



Artistico e Tradizionale



Piano *delle* Attività 2010-2012

PREMESSA

L'Unione CNA Artistico e Tradizionale comprende le imprese dei settori della lavorazione metalli e pietre preziose, ceramica, restauro beni culturali mobili, ferro battuto, strumenti musicali tradizionali, attività connesse.

In quanto istanza di aggregazione della Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa e del sistema CNA, l'Unione Artistico e Tradizionale è attiva in tutte le regioni italiane ed opera in stretto raccordo con le Associazioni territoriali della Confederazione.

A queste, infatti, sono diretti gli impulsi delle politiche nazionali di settore ed offerti spazi di partecipazione a progetti specifici, idonei a favorire lo sviluppo di imprese e di mestieri d'arte e di tradizione, in armonia con l'ambiente economico e culturale in cui hanno il naturale radicamento.

Un piano di attività si presenta necessario per intraprendere percorsi mirati, rispettando degli indirizzi stabiliti al fine di raggiungere obiettivi condivisi che meglio possano soddisfare le esigenze delle imprese e della categoria tutta.

La condivisione di detti obiettivi e indirizzi è utile per meglio interagire con i differenti territori e le diverse esigenze di comparto e di impresa nell'interesse di coloro i quali rientrano nell'Unione.

Maggiori stimoli e proposte possono implementare un quadro di attività completo ed esaustivo, la realizzazione del quale può portare ad un più alto soddisfacimento di bisogni, ad un maggior sviluppo delle imprese, della categoria e del territorio oltre che ad un miglior rapporto e legame con la Confederazione.

Considerata la presenza all'interno dell'Unione di differenti comparti di varia estrazione, dovrà esser forte la collaborazione con i coordinamenti dei singoli comparti al fine di stabilire gli indirizzi da seguire e le attività da mettere in campo per il raggiungimento dei risultati preposti.

Questo piano è realizzato in maniera modificabile e modulabile per venire incontro alle attività ed alle esigenze dei singoli territori ed al fine di divenire uno strumento utilizzabile da parte di ciascuna struttura. Fornirà degli obiettivi generali da condividere, degli indirizzi generali dell'Unione stessa e degli indirizzi specifici per i singoli comparti.

INTRODUZIONE

Dato il periodo che stiamo vivendo, appaiono utili alcune brevi considerazioni sulla crisi economico-finanziaria, ma sarebbe meglio dire strutturale, che affligge l'intero "sistema occidentale" ed in maniera più intensa il nostro paese.

In Italia lo sviluppo del PIL ha sempre seguito un ritmo lento e più o meno costante e l'errore principale fatto negli anni è quello di considerare che tale crescita potesse essere duratura, non si è quindi adottata alcuna policy concreta per spingere maggiormente sulla crescita bloccando in tal modo l'economia. Come se il ciclo economico non dovesse mai cambiare.

Da un punto di vista qualitativo, la struttura industriale ha mostrato nel tempo numerosi sintomi di scarsa competitività, non presi in considerazione. I distretti hanno presentato e presentano una sovrabbondanza di offerta e purtroppo una sovrapposizione di prodotti. Le politiche del lavoro hanno perso la grande occasione di modernizzarsi negli anni dello sviluppo e così ci si ritrova con un sistema antico ed obsoleto retto soprattutto dal sistema delle piccole e piccolissime imprese e che irrorano il sistema fiscale e non ottengono i giusti livelli di riconoscimento pur fornendo al momento competenze sicuramente elevate. Si può poi notare come il ricambio generazionale resta fermo e anzi si verificano spesso casi di arretramento di competenze. L'innovazione poi è ferma e comunque a macchia di leopardo e non mostra grandi sfondamenti nemmeno nei nuovi settori a maggiore valore aggiunto e con maggiore necessità di apporto tecnologico.

Il nostro sistema ha bisogno di riposizionarsi verso l'alto, ha necessità di surrogare la competitività di prezzo con la capacità di produrre valore aggiunto. Deve quindi individuare quella via alta dello sviluppo di cui si è sempre discusso negli ultimi anni: sostenere una domanda e riposizionare la produzione, non entrando in concorrenza con sistemi produttivi emergenti ma puntando soprattutto al "saper fare", al nostro "made in Italy".

L'artigianato artistico in questo può rappresentare la chiave di volta, il settore su cui puntare per il rilancio della nostra economia, per il riassetto e la riorganizzazione dell'economia dei territori.

L'ARTIGIANATO ARTISTICO

La creatività artigianale è la prima manifestazione che ha accompagnato la comparsa dell'umanità.

Prima ancora di ogni altra forma evolutiva, organizzativa e produttiva, l'*oggetto artigianale* ha costituito la prima testimonianza identitaria della presenza della vita. Pertanto, gli oggetti dell'artigianato artistico e tradizionale vanno considerati opere dei popoli, recanti un messaggio spirituale e culturale, nonché testimonianze delle tradizioni e della creatività da trasmettere alle prossime generazioni.

