



Camera di Commercio
Reggio Calabria

 **ISTITUTO
GUGLIELMO TAGLIACARNE**
per la promozione
della cultura economica



OSSERVATORIO PROVINCIALE SULL'ARTIGIANATO ARTISTICO 2005

Il presente rapporto è stato realizzato dall'Osservatorio Economico della Camera di Commercio di Reggio Calabria con la collaborazione dell'Istituto Guglielmo Tagliacarne di Roma

Camera Di Commercio di Reggio Calabria

Responsabile e Coordinatore

Antonio Palmieri

Segretario Generale della Camera di Commercio di Reggio Calabria

Collaboratori

Servizio Sviluppo Imprese

Giulia Megna, Loredana Ierace, Francesco Praticò

Istituto Guglielmo Tagliacarne

Responsabile e Coordinatore

Giuseppe Capuano

Collaboratori

Corrado Martone, Laura Miceli, Daria Broglio

Segreteria redazionale

Simona Leonardi

INDICE

PREMESSA.....	4
1. L'ARTIGIANATO IN ITALIA.....	5
1.1 L'Italia nel panorama europeo.....	5
1.2 L'artigianato nelle regioni italiane.....	8
2. IL RUOLO DELL'ARTIGIANATO ARTISTICO NELLA PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA	23
2.1 Il contesto provinciale: le imprese artigiane reggine	23
2.2 L'artigianato artistico: problemi definitivi nella provincia di Reggio Calabria	33
2.3 I numeri dell'artigianato artistico in provincia di Reggio Calabria.....	39
3. UNA INDAGINE SUL CAMPO: PECULIARITA' DELLE IMPRESE ARTIGIANE REGGINE D'ARTE.....	48
3.1 La dinamica congiunturale.....	49
3.2 La struttura produttiva dell'azienda.....	50
3.3 Il mercato.....	54
3.4 Organizzazione e fabbisogni aziendali.....	59
RIFLESSIONI CONCLUSIVE	66
ALLEGATO 1 - SCHEDE DI DETTAGLIO DELL'ARTIGIANATO ARTISTICO REGGINO	69
<i>IL LEGNO-MOBILIO.....</i>	<i>70</i>
<i>IL TESSILE-ABBIGLIAMENTO.....</i>	<i>72</i>
<i>LA CERAMICA.....</i>	<i>74</i>
<i>LA LAVORAZIONE DEL VETRO.....</i>	<i>76</i>
<i>LA LAVORAZIONE DELLA PIETRA.....</i>	<i>78</i>
<i>IL FERRO BATTUTO.....</i>	<i>80</i>
<i>L'OREFICERIA.....</i>	<i>82</i>
ALLEGATO 2 - DEFINIZIONE DI ARTIGIANATO IN EUROPA.....	84
ALLEGATO 3 - NOTA METODOLOGICA	89
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	91

PREMESSA

L'imprenditoria artigiana è una grande risorsa economica e sociale, perché produce ricchezza ed occupazione e, soprattutto, perché affonda le sue radici nella cultura e nella tradizione contribuendo all'esigenza di confermare l'identità di un territorio.

Se da un lato l'artigianato, ed in particolare l'artigianato artistico e tradizionale, è espressione di esperienza che viene dal passato, dall'altro si distingue per la creatività, per la capacità di elaborare proposte originali, per la particolare vocazione a proiettarsi nel futuro, coniugando antichi saperi e innovazione.

L'obiettivo della Camera di Commercio di Reggio Calabria è proprio quello di supportare la crescita del settore partendo dalla conoscenza della strada percorsa verso la strada dell'innovazione, promuovendo processi di applicazione di sistemi di qualità e di identificazione dei prodotti e delle imprese, predisponendo un sistema di analisi del settore che non sia solo monitoraggio, bensì strumento per fare incontrare e confrontare sui problemi del presente e lo sfruttamento delle potenzialità per l'avvenire, le stesse imprese, le associazioni, le forze sociali.

L'Osservatorio sull'Artigianato Artistico in provincia di Reggio Calabria nasce, dunque, dall'esigenza di fornire gli strumenti conoscitivi al sistema economico e istituzionale locale per cogliere le dinamiche che lo caratterizzano, perché la programmazione sia coerente con una auspicabile politica e strategia di sviluppo dell'artigianato coniugata alle vocazioni ambientali, produttive e culturali del territorio.

Conoscere e verificare trend e performance economiche, della struttura produttiva (in termini di imprese, prodotti con particolare riferimento alle produzioni artistiche e tradizionali, processi produttivi e tecnologie, approccio ai mercati, etc.) fornisce un utile contributo per definire i fattori di criticità sui quali intervenire e i sentieri di sviluppo e valorizzazione dei prodotti.

L'Osservatorio Provinciale sull'Artigianato Artistico si sviluppa in più fasi tra loro interrelate, seguendo un approccio integrato congiuntura/struttura che verte su due assi principali di analisi.

Il primo asse concerne il ruolo dell'artigianato nel quadro economico nazionale e locale, di cui l'artigianato artistico è parte integrante. Attraverso la costruzione di alcuni indicatori (quali il Pil, la nati/mortalità di impresa, l'occupazione, l'export) osservati secondo un approccio di tipo dinamico si cerca, quindi, di inquadrare il comparto artigiano in Italia nelle sue linee principali distinguendo le aziende tra artigianato di produzione (manifatturiero e costruzioni) e servizi (capitolo 1).

Il secondo asse focalizza l'analisi sull'artigianato artistico nella provincia reggina. Partendo quindi dal settore artigiano manifatturiero si scende di livello al fine di evidenziare in primis la natura, consistenza ed evoluzione dei settori dell'artigianato al cui interno spicca la componente di artigianato artistico e tradizionale della provincia (capitolo 2). Una volta inquadrati i settori ed individuata la consistenza dell'universo imprenditoriale dell'artigianato artistico e tradizionale, si procede per mezzo di un'analisi sul campo presso le imprese artigiane a focalizzare l'attenzione sulle caratteristiche e peculiarità produttive, organizzative, commerciali delle imprese reggine in modo da delineare le azioni prioritarie di sviluppo per le politiche destinate all'artigianato artistico (capitolo 3).

Lucio Dattola, *Presidente*

1. L'ARTIGIANATO IN ITALIA

1.1 L'Italia nel panorama europeo

Le piccole imprese artigiane in Europa sono sempre state un vero e proprio volano per la crescita economica, ma solo in tempi relativamente recenti le istituzioni hanno preso coscienza della necessità di politiche mirate per la salvaguardia del patrimonio rappresentato dall'universo imprenditoriale artigiano.

E' stato un processo lungo, che ha portato dall'approccio teorico degli anni Cinquanta, improntato al sostegno esclusivo alla grande impresa (nella convinzione che le piccole imprese rappresentassero esclusivamente una fase transitoria dei processi evolutivi aziendali), fino alla fioritura negli anni Settanta in alcuni Paesi, tra cui l'Italia, di un dibattito culturale, nel corso del quale è stato avviato un primo riconoscimento del ruolo centrale delle piccole imprese artigiane nel tessuto produttivo locale. Nella seconda metà degli anni Ottanta, poi, sono state definitivamente poste le basi per gli eventi del decennio successivo: la Prima Conferenza dell'Artigianato di Avignone nel 1990, la Seconda Conferenza dell'Artigianato di Berlino nel 1994, la Terza Conferenza del 1997 a Milano e l'approvazione a Feira nel 2000 della Carta europea per le Piccole Imprese.

Significativo è stato anche il contributo apportato dagli organismi comunitari – Parlamento Europeo, Commissione Europea, ma soprattutto Comitato Economico e Sociale¹ – nella direzione della promozione di *policy* non più rivolte genericamente alle PMI o, peggio, alle imprese *tout court*, bensì allo specifico segmento delle piccole imprese, caratterizzate da esigenze peculiari (*in primis* per quanto concerne la semplificazione amministrativa ed i rapporti con la P.A.) e penalizzate in materia di accesso al credito, di reperimento delle informazioni necessarie per operare, nonché dai costi elevati della burocrazia.

La Carta europea per le piccole imprese rappresenta un momento importante di questo processo in quanto stabilisce con chiarezza le specificità del concetto di “piccola impresa”, caratterizzata da un numero di dipendenti inferiore a 50, rispetto a quello – peraltro ancora largamente utilizzato – di “PMI”, entro il quale viene ricompreso un universo assai eterogeneo di realtà aziendali, con una dimensione che varia da 1 a 249 addetti e la possibile appartenenza a settori diversi.

I dati Eurostat relativi al 2000, del resto, mettono in luce un tessuto produttivo dell'Unione Europea fortemente caratterizzato dalla piccola impresa: su circa 20 milioni di aziende extra-agricole, il 93,2% è costituito da micro imprese (con meno di 10 addetti), il 5,8% da piccole imprese (10-49 addetti), lo 0,8% da aziende di media dimensione (50-249 addetti) e lo 0,2% da grandi imprese con 250 addetti e oltre.

¹ Si ricordano, in proposito, i numerosi pareri del Comitato nei quali è messo in luce non soltanto il peso economico, ma anche il contributo sociale fornito dalle piccole imprese artigiane in ragione del loro carattere familiare: CESE, Rapporto “Artigianato e PMI in Europa” – Relatore Schleyer (1992); CESE, “Artigianato e PMI in Europa” – Relatore Pezzini (1997, 2001 e 2003).

La dimensione media d'impresa varia, ovviamente, all'interno dei singoli Paesi: l'Italia e la Svezia presentano il maggior numero di micro imprese (rispettivamente 94,9% e 93,3%), mentre la quota percentuale più esigua appartiene a Danimarca e Germania, in cui le micro imprese costituiscono rispettivamente il 79,7% e l'81,4% del totale imprese.

I dati disponibili rispetto alle piccole imprese, peraltro, non sono sufficienti per individuare univocamente le piccole imprese artigiane, sulle quali non sono disponibili dati statistici comparabili per tutti i Paesi dell'Unione Europea, stante la mancanza di coordinamento internazionale sulle statistiche delle PMI, il ricorso a metodologie di rilevazione dei dati differenti e l'assenza di una definizione legale del settore artigiano in molti Stati (cfr. Allegato).

Sulla scorta delle precedenti esperienze realizzate in materia di armonizzazione delle statistiche comunitarie sull'artigianato², l'Istituto G. Tagliacarne ha individuato alcuni fattori che concorrono a determinare e distinguere in maniera univoca l'impresa artigiana:

- ✓ La forma giuridica;
- ✓ La professione svolta all'interno dell'impresa;
- ✓ L'attività economica dell'impresa;
- ✓ La dimensione in termini di addetti.

Le prime stime elaborate dall'Istituto individuano circa 5 milioni di imprese artigiane in Europa, pari al 25% dell'universo imprenditoriale. L'Italia si distingue per il ruolo centrale dell'artigianato, sia per quanto concerne le esportazioni (è al primo posto fra i cinque Paesi per i quali è stato possibile ricavare un dato), sia per quanto riguarda l'incidenza nella creazione della ricchezza nazionale (occupa la seconda posizione della graduatoria dopo il Lussemburgo).

² Si rimanda, in particolare, alle seguenti pubblicazioni: Atti del "Primo e Secondo seminario sulle statistiche dell'artigianato in Europa" organizzato dall'Istituto G. Tagliacarne rispettivamente nel 1994 e nel 1996; Pieraccioni L., Capuano G., Rinaldi A., *Metodologie di ricostruzione di archivi statistici per micro-imprese: il caso dell'artigianato*, in Scritti di Statistica Economica n. 3, Istituto di Statistica e Matematica, Facoltà di Economia, Università "Parthenope" di Napoli; AA.VV., *Proposta di un percorso metodologico per la stima delle Imprese a carattere artigiano in Europa*, W. P. 28/01 Istituto Tagliacarne.

Tab. 1 – Incidenza dell’artigianato nella formazione del PIL e nelle esportazioni in alcuni Paesi europei (Anni vari; Valori percentuali)

L’ARTIGIANATO NELLA FORMAZIONE DEL PIL		
PAESE	IN % SUL PIL	ANNO
FRANCIA	5,1	2002
GERMANIA	9,6	1992
GRECIA	3,0	1989
SPAGNA	0,3	1993
LUSSEMBURGO	15,0	1994
OLANDA	3,5	1994
ITALIA	12,4	2002
L’EXPORT ARTIGIANO		
PAESE	IN % SUL TOTALE EXPORT	ANNO
AUSTRIA	2,8	1996
DANIMARCA	6,0	1996
FRANCIA	4,2	1996
GERMANIA	2,0	1996
ITALIA	16,6	2000

Fonte: Istituto G. Tagliacarne – ISTAT

La legislazione comunitaria, stante l’assenza di ordinamenti nazionali omogenei e perfino di una definizione unitaria del concetto di *Artigianato*³, non ha emanato norme specifiche a sostegno delle imprese artigiane, rimandando agli interventi promossi in favore delle piccole imprese.

Nella legislazione italiana l’artigianato ha ottenuto per la prima volta un riconoscimento giuridico durante il regime fascista, con il R.D. n. 1130/1926⁴. L’assimilazione degli artigiani ai “piccoli imprenditori” prevista nel Codice Civile (art. 2083) garantiva alle imprese artigiane di usufruire delle facilitazioni a sostegno delle PMI, ma è con la L. n. 860 del 25 luglio 1956, “Norme per la disciplina giuridica delle imprese artigiane”, che viene definita chiaramente, per la prima volta, l’impresa artigiana, conformemente a quanto previsto dall’art. 45 della stessa Costituzione («da legge provvede alla tutela e allo sviluppo dell’artigianato»).

³ La legislazione inglese, ad esempio, disciplina esclusivamente l’artigianato artistico, la normativa tedesca non regola le imprese artigiane, bensì la figura del maestro artigiano, per non parlare dei molti Paesi nei quali non esiste legislazione *ad hoc* per il comparto artigiano.

⁴ Il Regio Decreto, infatti, assimila gli artigiani a «gli esercenti per proprio conto una piccola industria, nella quale essi medesimi lavorano».

L'attuale disciplina dell'artigianato si fonda sulla Legge n. 443 dell'8 agosto 1985, "Legge quadro sull'artigianato", e sulle successive modifiche introdotte prima dalla Legge 7 aprile 1997 n. 133 (relativa alle forme giuridiche compatibili con l'impresa artigiana) e dalla Legge Costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3, recante "Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione", la quale sanciva il principio del decentramento alle Regioni dei compiti di regolamentazione, nonché di promozione e tutela, dell'artigianato.

1.2 L'artigianato nelle regioni italiane

L'artigianato rappresenta una grande risorsa per l'Italia, come testimoniano da un lato l'elevata vitalità imprenditoriale nel settore – nel 2004 risultano attive oltre un milione e quattrocentomila imprese artigiane extra-agricole, con un'incidenza sul totale nazionale delle imprese extra-agricole pari al 35,1% – e dall'altro il peso rivestito dall'artigianato sia in termini di creazione della ricchezza (145.522 milioni di euro nel 2002), sia in relazione al numero di occupati coinvolti (nello stesso anno, oltre 3 milioni e mezzo), sia, infine, per quanto concerne l'export nazionale (pari a 43 milioni di euro nel 2000).

Nel 2004 le imprese artigiane extra-agricole attive in Italia sono state 1.433.809, particolarmente numerose nel Nord del Paese, soprattutto in Lombardia, Veneto, Emilia Romagna e Piemonte.

L'incidenza delle imprese artigiane sul totale delle imprese⁵ presenti sul territorio nazionale è pari al 35,1%, ma non si delinea un quadro omogeneo sotto il profilo territoriale. Nel Nord-Ovest e nel Nord-Est tutte le regioni registrano un peso dell'imprenditorialità artigiana superiore al valore medio nazionale, mentre nel Centro ad aree tradizionalmente caratterizzate da una significativa presenza artigiana (Marche, Umbria e Toscana) si affianca un valore particolarmente basso per il Lazio, principalmente in ragione del forte peso dei servizi e della P.A. sull'economia della provincia di Roma. Il Meridione, infine, si distingue per *performances* meno significative, se escludiamo i buoni risultati raggiunti da Sardegna, Molise e Abruzzo.

Analoga la situazione se si prende in esame la *vocazione artigiana*, espressa dal rapporto fra la numerosità delle imprese artigiane e la popolazione residente, che in Italia si attesta su un valore medio di 2,5 imprese per 100 abitanti. Le regioni con la maggiore densità di imprese artigiane rispetto alla popolazione locale sono l'Emilia Romagna, le Marche⁶, la Valle d'Aosta, la Toscana⁷, il Piemonte e il Veneto – tutte con oltre 3 imprese artigiane per 100 abitanti – mentre la densità meno elevata si riscontra in Campania, Sicilia, Lazio, Calabria e Puglia.

⁵ Salvo diversa indicazione, sono sempre prese in esame le sole imprese extra-agricole, al fine di favorire la comparabilità dei dati relativi all'incidenza delle imprese artigiane con i dati relativi agli occupati, elaborati a partire dal Censimento Intermedio Industria e Servizi che non comprende le aziende agricole.

⁶ Si ricorda, a tale proposito, come la lavorazione del cuoio e delle calzature a livello artigianale rappresenti uno dei pilastri dei distretti marchigiani.

⁷ A pesare sul dato della Toscana è, *in primis*, la secolare tradizione artigiana della lavorazione tessile a Prato.

