

10. L'arte del fare. La realtà delle imprese artigiane a Milano

di Paolo Sorbi*

Un'analisi strutturale

I dati strutturali relativi alle imprese artigiane attive al 31 dicembre 2008 confermano la provincia di Milano come la più dotata in Lombardia, in termini assoluti, di micro imprese. Le 71.834 imprese artigiane, sul totale di 271.354, permettono di posizionare l'artigianato milanese a una quota pari a poco più di un quarto (26,5%) delle imprese artigiane lombarde. Occorre sommare quelle attive a Brescia e a Bergamo per trovare un competitor adeguato alla scala milanese.

Tabella 1 – Imprese artigiane attive per area geografica
(anno 2008 – valori assoluti e percentuali)

Aree geografiche	Valori assoluti	Pesi %
Bergamo	34.313	12,6
Brescia	38.568	14,2
Como	18.025	6,6
Cremona	10.329	3,8
Lecco	9.678	3,6
Lodi	6.338	2,3
Mantova	14.192	5,2
Milano	71.834	26,5
Monza e Brianza	22.117	8,2
Pavia	16.024	5,9
Sondrio	5.251	1,9
Varese	24.685	9,1
Lombardia	271.354	100,0
Nord-Ovest	459.279	15,6*
Nord-Est	352.412	20,4*
Italia	1.486.559	4,8*

Fonte: elaborazioni Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Infocamere.

* Il valore rappresenta la percentuale delle imprese artigiane di Milano provincia sul totale delle imprese delle due circoscrizioni geografiche e dell'intero paese.

* Paolo Sorbi – professore di Sociologia presso l'Università Europea di Roma e Studio Nomos.

Il peso strutturale dell'artigianato milanese nell'economia lombarda non sorprende in quanto esito del contesto di eccezionale densità demografica ed economica che contraddistingue l'area metropolitana. Per tale motivazione il posizionamento dell'artigianato è ragguardevole anche nei confronti di economie esterne al confine regionale, con le imprese artigiane milanesi che costituiscono il 15,6% delle micro imprese del Nord-Ovest. Paragonato invece al Nord-Est, l'artigianato milanese ha una rappresentatività relativa pari al 20,4%.

Considerazioni diverse sono invece richieste quanto a significato dell'artigianato rispetto alla parte rimanente delle imprese economicamente attive nel territorio milanese. Il rapporto di composizione dà luogo a un indice pari a circa un quarto (24,6%) di imprese artigiane sul totale delle stesse. Si tratta del valore percentuale meno rilevante di tutte le province lombarde, del Nord-Ovest e del Nord-Est.

A un ruolo economico minore non corrispondono però particolari limiti di dinamismo. Se si considerano i tassi di natalità e quelli di crescita delle imprese, l'artigianato milanese rivela valori tra i più dinamici della regione, più elevati, per esempio, di quelli registrati in province dove l'incidenza è più alta come Bergamo, Como e Lecco. Si potrebbe al riguardo sottolineare che la condizione strutturale dell'artigianato milanese di convivere in un sistema di imprese più articolato, permetta di ricevere stimoli che si traducono in vivacità dei processi di natalità e crescita. Anche per tali motivazioni il tasso di crescita e quello di natalità sono mediamente superiori per le imprese artigiane milanesi rispetto alle lombarde (rispettivamente 1,2% rispetto a 0,8% e 9,2% rispetto a 8,8%).

Grafico 1 – Imprese artigiane in provincia di Milano

(anno 2008 – valori percentuali)

Fonte: elaborazioni Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Infocamere.

