra le tassonomie proposte dalle differenti organizzazioni che, a livello nazionale o internazionale, si sono proposte di definire e dare dimensione all'ICC e i modelli 'teorici' che queste tassonomie sottendono. Throsby divide la sua definizione di cultura in due aree: da un lato, gli usi, costumi e valori della società; dall'altro, attività intellettuali e prodotti artistici. Questi ultimi sono classificati secondo tre criteri:

1. Sono creati e prodotti in modo creativo;
2. Hanno un significato simbolico;
3. Il loro risultato implica una qualche forma di proprietà intellettuale.

Solo se un'attività presenta questi tre elementi può essere definita, senza mezzi termini, come 'culturale'. Inoltre, il valore culturale può generare valore economico: un consumatore è disposto a pagare di più per un bene o servizio specifico se questo include contenuti culturali. Questo è il concetto di capitale culturale, definito da Throsby come un 'bene capitale' che incorpora, conserva e fornisce beni di valore culturale oltre a qualsiasi valore economico.

Il modello di Throsby è stato recentemente riconfigurato in diverse varianti (Sacco 2012) e applicato più ampiamente alla struttura delle imprese culturali e creative italiane, tra cui secondo questi criteri, rientrerebbe a pieno titolo l'azienda artigiana del settore artistico e tradizionale. Inoltre, la società di consulenza KEA European Affairs ha sviluppato le proprie definizioni, successivamente adottate dal Direzione Generale per l'Istruzione e la Cultura della Commissione Europea, dal modello di Throsby, rivelandone la profonda tempestività e il rispetto dei criteri generali del settore.