Tab. 2 – Numerosità delle imprese artigiane extra-agricole e incidenza delle imprese artigiane extra-agricole attive sul totale imprese e sulla popolazione (Anno 2004; Valori assoluti e percentuali)

REGIONI	REGISTRATE	ATTIVE	% IMPRESE ARTIGIANE EXTRA-AGRICOLE ATTIVE/TOT. IMPRESE EXTRA-AGRICOLE ATTIVE	% IMPRESE ARTIGIANE EXTRA-AGRICOLE ATTIVE/100 ABITANTI
PIEMONTE	131.126	130.734	39,0	3,1
VALLE D'AOSTA	4.035	4.026	39,2	3,3
LOMBARDIA	261.121	259.619	35,7	2,9
TRENTINO ALTO ADIGE	26.875	26.655	38,6	2,8
VENETO	143.642	142.904	39,9	3,1
FRIULI VENEZIA GIULIA	30.978	30.874	38,4	2,6
LIGURIA	44.393	43.946	35,9	2,8
EMILIA ROMAGNA	142.525	142.283	41,5	3,5
TOSCANA	114.525	113.997	37,7	3,2
UMBRIA	24.213	24.145	39,4	2,9
MARCHE	50.670	50.404	42,2	3,4
LAZIO	95.718	93.552	31,0	1,8
ABRUZZO	34.566	34.386	37,1	2,7
MOLISE	7.603	7.535	38,3	2,3
CAMPANIA	77.004	75.457	20,5	1,3
PUGLIA	78.428	77.076	32,4	1,9
BASILICATA	12.349	12.217	36,2	2,0
CALABRIA	38.716	37.945	30,7	1,9
SICILIA	86.412	85.297	30,9	1,7
SARDEGNA	41.191	40.757	38,5	2,5
<i>ITALIA</i>	<i>1.446.090</i>	<i>1.433.809</i>	<i>35,1</i>	<i>2,5</i>

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere e Istat.

L'incidenza delle imprese artigiane sul tessuto imprenditoriale è più significativa per quanto concerne l'artigianato di produzione⁸: 71,3%, a fronte di un peso delle imprese artigiane nel settore dei servizi pari al 17,4%.

⁸ Nell'ambito di questo *report* per imprese di produzione si intendono sempre il complesso di imprese dell'industria in senso stretto e costruzioni.

Interessante notare come nel Mezzogiorno la componente dell'artigianato dei servizi – sebbene la sua incidenza, in termini assoluti, sia ancora nettamente inferiore rispetto alla componente dell'industria – abbia un certo peso: soltanto Sardegna e Molise si distinguono per un'incidenza di imprese artigiane di produzione sul totale imprese industriali più elevata rispetto alla media nazionale, mentre per quanto concerne la componente dei servizi presentano valori superiori alla media italiana Abruzzo, Molise, Basilicata e Sardegna, a cui si aggiungono Puglia e Sicilia, che sfiorano il dato con un'incidenza del 17,3%.

Tab. 3 – Incidenza delle imprese artigiane extra-agricole sul totale imprese extra-agricole attive (Anno 2004; Valori percentuali)

REGIONI	INCIDENZA IMPRESE ARTIGIANE DI PRODUZIONE/IMPRESE DI PRODUZIONE	INCIDENZA IMPRESE ARTIGIANE DEI SERVIZI/IMPRESE DEI SERVIZI	INCIDENZA IMPRESE ARTIGIANE/TOTALE IMPRESE
PIEMONTE	80,7	18,1	39,0
VALLE D'AOSTA	79,2	17,3	39,2
LOMBARDIA	70,7	17,4	35,7
TRENTINO ALTO ADIGE	81,3	17,5	38,6
VENETO	76,2	18,4	39,9
FRIULI VENEZIA GIULIA	77,1	18,3	38,4
LIGURIA	80,5	16,8	35,9
EMILIA ROMAGNA	77,7	20,9	41,5
TOSCANA	74,5	16,2	37,7
UMBRIA	76,9	19,2	39,4
MARCHE	77,6	21,0	42,2
LAZIO	67,6	17,2	31,0
ABRUZZO	69,8	20,6	37,1
MOLISE	73,4	21,2	38,3
CAMPANIA	45,5	11,4	20,5
PUGLIA	67,1	17,3	32,4
BASILICATA	68,2	20,4	36,2
CALABRIA	62,7	16,9	30,7
SICILIA	64,7	17,3	30,9
SARDEGNA	77,1	20,3	38,5
ITALIA	71,3	17,4	35,1

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Passando a considerare le dinamiche di nati-mortalità che hanno interessato il settore nel 2004, si nota come il tasso di crescita (o sviluppo) imprenditoriale⁹ si attesta intorno all'1,2%, quale risultante di elevati tassi di natalità¹⁰ e di mortalità¹¹. Presentano una particolare vitalità imprenditoriale nel comparto artigiano la Calabria (tasso pari a 2,8%), la Sardegna (2,6%), l'Emilia Romagna (2,1%) e la Liguria (2%), mentre la Basilicata, la Sicilia e il Lazio si caratterizzano per il minore tasso di sviluppo.

Tab. 4 – Nati-mortalità delle imprese artigiane extra-agricole (Anno 2004; Valori percentuali)

REGIONI	TASSO DI NATALITÀ	TASSO DI MORTALITÀ	TASSO DI SVILUPPO
PIEMONTE	9,5	8,2	1,3
VALLE D'AOSTA	8,8	7,2	1,6
LOMBARDIA	8,0	7,0	1,0
TRENTINO ALTO ADIGE	7,4	5,8	1,6
VENETO	8,8	7,4	1,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	8,8	7,5	1,3
LIGURIA	9,2	7,2	2,0
EMILIA ROMAGNA	10,0	7,9	2,1
TOSCANA	9,8	8,3	1,5
UMBRIA	7,5	7,0	0,5
MARCHE	8,3	7,4	0,9
LAZIO	8,9	8,6	0,3
ABRUZZO	8,3	6,5	1,8
MOLISE	7,3	5,9	1,4
CAMPANIA	8,4	6,8	1,6
PUGLIA	7,5	6,9	0,6
BASILICATA	5,4	5,8	-0,4
CALABRIA	9,1	6,3	2,8
SICILIA	6,7	6,6	0,1
SARDEGNA	9,0	6,4	2,6
ITALIA	8,6	7,4	1,2

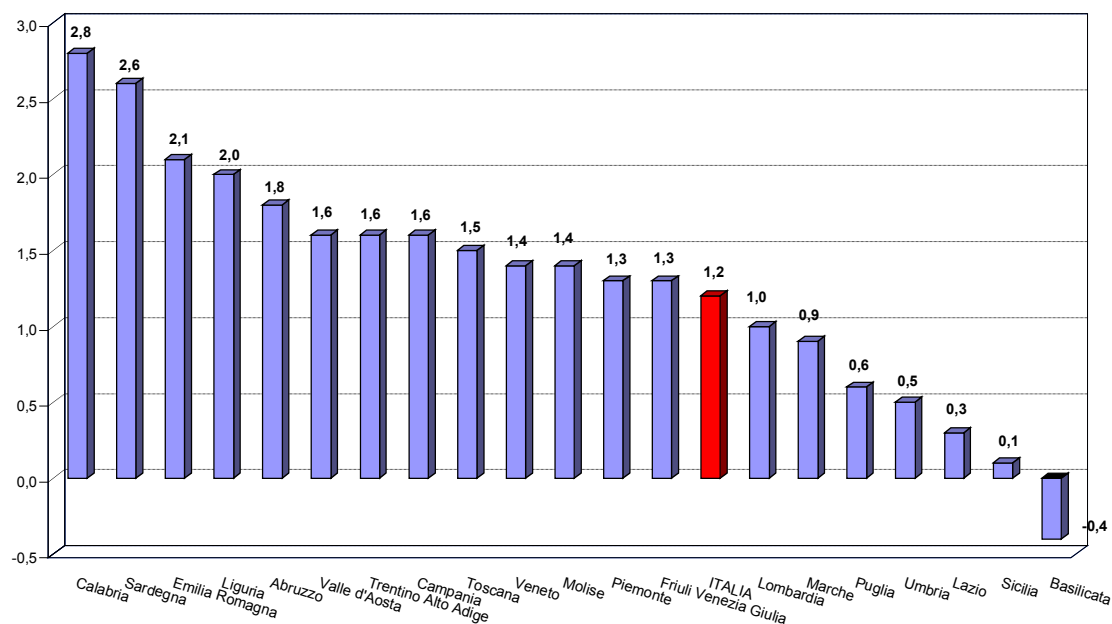
Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

⁹ Il tasso di sviluppo esprime, per un dato anno, il rapporto tra il saldo delle imprese iscritte e cessate nel periodo di riferimento ed il numero di imprese registrate all'inizio del periodo di riferimento.

¹⁰ Il tasso di natalità esprime, per un dato anno, il rapporto tra imprese iscritte nel periodo di riferimento ed il numero di imprese registrate all'inizio del periodo di riferimento.

¹¹ Il tasso di mortalità esprime, per un dato anno, il rapporto tra imprese cessate nel periodo di riferimento ed il numero di imprese registrate all'inizio del periodo di riferimento.

Graf. 1 – Tasso di sviluppo delle imprese artigiane (Anno 2004; Valori percentuali)



Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Se si analizza, invece, il contributo del settore artigiano in termini di creazione di ricchezza, si nota, innanzitutto, come a livello nazionale tra il 1995 ed il 2002 lo stesso abbia mantenuto sostanzialmente stabile il proprio apporto rispetto al totale dell'economia. La ricchezza prodotta dall'artigianato nel 2002 raggiunge, infatti, i 145,5 miliardi di euro (di cui 94,4 nella produzione e 51,1 nella componente dei servizi) ovvero il 12,7% del valore aggiunto complessivo dei settori extra-agricoli, incidenza questa che risulta perfettamente in linea con quella del 1995.

L'analisi territoriale mostra, poi, come regioni "artigiane" siano soprattutto quelle del Centro e del Nord-Est del paese: particolarmente elevata, infatti, è la quota di valore aggiunto artigiano sul totale fatta registrare nelle Marche, in Umbria, Veneto, Emilia Romagna e Toscana, mentre il peso più basso nella creazione della ricchezza regionale si registra nel Lazio e in Campania, principalmente in ragione dell'esigua diffusione dell'imprenditorialità artigiana nei due capoluoghi di regione, Roma e Napoli¹².

¹² Il dato risulta coerente con una tendenza ampiamente riscontrata, ovvero un maggiore contributo dell'artigianato nelle economie locali di piccola-media dimensione rispetto alle province più grandi: Roma, Napoli e Milano, ad esempio, si posizionano negli ultimi posti in quasi tutte le graduatorie nazionali relative all'artigianato.

Tab. 5 – Valore aggiunto ai prezzi base dell'artigianato¹³ (Anni 1995-2002; Valori assoluti in milioni di euro correnti)

REGIONI	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
PIEMONTE	6.529	3.396	9.924	8.997	4.443	13.440
VALLE D'AOSTA	202	78	281	194	143	336
LOMBARDIA	15.327	7.147	22.474	19.568	8.974	28.542
TRENTINO ALTO ADIGE	1.648	803	2.452	2.542	1.114	3.657
VENETO	9.645	3.517	13.162	12.516	5.090	17.606
FRIULI VENEZIA GIULIA	1.795	856	2.651	2.273	1.299	3.572
LIGURIA	1.528	1.125	2.653	2.664	1.659	4.323
EMILIA ROMAGNA	7.794	3.850	11.644	10.993	5.202	16.195
TOSCANA	6.375	2.667	9.042	8.710	3.575	12.285
UMBRIA	1.251	674	1.925	1.769	1.006	2.776
MARCHE	2.693	1.242	3.935	3.604	1.894	5.498
LAZIO	2.925	2.628	5.553	3.906	3.283	7.189
ABRUZZO	1.106	828	1.934	1.593	1.177	2.770
MOLISE	281	233	514	392	266	659
CAMPANIA	2.609	1.763	4.372	3.468	2.518	5.986
PUGLIA	2.714	1.794	4.508	3.646	2.644	6.290
BASILICATA	467	293	759	581	392	973
CALABRIA	938	874	1.812	1.513	1.431	2.945
SICILIA	2.587	2.141	4.727	3.702	3.559	7.262
SARDEGNA	1.322	784	2.106	1.831	1.388	3.219
ITALIA	69.739	36.691	106.430	94.464	51.058	145.522

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Osservando, altresì, i contributi delle due componenti (produzione e servizi), si riscontra come in Italia la prima abbia accresciuto la propria importanza rispetto al settore produttivo in quanto nel 2002 apporta un contributo pari al 29,7% del valore aggiunto complessivo a fronte del 26,7% del 1995. L'artigianato di servizi mostra, invece, una leggera flessione rappresentando nel 2002 il 6,2% del prodotto lordo dei servizi a fronte del 6,3% del 1995.

Il dettaglio territoriale evidenzia poi come l'artigianato di produzione sia particolarmente rilevante nelle Marche (36,9%), in Trentino Alto Adige (soprattutto nel comparto delle costruzioni), in Toscana e in Liguria, mentre per

¹³ Si prendono in esame, anche in questa tabella, esclusivamente le imprese artigiane extra-agricole.

l'artigianato di servizi si distinguono per un peso elevato nuovamente le Marche (9,5%), seguite dall'Umbria (8,8%), Abruzzo (8%) ed Emilia Romagna (7,9%).

Tab. 6 – Incidenza dell'artigianato sul totale Valore aggiunto della produzione e dei servizi (Anni 1995-2002; Valori percentuali)

REGIONI	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
PIEMONTE	23,3	7,3	13,3	27,8	6,8	13,7
VALLE D'AOSTA	33,1	4,4	11,7	34,8	5,9	11,3
LOMBARDIA	22,3	6,6	12,7	24,2	5,7	11,9
TRENTINO ALTO ADIGE	35,0	6,2	13,9	39,4	6,1	14,7
VENETO	32,7	7,5	17,2	35,4	7,5	17,0
FRIULI VENEZIA GIULIA	28,1	6,2	13,2	30,9	6,6	13,2
LIGURIA	29,5	5,6	10,5	38,7	6,0	12,5
EMILIA ROMAGNA	29,6	8,2	15,9	32,9	7,9	16,3
TOSCANA	35,7	6,8	15,9	39,0	6,4	15,7
UMBRIA	33,1	8,4	16,3	37,5	8,8	17,2
MARCHE	36,9	9,1	18,8	39,4	9,5	18,8
LAZIO	18,0	3,7	6,3	18,6	3,3	6,0
ABRUZZO	22,8	7,6	12,3	25,6	8,0	13,2
MOLISE	28,7	9,0	14,4	31,1	7,1	13,1
CAMPANIA	21,1	4,3	8,2	21,7	4,3	8,0
PUGLIA	29,7	6,5	12,2	32,1	6,6	12,2
BASILICATA	26,5	7,1	12,9	26,3	6,6	11,9
CALABRIA	29,3	6,2	10,4	36,9	7,2	12,2
SICILIA	27,7	5,8	10,2	32,6	6,7	11,2
SARDEGNA	30,6	5,9	11,9	35,5	7,2	13,2
<i>ITALIA</i>	<i>26,7</i>	<i>6,3</i>	<i>12,7</i>	<i>29,7</i>	<i>6,2</i>	<i>12,7</i>

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Riferendosi poi solamente al valore aggiunto dell'artigianato, l'analisi della composizione percentuale della ricchezza prodotta dalle due componenti mette in luce una situazione di notevole stabilità: nel 1995 il valore aggiunto dell'artigianato di produzione costituiva il 65,5% del valore aggiunto artigiano, a fronte del 34,5% dell'artigianato dei servizi, mentre le stesse percentuali nel 2002 sono rispettivamente pari al 64,9% ed al 35,1%.

Emerge, inoltre, l'esistenza di una certa disomogeneità a livello territoriale, in quanto la componente dell'artigianato dei servizi risulta sovrarappresentata, rispetto alla quota media nazionale, in buona parte del Mezzogiorno, mentre le regioni settentrionali continuano a caratterizzarsi per il consistente peso dell'artigianato di produzione sulla ricchezza complessivamente prodotta dal settore artigiano.

Laddove si registra una tradizione manifatturiera, distretti produttivi, imprenditoria basata su lavorazioni tradizionali prevale la componente dell'artigianato di produzione. Nel Mezzogiorno, invece, i servizi alla persona rappresentano una quota consistente dell'artigianato e, pertanto, l'incidenza della componente dei servizi sulla creazione della ricchezza del settore è più elevata.

Tab. 7 – Incidenza del Valore aggiunto ai prezzi base dell'artigianato di produzione e di servizi sul totale artigianato¹⁴ (Anni 1995-2002; Valori percentuali)

REGIONI	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
PIEMONTE	65,8	34,2	100,0	66,9	33,1	100,0
VALLE D'AOSTA	72,1	27,9	100,0	57,6	42,4	100,0
LOMBARDIA	68,2	31,8	100,0	68,6	31,4	100,0
TRENTINO ALTO ADIGE	67,2	32,8	100,0	69,5	30,5	100,0
VENETO	73,3	26,7	100,0	71,1	28,9	100,0
FRIULI VENEZIA GIULIA	67,7	32,3	100,0	63,6	36,4	100,0
LIGURIA	57,6	42,4	100,0	61,6	38,4	100,0
EMILIA ROMAGNA	66,9	33,1	100,0	67,9	32,1	100,0
TOSCANA	70,5	29,5	100,0	70,9	29,1	100,0
UMBRIA	65,0	35,0	100,0	63,7	36,3	100,0
MARCHE	68,4	31,6	100,0	65,5	34,5	100,0
LAZIO	52,7	47,3	100,0	54,3	45,7	100,0
ABRUZZO	57,2	42,8	100,0	57,5	42,5	100,0
MOLISE	54,7	45,3	100,0	59,6	40,4	100,0
CAMPANIA	59,7	40,3	100,0	57,9	42,1	100,0
PUGLIA	60,2	39,8	100,0	58,0	42,0	100,0
BASILICATA	61,5	38,5	100,0	59,7	40,3	100,0
CALABRIA	51,8	48,2	100,0	51,4	48,6	100,0
SICILIA	54,7	45,3	100,0	51,0	49,0	100,0
SARDEGNA	62,8	37,2	100,0	56,9	43,1	100,0
<i>ITALIA</i>	<i>65,5</i>	<i>34,5</i>	<i>100,0</i>	<i>64,9</i>	<i>35,1</i>	<i>100,0</i>

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

¹⁴ Si prendono in esame, anche in questa tabella, esclusivamente le imprese artigiane extra-agricole.

E' interessante, poi, considerare quale sia il ruolo dell'artigianato in termini di creazione di occupazione. Nel 2002, in Italia, gli occupati dell'artigianato superano i tre milioni e mezzo, di cui quasi 2 milioni e mezzo nella componente industriale e oltre un milione nel comparto dei servizi. Rispetto ai dati rilevati nel 1995 l'incremento più consistente si è verificato fra gli occupati dell'artigianato dei servizi (+18,8%, a fronte di una variazione positiva di quelli dell'industria pari all'8,5%).