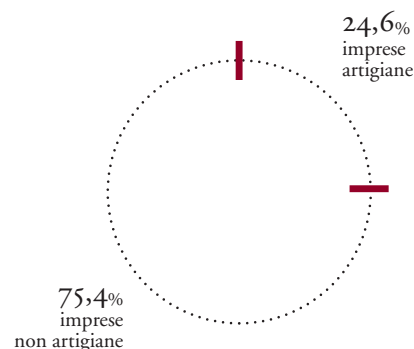


Tabella 2 – Indici del comparto artigiano per area geografica
(anno 2008 – valori percentuali)

Aree geografiche	Imprese artigiane su totale imprese	Tassi di crescita	Tassi di natalità
Bergamo	40,0	0,3	8,0
Brescia	35,0	0,0	8,5
Como	40,0	1,2	8,3
Cremona	36,3	1,2	9,8
Lecco	39,6	0,4	8,1
Lodi	38,9	1,3	10,0
Mantova	35,7	-0,1	8,3
Milano	24,6	1,2	9,2
Monza e Brianza	35,9	1,5	9,3
Pavia	35,3	1,8	10,2
Sondrio	33,7	-0,9	6,2
Varese	37,5	0,9	8,7
Lombardia	32,7	0,8	8,8
Nord-Ovest	32,6	0,8	9,0
Nord-Est	32,1	-0,3	8,4
Italia	28,0	0,4	8,4

Fonte: elaborazioni Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Infocamere.

L'analisi di settore evidenzia come l'artigianato milanese sia, anche a fine 2008, in prevalenza dedicato alle costruzioni, ai servizi e alle attività manifatturiere. Nei settori citati, le imprese artigiane raggiungono un peso significativo sul totale di quelle che vi operano, anche con valori, come nel caso delle costruzioni, che raggiungono il 68%.

Tra i servizi si posizionano al primo posto (40,9%) le imprese con attività attinenti alla logistica intesa come trasporti, magazzino e comunicazioni. La loro rilevanza è confer-

Tabella 3 – Imprese artigiane per settore di attività economica in provincia di Milano
(anno 2008 – valori assoluti e percentuali)

Settori	Imprese artigiane attive	Pesi %	Tassi di crescita	Imprese artigiane su totale imprese
Agricoltura, caccia e silvicoltura	655	0,9	8,9	14,3
Estrazione di minerali	4	0,0	-20,0	4,0
Attività manifatturiere	16.967	23,6	-0,5	43,7
Prod. e distrib. energ. elettr., gas e acqua	8	0,0	-20,0	2,2
Costruzioni	26.577	37,0	3,4	68,8
Comm. ingr. e dett.; rip. beni pers. e per la casa	4.560	6,3	-2,7	6,2
Attività inerenti ai servizi	22.427	31,2	-0,4	17,3
Imprese non classificate	636	0,9	41,2	9,9
Totale	71.834	100,0	1,2	24,6

Fonte: elaborazioni Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Infocamere.

mata anche dal peso relativo sul totale delle imprese del settore pari al 57,5%. Seguono le imprese a valenza sociale e personale (33,5%) e quelle con attività di servizio nell'immobiliare, noleggio, informatica e ricerca (24,5%).

Quanto all'andamento dei diversi settori, permangono le tendenze già rilevate nei rapporti precedenti, con il maggior contributo assoluto alla crescita prodotto dalle imprese artigiane di costruzioni (3,4%) e dalle imprese non classificate (41,2%).

Le altre tipologie di imprese hanno invece segno negativo, come in genere si è potuto porre in evidenza negli anni precedenti. Se al riguardo si considerano le tendenze di durata pluriennale, il manifatturiero è in ristrutturazione negativa da alcuni anni (-1,7% nel 2006 e -3,4% nel 2007) e ora sembra consolidarsi con indici ancora leggermente in area negativa, ma più contenuti (-0,5%). Più critico è l'andamento dei tassi di crescita dell'artigianato commerciale, già in contrazione nel 2005 e nel 2006 con una flessione superiore al 3% e nel 2007 con una forte contrazione del 5,9%, fino a segnare nel 2008 una riduzione del 2,7%.