I valori di cui l'artigianato artistico si fa portatore possono esser così riassunti:

- **Valore economico.** L'Artigianato Artistico rappresenta, oltre che un patrimonio culturale, una risorsa economica e produttiva fondamentale: un tessuto produttivo diffuso costituito da microimprese, da laboratori e da piccole e medie imprese fortemente radicate nei territori di appartenenza, il cui valore economico non è trascurabile all'interno del valore prodotto dai settori manifatturieri.
- **Valore culturale.** L'Artigianato Artistico costituisce un patrimonio culturale unico che caratterizza le società nelle sue diverse epoche di sviluppo. Le imprese artigiane sono il frutto di una tradizione artistica e produttiva secolare, depositarie di conoscenze materiali e immateriali, radicate nei territori di appartenenza e difficilmente replicabili altrove. Allo stesso modo sono portatrici di valori culturali "universali" in quanto produzioni attente al design, al progetto, alla storia, che entrano spesso in rapporto con settori culturali molto diversi tra loro.
- **Valore sociale.** L'Artigianato Artistico è portatore di un "valore sociale" che il settore crea attraverso l'interazione con i soggetti economici e sociali del tessuto territoriale, con la collettività e con l'ambiente circostante. L'Artigianato Artistico presume infatti un forte radicamento nel territorio di riferimento, è parte integrante della cultura e influenza il tessuto sociale. In quest'ottica si può inquadrare il tema della trasmissione dei mestieri d'arte: infatti, oltre che per la salvaguardia delle tradizioni e del saper fare, tale trasmissione è fondamentale per la tutela del tessuto sociale dei territori. L'artigianato è infatti una forma di occupazione diffusa che alimenta l'economia locale e le piccole produzioni e che crea occupazione, stabilità sociale, e possibilità di sviluppo futuro. Molti territori sono caratterizzati da produzioni di antica tradizione a rischio di estinzione a causa della mancanza di ricambio generazionale. L'artigianato artistico è inoltre il primo volano di uno sviluppo economico sostenibile anche in aree di sottosviluppo e/o di degrado.

IL PIANO DELLE ATTIVITÀ

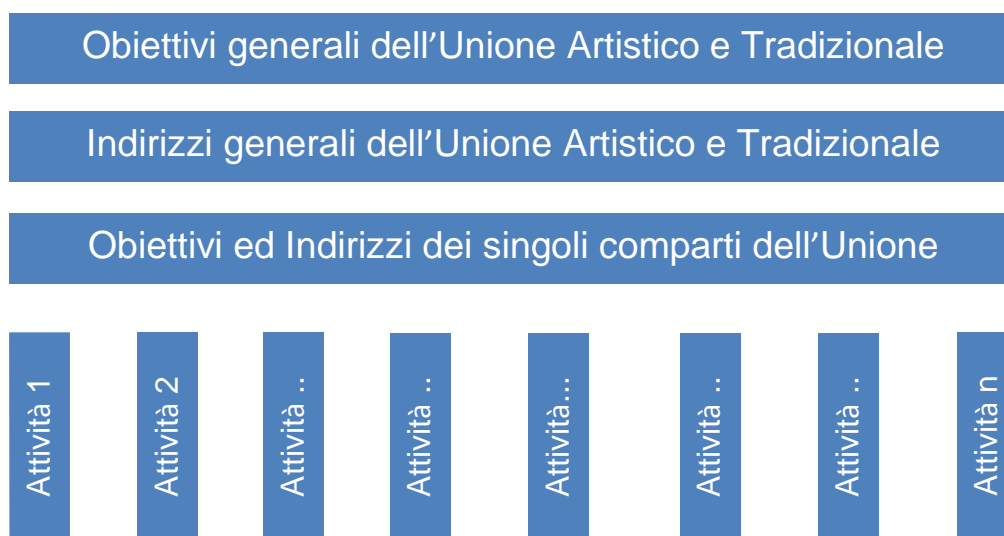
La necessità di avere uno strumento di pianificazione trova fondamento sulla complessità del lavoro che viene svolto nella rappresentanza di interessi afferenti a categorie diverse che possiedono necessità e bisogni a volte differenti ma che si trovano a dialogare all'interno dell'Unione Artistico e Tradizionale.

In termini generali la pianificazione è il processo con il quale, dato un sistema sociale, si stabilisce uno stato futuro attraverso degli obiettivi, si individuano le azioni per conseguirlo e le risorse per mettere in atto queste azioni.

Gli obiettivi, a loro volta, possono essere definiti come risultati futuri, misurabili, che si prevede di conseguire entro un determinato tempo (il loro orizzonte temporale) che è sempre difficile da stabilire in un'organizzazione complessa come può esser CNA.

Il sistema di pianificazione è normalmente connesso al sistema di controllo di gestione, che nel caso della nostra organizzazione è rappresentato dalle reazioni che le singole organizzazioni territoriali possono dimostrare o delle singole imprese che, oltre alle riflessioni ed agli spunti, possono sviluppare un'azione di critica sull'operato poiché non riesce bene a rappresentarli evidenziando così gli scostamenti tra gli obiettivi ed i risultati delle attività sviluppate.

E' utile quindi avere un riferimento da cui si riesca ad evincere gli obiettivi e le modalità utilizzate per raggiungerli. Il piano sarà organizzato secondo lo schema qui sotto presentato:



Sarà possibile, da parte di ogni singola struttura, inserire singole attività attinenti alle aree stabilite e rendere così lo stesso più legato alla propria realtà territoriale. Le attività inserite all'interno di questo strumento, saranno condivise da tutti i territori e quindi rese pubbliche al fine di rendere più agevole il processo di trasferimento dell'innovazione interno al nostro sistema. Tale possibilità può avviare il cosiddetto processo emulativo, consentendo in altre realtà il trasferimento di attività già programmate e adeguato ad un unico filo conduttore rappresentato dagli obiettivi e indirizzi generali dell'Unione.