L'artigianato, quindi, ingloba il 15,5% dell'occupazione complessiva extra-agricola nazionale (tale incidenza era pari al 15,4% nel 1995). Per quanto riguarda l'artigianato di produzione, inoltre, le imprese artigiane danno lavoro al 35% degli occupati complessivi del settore industriale, mentre nei servizi la quota occupazionale artigiana ammonta al 6,9% del totale.

Va, altresì, osservato come entrambe le componenti abbiano mostrato un incremento di peso rispetto all'occupazione totale, segnale questo che in generale le aziende artigiane hanno continuato nel tempo a rappresentare un'importante fonte di impiego e di auto-impiego.

Tab. 8 – Occupati delle imprese artigiane extra-agricole (Anni 1995-2002; Valori assoluti in migliaia)

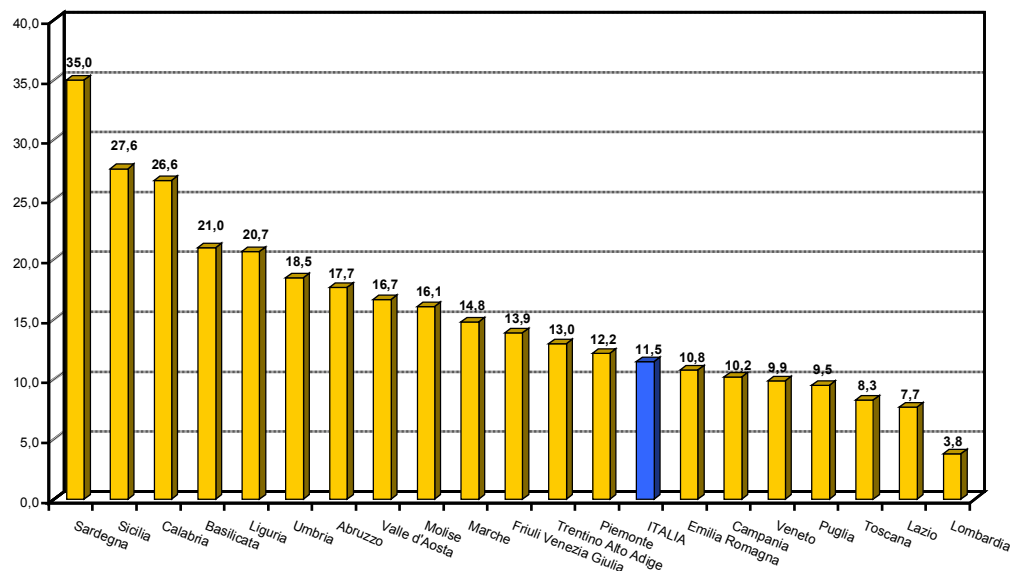
REGIONI	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
PIEMONTE	185,6	78,7	264,3	208,4	88,1	296,5
VALLE D'AOSTA	5,2	2,1	7,3	6,0	2,5	8,5
LOMBARDIA	475,1	171,2	646,3	482,0	189,2	671,2
TRENTINO ALTO ADIGE	44,6	16,8	61,4	50,2	19,1	69,4
VENETO	299,4	84,2	383,6	318,2	103,5	421,7
FRIULI VENEZIA GIULIA	50,2	20,9	71,1	54,2	26,7	80,9
LIGURIA	51,3	28,8	80,1	61,7	35,0	96,8
EMILIA ROMAGNA	235,9	89,5	325,3	253,3	107,3	360,6
TOSCANA	218,3	67,9	286,2	230,4	79,6	310,0
UMBRIA	43,5	16,1	59,7	50,3	20,4	70,7
MARCHE	93,9	30,7	124,6	103,4	39,6	143,0
LAZIO	101,0	64,1	165,1	111,6	66,2	177,8
ABRUZZO	45,6	21,2	66,8	53,5	25,1	78,6
MOLISE	9,9	5,1	15,1	11,9	5,6	17,5
CAMPANIA	96,0	52,2	148,2	101,7	61,7	163,3
PUGLIA	110,9	54,6	165,5	119,5	61,8	181,3
BASILICATA	16,1	7,6	23,6	20,2	8,4	28,6
CALABRIA	37,7	25,7	63,4	46,2	34,0	80,2
SICILIA	94,5	61,1	155,6	113,7	84,8	198,5
SARDEGNA	43,8	20,4	64,3	53,9	32,8	86,7
ITALIA	2.258,6	918,8	3.177,5	2.450,4	1.091,5	3.541,9

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

L'incidenza degli occupati dell'artigianato sul totale degli occupati dell'industria e dei servizi risulta particolarmente significativa nelle Marche, in Umbria e in Veneto (con un peso percentuale superiore al 20%, a fronte del 15,5% nazionale), seguite da Toscana (19,6%) ed Emilia Romagna (18,7%).

Analizzando, tuttavia, la crescita degli occupati nel periodo 1995-2002, si nota come in particolare nel Mezzogiorno si sono registrati i tassi di incremento maggiori dell'occupazione artigiana. Sardegna, Sicilia, Calabria e Basilicata, hanno, infatti presentato una crescita positiva superiore al 20% a fronte di una media nazionale che è risultata dell'11,5%. E' chiaro, quindi, come non solo nelle regioni "a tradizione" artigiana ma anche in altre regioni si assiste ad una decisa spinta occupazionale del settore.

Graf. 2 – Variazione degli occupati dell'artigianato a livello regionale (Anni 1995-2002; Valori percentuali)



Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Tab. 9 – Incidenza degli occupati dell'artigianato sul totale degli occupati di produzione e dei servizi (Anni 1995-2002; Valori percentuali)

REGIONI	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
PIEMONTE	27,6	7,5	15,3	31,5	7,3	15,9
VALLE D'AOSTA	40,0	5,6	14,6	39,5	6,2	15,3
LOMBARDIA	29,1	7,3	16,2	29,7	6,9	15,3
TRENTINO ALTO ADIGE	39,9	6,3	16,2	40,7	6,4	16,3
VENETO	38,1	7,9	20,7	39,0	8,3	20,5
FRIULI VENEZIA GIULIA	31,6	6,5	14,8	33,3	7,4	15,4
LIGURIA	37,1	6,2	13,2	44,2	6,9	14,9
EMILIA ROMAGNA	36,0	8,4	18,9	36,9	8,6	18,7
TOSCANA	42,4	7,1	19,5	45,2	7,4	19,6
UMBRIA	42,0	8,0	19,5	45,0	8,8	20,6
MARCHE	40,9	9,1	22,0	42,1	10,2	22,6
LAZIO	24,9	3,9	8,1	26,2	3,5	7,7
ABRUZZO	31,1	7,6	15,7	34,1	8,0	16,7
MOLISE	33,8	8,1	16,2	37,0	7,6	16,5
CAMPANIA	24,9	4,6	9,8	25,1	4,7	9,5
PUGLIA	36,6	7,0	15,2	36,7	7,0	14,9
BASILICATA	32,9	7,1	15,3	35,9	7,2	16,5
CALABRIA	36,3	6,5	12,7	42,6	7,9	14,9
SICILIA	36,8	6,3	12,6	41,9	7,7	14,4
SARDEGNA	39,4	5,6	13,5	45,1	7,9	16,2
<i>ITALIA</i>	<i>33,2</i>	<i>6,6</i>	<i>15,4</i>	<i>35,0</i>	<i>6,9</i>	<i>15,5</i>

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati propri e Istat

Esaminando, poi, in maniera disaggregata le due componenti costitutive dell'artigianato, l'incidenza degli occupati nell'artigianato di produzione sul totale degli occupati del settore industriale supera il 40% – a fronte del 35% medio dell'Italia – in Toscana, Sardegna, Umbria, Liguria, Calabria, Marche, Sicilia e Trentino Alto Adige, mentre l'incidenza degli occupati artigiani impegnati nei servizi presenta i valori più elevati (8% e oltre) nelle Marche, in Umbria, Emilia Romagna, Veneto e Abruzzo.

Osservando, altresì, la distribuzione dell'occupazione all'interno del comparto artigiano, si nota come su 100 occupati 69,2 appartengano all'artigianato di produzione e 30,8 al settore dei servizi. Tale incidenza se confrontata con quella relativa all'anno 1995, evidenzia come all'interno dell'artigianato abbiano nel tempo accresciuto la propria importanza occupazionale le aziende dei servizi, dal momento che il loro peso passa dal 28,9% al 30,8%.

A livello territoriale, inoltre, la composizione settoriale degli occupati dell'artigianato per l'anno 2002 mette in luce una forte presenza degli occupati dell'artigianato dei servizi nella maggior parte delle regioni del Meridione, che, con l'unica eccezione costituita dalla Basilicata, presentano tutte una quota di occupati superiore al valore medio nazionale. Non solo, quindi, in termini di ricchezza prodotta ma anche occupazionale al Sud l'artigianato di servizi mostra un ruolo più rilevante che nel Centro-Nord.

Tab. 10 – Incidenza degli occupati delle imprese artigiane extra-agricole di produzione e di servizi sul totale artigianato (Anni 1995-2002; Valori percentuali)

REGIONI	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
PIEMONTE	70,2	29,8	100,0	70,3	29,7	100,0
VALLE D'AOSTA	71,6	28,4	100,0	70,4	29,6	100,0
LOMBARDIA	73,5	26,5	100,0	71,8	28,2	100,0
TRENTINO ALTO ADIGE	72,7	27,3	100,0	72,4	27,6	100,0
VENETO	78,0	22,0	100,0	75,5	24,5	100,0
FRIULI VENEZIA GIULIA	70,6	29,4	100,0	66,9	33,1	100,0
LIGURIA	64,0	36,0	100,0	63,8	36,2	100,0
EMILIA ROMAGNA	72,5	27,5	100,0	70,3	29,7	100,0
TOSCANA	76,3	23,7	100,0	74,3	25,7	100,0
UMBRIA	73,0	27,0	100,0	71,2	28,8	100,0
MARCHE	75,4	24,6	100,0	72,3	27,7	100,0
LAZIO	61,2	38,8	100,0	62,8	37,2	100,0
ABRUZZO	68,3	31,7	100,0	68,1	31,9	100,0
MOLISE	65,8	34,2	100,0	67,9	32,1	100,0
CAMPANIA	64,8	35,2	100,0	62,2	37,8	100,0
PUGLIA	67,0	33,0	100,0	65,9	34,1	100,0
BASILICATA	68,0	32,0	100,0	70,7	29,3	100,0
CALABRIA	59,5	40,5	100,0	57,6	42,4	100,0
SICILIA	60,7	39,3	100,0	57,3	42,7	100,0
SARDEGNA	68,2	31,8	100,0	62,1	37,9	100,0
ITALIA	71,1	28,9	100,0	69,2	30,8	100,0

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

La rilevanza dell'artigianato per il nostro Paese emerge con grande evidenza anche prendendo in esame il peso del settore nell'export: il confronto con i dati disponibili relativi agli altri Stati europei mette in luce una situazione di assoluta

preminenza dell'Italia per quanto concerne il contributo apportato dal settore artigiano alle esportazioni nazionali¹⁵.

Nel 2000 in Italia si è raggiunto un totale di esportazioni delle unità locali a carattere artigiano pari a circa 43 milioni di euro, oltre il doppio rispetto al 1991, ossia pari al 16,6% dell'export totale dei settori economici.

Tab. 11 – Esportazioni delle unità locali a carattere artigiano (Anni 1991-2000; Valori assoluti in migliaia di euro e in % sull'export totale)

REGIONI	1991 V.A.	2000 V.A.	VAR. % '00/'91	1991 (% SU EXPORT TOTALE)	2000 (% SU EXPORT TOTALE)
PIEMONTE	1.772,58	3.663,42	106,7	12,0	12,2
VALLE D'AOSTA	7,88	27,67	251,1	7,4	7,0
LOMBARDIA	5.194,97	10.653,42	105,1	15,6	14,5
TRENTINO ALTO ADIGE	252,30	495,88	96,5	13,5	14,3
VENETO	319,09	926,25	190,3	17,3	21,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	2.766,30	7.119,67	157,4	20,8	19,2
LIGURIA	573,63	1.843,57	221,4	18,0	20,6
EMILIA ROMAGNA	2.290,27	5.235,27	128,6	20,1	17,5
TOSCANA	2.575,21	6.262,57	143,2	30,5	29,0
UMBRIA	129,68	398,96	207,6	17,2	17,2
MARCHE	595,68	1.456,46	144,5	23,3	19,4
LAZIO	472,83	1.014,45	114,6	11,1	8,5
ABRUZZO	170,59	654,77	283,8	11,6	12,8
MOLISE	15,09	69,08	357,9	16,4	14,0
CAMPANIA	329,23	917,74	178,8	13,3	11,8
PUGLIA	488,93	1.077,98	120,5	21,1	18,1
BASILICATA	23,28	130,28	459,7	17,9	11,9
CALABRIA	31,20	65,85	111,0	22,8	21,2
SICILIA	318,33	832,69	161,6	15,1	15,2
SARDEGNA	96,75	224,82	132,4	10,0	9,2
ITALIA NORD-OCCIDENTALE	7.227,73	14.840,38	105,3	14,5	13,8
ITALIA NORD-ORIENTALE	5.949,29	15.124,76	154,2	20,0	18,9
ITALIA CENTRALE	3.773,40	9.132,45	142,0	23,5	21,1
SUD-IOLE	1.473,41	3.973,22	169,7	15,2	13,9
ITALIA	18.423,84	43.070,82	133,8	17,5	16,6

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati propri e Istat

¹⁵ Si confronti, in merito, la tabella 2.

Da un'analisi comparativa fra le diverse ripartizioni geografiche emerge con chiarezza, però, come l'export artigiano si distribuisca sul territorio in misura decisamente squilibrata: le esportazioni artigiane del Settentrione rappresentano complessivamente il 69,6% del totale – 34,5% del Nord Ovest e 35,1% del Nord Est – a fronte del 21,2% del Centro Italia e del 9,2% del Meridione. Il dato rispecchia, d'altro canto, più in generale, la distribuzione sul territorio nazionale della propensione all'export che, come noto, penalizza significativamente il Sud del Paese.

Il maggior volume di esportazioni artigiane coinvolge Lombardia, Friuli Venezia Giulia, Toscana ed Emilia Romagna, che da sole coprono il 68% del valore delle esportazioni, mentre le quote più elevate che si registrano per il Sud sono relative alla Sicilia (1,9%) e all'Abruzzo (1,5%). Particolarmente basso il contributo all'export artigiano nazionale della Valle d'Aosta (0,1%), della Calabria e del Molise (entrambi 0,2%).

Per quanto riguarda l'incidenza delle esportazioni delle unità locali a carattere artigiano sul totale dell'export, nel 2000, le esportazioni artigiane rappresentano il 32,7% di quelle totali nel Nord, il 21,1% nel Centro e il 13,9% nel Sud e isole.

Analizzando il peso dell'artigianato a livello regionale, si nota come presentano un'incidenza sul totale esportazioni superiore al 19% (contro il 16,6% della media nazionale) Toscana, Veneto, Calabria, Liguria, Marche e Friuli Venezia Giulia.

Il dato della Calabria risulta significativo, in quanto testimonia del fatto che la scarsa propensione all'export da parte delle imprese artigiane calabresi non rappresenti una peculiarità del settore artigiano, bensì rientri, più in generale, in un livello di internazionalizzazione tanto basso da divenire problematico, comune a molte aree del Mezzogiorno. La scarsa propensione delle imprese del Sud, artigiane e non, ad intraprendere rapporti di scambio con i mercati internazionali è evidente anche dalla tabella seguente.

Tab. 12 – Propensione all'esportazione delle regioni italiane (Anno 2000; Valori percentuali)

REGIONI	EXPORT ARTIGIANO	EXPORT COMPLESSIVO	NUMERO INDICE EXPORT ARTIGIANO (ITALIA =100)
PIEMONTE	32,6	32,4	92,1
VALLE D'AOSTA	11,1	13,9	31,3
LOMBARDIA	39,3	32,6	111,1
TRENTINO ALTO ADIGE	33,7	18,4	95,2
VENETO	43,1	37,5	121,6
FRIULI VENEZIA GIULIA	64,6	35,8	182,5
LIGURIA	16,9	10,8	47,8
EMILIA ROMAGNA	37,3	31,4	105,3
TOSCANA	57,0	29,7	160,9
UMBRIA	18,9	15,3	53,2
MARCHE	30,6	28,0	86,3
LAZIO	19,0	10,8	53,7
ABRUZZO	27,6	26,3	77,9
MOLISE	14,8	10,4	41,8
CAMPANIA	20,4	11,4	57,7
PUGLIA	25,4	12,1	71,7
BASILICATA	11,7	13,3	33,1
CALABRIA	3,2	1,3	9,1
SICILIA	20,1	9,0	56,7
SARDEGNA	8,9	10,6	25,3
CENTRO-NORD	38,7	28,1	109,4
SUD-IOLE	18,9	11,1	53,4
<i>ITALIA</i>	<i>35,4</i>	<i>24,1</i>	<i>100,0</i>

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati propri e Istat

2. IL RUOLO DELL'ARTIGIANATO ARTISTICO NELLA PROVINCIA DI REGGIO CALABRIA

Dopo aver delineato un quadro generale dell'artigianato in Italia, teso a contestualizzare l'esperienza reggina nell'ambito nazionale di appartenenza, ed aver definito i tratti salienti dell'artigianato *tout court* sotto il profilo quantitativo e qualitativo, si presenta in questo secondo capitolo dapprima un panorama sintetico dell'imprenditorialità artigiana nella provincia di Reggio Calabria (inquadrata nel contesto regionale), al fine di delineare i tratti salienti del comparto, e successivamente si affronta la trattazione del tema specifico oggetto di indagine, ovvero l'artigianato artistico e tradizionale, in termini legislativi, di consistenza numerica, nonché sotto il profilo descrittivo, mediante l'individuazione delle produzioni tipiche dell'artigianato d'arte reggino.

2.1 Il contesto provinciale: le imprese artigiane reggine

Le aziende artigiane attive nel 2004 a Reggio Calabria sono 9.481, pari a un quarto circa del totale regionale. Se si considera, però, l'incidenza del settore rispetto al totale delle imprese operanti sul territorio, si nota come il ruolo dell'artigianato nella provincia reggina sia più contenuto di altri contesti. Dal confronto con le altre province emerge, infatti, come a Reggio Calabria l'incidenza delle imprese artigiane rispetto all'universo imprenditoriale extra-agricolo risulta pari soltanto al 26,7%, a fronte di un 30,7% medio calabrese e di un più elevato 35,1% per l'Italia nel suo complesso.