Tabella 4 – Imprese artigiane del settore servizi in provincia di Milano
(anno 2008 – valori assoluti e percentuali)

Settori	Imprese artigiane attive	Pesi %	Tassi di crescita	Imprese artigiane su totale imprese
Alberghi e ristoranti	147	0,7	-13,6	1,1
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	9.176	40,9	-1,9	57,5
Attiv. immobiliari, noleggio, informatica e ricerca	5.498	24,5	2,7	7,2
Sanità e altri servizi sociali	87	0,4	-4,4	4,8
Altri servizi pubblici, sociali e personali	7.519	33,5	-0,4	32,4
Totale servizi	22.427	100,0	-0,4	17,3

Fonte: elaborazioni Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Infocamere.

Nell'artigianato inerente ai servizi sono dinamiche le micro imprese del settore immobiliare e informatico, mentre le altre attività presentano un'evoluzione negativa. Risulta accentuata, in particolare, la difficoltà di alberghi e ristoranti (-13,6%), purtroppo simile a quanto registrato nel 2007 (-15,1%). Di minore intensità, ma ancora in continuità negativa con il 2007 (allora -14,3%), è l'andamento dei servizi di tipo sanitario (-4,4%).

Emergono elementi interessanti anche dall'analisi per forma giuridica. Le 71.834 imprese artigiane della provincia di Milano sono al 79,2% ditte individuali e per il 18,4% socie-

tà di persone. Una tendenza di medio periodo è la lieve riduzione di queste due categorie a vantaggio delle società di capitale, più che triplicate negli ultimi cinque anni.

Tabella 5 – Imprese artigiane per forma giuridica in provincia di Milano
(anni 2004-2008 – valori assoluti e percentuali)

Forme giuridiche	Valori assoluti		Pesi percentuali			
	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Società di capitale	1.628	0,9	1,2	1,6	2,0	2,3
Società di persone	13.238	19,2	18,9	18,7	18,7	18,4
Ditte individuali	56.918	79,9	79,8	79,7	79,3	79,2
Cooperative	47	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Altre forme giuridiche	3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totale	71.834	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazioni Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Infocamere.

Il sottosettore delle ditte individuali è costituito da titolari con età media stabilmente vicina ai 45 anni e con prevalenza (più di tre quarti) di titolari di sesso maschile. L'età media – ragionevolmente non elevata – non causa all'artigianato milanese preoccupanti dinamiche di ricambio generazionale, ma neppure le esclude, vista la quota di circa un terzo delle ditte individuali con titolari di età superiore a 50 anni.

Tabella 6 – Titolari di ditte individuali artigiane per classi di età in provincia di Milano
(anno 2008 – valori assoluti e percentuali)

Classi di età	Valori assoluti	Pesi %
n.c.	7	0,0
< 18 anni	1	0,0
da 18 a 29 anni	3.745	6,6
da 30 a 49 anni	33.787	59,4
da 50 a 69 anni	17.997	31,6
≥ 70 anni	1.357	2,4
Totale	56.894	100,0
Età media	-	45,5

Fonte: elaborazioni Servizio Studi Camera di Commercio di Milano su dati Infocamere.

Quale prima conclusione si può evidenziare come a fine 2008 il comparto artigiano in provincia di Milano sia un aggregato economico minore nell'economia milanese, ma relativamente stabile nei suoi valori globali e con indici di dinamismo superiori a province lombarde che vantano un peso relativo maggiore delle imprese artigiane. Elementi di vivacità e dinamismo sono tuttavia emersi nel 2008, ancora e solo tra le imprese del settore delle costruzioni, da alcuni anni l'unico segmento in fase espansiva. Gli altri settori del comparto sono invece interessati da processi di riorganizzazione; in particolare il manifatturiero e il commercio risultano in ristrutturazione dagli anni precedenti e si distinguono, in negativo, per continuità della contrazione del numero delle imprese. È probabile che a tali difficoltà abbia contribuito la crisi economico-finanziaria in atto.