OBIETTIVI GENERALI

Prima di fornire una definizione di quelli che potrebbero rappresentare gli obiettivi che l'Unione CNA Artistico e Tradizionale intende perseguire nei prossimi due anni, appare utile definire degli assiomi, dei principi generali afferenti al mondo delle imprese con lo specifico riferimento ai comparti interessati.

Tali assiomi devono rappresentare il simbolo di come si ha intenzione di sviluppare tale lavoro, i binari sui quali far muovere una macchina complessa verso una direzione condivisa. Tutto può trovare fondamento attorno al termine sapere che rappresenta sicuramente nel migliore dei modi il concetto attorno al quale ruota l'impresa e sulle cui basi è stata creata la stessa e che può esser configurato con tre diverse accezioni:

- Saper creare
- Saper fare
- Saper innovare

Ciò definisce il fondamento, il punto di partenza per la definizione di obiettivi e la descrizione di possibili percorsi e rappresenta il sunto dell'esser artigiano o del fare impresa in Italia.

Un elenco di obiettivi generali che possano rappresentare la direzione verso la quale l'Unione deve procedere va condiviso con tutte le strutture territoriali e comunque rappresenta semplicemente un contenitore che tenti di dare una risposta il più chiaro possibile riguardo gli intenti dell'Organizzazione stessa.

- Fornire la migliore rappresentanza sindacale provando ad interpretare nel migliore dei modi i bisogni e le necessità del mondo imprenditoriale, cercando di valorizzare i prodotti e l'operato delle imprese, interpretando il mercato ed i processi di internazionalizzazione e tentando di sviluppare il settore ed il suo legame con il territorio;
- Comunicare le attività di interesse delle imprese alle imprese, riuscire a fare rete attraverso scambi di progettualità ed iniziative, supportare le aziende nella promozione di prodotti e processi e sostenerle nell'internazionalizzazione, rendere più semplici gli scambi informativi attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie ed elaborare sistemi di comunicazione interna/esterna;
- Rispondere alle esigenze di innovazione del settore e delle imprese, garantire processi formativi per gli operatori del settore, qualificare e tutelare i mestieri in via d'estinzione, garantire un'efficace trasmissione d'impresa o passaggio generazionale, intensificare scambi con il mondo accademico e coinvolgere il mondo della scuola nel processo di crescita produttiva.

INDIRIZZI GENERALI

Gli indirizzi forniti dal presente piano sono esplicativi di come è possibile sviluppare le attività e possono essere ampliati o modificati. Avendo gli assiomi e la direzione verso cui procedere, gli indirizzi forniscono un'idea della via da seguire per raggiungere degli obiettivi e possono essere declinati in tre macroaree:



Rappresentanza sindacale



Comunicazione e Promozione



Innovazione e formazione

Rappresentanza sindacale

Formulare le strategie per il settore artigiano, riconoscendo la centralità del mercato in un sistema economico moderno dove si affermano qualità, identità, valori dell'imprenditorialità artigiana in una moderna cultura del saper fare.

Rappresentatività professionalità e dinamismo distinguono CNA nella rappresentanza delle imprese, permettendole di far crescere in Italia e in Europa il ruolo fondamentale esplicito dall'artigianato, rendendo l'impresa artigiana sempre più interlocutrice del sistema produttivo avanzato e della società, le cui dinamiche sono in continua evoluzione.

Essere risposta alle effettive esigenze mostrate dai propri iscritti è la missione che ogni giorno l'Unione deve porsi e la soddisfazione di detti bisogni è l'obiettivo che è necessario raggiungere.

CNA Artistico contribuirà con tutti i suoi mezzi a dare forza al nuovo soggetto politico denominato "R.eTe. Imprese Italia" cercando di porsi, nei settori rappresentati, come riferimento rintracciando gli equilibri ed esprimendo le proprie identità.

Comunicazione e promozione

E' necessario svolgere una forte azione di comunicazione e di promozione del settore, non chiaramente percepibile dal consumatore finale, per aumentare l'appeal dell'artigianato artistico, accrescere la conoscenza dell'esistenza di veri e propri distretti delle produzioni artistiche, ossia di luoghi, di territori che sono storicamente sede di produzioni ad alto valore aggiunto, sia formale che culturale.

Sarà compito dell'Unione provare a "svecchiare" l'immagine dell'artigianato artistico, avviare importanti relazioni per la promozione del settore e della sua immagine, reso noto l'effettivo stretto rapporto tra artigianato artistico e arte.

Sono necessari inoltre progetti per favorire la promozione e l'internazionalizzazione dell'artigianato artistico a supporto della commercializzazione. Trasmettere non soltanto i prodotti ma uno stile di vita che sta alla base della manifattura "Made in Italy".

Un elemento importante da non sottovalutare risulta il turismo poiché l'artigianato artistico può svolgere un ruolo importante come attrattore turistico in un'ottica di valorizzazione e sviluppo.

Innovazione e formazione

L'innovazione è un elemento basilare anche per questo settore e sarà importante farsi portatori di una concezione durevole di tale elemento.

Non soltanto innovare prodotti o tecnologie ma anche processi organizzativi e cognitivi, un'innovazione strategico-organizzativa che punti sulla collaborazione tra imprese e tra territori per uno sviluppo congiunto e sistemico.

Sono crescenti e di diverso tipo i bisogni di formazione che vanno studiati e raccolti per poter rispondere con modelli formativi atti a far crescere il settore e sempre meglio qualificare il lavoro artigiano.