Più in generale, la *vocazione artigiana* reggina, misurata dal rapporto fra la numerosità delle imprese artigiane e la popolazione residente, con le sue 1,7 imprese per 100 abitanti risulta la meno consistente della Calabria (in media 1,9), oltre ad essere inferiore al dato Italia (2,5).

Tab. 1 – Numerosità delle imprese artigiane extra-agricole e incidenza delle imprese artigiane extra-agricole attive sul totale imprese e sulla popolazione (Anno 2004; Valori assoluti e percentuali)

PROVINCE	REGISTRATE	ATTIVE	% IMPRESE ARTIGIANE EXTRA-AGRICOLE ATTIVE/TOT. IMPRESE EXTRA-AGRICOLE ATTIVE	% IMPRESE ARTIGIANE EXTRA-AGRICOLE ATTIVE/100 ABITANTI
COSENZA	14.926	14.641	33,0	2,0
CATANZARO	7.433	7.235	30,9	2,0
REGGIO CALABRIA	9.622	9.481	26,7	1,7
CROTONE	3.596	3.498	34,4	2,0
VIBO VALENTIA	3.139	3.090	30,9	1,8
CALABRIA	38.716	37.945	30,7	1,9
ITALIA	1.446.090	1.433.809	35,1	2,5

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere e Istat

La bassa incidenza delle imprese artigiane sul tessuto imprenditoriale provinciale si manifesta soprattutto in relazione alla componente industriale. Per quanto concerne tale settore, infatti, a Reggio Calabria l'incidenza dell'imprenditorialità artigiana di produzione nel 2004 si attesta complessivamente intorno al 54%, a fronte di valori per le altre province tutti superiori al 65% e di un dato nazionale medio pari al 71,3%. Meno divario rispetto alle altre realtà calabresi si manifesta per quel che riguarda l'incidenza delle imprese artigiane dei servizi: 15,2%, a fronte di un valore medio regionale pari al 16,9% e del valore medio per l'Italia del 17,4%.

Tab. 2 – Incidenza delle imprese artigiane extra-agricole sul totale imprese extra-agricole attive¹⁶ (Anno 2004; Valori percentuali)

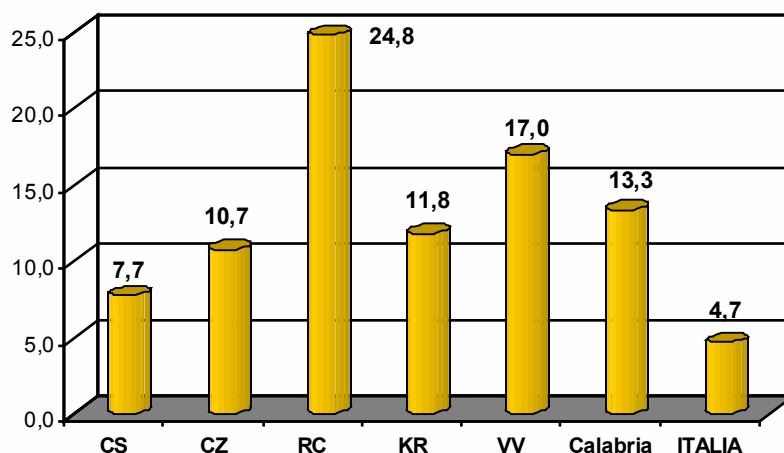
PROVINCE	INCIDENZA IMPRESE ARTIGIANE DI PRODUZIONE/IMPRES INDUSTRIALI	INCIDENZA IMPRESE ARTIGIANE DEI SERVIZI/IMPRES DEI SERVIZI	INCIDENZA IMPRESE ARTIGIANE/TOTALE IMPRES
COSENZA	65,1	18,7	33,0
CATANZARO	67,4	16,9	30,9
REGGIO CALABRIA	54,4	15,2	26,7
CROTONE	66,8	16,6	34,4
VIBO VALENTIA	66,1	15,1	30,9
CALABRIA	62,7	16,9	30,7
ITALIA	71,3	17,4	35,1

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Nonostante la persistenza di una situazione di scarsa incidenza delle imprese artigiane rispetto alla totalità delle imprese, negli ultimi anni Reggio Calabria ha, comunque, vissuto una significativa crescita del tessuto imprenditoriale artigiano: dal 2000 al 2004 si è registrato, infatti, un aumento quasi pari al 25%, a fronte di incrementi più modesti per tutte le altre province calabresi (in media +13,3%), nonché per l'Italia nel suo insieme (+4,7%). Si ipotizza, in proposito, che le politiche adottate a livello locale, nonché, più in generale, la considerazione dell'artigianato quale settore strategico per lo sviluppo, possano aver favorito le imprese artigiane del territorio reggino, nella direzione di una ripresa che, seppure ancora insufficiente a colmare il *gap* rispetto al resto della regione, tuttavia assume il carattere estremamente positivo di un *trend* di crescita.

¹⁶ Sono incluse nel totale imprese extra-agricole attive anche le imprese non classificate.

Graf. 1 – Variazione delle imprese artigiane extra-agricole (Anni 2004/2000; Valori percentuali)



Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Nel 2004, il tasso di crescita imprenditoriale nel settore artigiano in provincia di Reggio Calabria (2,9%) si attesta intorno al valore medio calabrese (2,8%), ma supera quello dell'Italia (1,2%), grazie ad un'elevata natalità (9,4% contro la media nazionale dell'8,6%) e una minore mortalità d'impresa (6,5% *vs* 7,4%). Il tasso di crescita imprenditoriale reggino colloca il capoluogo di provincia in una posizione intermedia fra i tassi di sviluppo più positivi di Vibo Valentia e Catanzaro e quelli più ridotti di Crotone e Cosenza, a testimonianza di una certa vitalità che ha recentemente coinvolto l'imprenditorialità artigiana reggina.

Tab. 3 – Nati-mortalità delle imprese artigiane extra-agricole (Anno 2004)

PROVINCE	TASSO DI NATALITÀ	TASSO DI MORTALITÀ	TASSO DI SVILUPPO
COSENZA	8,4	6,2	2,2
CATANZARO	9,2	6,1	3,1
REGGIO CALABRIA	9,4	6,5	2,9
CROTONE	9,9	7,1	2,7
VIBO VALENTIA	9,6	5,1	4,5
CALABRIA	9,1	6,3	2,8
ITALIA	8,6	7,4	1,2

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Per quanto concerne il peso del settore nell'economia locale, nel 2002, in provincia di Reggio Calabria l'artigianato ha prodotto un valore aggiunto pari a circa 678 milioni di euro, di cui 308 circa nel comparto della produzione e circa 370 in quello dei servizi. Nonostante si tratti dei valori più elevati nella regione dopo quelli di Cosenza, la variazione rispetto al 1995 – +45,4%, di cui +50% nell'industria e +41,8% nei servizi – è la più bassa delle province calabresi, anche se comunque superiore all'aumento medio verificatosi in Italia (in totale 36,7%).

Tab. 4 – Valore aggiunto ai prezzi base dell'artigianato¹⁷ (Anni 1995-2002; Valori assoluti in milioni di euro correnti e variazioni percentuali)

PROVINCE	1995			2002			VAR. % 02/95		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
COSENZA	424	330	754	653	558	1.211	54,2	68,9	60,6
CATANZARO	178	164	342	285	274	559	60,2	67,3	63,6
REGGIO CALABRIA	206	261	466	308	370	678	50,0	41,8	45,4
CROTONE	53	48	101	153	100	253	187,7	107,0	149,5
VIBO VALENTIA	77	71	148	113	131	243	46,5	83,9	64,4
CALABRIA	938	874	1.812	1.513	1.431	2.945	61,3	63,8	62,5
ITALIA	69.739	36.691	106.430	94.464	51.058	145.522	35,5	39,2	36,7

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Reggio Calabria si caratterizza per la ricchezza prodotta dall'artigianato dei servizi, che rappresenta il 55,9% del totale del valore aggiunto artigiano nel 1995 ed il 54,5% nel 2002. Il dato rappresenta una peculiarità della provincia non soltanto in relazione al dato nazionale (34,5% nel 1995 e 35,1% nel 2002)¹⁸, ma anche in rapporto alla realtà della Calabria nel suo complesso: nel 1995, Reggio Calabria è l'unica provincia ad avere un valore aggiunto prodotto dall'artigianato dei servizi superiore a quello prodotto dall'artigianato di produzione, nel 2002 condivide questa tendenza soltanto con Vibo Valentia.

¹⁷ Si prendono in esame, anche in questa tabella, esclusivamente le imprese artigiane extra-agricole.

¹⁸ In generale, si è già visto come la componente dell'artigianato dei servizi sia più sviluppata in alcune aree del Mezzogiorno rispetto alle regioni del Nord, ove l'artigianato continua a manifestarsi prevalentemente nella forma più tradizionale dell'artigianato manifatturiero.

Tab. 5 – Incidenza del Valore aggiunto ai prezzi base dell'artigianato di produzione e di servizi sul totale artigianato (Anni 1995-2002; Valori percentuali)

PROVINCE	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
COSENZA	56,2	43,8	100,0	53,9	46,1	100,0
CATANZARO	52,1	47,9	100,0	51,0	49,0	100,0
REGGIO CALABRIA	44,1	55,9	100,0	45,5	54,5	100,0
CROTONE	52,6	47,4	100,0	60,6	39,4	100,0
VIBO VALENTIA	52,0	48,0	100,0	46,3	53,7	100,0
CALABRIA	51,8	48,2	100,0	51,4	48,6	100,0
ITALIA	65,5	34,5	100,0	64,9	35,1	100,0

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Passando ad analizzare il peso del settore nella creazione di ricchezza a livello locale, però, l'incidenza dell'artigianato sul valore aggiunto complessivo dell'industria e dei servizi relega Reggio Calabria agli ultimi posti della graduatoria provinciale calabrese, sia prendendo in esame l'artigianato di produzione che quello dei servizi: nel 2002 l'incidenza dell'artigianato di produzione e dei servizi è pari, rispettivamente, al 31,6% e 6,4%, a fronte di un'incidenza calabrese media pari a 36,9% e 7,2%.

Tab. 6 – Incidenza dell'artigianato sul totale Valore aggiunto dell'industria e dei servizi (Anni 1995-2002; Valori percentuali)

PROVINCE	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
COSENZA	33,1	6,7	12,1	41,4	7,9	14,1
CATANZARO	26,7	5,6	9,6	35,5	6,9	11,7
REGGIO CALABRIA	27,0	6,2	9,4	31,6	6,4	10,0
CROTONE	22,6	5,0	8,4	35,0	6,8	13,3
VIBO VALENTIA	30,5	6,2	10,6	37,0	7,5	11,9
CALABRIA	29,3	6,2	10,4	36,9	7,2	12,2
ITALIA	26,7	6,3	12,7	29,7	6,2	12,7

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

A conferma del modesto ruolo delle aziende artigiane nella creazione del valore aggiunto reggino, si osserva come a livello nazionale la provincia si situi nella fascia di province che apportano il contributo più modesto in compagnia di grandi aree metropolitane quali Roma, Napoli, Genova o Milano (cfr. fig.1).

Fig. 1 – Distribuzione dell'incidenza dell'artigianato sul valore aggiunto provinciale (Anno 2002; Valori percentuali)



Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Gli occupati dell'artigianato in provincia di Reggio Calabria, nel 2002, sono complessivamente circa 19.400, di cui 9.300 circa nel comparto della produzione e 10.100 in quello dei servizi, a ricalcare l'andamento del valore aggiunto prodotto dalle due componenti artigiane. Seppur consistente, inoltre, il livello di occupazione della provincia reggina (superato solamente da Cosenza) presenta una crescita degli occupati artigiani tra il 1995 e il 2002 meno consistente di quella registrata mediamente a livello regionale, anche se superiore alla crescita media in Italia.

Tab. 7 – Occupati dell'artigianato¹⁹ (Anni 1995-2002; Valori assoluti in migliaia di unità e variazioni percentuali)

PROVINCE	1995			2002			VAR. % 02/95		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
COSENZA	17,1	9,6	26,7	20,1	13,4	33,5	17,7	40,0	25,7
CATANZARO	6,8	4,5	11,3	8,9	5,7	14,5	30,2	25,3	28,3
REGGIO CALABRIA	8,2	8,0	16,2	9,3	10,1	19,4	13,3	26,8	19,9
CROTONE	2,2	1,3	3,5	4,2	1,9	6,2	90,8	49,7	75,9
VIBO VALENTIA	3,3	2,4	5,7	3,7	2,9	6,6	11,0	24,0	16,4
CALABRIA	37,7	25,7	63,4	46,2	34,0	80,2	22,7	32,3	26,6
ITALIA	2.258,6	918,8	3.177,5	2.450,4	1.091,5	3.541,9	8,5	18,8	11,5

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

La composizione settoriale degli occupati dell'artigianato per l'anno 2002 mette, ancora una volta, in evidenza il significativo apporto delle attività artigiane reggine al settore dei servizi: sul totale degli occupati dell'artigianato, quelli impegnati nei servizi rappresentano nel capoluogo di provincia il 52%, a fronte del 42,4% medio in Calabria e del 30,8% in Italia.

¹⁹ Si prendono in esame, anche in questa tabella, esclusivamente le imprese artigiane extra-agricole.

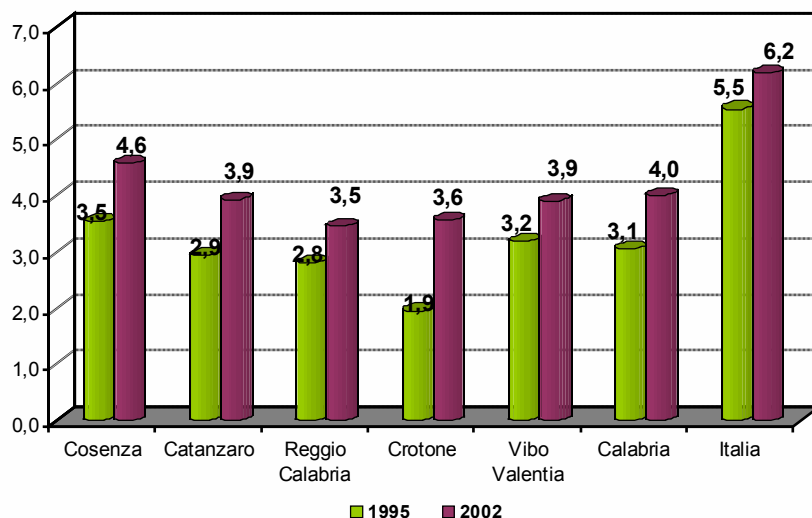
Tab. 8 – Incidenza degli occupati dell'artigianato di produzione e di servizi sul totale artigianato (Anni 1995-2002; Valori percentuali)

PROVINCE	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
COSENZA	64,1	35,9	100,0	60,0	40,0	100,0
CATANZARO	60,1	39,9	100,0	61,0	39,0	100,0
REGGIO CALABRIA	50,8	49,2	100,0	48,0	52,0	100,0
CROTONE	63,6	36,4	100,0	69,0	31,0	100,0
VIBO VALENTIA	58,4	41,6	100,0	55,7	44,3	100,0
CALABRIA	59,5	40,5	100,0	57,6	42,4	100,0
ITALIA	71,1	28,9	100,0	69,2	30,8	100,0

Fonte: Istituto G. Tagliacarne

Osservando poi il livello di “artigianalità” rispetto alla popolazione, si nota come il peso degli occupati del settore artigiano sul totale dei residenti a Reggio Calabria si rivela poco consistente: 2,8% nel 1995 e 3,5% nel 2002, mentre a livello regionale si raggiungono rispettivamente il 3,1% ed il 4% e in Italia il 5,5% e il 6,2%.

Graf. 2 – Incidenza degli occupati dell'artigianato sulla popolazione totale (Anni 1995-2002; Valori percentuali)



Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati propri e Istat

Infine, l'incidenza degli occupati dell'artigianato sul totale degli occupati dell'industria e dei servizi nel 2002 a Reggio Calabria risulta pari al 13%, ovvero inferiore alla media calabrese pari al 14,9% e anche al valore medio nazionale (15,5%). Nel dettaglio, l'incidenza degli occupati artigiani sul totale degli occupati della produzione a Reggio Calabria è minore rispetto al dato medio regionale (rispettivamente 41,9% e 42,6%), mentre risulta superiore l'incidenza degli occupati artigiani dei servizi, che rappresentano l'8% degli occupati complessivi del settore, contro il 7,9% medio calabrese e il 6,9% dell'Italia.