Considerazioni congiunturali

È ora opportuno considerare, oltre agli elementi strutturali, quelli congiunturali – tanto più che già nel corso del 2008 sono emersi chiari segnali di rallentamento – e appro-

fondire l'incidenza dei processi operati dalla crisi finanziaria globale. Le difficoltà che si sono concentrate sul processo economico e finanziario, e sull'intero sistema produttivo e di servizio europeo e italiano, hanno prodotto effetti negativi su tutto l'artigianato lombardo e milanese.

Se guardiamo all'intera Lombardia, la produzione delle aziende artigiane si è contratta nel 2008¹ del 4,4%, con una perdita, nel solo quarto trimestre, pari a 7,2%. Il tasso di utilizzo degli impianti è sceso nel trimestre al 62,6%, portando la media annua al 67,3%. In flessione anche gli ordini, che hanno perso il 18,3% sul versante interno e il 6,9% su quello estero. Il fatturato, contraendosi, ha perso il 9,8% rispetto all'ultimo trimestre del 2007 e il 5,7% considerando la media annua.

La riduzione dei livelli produttivi riguarda tutte le classi dimensionali, ma il risultato peggiore coinvolge le imprese più piccole (da tre a cinque addetti), per le quali tali livelli si sono contratti del 7,4%. Sempre per questo tipo di imprese, il tasso di utilizzo degli impianti resta al 58%, il fatturato si è ridotto del 10,7% e gli ordini interni del 20%. Inoltre, più sono piccole le imprese meno hanno fatto investimenti nel 2008 e meno ancora prevedono di farne nel corso del 2009.

Nell'anno trascorso nessun settore artigiano della Lombardia è riuscito a evitare una variazione media annua negativa della produzione e i settori più esposti sono risultati quelli della moda (tessile, abbigliamento, pelli-calzature) insieme al resto del manifatturiero. In questi stessi settori, gli investimenti realizzati e quelli previsti rappresentano le quote percentuali minime dell'intero comparto artigiano della Lombardia. Pur riferito alla loro più ampia dimensione regionale, tutto ciò conferma le considerazioni strutturali svolte sull'artigianato milanese: la crisi colpisce in modo particolare il manifatturiero, contribuendo a cambiare le caratteristiche del comparto.

Insieme all'esame dei fondamentali rapporti tra *impresa, ordinativi, produzione e investimenti*, occorre ora svolgere una riflessione sui fenomeni di criticità finanziaria che in periodo di crisi coinvolgono soprattutto le piccole imprese. Essi si articolano secondo il seguente ciclo:

- maggior tempo medio di incasso dei crediti da clienti rispetto ai mesi precedenti;
- maggior tempo medio di pagamento dei debiti verso i fornitori;
- esposizione a eventuale diniego da parte di istituti di credito alla richiesta di finanziamento;
- esposizione a eventuale revoca di importi concessi da istituti bancari e finanziari;
- incremento del ricorso a strumenti di credito al consumo;
- esigenze di ricorso agli ammortizzatori sociali o – per le imprese escluse – ricorso a giorni di chiusura totale straordinaria, con utilizzo forzato di ferie e permessi;
- crescita delle giacenze finali;
- minori ricavi conseguiti con le vendite di fine stagione, promozionali e in stock;
- riduzione del personale addetto all'attività;
- stasi del ciclo di impresa;
- rischio di cessazione dell'impresa.

Da fonte Federfidi Lombardia² i segnali di crisi di liquidità sono evidenziati dall'incremento di domanda di credito, aumentata negli ultimi mesi di circa il 20% con interessi in particolare per fidi e castelletti, ma soprattutto per ottenere liquidità necessaria ad affrontare le spese correnti. Risultano aumentate, inoltre, da parte degli istituti di credito, la selettività verso le domande, la richiesta di maggiori garanzie, il tempo di istruttoria, il numero delle risposte negative e le richieste di rientro. Tutto questo incide negativamente sulle micro imprese, già di per sé scarsamente capitalizzate.

1. Per l'analisi congiunturale si è utilizzata l'Indagine trimestrale – settore artigianato. Quarto trimestre 2008 di fonte Unioncamere Lombardia.