Importante intensificare i collegamenti con il mondo accademico e parallelamente con il mondo scolastico per avvalorare l'artigianato artistico e creare dei percorsi facilitativi di accesso alla professione.

ATTIVITÀ

Le attività dell'Unione si svilupperanno seguendo un doppio canale:

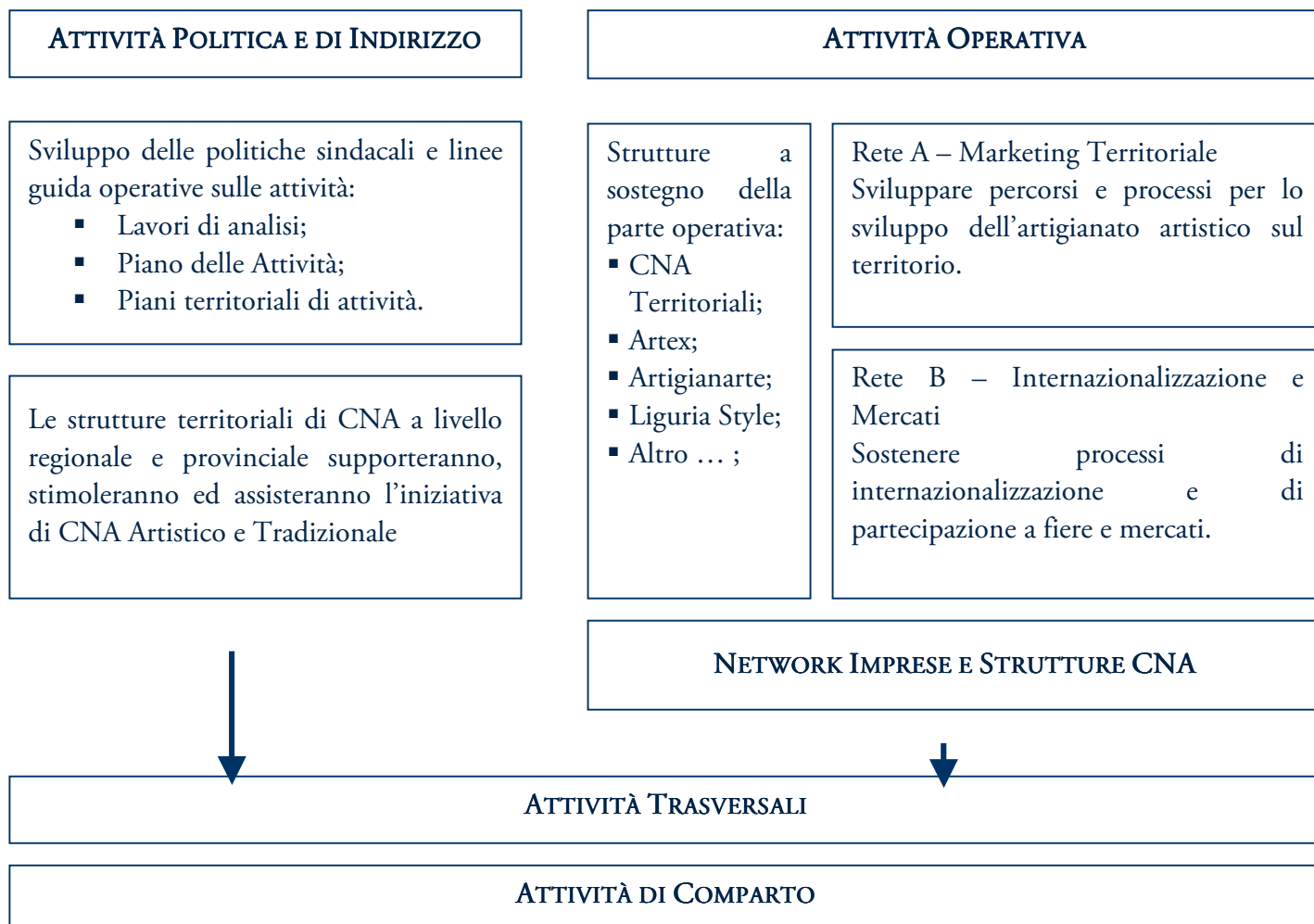
- Politico-sindacale e di indirizzo;
- Operativo a supporto del territorio e delle imprese;

Il primo vedrà l'impegno dell'Unione nello sviluppare politiche a sostegno delle necessità delle imprese e analisi a lungo termine dei mercati al fine di meglio rispondere ad un'esigenza di programmazione necessaria nello svolgimento dei lavori.

Il secondo canale proverà ad attuare le politiche e gli indirizzi in maniera operativa con il supporto e sostegno delle sedi territoriali e delle strutture via via sorte a servizio delle imprese e della promozione e commercializzazione dei prodotti dell'artigianato artistico in Italia e all'estero.

A loro volta le attività si distingueranno in **Attività Trasversali**, inerenti le iniziative che coinvolgono più comparti dell'Unione e le politiche in generale, ed **Attività di Comparto**, espressamente sviluppate per gli interessi delle imprese appartenenti ad uno specifico comparto.