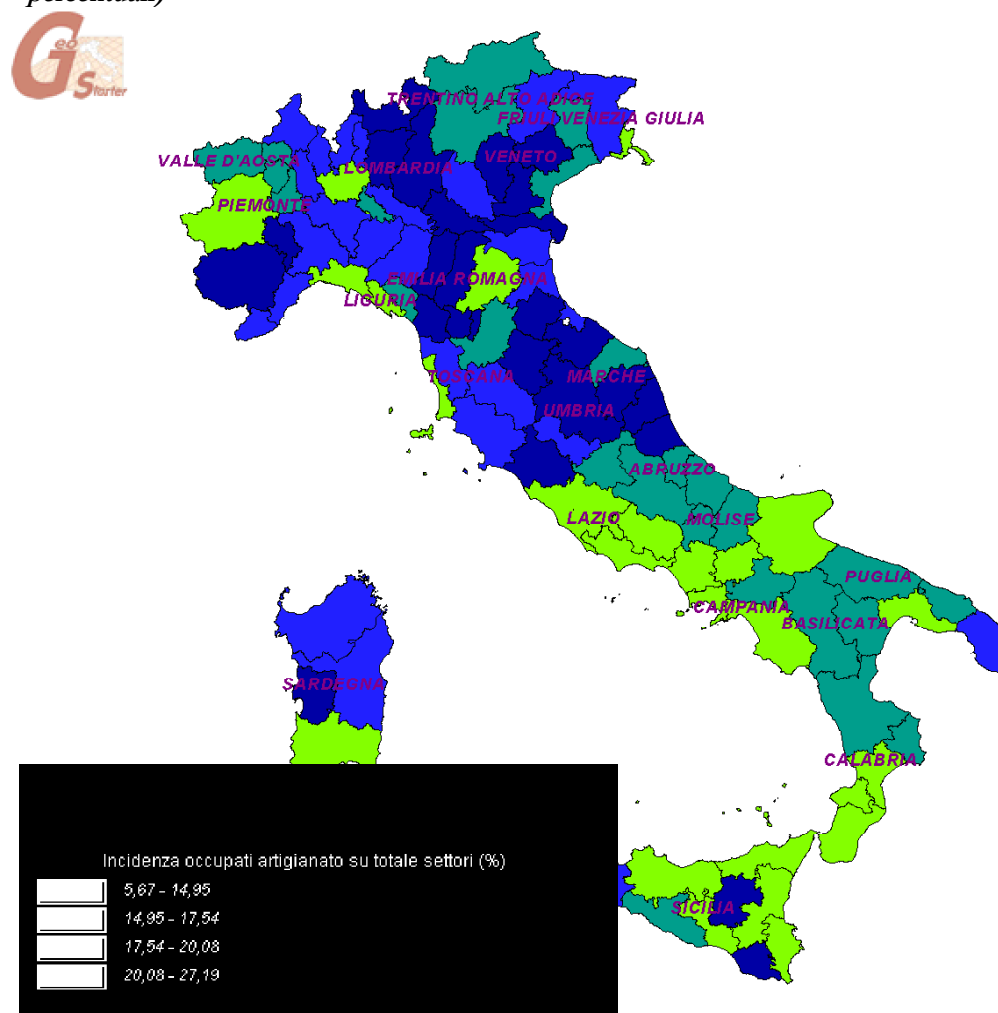
Tab. 9 – Incidenza degli occupati dell'artigianato sul totale degli occupati dell'industria e dei servizi (Anni 1995-2002; Valori percentuali)

PROVINCE	1995			2002		
	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE	PRODUZIONE	SERVIZI	TOTALE
COSENZA	39,9	7,0	14,8	45,6	8,5	16,5
CATANZARO	35,4	5,9	11,8	40,6	6,7	13,7
REGGIO CALABRIA	32,1	6,6	11,0	41,9	8,0	13,0
CROTONE	31,8	5,0	10,9	37,6	7,5	16,8
VIBO VALENTIA	36,1	6,6	12,6	41,0	8,1	14,7
CALABRIA	36,3	6,5	12,7	42,6	7,9	14,9
ITALIA	33,2	6,6	15,4	35,0	6,9	15,5

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati propri e Istat

A livello territoriale, inoltre, si nota come Reggio Calabria si situi nella fascia di province a più bassa incidenza dell'occupazione artigiana insieme a molte province siciliane e alle province di Catanzaro e Vibo Valentia nonché, come prima evidenziato, con le grandi aree metropolitane quali Roma e Milano.

Fig. 2 – Distribuzione provinciale dell'incidenza degli occupati artigiani sul totale (Anno 2002; Valori percentuali)



Fonte: Istituto G. Tagliacarne

L'artigianato reggino sembra, dunque, distinguersi per il forte impatto sul comparto dei servizi e si caratterizza come un artigianato a basso valore aggiunto: in un'ipotetica graduatoria delle province italiane, Reggio Calabria si colloca in una posizione del tutto marginale se si prende in esame il peso dell'artigianato nella produzione di ricchezza complessiva provinciale.

Si tratta di un dato estremamente significativo, sul quale è necessario riflettere per tratteggiare le linee future dello sviluppo strategico del settore, così da rendere possibile l'acquisizione di un ruolo centrale per un artigianato che nella provincia rappresenta una tradizione importante e radicata, ma ancora stenta a divenire un volano per l'economia locale.

D'altro canto, occorre sottolineare come il comparto artigiano provinciale, come genericamente tutto il tessuto produttivo locale, non possa contare su un'organizzazione di tipo distrettuale o sull'esistenza di sinergie tali da garantire un'adeguata competitività sul piano nazionale ed internazionale, restando invece legato ad un universo di micro imprese isolate fra loro e incapaci di inserirsi efficacemente in un mercato globale.

In generale, la provincia di Reggio Calabria risulta storicamente caratterizzata da imprese di piccole dimensioni, in larga maggioranza nella forma giuridica della ditta individuale piuttosto che della società, e si distingue da altre realtà connotate da un'antica tradizione di cooperativismo (è il caso, ad esempio, della regione Toscana) per una scarsa relazionalità fra le imprese, sia in termini di relazioni formali, sia a livello di rapporti informali fra gli imprenditori locali, con conseguenze evidenti in termini di efficienza dei processi e diseconomie di scala.²⁰

In rapporto al settore dell'artigianato, in particolare, l'atomizzazione delle micro-imprese artigiane risulta particolarmente evidente²¹, tanto che nell'intera regione è possibile rilevare la presenza di due soli distretti industriali caratterizzati dalla lavorazione artigianale dei prodotti agricoli, il distretto alimentare di Bisignano in provincia di Cosenza e quello di Maierato in provincia di Vibo Valentia.

2.2 L'artigianato artistico: problemi definitori nella provincia di Reggio Calabria

Sebbene, salvo rare eccezioni, il patrimonio storico-culturale rappresentato dall'artigianato non si sia trasformato in un volano per l'economia regionale, la Calabria vanta anche una notevole tradizione in materia di lavorazioni artigiane artistiche e tradizionali.

L'artigianato artistico, d'altro canto, riveste una grande importanza in tutta Italia: recenti indagini di Confartigianato e CNA (2003) hanno stimato la presenza di ben 195.570 imprese che operano nel nostro Paese nell'artigianato artistico e

²⁰ Per una trattazione più puntuale del fenomeno si cfr. Cersosimo D., Scoppa V., *Il sistema economico regionale* e Corti E., De Paola M., Guzzo F., *L'industria: innovazione e sistemi produttivi locali* in A.A.V.V., *La Calabria verso il futuro*, Ris-Calabria, Meridiana Libri, Catanzaro, 1999.

²¹ Si cfr., per una trattazione più ampia della problematica, Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università degli Studi di Firenze (a cura di), *Primo Rapporto sull'Artigianato nelle Regioni Italiane*, Firenze, 2001.

di tradizione. Si tratta di micro o piccole imprese (oltre il 50% è costituita dal solo titolare), che coinvolgono complessivamente oltre 400.000 addetti, riconducibili a 158 mestieri suddivisi in 12 grandi settori²².

Nonostante la grande rilevanza dell'artigianato artistico nel nostro Paese, solo di recente il legislatore è intervenuto a regolamentare il settore²³, definendone i confini e delimitandone l'oggetto.

Il D.P.R. n. 288 del 25 maggio 2001, "Regolamento concernente l'individuazione dei settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali, nonché dell'abbigliamento su misura"²⁴, pur non fornendo una definizione esplicita del fenomeno dell'artigianato artistico, esplicita i contenuti delle lavorazioni artistiche e di quelle tradizionali, ovvero del prodotto risultante dalle attività artigiane d'arte e tradizionali, e individua 158 tipologie di lavorazioni rientranti in tali definizioni²⁵.

Secondo quanto stabilito dal decreto, le lavorazioni artistiche riguardano "le creazioni, le produzioni e le opere di elevato valore estetico o ispirate a forme, modelli, decori, stili e tecniche, che costituiscono gli elementi tipici del patrimonio storico e culturale, anche con riferimento a zone di affermata ed intensa produzione artistica", nonché gli elementi innovativi che da tale tradizione artistica prendono le mosse. Tali lavorazioni devono essere svolte "prevalentemente con tecniche di lavorazione manuale, ad alto livello tecnico e professionale, anche con l'ausilio di apparecchiature, ad esclusione di processi di lavorazione interamente in serie; sono ammesse singole fasi meccanizzate o automatizzate di lavorazione secondo tecniche innovative e con strumentazioni tecnologicamente avanzate".

Sono, invece, considerate lavorazioni tradizionali "le produzioni e le attività di servizio realizzate secondo tecniche e modalità che si sono consolidate e tramandate nei costumi e nelle consuetudini a livello locale, anche in relazione alle necessità ed alle esigenze della popolazione, [...] svolte con tecniche prevalentemente manuali, anche con l'ausilio di strumentazioni e di apparecchiature, ad esclusione di processi di lavorazione integralmente in serie e di fasi automatizzate

²² Seguendo la divisione nei 12 settori, le imprese artigiane artistiche e tradizionali sono 34.885 nell'Abbigliamento su misura, 16.953 nel Cuoio, pelletteria e tappezzeria, 3.481 nelle Decorazioni, 6.186 nella Fotografia, riproduzione disegni e pittura, 7.740 nella Lavorazione del legno, 22.487 nella Lavorazione dei metalli comuni, 15.667 nell'Oreficeria, gioielleria, lavorazione pietre preziose, 608 nella lavorazione degli Strumenti musicali, 2.850 nella Tessitura e ricamo, 12.374 nella Lavorazione vetro, ceramica, pietra, 2.092 nella Lavorazione carta, 70.247 nell'Alimentazione.

²³ In precedenza, la regolamentazione dei mestieri d'arte era ricondotta alla disciplina normativa generale dell'artigianato (di cui, come evidente, l'artigianato d'arte costituisce soltanto una parte). L'elenco dei mestieri artistici, tradizionali e dell'abbigliamento su misura, inoltre, prima del 2001 era definito dal D.P.R. n. 537 dell'8 giugno 1964 (adottato in base all'impianto normativo che regolava l'impresa artigiana ai sensi della L. n. 850/56), che, però, si dimostrava piuttosto lacunoso, in quanto privo di organicità e di definizioni univoche dei mestieri d'arte.

²⁴ Il Decreto è stato emanato visto l'art. 4 della legge quadro n.443 dell'8 agosto 1985, che prevede che "i settori delle lavorazioni artistiche e tradizionali e dell'abbigliamento su misura saranno individuati con decreto del Presidente della Repubblica, sentite le regioni ed il Consiglio nazionale dell'artigianato" e recepisce il parere approvato il 18 dicembre 1996 dal Consiglio Nazionale dell'Artigianato.

²⁵ Nello specifico, oltre al settore dell'abbigliamento su misura (definito a parte), sono state indicate dal decreto le seguenti macrocategorie: Cuoio, pelletteria e tappezzeria; Decorazioni; Fotografia, riproduzione disegni e pittura; Legno e affini; Metalli comuni; Metalli pregiati, pietre preziose, pietre dure e lavorazioni affini; Strumenti musicali; Tessitura, ricamo ed affini; Vetro, ceramica, pietre ed affini; Carta, attività affini e lavorazioni varie; Alimentaristi.

di lavorazione”.²⁶

Sebbene non si possa parlare di veri e propri mestieri d'arte, anche le lavorazioni tradizionali costituiscono una dimensione importante del patrimonio storico-culturale di una data area geografica e possono contribuire al suo sviluppo (turistico, commerciale, ecc.); pertanto, devono essere oggetto di specifiche forme di tutela e sostegno da parte delle istituzioni, al pari delle lavorazioni artistiche.

La definizione delle lavorazioni artistiche nel D.P.R. n. 288/2001, peraltro, risulta coerente con la definizione di artigianato artistico condivisa dalla Société d'Encouragement aux Métiers d'Art (SEMA), originariamente elaborata da Pierre Dehay²⁷, secondo cui tre sarebbero i tratti distintivi dei mestieri d'arte, ravvisabili in:

1. Una tecnica essenzialmente manuale, spesso tradizionale;
2. Una impresa gestita direttamente da un “maestro” che ne è il punto di riferimento;
3. Una produzione di pezzi unici o di piccole serie.

A livello regionale, in conformità alla Legge costituzionale n. 3 del 18 ottobre 2001, “Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione”, che ha stabilito il trasferimento alle Regioni di una molteplicità di compiti amministrativi e legislativi, si è assistito ad una notevole diffusione di normative regionali in materia di artigianato artistico, incapaci, però, di significativi apporti in termini definitivi.²⁸

In Calabria, in particolare, la tutela e lo sviluppo dei mestieri d'arte, sulla scorta di quanto previsto già nello Statuto

²⁶ Ai sensi del D.P.R. 288/2001, “Rientrano nel settore delle lavorazioni tradizionali le attività di restauro e di riparazione di oggetti d'uso”, nonché la produzione alimentare “risultante da tecniche di lavorazione in cui sono riconoscibili gli elementi tipici della cultura locale e regionale, il cui processo produttivo mantiene contenuti e caratteri di manualità e i processi di conservazione, stagionatura e invecchiamento avvengono con metodi naturali”.

²⁷ Si confronti Dehay P., *Rapport au Président de la République – Les difficultés des Métiers D'Art*, La Documentation française, Parigi, 1975, p.14

²⁸ Si citano, a titolo di esempio, la legislazione regionale ligure (L.R. n. 53 del 17/12/1984) e quella toscana (L.R. n. 58 del 2/11/1999). Per una trattazione più puntuale della problematica, riscontrata peraltro da più autori, si rimanda, in particolare, al caso della legislazione regionale Toscana ampiamente affrontato da Laura Simoncini (cfr. Simoncini L., *La definizione giuridica: la L.R. 58/99*, in Zanni L. (a cura di), *Le imprese dell'artigianato artistico e tradizionale in Toscana*, Centro Stampa Regione Toscana, Firenze, 2001). In particolare, a pag. 11 dell'op. cit. si legge: «Il concetto di artigianato artistico e tradizionale è un concetto diffuso, spesso dato per acquisito a prescindere da una sua specifica definizione. Molte sono le manifestazioni, i premi, le iniziative, i progetti ed anche le leggi che hanno ad oggetto o citano questo particolare artigianato. Spesso però prescindendo da una sua specifica definizione o comunque dandone le definizioni più varie. [...] Dal punto di vista della definizione giuridica di AAT, l'esame della legislazione regionale in Italia non fornisce elementi normativi espliciti ma tende, semmai, ad individuare l'ambiente nel quale nasce, si sviluppa e si consolida la produzione artistica e tradizionale. Si fa riferimento quindi alle tradizioni consolidate a livello locale, ai valori di civiltà e cultura radicati sul territorio, ad un patrimonio culturale da mantenere, conservare e tutelare.».

regionale²⁹, sono regolamentate dalla Legge Regionale 15 marzo 2002 n. 15, “Norme sulla tutela, il recupero e la promozione dell’artigianato artistico e tipico della Calabria”. La L.R. 15/2002, allo scopo di salvaguardare la vocazione artistica dell’artigianato calabrese prevede una serie di misure, indicate all’art. 2:

- a) *istituisce il contrassegno delle produzioni artigiane ad alto contenuto artistico, indicante l’origine e la qualità del prodotto, sia per le lavorazioni artistiche frutto di affermata tradizione, di tecniche e di stili divenuti patrimonio storico della Calabria, sia alle nuove creazioni che dalle prime traggono ispirazione;*
- b) *promuove la creazione e il potenziamento di strutture integrate destinate alla valorizzazione della produzione artistica non di serie, ovvero della produzione di serie limitata e predeterminata;*
- c) *favorisce la concessione di agevolazioni finanziarie finalizzate alla permanenza delle imprese dell’artigianato artistico e tradizionale;*

La Regione, inoltre, si fa garante dell’attuazione di interventi di formazione nel settore dell’artigianato artistico e tradizionale, anche attraverso il metodo dell’alternanza scuola-lavoro, e promuove incentivi formativi ed incentivi all’occupazione, finalizzati alla costituzione e all’ampliamento delle imprese artigiane (artt. 12-15 della L.R. 15/2002).³⁰

La medesima legge prevede poi, all’art. 9, l’istituzione di un Comitato Regionale per la tutela e la valorizzazione dell’artigianato artistico e tradizionale, al quale è affidato – fra le altre funzioni – il compito di individuare le lavorazioni artistiche e le aziende meritevoli di ottenere il contrassegno, quello di iscrivere, aggiornare e tenere l’Albo regionale speciale delle imprese artigiane operanti nel settore dell’artigianato artistico nonché, in generale, di suggerire agli organi regionali competenti azioni finalizzate al miglioramento della produzione e della divulgazione/diffusione delle lavorazioni artistiche.

Su quest’ultimo aspetto va precisato come recentemente detto Comitato Regionale ha rilasciato a 85 aziende della regione il contrassegno di origine e qualità di cui agli artt. 6 e 7 della Legge 15/2002. Tra gli assegnatari si contano 15 esponenti dell’artigianato artistico e tradizionale della provincia reggina e, tra questi, 3 artisti del ferro battuto, 2 ceramisti e 2 intagliatori del legno.

I settori dell’artigianato artistico maggiormente rilevanti nel contesto regionale, citati anche all’art. 3 della legge

²⁹ All’articolo 56, lo Statuto della Regione Calabria delibera che “[...] la Regione, nell’ambito delle proprie competenze ed in concorso con lo Stato: [...] f) promuove lo sviluppo dell’artigianato e a tal fine: adotta iniziative per stimolarne l’attività; incentiva la formazione di nuove imprese; promuove forme associative al fine di consentire una più vasta collocazione dei prodotti ed una più equa remunerazione del lavoro; favorisce con apposite norme l’artigianato tradizionale”.

³⁰ Il successivo Regolamento Regionale 29 aprile 2003 n. 6, attuativo dell’art. 12 della L.R. 15/2002, garantisce, poi, la presenza obbligatoria di una quota minima di attività di formazione nel settore dell’artigianato artistico e tradizionale all’interno della programmazione annuale e pluriennale di formazione professionale (art. 1), definendo anche (all’art. 5) le possibili tipologie di interventi: formazione/qualificazione di base; formazione specializzata; obbligo formativo, apprendistato o IFTS in logica di integrazione dei sistemi formativi; formazione continua per occupati; formazione imprenditoriale per titolari d’impresa e loro familiari; azioni formative finalizzate all’assunzione di nuovi dipendenti da parte delle aziende artigiane al termine delle azioni; work-experiences; interventi di sostegno all’occupazione nelle imprese artigiane.

regionale³¹, sono la ceramica, il legno, il ferro, la tessitura ed il ricamo a mano, l'oreficeria. Da una stima effettuata di recente emerge³² l'esistenza in Calabria di 115 imprese artigiane d'arte nel comparto ceramico, di 136 nelle lavorazioni orafe e di 47 nel tessile. Non sono, invece, disponibili stime per altri settori quali la lavorazione artistica del legno, del vetro, del ferro battuto e della pietra.