2. Intervento dell'Amministratore delegato di Federfidi Lombardia al convegno "Domande sull'artigianato e qualche risposta per i tempi difficili" organizzato dall'osservatorio economico regionale dell'artigianato il 5 marzo 2009 a Milano.

Dalle difficoltà della crisi al repertorio delle possibili misure

Gli operatori chiedono in genere soluzioni semplici, immediate, facilmente percorribili. Da un sondaggio ISPO³ emerge al riguardo che la crisi finanziaria non lascia tranquilli gli artigiani e i piccoli imprenditori italiani e i timori per il futuro sono evidenti. Rimane tuttavia alta la fiducia che essi conservano nelle potenzialità della propria impresa, purché siano adottate misure idonee a garanzia delle micro e piccole imprese.

Tre le principali questioni rilevate dal sondaggio: le previsioni economiche, la crisi finanziaria, l'accesso al credito. Per oltre la metà del campione (51,8%) nei prossimi mesi la situazione economica italiana peggiorerà e per una significativa parte del campione (un terzo) si potranno avere riflessi anche sull'impresa singola. Tra le preoccupazioni più diffuse tra gli artigiani, pesa in particolar modo l'aumento dei tassi di interesse (73% degli intervistati). Rispetto alla precedente rilevazione ISPO effettuata a giugno 2008, la fiducia verso una ripresa dell'economia italiana a breve termine scende dal 50% (il punto più alto raggiunto da maggio 2007) al 14%; parallelamente, il timore di un peggioramento della situazione balza dal 12% dello stesso periodo all'attuale 54%.

Non stupisce che, in questo scenario, il 60,5% del campione ritenga molto utile l'intervento attivo dello Stato nella crisi finanziaria. Tra gli interventi che gli imprenditori ritengono più efficaci per contenere la crisi, al primo posto (58%) c'è la riduzione del carico fiscale: innanzitutto il taglio delle tasse, ma anche revisione degli studi di settore e fine dei ritardi di pagamento che minano i bilanci delle piccole imprese fornitrici di beni e servizi alla Pubblica Amministrazione.

Si mantiene alta la convinzione che l'adesione a un Consorzio Fidi renda più agevole l'accesso al credito della propria azienda. In altri contesti⁴ viene proposta la figura del *mediatore creditizio*, candidando a tale ruolo Federfidi e i consorzi associati. Un impegno in tale direzione può essere facilitato dalla ripatrimonializzazione dei Confidi con interventi camerali e regionali per permettere di ridurre i costi della garanzia.

Un esempio di intervento straordinario per favorire la liquidità delle imprese, aumentando il livello di garanzie sostenuto dai Confidi di primo e secondo livello, è rappresentato dal programma "confiducia": un piano da oltre 35 milioni di euro varato dalle camere di commercio della Lombardia nel novembre 2008 per rispondere in modo concreto alle difficoltà congiunturali delle piccole imprese lombarde.

Si deve anche incoraggiare e favorire un confronto – il più ampio possibile – tra Confidi, sistema bancario e imprese per affrontare le criticità poste dalla recessione al fine di rendere fluidi i rapporti tra le parti e facilitare l'accesso al credito. L'obiettivo è quello di garantire la trasparenza delle condizioni, la mobilità della domanda e il contrasto a pratiche collusive che penalizzano l'accesso al credito.

Una dimensione non secondaria è anche la stabilizzazione, nel tempo, del costo dell'indebitamento delle imprese lombarde. Servirebbero strumenti agevolativi diretti al consolidamento delle passività e azioni di supporto dell'assicurazione dei crediti.

La priorità è comunque la difesa dei posti di lavoro e la domanda va in questo senso verso soluzioni per nuovi ammortizzatori sociali, comprensivi anche di percorsi di affiancamento, tutoraggio, formazione e riconversione in relazione alle potenzialità dell'imprenditore.