Grafico di funzionamento dell'Unione



ATTIVITÀ TRASVERSALI

Aggregazioni d'impresa

Appare essenziale in questa situazione di crisi, affrontando la correlazione tra artigianato artistico e territorio, trattare il tema delle aggregazioni d'impresa. Aggregare per crescere - via effettiva di sviluppo - fare rete non soltanto per coprire fasi di produzione ma anche per meglio posizionare i propri prodotti, aggredire altri mercati, creare dei cluster di prodotti legati a territori conosciuti per attivare quel duplice effetto di sviluppo di impresa e di territorio.

CNA Artistico e Tradizionale si impegnerà ad informare circa le varie opportunità di aggregazione e gli strumenti utili a tal fine.

Inoltre l'Unione sosterrà la parallela costituzione, rifacendosi alla neo forma giuridica di contratto di rete, di due forme aggregative: una finalizzata allo sviluppo di attività di marketing territoriale e l'altra per semplificare la partecipazione a mostre e fiere in Italia ed all'estero.

L'obiettivo è quello di creare un importante network d'artigianato artistico che riesca a rispondere nel migliore dei modi ai processi evolutivi dei mercati e che spinga su iniziative di sviluppo territoriale.

ATTIVITÀ

A	Elaborazione documentazione di supporto alle aggregazioni di impresa Collaborazioni: Ufficio Nazionale CNA Reti e Mercato e CNA Interpreta
B	Elaborazione documento di stimolo all'aggregazione Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali
C	Spinta alla creazione di due reti di carattere nazionale e di reti a rilevanza territoriale Collaborazioni: Artex, Artigianarte, Liguria Style e altro
D	Analisi delle potenzialità che le aggregazioni possono fornire in seno a specifici mercati Collaborazioni: Strutture camerali e centri di ricerca

Business Transmission - Trasmissione d'impresa

Servono iniziative per sostenere il sistema produttivo artigiano imprimendo una inversione di tendenza e stimolando i giovani a coprire il fabbisogno di lavoro esistente nei "mestieri d'arte" intervenendo anche sul sistema scolastico per far sì che questo sia finalizzato ad orientare i giovani verso questo settore.

Infatti, il Governo ha dimostrato attenzione rispetto alla tutela e alla valorizzazione del Made in Italy promuovendo importanti norme prima con l'articolo 15 («Tutela penale dei diritti di proprietà intellettuale») della legge n. 99 del 2009 e poi soprattutto, con l'articolo 16 della legge n. 166 del 2009 che definisce il Made in Italy e mette a punto una legislazione più rigida per prevenire il fenomeno della contraffazione dei prodotti italiani di qualità.

Adesso è indispensabile tutelare il processo produttivo che sta alla base dei prodotti Made in Italy assicurandone la continuità poiché un certo tipo di cultura dominante ha diffuso l'idea che, per la maggior parte dei giovani italiani, sentir parlare di un "mestiere" equivalga all'idea di una professionalità poco allettante e di basso livello con il risultato paradossale che in Italia, Paese invidiato nel mondo per le sue produzioni artigiane, della moda ed enogastronomiche di qualità, vi sono 30mila posti di lavoro non coperti nel settore dei "mestieri d'arte".

Oggi vi è quindi, nel nostro Paese, il rischio di vedere disperso uno straordinario patrimonio di conoscenze e tradizioni che i maestri artigiani non riescono più a trasmettere alle giovani generazioni.

E' importante allora avviare progetti di integrazione scuola-lavoro, progetti che nascano tra le istituzioni del territorio, le associazioni di rappresentanza degli interessi delle imprese, il mondo della scuola a tutti i livelli e quelle imprese che hanno la sensibilità e la maturità di comprendere l'importanza del legame con il proprio territorio.

L'artigianato artistico in questo può svolgere un ruolo di traino, per l'attrazione visiva e di contenuto che riesce a fornire.

ATTIVITÀ

A	Raccolta best practice e disponibilità alla trasmissione d'impresa Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali
B	Individuazione case studies ove sviluppare un programma di trasmissione Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali
C	Elaborazione progetto di Business Transmission Collaborazioni: CNA Giovani Imprenditori – CNA Pensionati
D	Sviluppare una fase di sperimentazione del progetto di Business Transmission o analizzare programmi già avviati e/o conclusi Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali

Promozione ed Internazionalizzazione

È necessario svolgere una forte azione di comunicazione e di promozione del settore, che non è chiaramente percepibile dal consumatore finale. I prodotti artistici di alto livello rientrano invece a pieno titolo nella categoria di un lusso “colto”, concettuale, attento a valori non soltanto estetici e di brand. Allo stesso modo è poco diffusa la conoscenza dell’esistenza di veri e propri “distretti” delle produzioni artistiche, ossia di luoghi, di territori che sono storicamente sede di produzioni ad alto valore aggiunto, sia formale sia culturale. Infine, il mondo dell’artigianato artistico ha scarso appeal, così come presentato attualmente, rispetto alle giovani generazioni il che comporta il problema della trasmissione di impresa. L’immagine dell’artigianato deve quindi essere “svecchiata” e diffusa presso più ampi strati della popolazione: ovviamente dovranno essere studiati vari messaggi, in funzione delle varie “anime” dell’artigianato artistico.

La promozione deve passare per i canali principali fornendo ai nostri associati tutte le informazioni possibili e rilevanti in merito al panorama di mostre e fiere presenti nel nostro paese ma soprattutto nei circuiti esteri provando a filtrare le iniziative più interessanti e proponendo un supporto a livello economico (attraverso l’ICE ed il sistema camerale) ed organizzativo (attraverso punti di riferimento in quei territori di maggiore interesse).