Rispetto alle stime presentate, la provincia di Reggio Calabria sembra distinguersi nel panorama regionale soprattutto per l'artigianato tessile (nel capoluogo di regione si concentra quasi il 30% delle imprese artigiane artistiche del settore, quota inferiore solo a quella di Cosenza), ma anche per le lavorazioni d'arte in ceramica (24,3% dell'universo imprenditoriale della regione, seconda quota per importanza dopo Cosenza). Minore sembrerebbe, invece, la diffusione di artigiani orafi, rispetto alla quale Reggio Calabria si colloca al penultimo posto nella graduatoria regionale.

Il ruolo centrale della provincia di Reggio Calabria nelle creazioni tessili artistiche si spiega con la presenza di un elevatissimo numero di centri d'eccellenza nell'ambito della provincia, ciascuno caratterizzato da una peculiare lavorazione artistica. Sebbene Reggio Calabria abbia perso la sua importanza rispetto alla creazione delle sete³³, l'artigianato tessile della provincia continua ad essere estremamente vitale, come testimoniano le "pezzare" (coperte a strisce policrome) di Bivongi, Samo e Polistena, il ricamo "bianchisano" (piccoli rombi a formare una croce greca) tipico di Bianco, le coperte "vutane" di Bova, pizzi e merletti all'uncinetto e al tombolo di Gerace, nonché il ricamo a mano di Caulonia e Placanica. L'artigianato tessile reggino, legato alla tradizione greca, bizantina e araba, dà origine, dunque, a manufatti assai diversificati fra loro, che vanno dai capi di abbigliamento alla biancheria, dalle coperte ai tappeti, dalle tovaglie agli arazzi, in base al tipo di lavorazione e alle caratteristiche della materia prima.

In provincia di Reggio Calabria si trovano, inoltre, alcuni dei maggiori centri di eccellenza della ceramica artistica non solo della Calabria, ma dell'intera penisola: Seminara e Gerace, affermatesi già sul finire del XVII secolo, ma anche Bagnara Calabria.³⁴

La lavorazione della ceramica segue sovente i canoni tipici della tradizione – decori bizantini, colorazione delicata e

³¹ Citando testualmente l'art. 3: «I settori dell'artigianato artistico individuati e da tutelare sono quelli della ceramica, del legno, del ferro, della tessitura, del ricamo a mano, dell'oreficeria e tutte le altre lavorazioni dell'artigianato artistico e tradizionale che vengono svolte prevalentemente con tecniche manuali, ad alto livello tecnico professionale, con l'ausilio di apparecchiature, ad esclusione di processi di lavorazione interamente in serie. Sono altresì oggetto della presente legge i settori artistici, tradizionali e dell'abbigliamento su misura come elencati dal DPR 8 giugno 1964 n. 537 e sue successive modificazioni e/o integrazioni. [...] 3. Possono, altresì, essere individuati dal Consiglio regionale, previa proposta del Comitato di cui al successivo articolo 9, altri settori rispetto a quelli previsti dal 1° comma del presente articolo.»

³² Si cfr. Calpark S.C.p.A., Parco Scientifico e Tecnologico della Calabria, *Artigianato d'arte calabrese (comparti ceramico, orafa e tessile): punti di forza e di debolezza*, 2004.

³³ Nel Seicento la produzione serica di Reggio Calabria e Catanzaro copriva la metà dell'intera produzione del Regno di Napoli, tanto che a Reggio Calabria si organizzava ogni anno una fiera internazionale della seta. Reggio perse la sua centralità per quanto concerne la lavorazione e l'esportazione della seta a seguito dell'unità d'Italia, con l'affermarsi di realtà più competitive in Piemonte e Lombardia.

³⁴ Tra gli altri centri di eccellenza si ricordano Squillace (in provincia di Catanzaro) e Bisignano (in provincia di Cosenza).

motivi floreali – ma può contare anche su creazioni innovative, che traggono spunto dai manufatti tipici del territorio per realizzare pezzi originali, frutto dell'estro e della fantasia dei maestri d'arte locali.

Particolarmente rinomata è la produzione di ceramiche artistiche di Seminara, ispirata alle antiche tradizioni della Magna Grecia, che dà origine a una molteplicità di manufatti tipici, fra cui si distinguono le “teste di greco”, ovvero delle maschere apotropaiche proprie dell'antica tradizione locale raffiguranti volti di guerrieri, i “babuini”, grottesche figure una volta poste sulle porte delle abitazioni e ora raffigurate su anfore e brocche, bottiglie di varia forma – dai “baffuti” portafortuna, con tratti antropomorfi, alle “ciambelle”, fino ai “ricci”, contraddistinti da una selva di punte su una forma arrotondata – ma anche “lumiere” ad olio e “barilotti” dalla forma di pesce per la conservazione dell'acqua (chiaro richiamo a simboli cristiani), nonché, più di recente, un'ampia gamma di ceramiche per la tavola.

Alla produzione delle piccole botteghe artigiane di Seminara si ispira anche la produzione artistica della vicina città di Bagnara Calabra, ove però l'artigianato d'arte trova spazio soprattutto all'interno dei laboratori delle assai diffuse imprese per la lavorazione in serie di ceramiche.

La lavorazione artistica della ceramica sta tornando ad avere un ruolo significativo, dopo la chiusura di quasi tutte le piccole imprese artigiane alla fine degli anni Sessanta, anche nella città di Gerace, dove i giovani maestri d'arte hanno ripreso i metodi tradizionali per la creazione di vasi, manufatti in argilla, ecc. secondo i canoni della tradizione di Locri Epizephyrii³⁵ e della produzione veneziana. Fra i numerosi manufatti tipici della cittadina si distinguono i “pinakes”, tavolette di ceramica lavorate con rappresentazioni arcaiche di carattere sepolcrale e votivo, che nel periodo greco-romano costituivano parte dei corredi funebri dei sepolcri classici.

La tradizione orafa basata su tecniche di lavorazione derivanti dalla Magna Grecia, pure importantissima per la regione nel suo complesso, vede oggi i suoi maggiori centri di produzione a Crotone e San Giovanni in Fiore, ma storicamente si sono distinti nel corso dei secoli anche altri centri, fra cui Oppido Mamertina (attiva fin dal XII secolo) in provincia di Reggio Calabria e Rossano e Castrovillari nella provincia di Cosenza.³⁶

L'artigianato artistico reggino trova espressione anche nella lavorazione del legno (in provincia di Reggio Calabria il centro più importante per il legno intagliato è Palmi) e della pietra, grazie al lavoro di artigiani locali che scalpellano a mano composizioni artistiche e sculture secondo antiche tecniche, utilizzando i marmi di S. Luca, la pietra verde di Delianuova, il marmo bianco di Oppido Mamertina, i cipollini di Gerace.

³⁵ A causa delle incursioni dei barbari, gli abitanti di questa città migrarono verso le zone interne, dove fu poi fondata Gerace, portando con sé tutte le tradizioni della lavorazione artistica della ceramica.

³⁶ Si cfr. Calpark S.C.p.A., Parco Scientifico e Tecnologico della Calabria, *Artigianato d'arte calabrese (comparti ceramico, orafa e tessile): punti di forza e di debolezza*, 2004.

2.3 I numeri dell'artigianato artistico in provincia di Reggio Calabria

In assenza di dati specifici sull'artigianato artistico a livello provinciale e sulla base delle considerazioni sopra esposte, si è cercato di ricostruire l'universo dell'artigianato artistico e tradizionale della provincia di Reggio Calabria, considerando la consistenza numerica di quei comparti artigiani che, per la natura stessa della produzione effettuata, presentano una rilevante incidenza di imprese di artigianato artistico e tradizionale; tale universo è stato stimato assumendo l'ipotesi che gli artigiani che non rientrano nell'artigianato d'arte rappresentino una quota minoritaria in tali comparti e, pertanto, i dati complessivi desunti dall'Albo degli Artigiani possono essere considerati come "proxy" della consistenza dell'artigianato artistico nella provincia di Reggio Calabria.

Posto quanto sopra, al giugno 2005 si contano 936 imprese³⁷. Di queste la quota più significativa si rileva nel comparto del tessile-abbigliamento, seguito dal legno-mobilio e dal ferro battuto, mentre risulta più ridotto il numero di imprese artigiane d'arte che lavorano il vetro e la ceramica.

Nel complesso, a fronte di una crescita positiva della numerosità delle imprese in termini assoluti (+25,5% nel periodo 2000/2004), si rileva un *trend* di decremento dell'incidenza delle imprese artigiane d'arte reggine rispetto al totale dell'artigianato manifatturiero: la differenza di incidenza fra l'anno 2000 ed il giugno 2005 è pari infatti a -15,9 punti percentuali.

³⁷ Nel dettaglio, si è fatto riferimento, per i comparti artigiani oggetto di studio, alla classificazione delle attività economiche ATECO 2002. Per maggiore chiarezza, si riportano di seguito i codici ATECO presi in esame per ciascun settore:

- Tessile e abbigliamento: DB17 (DB – Industrie tessili e dell'abbigliamento, 17 - industrie tessili) e DB18 (DB – Industrie tessili e dell'abbigliamento, 18 - confezione di articoli di abbigliamento, preparazione, tintura e confezione di pellicce);
- Ceramica: DI26.2 (DI - Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi, 262 - Fabbricazione di prodotti ceramici);
- Ferro battuto: DJ28.75.6 (DJ - Produzione di metallo e fabbricazione di prodotti in metallo, 28756 - Fabbricazione e riparazione oggetti in ferro, in rame ed altri metalli);
- Legno-mobilio: DD20.5 (DD - Industria del legno e dei prodotti in legno, 205 - Fabbric. altri prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio) e DN36.1 (DN - Altre industrie manifatturiere, 361 - Fabbricazione di mobili);
- Oreficeria: DN36.2 (DN - Altre industrie manifatturiere, 362 - Gioielleria e oreficeria);
- Lavorazione pietra: DI26.7 (DI - Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi, 267 - Taglio, modellatura e finitura della pietra);
- Vetro: DI26.1 (DI - Fabbricazione di prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi, 261 - Fabbricazione di vetro e di prodotti in vetro).

Tab. 10 – Imprese dell’artigianato artistico e manifatturiero in provincia di Reggio Calabria (Anni 2000 – Giugno 2005; Valori assoluti e percentuali)

SETTORI	N. IMPRESE GIUGNO 2005	VAR. % 04/00	INCIDENZA % SETTORE SU TOTALE MANIFATTURIERO 2000	INCIDENZA % SETTORE SU TOTALE MANIFATTURIERO 2005	DIFFERENZA INCIDENZA 05/00
VETRO	57	16,7	1,8	1,6	-0,2
CERAMICA	21	-13,6	0,8	0,6	-0,2
LAVORAZIONE PIETRA	111	29,8	3,2	3,1	0,0
TESSILE- ABBIGLIAMENTO	264	27,8	8,1	7,5	-0,6
FERRO BATTUTO	195	1,0	7,3	5,5	-1,8
LEGNO-MOBILIO	198	33,3	5,5	5,6	0,1
OREFICERIA	90	66,7	2,1	2,5	0,4
TOTALE SETTORI	936	25,5	42,4	26,5	-15,9
TOTALE MANIFATTURIERO	3.530	33,7	100,0	100,0	-

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Si tratta, in generale, di imprese relativamente giovani: la situazione al giugno 2005 per classi di anzianità di iscrizione al Registro mostra, infatti, una consistenza notevole delle imprese iscritte a partire dall’anno 2000, che rappresentano il 38,7% del totale esaminando il totale dei settori artigiani artistici. Complessivamente, oltre il 76% delle aziende artigiane artistiche della provincia di Reggio Calabria sono nate negli ultimi 15 anni.

I comparti che si distinguono per il maggior numero di imprese iscritte in tempi recenti sono ceramica (l’81% è nato dal 2000 in poi), oreficeria (47,8%) e tessile-abbigliamento (44,3%).

Tab. 11 – Imprese dell’artigianato artistico e manifatturiero in provincia di Reggio Calabria per anno d’iscrizione al Registro delle Imprese artigiane (Giugno 2005; Valori percentuali)

SETTORI	DAL 1950 AL 1959	DAL 1960 AL 1969	DAL 1970 AL 1979	DAL 1980 AL 1989	DAL 1990 AL 1999	DAL 2000 IN POI	TOTALE	(V.A.)
VETRO	0,0	1,8	8,8	17,5	35,1	36,8	100,0	57
CERAMICA	0,0	0,0	0,0	0,0	19,0	81,0	100,0	21
LAVORAZIONE PIETRA	0,0	0,9	6,3	13,5	45,0	34,2	100,0	111
TESSILE-ABBIGLIAMENTO	1,1	4,2	3,0	6,8	40,5	44,3	100,0	264
FERRO BATTUTO	0,0	1,5	13,8	26,7	37,4	20,5	100,0	195
LEGNO-MOBILIO	1,0	1,5	4,0	16,2	33,8	43,4	100,0	198
OREFICERIA	0,0	0,0	2,2	10,0	40,0	47,8	100,0	90
TOTALE SETTORI	0,5	2,0	6,1	14,5	38,1	38,7	100,0	936
TOTALE MANIFATTURIERO	0,4	1,6	5,5	16,2	34,9	41,5	100,0	3.530

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Per quanto concerne la natura giuridica delle imprese artigiane artistiche reggine, emerge la prevalenza assoluta della forma più semplice dell’impresa individuale, seguita dalla forma giuridica della società di persone, mentre società di capitale e altre forme giuridiche (fra cui le cooperative) interessano un’esigua minoranza di aziende artigiane.

Un’analisi diacronica della natura giuridica delle imprese artigiane reggine mette in luce, d’altro canto, una tendenza all’aumento di forme societarie più complesse, seppur di lieve entità: prendendo in esame il totale dei settori dell’artigianato d’arte, le società di persone passano dal 6,5% del 2000 al 7,5% del giugno 2005 e quelle di capitale dallo 0,1% allo 0,7%, mentre le imprese individuali, nello stesso intervallo di tempo, scendono dal 92,8% al 91,2%. Sebbene si tratti di variazioni di portata ridotta, esse testimoniano, comunque, di un processo in atto nella direzione di una maggiore maturità delle aziende, tanto più significativa se si prende in considerazione la dimensione media d’impresa, inferiore ai 2 addetti per azienda.

Tab. 12 – Imprese dell’artigianato artistico e manifatturiero in provincia di Reggio Calabria per natura giuridica (Anno 2000; Valori percentuali)

SETTORI	IMPRESE INDIVIDUALI	SOCIETÀ DI PERSONE	SOCIETÀ DI CAPITALE	ALTRA FORMA GIURIDICA	TOTALE	(V.A.)
VETRO	97,9	2,1	0,0	0,0	100,0	48
CERAMICA	95,5	4,5	0,0	0,0	100,0	22
LAVORAZIONE PIETRA	86,9	11,9	1,2	0,0	100,0	84
TESSILE-ABBIGLIAMENTO	88,9	9,3	0,0	1,9	100,0	216
FERRO BATTUTO	94,8	5,2	0,0	0,0	100,0	194
LEGNO-MOBILIO	95,2	4,8	0,0	0,0	100,0	147
OREFICERIA	98,2	1,8	0,0	0,0	100,0	57
TOTALE SETTORI	92,8	6,5	0,1	0,5	100,0	768
TOTALE MANIFATTURIERO	91,0	8,8	0,0	0,2	100,0	2.665

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

Le imprese artigiane in forma societaria risultano più numerose fra le aziende della lavorazione della pietra e del tessile-abbigliamento già a partire dal 2000, ma al giugno 2005 anche il comparto della ceramica sembra aver sperimentato una diminuzione delle imprese individuali in favore delle società di persone.

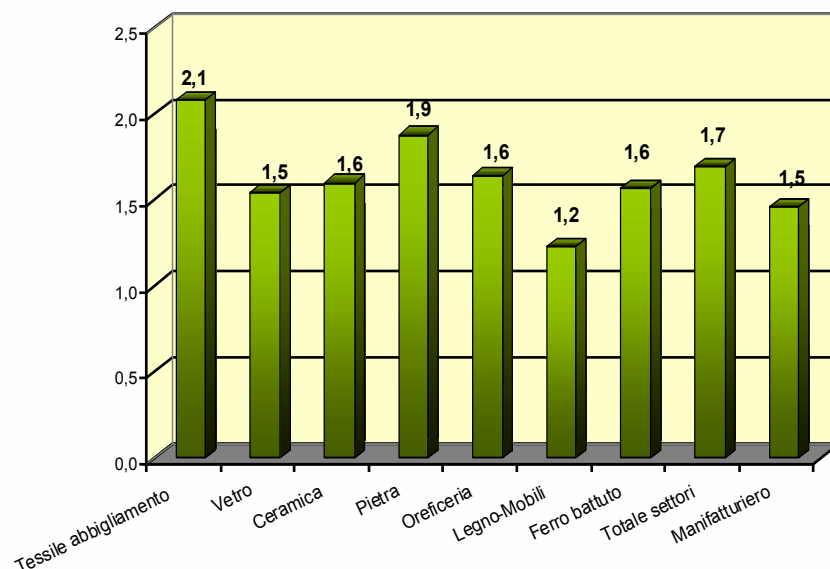
Tab. 13 – Imprese dell’artigianato artistico e manifatturiero in provincia di Reggio Calabria per natura giuridica (Giugno 2005; Valori percentuali)

SETTORI	IMPRESE INDIVIDUALI	SOCIETÀ DI PERSONE	SOCIETÀ DI CAPITALE	ALTRA FORMA GIURIDICA	TOTALE	(V.A.)
VETRO	98,2	1,8	0,0	0,0	100,0	57
CERAMICA	85,7	14,3	0,0	0,0	100,0	21
LAVORAZIONE PIETRA	86,5	12,6	0,9	0,0	100,0	111
TESSILE-ABBIGLIAMENTO	87,5	10,2	0,0	2,3	100,0	264
FERRO BATTUTO	95,4	4,6	0,0	0,0	100,0	195
LEGNO-MOBILIO	93,9	4,5	1,5	0,0	100,0	198
OREFICERIA	90,0	6,7	3,3	0,0	100,0	90
TOTALE SETTORI	91,2	7,5	0,7	0,6	100,0	936
TOTALE MANIFATTURIERO	88,7	10,1	1,0	0,2	100,0	3.530

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Infocamere

La natura giuridica prevalente delle aziende, quella dell'impresa individuale, risulta strettamente legata alle dimensioni medie d'impresa, che considerando i settori dell'artigianato artistico reggino nel loro complesso è pari nel 2001³⁸ a 1,7 addetti per impresa, con dimensioni superiori nel comparto della pietra e nel tessile-abbigliamento (rispettivamente 2,1 e 1,9), ovvero nei settori maggiormente interessati dalle forme giuridiche societarie.