Quale seconda conclusione è possibile? L'artigianato milanese ha presentato nel 2008 segnali sia di dinamismo settoriale sia di ristrutturazione. Come tutto il sistema delle imprese, è stato interessato da forti difficoltà indotte dalla crisi finanziaria internazionale e dovrà adattarsi al nuovo scenario. Dovrà quindi misurarsi con le nuove criticità del rapporto con il credito, con la riduzione degli ordinativi, della produzione e della domanda di servizio.

3. Sondaggio Confartigianato-ISPO su "Crisi: parlano gli artigiani". Confartigianato – 15 novembre 2008.

4. Si veda ancora intervento dell'Amministratore delegato di Federfidi Lombardia.

Dovrà reagire mantenendo un alto grado di fiducia nella propria impresa e decidere di praticare soluzioni eccezionali quali, per esempio, il ricorso al patrimonio familiare, la scelta dell'innovazione, la ricerca del supporto dei confidi, gli accordi consortili, l'impiego della leva della formazione, della ricerca e altro ancora. Sono già state definite e avviate misure di rilancio, altre ancora forse serviranno, purché semplici.

Il post-artigianato

Sarà inoltre necessario che in questo periodo di ristrutturazione l'artigianato si interroghi su come rilanciare il vero tratto costitutivo dell'intero comparto che può essere riassunto nel *far bene*, minuziosamente e creativamente, il proprio lavoro. In un sistema post-industriale come quello milanese l'artigianato può consolidarsi, affrontare ed emergere dalla crisi attuale se riuscirà a diventare, più di quanto sia stato finora, un forte insieme di produttori eccellenti di manufatti e di servizi. Può sembrare un paradosso, ma si dovrà mettere a tema l'evoluzione di una classe artigiana che riesca ad accentuare la dimensione professionale e quasi antropologica del produrre sempre meglio beni materiali e soluzioni di servizio, ponendo attenzione alla loro qualità e al loro miglior processo realizzativo. Si dovrà probabilmente sempre più parlare di *post-artigianato* e sottolineare che, se molte di queste nuove figure sono già presenti nel comparto, almeno una parte dovrà essere costruita *ex novo*. Peraltro non mancano esempi recenti della disponibilità delle imprese artigiane milanesi e lombarde a un nuovo impegno all'insegna dell'imparare a eccellere in tutto il processo di produzione, ma altro ancora dovrà essere fatto.⁵

A conclusione di quanto fin qui analizzato si può ribadire che tutto (la ristrutturazione di breve periodo, la pressione della crisi, l'evoluzione dell'economia milanese) spinge per una nuova forma di artigianato contemporaneo che lavori sui confini convenzionali del comparto e ne faccia emergere il potenziale di innovazione e di talento.

Nell'impegno per un post-artigianato si stanno via via già riconoscendo sia le imprese sia l'intero sistema di supporto alle aziende. Si dovrà tuttavia continuare a essere tutti – singole imprese, associazioni e istituzioni economiche – coinvolti e partecipi.

5. Si veda al riguardo l'iniziativa "BenchArt, il Benchmarking per le imprese artigiane" curata da Unioncamere Lombardia, Regione Lombardia e associazioni di categoria. Vi hanno partecipato 900 imprese artigiane, che sono state seguite da specialisti per migliorare i processi produttivi e i risultati aziendali, confrontandosi e imparando dai successi e dalle migliori soluzioni. L'edizione 2008 ha visto premiate in particolare 47 imprese artigiane che più delle altre hanno espresso volontà di confrontarsi con il tema della crescita basata sulla qualità.

New crafts

di Giuliano Di Caro*

L'artigianato cambia insieme alla società. Così idee nuove si fanno largo grazie all'intuizione dei singoli. Suggerimenti che radicano i *new crafts* nella nostra era e raccontano della capacità di innovazione di cui è capace il territorio lombardo. Dal prototipismo all'artigianato artistico *tout court*, la parola chiave è: *next generation*.