L’artigianato artistico necessita di progetti specifici per favorirne l’internazionalizzazione e per supportarne la commercializzazione. Attraverso l’artigianato artistico, i processi di internazionalizzazione spingono non soltanto i prodotti, ma anche uno stile di vita e una filosofia e un’etica della produzione: per questi motivi l’artigianato artistico è l’ambasciatore per eccellenza del “Made in Italy”. I processi di internazionalizzazione e commercializzazione dovrebbero seguire 3 principali linee di indirizzo:

- a. Partecipazione a fiere e saloni. Verrà stabilito un circuito di manifestazioni commerciali, destinate a operatori professionisti e/o al grande pubblico, definito di concerto con le strutture operanti nel settore e con le CNA Regionali e Provinciali, destinate alla commercializzazione dei prodotti dell’artigianato artistico. Quattro/cinque iniziative di rilevante interesse ed importanza sulle quali puntare in maniera maggiore attraverso accordi e promozione.
- b. Negozi specializzati e/o gallerie. È opportuno individuare e/o creare reti di negozi specializzati nella vendita dell’artigianato artistico in Italia ma soprattutto all’estero.
- c. Iniziative di co-promotion con GDO (Grande Distribuzione Organizzata) e rapporti con circuiti commerciali – Progetto Smartbox® ed altro.

ATTIVITÀ

A	Individuazione del quadro di fiere, mostre e saloni sui quali puntare Collaborazioni: Strutture operative, CNA Regionali e Provinciali
B	Raccolta di buone pratiche, contatti e riferimenti di negozi specializzati e/o gallerie per la realizzazione di una rete informale con punti di riferimento in Italia e all’estero Collaborazioni: Strutture operative, CNA Regionali e Provinciali
C	Individuazione iniziative commerciali e avvio accordi con Enti e strutture (Accordo di settore ICE) Collaborazioni: Strutture operative, CNA Regionali e Provinciali
D	Proseguimento iniziativa Smartbox con elaborazione cofanetto dedicato all’Artigianato artistico Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali

Città dell'artigianato

Interessante appare il progetto presentato a Roma da CNA, Camera di Commercio, Comune di Roma, Unicredit, Università Luiss, Rai ed altri e che riguarda proprio l'Artigianato del XXI Secolo. Un gruppo di iniziative integrate, e facilmente replicabili in altri ambiti territoriali, che forniscano un supporto più efficace all'innovazione delle imprese artigiane tramite design, modelli di business, nuovi materiali, web marketing e che si concludono con la creazione di un luogo che diventi, in questo caso nella capitale, un punto di riferimento nazionale e l'emblema di un settore in trasformazione. Tale luogo, denominato "*città dell'artigianato*" rappresenterà un centro permanente di valorizzazione dell'artigianato artistico in primis e di tutti i territori che nell'artigianato fondano il proprio sviluppo territoriale.

L'obiettivo è quello di creare un contenitore di iniziative che sul territorio hanno visibilità e sono remunerative per le imprese al fine di organizzare un'unica gestione mediatica degli eventi senza intaccare la visibilità territoriale ma donando una maggiore qualificazione informativa.

ATTIVITÀ

A	Partecipazione alla costruzione dell'iniziativa Collaborazioni: CNA Roma e CNA Regionali e Provinciali
B	Elaborazione di un contenitore/database di iniziative di promozione territoriale Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali
C	Individuazione case studies e buone pratiche da riportare all'interno del contenitore Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali
D	Elaborare intese con il circuito camerale al fine di una programmazione condivisa delle iniziative Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali – Circuito Camerale

Circuito museale

Il rapporto tra artigianato artistico e musei e/o circuiti museali rappresenta un'altra faccia di quello strettissimo legame tra artigianato artistico e cultura – intesa in senso ampio – del territorio di produzione e di appartenenza. Per questo motivo il sistema museale si prefigura come un partner importante nello sviluppo e nella valorizzazione dell'artigianato artistico, attraverso due principali linee di azione:

- a. Artigianato artistico e bookshop museali. È auspicabile la produzione e la commercializzazione di oggetti ispirati al patrimonio artistico, con il proposito di sviluppare un collegamento tra artigianato e arte e di concorrere a sovvertire la logica del “souvenir”, proponendo con prodotti di qualità, un'inusuale chiave di lettura dell'opera d'arte stessa.
- b. Mostre temporanee collegate a musei. Gli spazi accessori e/o limitrofi alle istituzioni museali possono connotarsi come luogo deputato all'organizzazione di mostre temporanee – personali e/o collettive – dedicate alle eccellenze dell'artigianato artistico e tradizionale, contribuendo a connotare alcune produzioni come le moderne arti decorative. Dovranno essere sviluppate l'organizzazione e la co-organizzazione di mostre dedicate all'artigianato artistico in partenariato con i musei di riferimento.

ATTIVITÀ

A	Individuazione musei di particolare interesse culturale e di riferimento per il circuito d'artigianato d'arte che rappresentiamo Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali – Strutture operative
B	Individuare possibili forme di intesa per la realizzazione di brevi mostre (personali-collettive) di artisti artigiani e workshop di approfondimento presso gli istituti museali Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali – Strutture operative
C	Organizzare una serie di workshop di approfondimento di alcune tematiche legate all'artigianato d'arte in altrettanti musei di riferimento provinciale o regionale Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali – Strutture operative
D	Organizzare un workshop nazionale, a concludere la serie di iniziative, sulle evoluzioni dell'artigianato d'arte in uno dei principali musei italiani (ad esempio Palazzo delle Esposizioni a Roma) Collaborazioni: Strutture operative

Marketing territoriale e linee nazionali

L'artigianato artistico è da sempre legato al territorio ed appare, oggi ancor di più, necessario recuperare questo rapporto ed avviare importanti sinergie al fine di creare reciproci vantaggi.