Graf. 3 – Dimensione media delle imprese dell'artigianato artistico e manifatturiero nella provincia di Reggio Calabria (Anno 2001; Valori percentuali)



Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat Censimento Industria e Servizi

Gli ultimi dati disponibili rispetto agli occupati dell'artigianato reggino sono quelli dell'8° Censimento dell'industria e dei servizi dell'Istat, relativi al 2001 (cfr. nota 40), dai quali risultano complessivamente oltre mille addetti dell'artigianato artistico e tradizionale in provincia di Reggio Calabria, con un peso pari al 25,8% del totale addetti del comparto manifatturiero, con un lieve decremento rispetto all'incidenza del 1996 (26,3%), anche se in termini assoluti il numero di addetti cresce nei 5 anni (la variazione percentuale 1996-2001 è pari al 12,3% per il totale dei settori dell'artigianato artistico e tradizionale reggino).

³⁸ Ai fini della determinazione del numero di addetti dell'artigianato artistico e tradizionale e della dimensione media aziendale si è operata, sulla base dell'ipotesi di cui al primo capoverso del par. 2.3, un'analisi sui dati dell'8° Censimento Istat Industria e Servizi del 2001, in assenza di altri archivi completi degli addetti dell'artigianato a livello provinciale.

Tab. 14 – Addetti³⁹ delle imprese artigiane d'arte e manifatturiere in provincia di Reggio Calabria per settore (Anni 1996-2001; Valori assoluti e percentuali)

SETTORI	N° ADDETTI 2001	N° ADDETTI 1996	VAR. % 01/96	INCIDENZA % ADDETTI SU TOT. MANIFATTURI ERO 96	INCIDENZA % ADDETTI SU TOT. MANIFATTURI ERO 01	DIFFERENZA INCIDENZA 01/96
VETRO	77	89	-13,5	2,5	1,9	-0,6
CERAMICA	32	10	220,0	0,3	0,8	0,5
LAVORAZIONE PIETRA	199	212	-6,1	5,8	4,8	-1
TESSILE-ABBIGLIAMENTO	385	269	43,1	7,4	9,3	1,9
FERRO BATTUTO	135	194	-30,4	5,3	3,3	-2
LEGNO-MOBILIO	179	156	14,7	4,3	4,3	0
OREFICERIA	64	24	166,7	0,7	1,5	0,8
TOTALE SETTORI	1.071	954	12,3	26,3	25,8	-0,5
TOTALE MANIFATTURIERO	4.150	3.632	14,3	100,0	100,0	-

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat Censimento Industria e Servizi

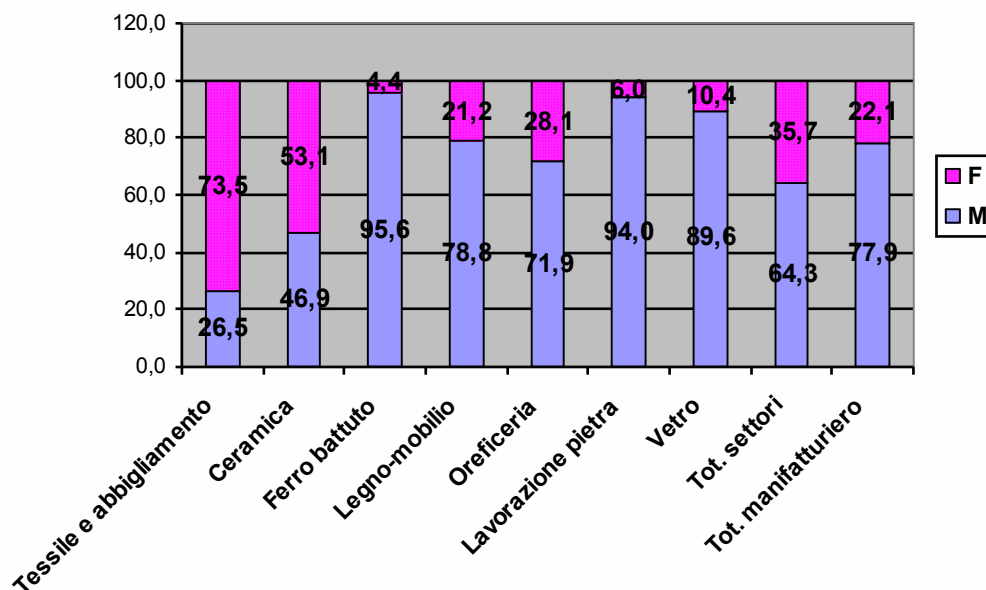
Scendendo nel dettaglio, poi, si nota come l'incidenza più elevata in termini di addetti riguardi nel 2001 il tessile-abbigliamento, la lavorazione della pietra e il legno-mobilio, mentre nel 1996 al terzo posto si collocava il ferro battuto, che perde peso nell'arco del quinquennio.

Osservando la composizione per sesso, si nota come rispetto al totale manifatturiero, nell'insieme dei settori a maggiore componente artigiana d'arte la quota di donne sembra superiore: il 35,7%, a fronte del 22,1% del manifatturiero nel suo complesso.

La distribuzione degli addetti nei singoli comparti, d'altro canto, sembra risentire in maniera piuttosto significativa di stereotipi di genere largamente diffusi, che si manifestano, tipicamente, a partire dalle scelte del percorso scolastico da seguire e si confermano, poi, con l'ingresso nel mercato del lavoro. La presenza femminile risulta, dunque, preponderante nelle imprese artigiane tessili e dell'abbigliamento e in quelle della ceramica, mentre la presenza maschile è schiacciante per quanto concerne la lavorazione del ferro battuto e della pietra.

³⁹ Si fa riferimento alla definizione Istat (2001), secondo cui sono definiti addetti le persone occupate in un'unità giuridico-economica, come lavoratori indipendenti o dipendenti (a tempo pieno, a tempo parziale o con contratto di formazione e lavoro), anche se temporaneamente assenti dal lavoro.

Graf. 4 – Addetti delle imprese artigiane d'arte e manifatturiere in provincia di Reggio Calabria per sesso e settore (Anno 2001; Valori percentuali)



Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat Censimento Industria e Servizi

L'analisi della distribuzione degli addetti per tipologia di impresa (ditta individuale, società di persone, etc.), operata sempre sulla base dei dati censuari, mette in luce una situazione abbastanza coerente con quella scaturita dall'esame della ripartizione delle aziende per natura giuridica, visto che la maggioranza assoluta degli addetti (oltre i 3/4) lavora in imprese individuali; va però osservato come in termini di addetti le società di persone detengano un peso più rilevante sul totale (17,8%) che in termini di numerosità aziendale (7,5%; cfr. tab.13).

Inoltre, il trend che si delinea⁴⁰ a livello occupazionale, è opposto a quello evidenziato per la numerosità aziendale, in quanto aumenta la quota di addetti impiegati in imprese individuali (dal 76,2% del 1996 al 78% del 2001) e, specularmente, diminuisce la percentuale di addetti nelle società di persone (dal 20,5% al 17,8%).

⁴⁰ Si fa riferimento agli anni del Censimento Industria e Servizi dell'Istat.

Tab. 15 – Addetti delle imprese artigiane d'arte e manifatturiere in provincia di Reggio Calabria per natura giuridica dell'impresa (Anno 1996; Valori assoluti e percentuali)

SETTORI	IMPRESE INDIVIDUALI	SOCIETÀ DI PERSONE	SOCIETÀ DI CAPITALE	ALTRA FORMA GIURIDICA	TOTALE	(V.A.)
VETRO	82,0	18,0	0,0	0,0	100,0	89
CERAMICA	70,0	30,0	0,0	0,0	100,0	10
LAVORAZIONE PIETRA	56,6	43,4	0,0	0,0	100,0	212
TESSILE-ABBIGLIAMENTO	74,7	13,8	0,0	11,5	100,0	269
FERRO BATTUTO	82,0	18,0	0,0	0,0	100,0	194
LEGNO-MOBILIO	92,9	7,1	0,0	0,0	100,0	156
OREFICERIA	91,7	8,3	0,0	0,0	100,0	24
TOTALE SETTORI	76,2	20,5	0,0	3,2	100,0	954
TOTALE MANIFATTURIERO	76,8	22,1	0,3	0,9	100,0	3.632

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat Censimento Industria e Servizi

Tab. 16 – Addetti delle imprese artigiane d'arte e manifatturiere in provincia di Reggio Calabria per natura giuridica dell'impresa (Anno 2001; Valori percentuali)

SETTORI	IMPRESE INDIVIDUALI	SOCIETÀ DI PERSONE	SOCIETÀ DI CAPITALE	ALTRA FORMA GIURIDICA	TOTALE	(V.A.)
VETRO	94,8	5,2	0,0	0,0	100,0	77
CERAMICA	68,8	31,3	0,0	0,0	100,0	32
LAVORAZIONE PIETRA	69,3	28,1	2,5	0,0	100,0	199
TESSILE-ABBIGLIAMENTO	74,5	17,4	0,0	8,1	100,0	385
FERRO BATTUTO	85,9	14,1	0,0	0,0	100,0	135
LEGNO-MOBILIO	86,0	14,0	0,0	0,0	100,0	179
OREFICERIA	70,3	15,6	0,0	14,1	100,0	64
TOTALE SETTORI	78,0	17,8	0,5	3,7	100,0	1.071
TOTALE MANIFATTURIERO	75,6	22,0	1,4	1,0	100,0	4.150

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne su dati Istat Censimento Industria e Servizi

L'analisi della ripartizione degli addetti nei diversi comparti artigiani evidenzia che il numero di occupati delle imprese individuali è più contenuto nei settori della lavorazione della pietra, della ceramica e nel tessile-abbigliamento (questo in analogia a quanto rilevato in termini di numerosità aziendale - cfr. tab. 13): nei primi due casi emerge esclusivamente una quota piuttosto considerevole di addetti nelle società di persone, mentre nel tessile-abbigliamento è rilevante anche il dato riferito ad aziende di altra forma giuridica⁴¹. Nel 2001, rispetto al 1996, si registra, inoltre, una minore incidenza di occupati nelle imprese individuali anche per l'artigianato orafo, che comincia a connotarsi più che in passato per la presenza delle società di persone e di altre forme giuridiche d'impresa.

⁴¹ Società cooperative, escluse cooperative sociali, e altre forme d'impresa.

3. UNA INDAGINE SUL CAMPO: PECULIARITA' DELLE IMPRESE ARTIGIANE REGGINE D'ARTE

Al fine di fornire al sistema economico e istituzionale locale strumenti conoscitivi preziosi per meglio comprendere la realtà dell'artigianato artistico e tradizionale della provincia di Reggio Calabria, si è scelto di condurre un'indagine *ad hoc* su un campione di imprese artigiane reggine (cfr. Nota Metodologica).

L'indagine sul campo vuole tracciare un *identikit* delle imprese presenti sul territorio, definendone la struttura produttiva – in termini di prodotti, processi e tecnologie, approccio rispetto al mercato, rapporti con le altre imprese, ecc. – i *trend* e le *performance* economiche, al fine di individuare eventuali fattori di criticità sui quali sarebbe opportuno intervenire per ottenere una reale valorizzazione delle molteplici esperienze esistenti a livello locale.

Solo un'approfondita indagine su quelli che sono i reali fabbisogni delle imprese artigiane può, infatti, consentire l'individuazione di linee progettuali efficaci per l'implementazione di adeguate *policies* di sviluppo del settore.

A tale scopo, è stato predisposto uno strumento di indagine (cfr. Modello di rilevazione; Allegato 3) articolato in quattro sezioni che offre una visione del punto di vista delle imprese reggine d'arte sia delle dinamiche congiunturali (fatturato, addetti, prezzi) e delle caratteristiche produttive dell'azienda, che dell'approccio al mercato e delle criticità presenti nel contesto territoriale.

Le imprese oggetto di indagine, complessivamente 152, appartengono ai settori che maggiormente caratterizzano il panorama dell'artigianato artistico e tradizionale del territorio e che sono stati individuati nell'ultima parte del capitolo 2: legno, vetro, ceramica, oreficeria, ferro battuto, pietra e tessile-abbigliamento.

L'86,2% delle aziende artigiane coinvolte nella rilevazione è costituito da ditte individuali, il 13,4% da società (di persone, di capitale) e lo 0,4% da altre forme giuridiche d'impresa (cooperative a responsabilità illimitata o limitata, cooperative consortili, cooperative sociali e società consortili cooperative a responsabilità limitata). Coerentemente con la dimensione minima d'impresa, la maggioranza assoluta delle aziende artigiane si caratterizza per un fatturato estremamente basso: il 69,5% fattura fino a 50 mila euro, il 14,9% fra i 51 mila e i 150 mila euro e solo il 3% una cifra superiore ai 150 mila euro.⁴²

⁴² Si registra, inoltre, un 12,5% di aziende artigiane d'arte che non indicano il proprio fatturato.

3.1 La dinamica congiunturale

Le aziende reggine dell'artigianato artistico e tradizionale nel 2004 non registrano delle buone performance. Gli indicatori relativi alla produzione e al fatturato mostrano, infatti, un andamento negativo in tutti i comparti esaminati.

L'analisi dei saldi⁴³, fra le risposte in aumento ed in diminuzione, mostra come l'andamento peggiore sia stato registrato nel biennio 2003-2004 dal comparto del legno-mobilio (saldo relativo alla produzione pari a -45,9% e fatturato pari a -50%) e da quello del tessile-abbigliamento (saldo relativo alla produzione pari a -60% e fatturato pari a -52%), mentre le performance migliori, sebbene non positive, siano state registrate dal comparto del vetro (saldi relativi alla produzione e al fatturato pari a -0,1%) che si caratterizza per una forte stazionarietà. In un tale contesto va, inoltre, sottolineato che gli imprenditori hanno registrato un deciso incremento dei prezzi di vendita delle materie prime e dei semilavorati.

Tab. 1 – Fatturato e produzione delle aziende artigiane reggine (Anni 2003-2004) (Valori percentuali)*

	LEGNO- MOBILIO	TESSILE- ABBIGLIAMENTO	CERAMICA	VETRO	LAVORAZIO NE PIETRA	FERRO BATTUTO	OREFICERIA	TOTALE
	FATTURATO							
AUMENTATO	4,2	8	6,3	23,5	4,3	11,5	4,8	8,5
STABILE	41,7	32	68,8	52,9	60,9	53,8	42,9	46,9
DIMINUITO	54,2	60	25,1	23,6	34,8	30,8	47,7	43,2
	PRODUZIONE							
AUMENTATO	8,3	4	12,5	23,5	13	7,6	9,5	9,2
STABILE	37,5	32	68,8	52,9	60,9	61,5	38,1	47,6
DIMINUITO	54,2	64	18,8	23,6	26,1	26,9	47,7	41,9

*Al netto del "Non sa / non risponde"

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

Le previsioni per il biennio 2005-2006 risultano ancora negative. In particolare, secondo gli imprenditori locali, continueranno a registrare le performance maggiormente negative il comparto legno-mobilio (saldo relativo alla produzione pari a -16,7% e fatturato pari a -29,2%) e quello tessile-abbigliamento (saldo relativo alla produzione pari a -44% e fatturato pari a -36%), sebbene in termini di saldo si rilevi, rispetto al biennio precedente, un lieve miglioramento. L'unico comparto che, in termini di saldo, registra un peggioramento nella produzione risulta quello della lavorazione della pietra (saldo pari a -17,4%), mentre migliora il comparto del vetro che vede un incremento della produzione secondo il 35,3% degli imprenditori a fronte del 23,5% di coloro che, invece, ne prevedono una contrazione (saldo pari a 11,8%).

⁴³ Per saldo si intende la differenza tra le risposte in aumento ed in diminuzione al netto delle risposte di stazionarietà.

Tab. 2 – Fatturato e produzione delle aziende artigiane reggine (Anno 2005-2006) (Valori percentuali)*

	LEGNO- MOBILIO	TESSILE- ABBIGLIAMENTO	CERAMICA	VETRO	LAVORAZIONE PIETRA	FERRO BATTUTO	OREFICERIA	TOTALE
FATTURATO								
AUMENTO	12,5	20	6,3	23,5	4,3	23	23,8	17,4
STABILE	37,5	24	62,5	47,1	65,2	50	33,3	42,3
DIMINUIZIONE	41,7	56	25,1	23,5	30,4	23,1	38,1	36,7
PRODUZIONE								
AUMENTO	16,7	16	12,5	35,3	13	19,2	28,6	19
STABILE	37,5	24	62,5	35,3	56,5	53,8	33,3	41,3
DIMINUIZIONE	33,4	60	18,8	23,5	30,4	23	33,3	35,3

*Al netto del “Non sa / non risponde”

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

3.2 La struttura produttiva dell'azienda

Quasi la metà delle imprese artigiane reggine (il 48,6%) realizza esclusivamente prodotti tradizionali ed il 40,4% si divide tra produzione artistica e tradizionale, mentre il 10,9% delle imprese artigiane locali crea unicamente prodotti artistici.