Manualità + digital tech

Innovazione? È il caso di Maurizio Meroni e Costanza Calveti, che nel 2003 si sono inventati il laboratorio di modelli e prototipi "One Off". Giovani, entrambi sotto i quaranta, lei ingegnere lui architetto, amici da anni, l'idea l'hanno avuta in una di quelle chiacchierate spontanee tra amici, in pizzeria o davanti a un drink. I tempi erano per giunta propizi: la "Fabbrica del Vapore", il progetto di un polo produttivo, culturale e artistico cittadino tuttora in fase di realizzazione, offriva allora un bando di concorso per affittare i propri spazi a società emergenti nei campi del design, dell'arte, della comunicazione e della produzione. Emergenti significa, oltre che solide dal punto di vista economico, in grado di portare una ventata di innovazione nei processi del fare, e anzi nella stessa concezione delle aziende nei vari campi.

La cittadella oggi conta una decina di società – dalla galleria d'arte all'impresa sperimentale di comunicazione multimediale – e nel loft ristrutturato di via Luigi Nono dove ha sede "One Off" lavorano dieci dipendenti, senza contare i tirocinanti di architettura e design che si danno il cambio ogni tre mesi: 250 metri quadrati di computer, ampi finestroni, tavoli e scaffali ordinatamente ricolmi di modelli di design e prototipi di progetti architettonici, oltre ai macchinari nel retro. Il punto focale, il cuore dell'avventura, è l'incrocio, l'integrazione di manualità e tecnologie digitali. «Tutte le persone che lavorano qui conoscono alla perfezione cinque o sei complessi software di modellizzazione» spiegano Meroni e Calveti. «Questo significa che i designer possono mandarci direttamente i progetti in 3D via internet e che noi, grazie alla conoscenza dei programmi, siamo in grado di saltare i passaggi del modellista tradizionale e dare indicazioni alle macchine che si occupano, con varie tecniche, di realizzare gli oggetti fisici, poi verniciati in cabina, lucidati, sabbiati o assemblati a mano nel caso di prototipi architettonici più complessi.»

È da idee e luoghi come questo che passa l'ondata del nuovo artigianato. Più facile da raccontare che da imprigionare in una definizione universalmente valida. Una volta era molto più semplice. Da una parola tedesca che significa vigore, forza, venne fuori il concetto di *craft*, con le sue mille sottocategorie ma un collante comune: «un'attività richiedente una capacità e un sapere particolari; specialmente un'arte manuale, un prodotto realizzato a mano», la racconta rassicurante l'Oxford English Dictionary. Ma come la mettiamo, oggi, con il digitale? «Se ci consideriamo artigiani? Certamente, perché la componente manuale ha un peso notevole nel nostro lavoro. Siamo dei modellisti di nuova generazione» spiega Meroni. Per i quali manca forse un nome preciso – artigiani tecnologici? *Digital crafts*? – ma non certo il lavoro. «Siamo credo gli unici in Italia e tra i pochissimi in Europa a realizzare una così stretta integrazione tra gli strumenti digitali e un saper fare tradizionalmente manuale» rilancia Calveti.

Nuove tecnologie significa molte più attività possibili. «Di solito i modellisti sono artigiani molto bravi in una tecnica soltanto. Il passaggio in digitale invece ci permette di gestire quattro macchinari diversi, con una gamma vastissima di procedimenti produttivi e materiali gestibili tutti *in house*, qui nel nostro laboratorio»: dalla macchina a prototipazione rapida, una sorta di stampante tridimensionale che strato dopo strato crea l'oggetto, alla fresatura a controllo numerico che modella per sottrazione di materiale, passando per il taglio laser. «La piattaforma digitale garantisce una precisione assoluta del risultato rispetto al progetto originale. Ma anche una drastica riduzione dei tempi di produzione.» Il che forse conta più a Milano che altrove. «In questa città ci sono oltre 450 studi di design e altrettanti di architettura. In caso di necessità riusciamo a produrre pezzi semplici anche nel giro di un giorno, il che è impensabile per un modellista normale.»