E' utile discostarsi da un'ottica industrialista che ha prevalso nei precedenti decenni sviluppando anche il turismo verso certe direzioni. Negli ultimi anni c'è un forte recupero delle tradizioni e l'attrazione dei singoli territori passa per la valorizzazione di culture fondanti anche l'economia locale.

Un binomio turismo-artigianato d'arte fa sì che si creino le migliori condizioni per uno sviluppo sostenibile, competitivo e compatibile con i criteri di organizzazione dei territori e di rispetto della cultura e dell'ambiente Italia.

Appare quindi necessaria la creazione di cluster di prodotti che integrino produzioni di differente tipo: turistico – moda – alimentare - artigianato artistico.

L'interazione tra differenti attori economici può rappresentare una via di sviluppo importante per tutti quei territori che fondano la loro economia nelle PMI e nella relativa produzione.

Creare percorsi di attrazione fondati sulle esperienze e tipicità dei territori, le cosiddette "Vie dell'artigianato d'arte" possono rappresentare un connubio importante per il riposizionamento dei prodotti in contesti ai quali gli stessi appartengono.

"Botteghe aperte", iniziativa fortemente voluta da CNA e sulla quale stiamo lavorando di concerto al sistema camerale, vuole proprio rappresentare il coronamento di un'idea di sviluppo mediatico del settore e di avvicinamento del nostro mondo a quello turistico. L'attenzione che i media riusciranno a fornire a questa iniziativa sarà la chiave di volta che assegnerà all'artigianato artistico il ruolo importante di settore traino per l'uscita dalla crisi ed il rilancio dei territori.

ATTIVITÀ

A	Elaborazione di un contenitore/database di iniziative di promozione territoriale Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali
B	Elaborazione proposta progettuale di "Botteghe aperte" e presentazione Unioncamere Collaborazioni: Circuito camerale - CNA Regionali e Provinciali
C	Collaborazione con i singoli distretti produttivi per avviare progetti integrati territorio-imprese del tipo "Vie della ceramica", "Vie dell'oro", etc. Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali – Strutture operative

Formazione ed Apprendistato

E' obiettivo dell'Unione avviare rapporti a livello nazionale, e si auspica anche territoriale, con Università, Istituti di Istruzione Secondaria, Enti di Ricerca e Centri di Formazione al fine di sviluppare percorsi formativi che riescano ad avvicinare ed a formare nuove figure che possano supportare la crescita delle imprese del settore.

Sarebbe necessario costruire una Storia dell'Artigianato Artistico a livello nazionale e internazionale, visto anche nel suo rapporto con l'evolversi e con la storia delle arti maggiori: si rileva infatti la necessità di introdurre Corsi di Storia dell'Artigianato Artistico a tutti i livelli di formazione. Ciò permetterebbe di rafforzare lo spazio culturale europeo e la creatività che sono necessari per favorire l'affermazione di una identità comune europea nell'artigianato artistico.

L'idea è quella di creare una sorta di Master/Scuola Virtuale con differenti indirizzi che possa sfociare in apprendistato all'interno delle imprese. L'obiettivo non è soltanto quello di creare occupazione e rilanciare un settore che risulta carente a livello di imprese formative ma è soprattutto quello di sviluppare ed accrescere nuove competenze che possano supportare gli imprenditori nell'intercettare nuovi mercati o nell'acquisire nuove tecniche di lavorazione.

Sarà fondamentale, in questa attività, l'apporto degli imprenditori nella definizione di un quadro di fabbisogni formativi che possa essere anche utilizzato per meglio definire eventuali percorsi formativi rivolti alle imprese.

La creazione quindi, in collaborazione con Università, centri di ricerca, enti di formazione del sistema e le stesse imprese, di percorsi formativi su tre livelli specifici:

- A livello generale – Percorsi di storia dell'artigianato artistico e contestualizzazione territoriale;
- A livello di comparto – Percorsi di approfondimento dei singoli prodotti elaborati nei vari comparti;
- A livello tecnico-specifico – Percorsi di approfondimento di tecniche specifiche tradizionali e/o innovative.

In seguito allo svolgimento di percorsi formativi di questo tipo, gli utenti potranno usufruire di forme di apprendistato in azienda per meglio metter in pratica quanto appreso dando così vita a vere e proprie iniziative di "Bottega-scuola". Il complesso di iniziative sarà inserito all'interno di un quadro di percorsi e collaborazioni a livello nazionale mantenendo saldi i rapporti con i singoli territori ma creando mobilità ed interesse a livello nazionale. Tale quadro diventerebbe una sorta di "Scuola Virtuale dell'Artigianato Artistico" che potrebbe assumere in breve tempo valore di crescita per le imprese e di mantenimento di cultura ed importanti tradizioni.