* Giuliano Di Caro – giornalista pubblicista.

“One Off” conta infatti tra i suoi clienti molti degli studi più importanti di Milano, ma non mancano nemmeno dal resto d’Italia e dall’estero. Perché l’avventura imprenditoriale dei due racconta assai bene come innovazione generi innovazione: “One Off” forma con il tirocinio i futuri designer e architetti, organizza quasi una decina di workshop e seminari all’anno e una mostra annuale in occasione del Salone del Mobile. E guarda con speranza verso la rete, nel senso di intreccio virtuoso tra diverse società e competenze. «Noi lo sperimentiamo ogni giorno qui alla “Fabbrica del Vapore”. La vicinanza fisica con professionisti di campi diversi dal nostro arricchisce tutti, porta nuove suggestioni e diversi punti di vista. Anche le reti per allocare in maniera più efficiente e flessibile risorse e capacità produttive sono una bella scommessa per il futuro che stiamo valutando attentamente.»

New crafts city

Nuovi artigiani sono anche coloro che intendono l’arte come un’entità intrecciata, mescolata alla realtà produttiva e urbana della città. Alessio Prestia e Francesco Giozzo, milanesi under 30, hanno fondato anni fa il duo “Biancoshock” che ha base a Peschiera Borromeo. «Siamo partiti con i quadri, ma ben presto abbiamo esteso la nostra attività» spiega Prestia. «Abbiamo capito che oggi il punto non è creare opere tradizionali, ma portare l’arte fuori dai confini della cornice, calarla nella realtà quotidiana: oggetti recuperati, arredi urbani, locali pubblici.»

“Biancoshock” lavora su più fronti. Il recupero artigianale classico di mobili e altri pezzi diventa occasione ludica: comodini restaurati e arricchiti dalle parole d’amore di Neruda per la sua Matilde, sgabelli con *smile* in lacrime e così via. «Ma è fuori che si gioca la nostra sfida. La nostra è una formazione da *street artists*. Per questo abbiamo lavorato spesso con i comuni dell’hinterland milanese per recuperare muri e arredi colpiti da atti vandalici.» I loro interventi riguardano sottopassi ferroviari, scuole, cinema. «Abbiamo dipinto il volto di Massimo Troisi sul muro del cinema omonimo di San Donato e preso parte al progetto pilota di recupero della stazione ferroviaria dello stesso comune. C’è una sorta di rispetto nei confronti dell’opera altrui, firma che di norma viene rispettata e previene altri atti vandalici. Ci è capitato anche di recuperare contenitori pubblici di pile e altro materiale completamente fatiscenti. L’arte deve rendere bella la città, anche nei suoi oggetti più quotidiani e dunque maggiormente esposti.» Una sensibilità che va diffusa. «Ecco perché lavoriamo anche con le scuole. Nella scuola di musica “G. Prina” abbiamo tenuto corsi di sensibilizzazione artistica. Prima la teoria, poi la pratica, coinvolgendo i ragazzi direttamente nella realizzazione concreta dell’opera.» E oggi sul muro dell’istituto, un tempo pieno di scarabocchi, campeggia il faccione di Louis Armstrong.

I nuovi artigiani sono anche coloro che scovano nuove modalità di intreccio tra logiche artistiche ed economiche. «In questo momento ci stiamo muovendo sul versante dello *street marketing*. Una forma di marketing che avviene in strada, a contatto con le persone, creando interazione tra il pubblico, una campagna pubblicitaria e l’evento associato: declinare cioè le installazioni artistiche come un qualcosa che abbia un’accezione pubblicitaria, per far emergere il brand. Proponiamo e offriamo supporti artistici alle aziende da portare in strada, direttamente verso il potenziale cliente. Pensiamo all’azienda e immaginiamo un contenuto artistico customizzato, proprio come i nostri interventi su mobili o oggetti di design, cioè su misura per quell’azienda specifica.»