ATTIVITÀ

A	Ricerca ed avvio di collaborazioni con Università, Centri di ricerca, Enti di Formazione, etc. Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali
B	Elaborazione dei percorsi formativi rivolti agli imprenditori Collaborazioni: Enti di Formazione del sistema, Centri di Ricerca, Università
C	Elaborazione dei percorsi formativi rivolti alla scuola/apprendisti Collaborazioni: Enti di Formazione del sistema, Centri di Ricerca, Università
D	Sviluppare un progetto di master/scuola virtuale Collaborazioni: Enti di Formazione del sistema, Centri di Ricerca, Università

Posizionamento mediatico, webTV e commercio elettronico

In merito al posizionamento mediatico, è importante cavalcare i cosiddetti “new media” attraverso un miglior posizionamento internet delle aziende e dei territori ed è necessario assumere un impegno a diffondere maggiormente informazione spingendo le imprese ad avviare siti web o collaborazioni commerciali via web.

L’obiettivo principe è quello di ragionare come rete di reti: mettere a sistema buone pratiche territoriali e porli in evidenza a livello nazionale al fine di scambiare esperienze ed avviare collaborazioni.

Rintracciare possibili collaborazioni con società di servizi informatici per ottenere agevolazioni nella costruzione di siti web per le aziende. Inoltre sarebbe utile avviare a livello nazionale rapporti con reti di commercio elettronico come ad esempio quelli di “province shopping” (es. www.emiliaromagnashopping.it)

Realizzare poi una web-tv caratterizzata da esperienze laboratoriali di nostri artigiani è un altro di quegli asset fondamentali da percorrere per conciliare lo sviluppo futuro innovativo e tecnologico con la tradizione del sapere, del saper fare e dell’arte rappresentata dall’artigianato artistico.

Una raccolta di elaborati video che mettono in luce le abilità del mondo artigiano e promuovano i prodotti e le imprese in un formato differente ed alternativo. Una sorta di “ArtigianaTV” ove rintracciare imprese sul territorio, eventi di rilievo e approfondimenti culturali.

ATTIVITÀ

A	Elaborare un progetto di portale web con webtv annessa Collaborazioni: Strutture tecniche
B	Individuare società con cui avviare collaborazioni su siti web e commercio elettronico Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali
C	Individuare canali di finanziamento per i progetti di comunicazione web Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali

Magazine Artigianato Artistico

Interessante è l'idea di realizzazione di una rivista d'artigianato artistico legata al sistema CNA che possa fungere da canale di approfondimento, veicolare informazioni relative agli eventi sul territorio, promuovere interessanti iniziative legate al mondo dell'arte e dare voce alle imprese ed ai maestri artigiani.

Il magazine potrebbe esser diretto o avvalorarsi di collaborazioni di personaggi importanti e di spicco del mondo dell'artigianato artistico o dell'arte in genere ed esser venduta e/o diffusa gratuitamente agli associati del sistema.

Inoltre potrebbe divenire punto di riferimento del mondo dell'artigianato d'arte e porsi al centro delle questioni che premono maggiormente il nostro mondo.

Per la realizzazione di questo importante progetto di comunicazione è necessario rintracciare dei canali di finanziamento che possano sostenere le spese di costruzione e di sostegno almeno per un anno sperimentale.

In via alternativa, ma di sicuro minore impatto, è la possibilità di realizzare una rivista "fatta in casa" ove coinvolgere di volta in volta personaggi di un determinato valore e spessore e dar voce parallelamente alle nostre imprese con il supporto dei singoli territori.

ATTIVITÀ

A	Elaborare un progetto di magazine d'artigianato d'arte Collaborazioni:
B	Individuare collaborazioni con persone qualificate e di spessore Collaborazioni:
C	Individuare canali di finanziamento per il progetto Collaborazioni:

Protocolli d'intesa e collaborazioni

Menzione a parte può avere questa attività di elaborazione di intese con circuiti particolari o altre associazioni di categoria anche di diversa provenienza al fine di migliorare ed affinare le politiche di sviluppo del settore e diffonderle a contesti diversi da quello nazionale.

Il traino principale sarà la “Carta Internazionale dell’Artigianato Artistico” firmata a Parigi da CNA e Confartigianato con Atelier d’Art de France e recentemente condivisa con altri attori a livello nazionale e con un’associazione giapponese.

Tale strumento può risultare utile per la definizione di collaborazioni ed intese, la semplificazione dei rapporti e delle partecipazioni a fiere e mostre in altri paesi e ad agevolare contatti ed incontri con operatori stranieri del settore.

ATTIVITÀ

A	Diffusione Carta Internazionale dell’Artigianato Artistico Collaborazioni: Strutture operative
B	Creazione di momenti di confronto territoriale con operatori esteri di settore Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali – Coordinamenti di Comparto
C	Organizzazione di un momento d’incontro nazionale con operatori stranieri interessati alla cultura ed alla tradizione dell’artigianato artistico Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali – Coordinamenti di Comparto
D	Ricerca di Enti e strutture con i quali avviare rapporti di collaborazione e/o partenariato Collaborazioni: CNA Regionali e Provinciali – Strutture operative

ATTIVITÀ DI COMPARTO E TERRITORIALI

Ceramica

- Vie della Ceramica
- Mostra Ceramica itinerante
- Workshop sull'arte ceramica – presso un museo

Orafo

- Oro Arezzo
- Vicenza Oro
- Collettiva di arte orafa a Roma – presso un museo
- Vie dell'oro

Restauro

- Iniziativa di Restauro della Fontana del Nettuno a L'Aquila
- Salone dell'Arte e del Restauro di Firenze
- Salone del Restauro di Ferrara

Artistico Tradizionale

- Iniziativa di approfondimento sulla questione “orologiai”