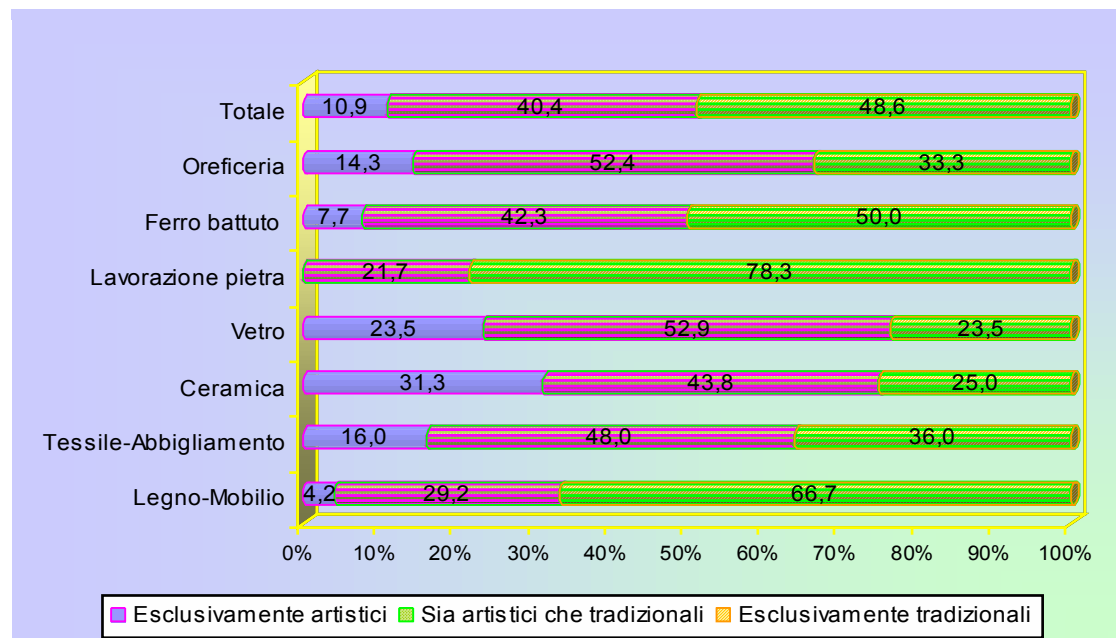
La natura artistica o tradizionale dei manufatti è strettamente correlata alla tipologia di prodotto dei diversi comparti dell'artigianato provinciale: presentano una lavorazione prevalentemente tradizionale soprattutto settori quali la lavorazione della pietra o il legno-mobilia (78,3% e 66,7% degli imprenditori dei rispettivi comparti) e, in minor misura, il ferro battuto (50%). La maggior parte degli artigiani che lavorano la pietra, infatti, realizza prevalentemente arredi domestici e funerari, mentre tra le aziende del legno-mobilia è assai elevata la produzione di mobili e oggetti di arredo quali armadi, anche a muro, panche, mobili per la cucina, ecc.); tra le imprese artigiane del ferro battuto, infine, le realizzazioni prevalenti danno vita ad arredi in ferro battuto, *in primis* tavoli, sedie, letti e lampadari⁴⁴.

Al contrario, la componente artistica, sia come prodotto esclusivo, sia in affiancamento alla produzione tradizionale, è maggiormente presente fra le imprese artigiane della ceramica e del vetro, ma anche tra le aziende orafe e quelle del tessile-abbigliamento. Quasi la metà della produzione degli artigiani del vetro è, infatti, costituita dalla creazione

⁴⁴ Si tratta dei prodotti ritenuti più significativi (per volumi prodotti, per fatturato, ecc.) per ciascun comparto dell'artigianato artistico reggino, a giudizio degli stessi imprenditori (cfr. domanda 7 del Modello di rilevazione allegato).

di vetrate, spesso artistiche, anche se non manca l'oggettistica per la casa (vasi, cornici, quadri, piatti e bicchieri, ecc.); gli artigiani della ceramica realizzano prevalentemente manufatti e oggetti d'arredo per la casa (vasi, posacenere, ecc.), seguiti da prodotti artistici o tradizionali quali anfore, maschere, ecc., mentre nel comparto tessile prevale la creazione di abiti da collezione, di vestiti da sposa e di abiti su richiesta più che di vestiti destinati al mercato.

Graf. 1 – Tipologia di prodotti realizzati dalle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

In media, nel complesso delle imprese artigiane che sviluppano sia produzione artistica che tradizionale, circa il 56% del fatturato deriva, comunque, da prodotti tradizionali ed il 44% da creazioni artistiche.

Coerentemente con le scelte di prodotto effettuate, il fatturato deriva da prodotti tradizionali soprattutto nei settori della lavorazione della pietra (67,5% del totale del settore), del ferro battuto (64%) e del legno mobilio (in media 60% del fatturato aziendale), mentre la “componente artistica” di fatturato risulta prevalente nell'oreficeria (57,3% del fatturato totale del settore), nella ceramica (55,7%) e nelle imprese che lavorano il vetro (51,7%).

In ragione della natura delle imprese artigiane tradizionali e d'arte oggetto di indagine, nella quasi totalità dei casi si

realizzano direttamente prodotti finiti⁴⁵, per lo più realizzati solo internamente all'azienda (94,2% dei casi) e, in minima parte, con ricorso parziale a subfornitori (5,8%)⁴⁶.

Non sono stati riscontrati, inoltre, processi di produzione aziendale totalmente meccanizzati⁴⁷: nel 66,9% dei casi si tratta di processi parzialmente meccanizzati, nel restante 33,1% si ricorre esclusivamente alla manualità degli artigiani. Si caratterizzano per la scelta di portare avanti un processo produttivo esclusivamente manuale soprattutto le imprese orafe (il 52,4%), quelle del comparto tessile-abbigliamento (il 40%) e del ferro battuto (38,5%), mentre tutte le imprese che lavorano la pietra ricorrono ad una parziale meccanizzazione, piuttosto diffusa, comunque, anche fra le imprese artigiane del legno e del mobilio (70,8%).

Tab. 3 – Input per la realizzazione dei prodotti delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)*

	LEGNO- MOBILIO	TESSILE- ABBIGLIAMENTO	CERAMICA	VETRO	LAVORAZIONE PIETRA	FERRO BATTUTO	OREFICERIA	TOTALE
DISEGNI E MODELLI DECISI DALL'AZIENDA	62,5	80,0	93,8	88,2	78,3	84,6	81,0	79,0
DISEGNI E MODELLI DECISI DAL CLIENTE	70,8	72,0	62,5	64,7	52,2	92,3	76,2	73,7
DISEGNI E MODELLI REALIZZATI DA PROFESSIONISTA	4,2	4,0	0,0	5,9	13,0	0,0	4,8	4,2
DISEGNI E MODELLI DEL PASSATO O TRADIZIONALI	16,7	4,0	37,5	5,9	13,0	3,8	9,5	9,6
NON SA/NON RISPONDE	8,3	0,0	0,0	5,9	0,0	0,0	0,0	2,0

*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

La maggior parte delle imprese artigiane realizza i propri prodotti sulla base di disegni e modelli decisi dall'azienda

⁴⁵ Fa eccezione soltanto il 7,7% delle imprese che lavorano ferro battuto, che realizzano prevalentemente prodotti semilavorati.

⁴⁶ Il parziale ricorso a subfornitori è nullo per le imprese artigiane del vetro e del comparto tessile ed inferiore alla media per il legno-mobilio, mentre è superiore al 5,8% medio nella lavorazione della pietra e del ferro battuto e tra gli artigiani orafi. E', comunque, di un dato da interpretare con cautela, poiché si tratta di pochi casi.

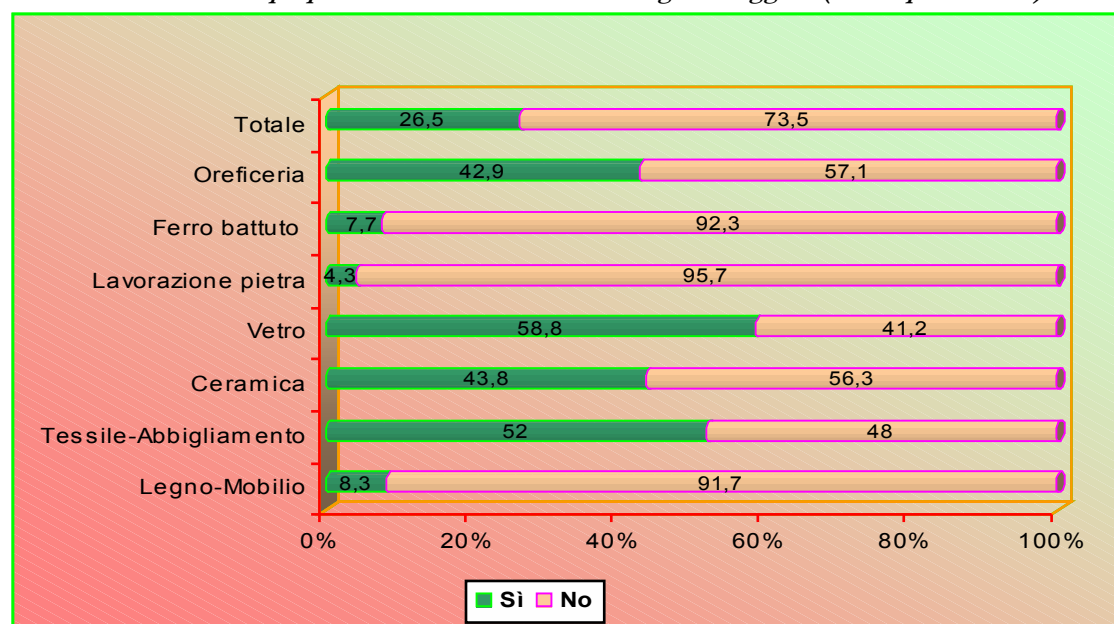
⁴⁷ La stessa definizione di lavorazioni artistiche e tradizionali prevista dal D.P.R. n. 288 del 2001, del resto, esclude esplicitamente «processi di lavorazione interamente in serie», pur non escludendo il ricorso all'ausilio di strumentazione e apparecchiature da affiancare a lavorazioni prevalentemente manuali.

stessa (79% dei rispondenti) o su disegni e modelli scelti dal cliente, mentre risulta decisamente minoritaria l'ispirazione tratta da modelli del passato o tradizionali (per la quale opta il 9,6% delle imprese) e l'utilizzo di disegni e modelli realizzati da professionisti esterni all'impresa (4,2%).

L'atteggiamento di ascolto ed il ricorso ai suggerimenti del cliente è particolarmente diffuso tra gli artigiani del ferro battuto e tra gli orafi, mentre la realizzazione di prodotti basata su disegni e modelli decisi dall'azienda stessa è superiore alla media nel comparto ceramico e nelle aziende che lavorano il vetro.⁴⁸

E' interessante notare come soltanto una minoranza di imprese artigiane abbia dato origine ad un proprio marchio per favorire la diffusione dei propri prodotti sul mercato. L'utilizzo di un marchio proprio, che complessivamente coinvolge il 26,5% delle aziende, sembra prassi più comune in alcuni settori, *in primis* vetro (58,8%) e tessile-abbigliamento (52%) – nei quali più della metà degli artigiani ricorre ad un marchio – ma anche ceramica e oreficeria (rispettivamente 43,8% e 42,9%). Quasi nulla, invece, la presenza di un marchio nelle imprese di lavorazione del ferro battuto, della pietra e del legno e mobilio.

Graf. 2 – Utilizzo di un proprio marchio tra le aziende artigiane reggine (Valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

⁴⁸ Il dato risente, probabilmente, anche dei diversi volumi prodotti annualmente: si passa, infatti, da una produzione annuale molto contenuta (aziende del legno o dell'oreficeria) a quella delle imprese del settore ceramico che raggiungono un quantitativo medio annuo intorno ai 22.280 pezzi.

3.3 Il mercato

Al fine di comprendere quali dinamiche caratterizzano l'artigianato reggino in termini di approccio al mercato e di capacità di proporsi direttamente sul mercato finale, si è dapprima indagato quanta parte della produzione sia attribuibile a lavorazione su specifica commessa. Si osserva, a tal proposito, che il 35% delle aziende artigiane realizza i propri manufatti esclusivamente su commessa a fronte di un 11,5% che destina prevalentemente o esclusivamente i prodotti realizzati al mercato finale. Vi è, poi, una consistente quota di imprenditori (51,6%) che in prevalenza realizzano opere o prodotti su commessa ma che agiscono anche direttamente sul mercato finale.

A livello settoriale si nota, altresì, come in particolare gli artigiani del vetro siano particolarmente attivi sul mercato finale (35,3% del settore opera prevalentemente o esclusivamente sul mercato finale), così come quelli della ceramica (25%) e dell'oreficeria (19%). Al contrario, le aziende del legno e quelle del tessile-abbigliamento mostrano un profilo medio nettamente orientato alla lavorazione su commessa (rispettivamente il 45,8% ed il 60% degli artigiani dei due settori lavorano esclusivamente con tale tipologia di vendita).

Tab. 4 – Tipologia di vendita delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)

	LEGNO- MOBILIO	TESSILE- ABBIGLIAMENTO	CERAMICA	VETRO	LAVORA- ZIONE PIETRA	FERRO BATTUTO	OREFI- CERIA	TOTALE
SOLO LAVORAZIONE SU COMMESSA	45,8	60,0	25,0	17,6	13,0	26,9	19,0	35,0
PREVALENZA DI LAVORAZIONE SU COMMESSA	45,8	32,0	50,0	41,2	69,6	65,4	61,9	51,6
PREVALENZA O ESCLUSIVA PRODUZIONE PER MERCATO FINALE	8,3	8,0	25,0	35,3	13,0	3,8	19,0	11,5
NON SA/NON RISPONDE	0,0	0,0	0,0	5,9	4,3	3,8	0,0	1,9
TOTALE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

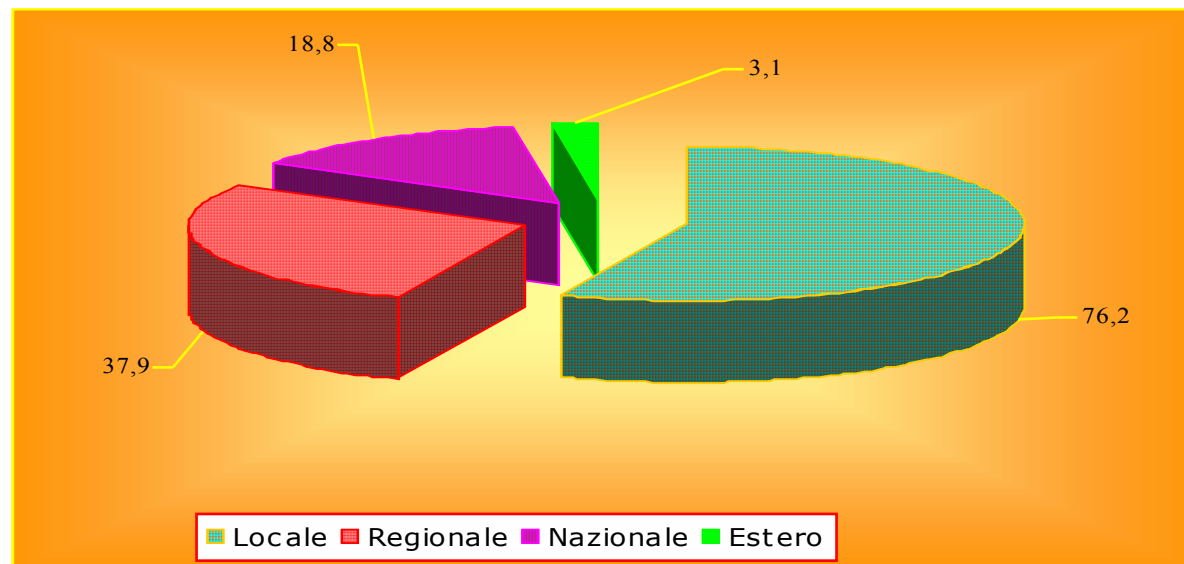
E' interessante notare come si verifichi una discreta sovrapposizione fra i settori nei quali le imprese artigiane sono maggiormente propense a mettere i propri prodotti sul mercato finale e quelli nei quali le aziende utilizzano un marchio proprio: si tratta dei comparti del vetro, della ceramica e dell'oreficeria⁴⁹. Il dato sembra, del resto, prevedibile se si considera che all'origine della scelta imprenditoriale di adottare un marchio è non soltanto la volontà di affermare l'unicità delle proprie creazioni, ma anche l'intenzione di favorire la diffusione dei propri prodotti sul mercato.

⁴⁹ Fa eccezione il comparto del tessile-abbigliamento, in cui si registra un'elevatissima quota di imprese artigiane che realizzano abiti su misura (nuziali e non) su richiesta ma che comunque si sono dotate di un proprio marchio.

Nonostante la bassa incidenza di aziende che vendono in maniera diretta sul mercato finale, si osserva, tuttavia, come i mercati di destinazione dell'artigianato reggino non siano limitati al solo contesto regionale. A fronte, infatti, di un 76,2% di aziende che destina principalmente i propri prodotti al mercato locale (provinciale) e di un 37,9% che trova nel mercato regionale un canale principale, il 18,8% si rivolge a tutto il territorio italiano ed il 3,1% all'estero.

Sono in particolare i comparti della ceramica e del vetro a presentare un'elevata incidenza di aziende i cui prodotti sono destinati principalmente al mercato nazionale e internazionale. Nel primo caso, infatti, il 62,5% delle aziende opera in Italia ed il 18,8% all'estero, mentre nel secondo si tratta di un 35,5% di imprese che opera sui mercati nazionali e circa il 6% che, invece, si affaccia sui mercati internazionali; gli altri comparti esaminati risultano, invece, fortemente ancorati ad un tessuto locale e regionale.

Graf. 2 – Principali mercati di destinazione dei prodotti delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)*



*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

Estendere i confini delle vendite oltre i mercati locali e regionali potrebbe rappresentare un fattore di sviluppo notevole per le aziende che si occupano di artigianato artistico e tradizionale nella provincia di Reggio Calabria. Essendo, tuttavia, estremamente ridotta la quota di aziende che ha contatti con l'estero, si è tentato di approfondirne i motivi.

Ciò che emerge dall'indagine è una difficoltà di tipo strutturale rappresentata dalla dimensione aziendale, indicata come "troppo piccola" dal 39% degli intervistati; in particolare, una tale motivazione sembra coinvolgere in modo più

consistente le aziende del tessile-abbigliamento, del legno-mobilio e quelle orafe.

Tab. 5 – Principali motivi per cui non esportano le aziende artigiane reggine (Valori percentuali)*

	LEGNO- MOBILIO	TESSILE- ABBIGLIAMENTO	CERAMICA	VETRO	LAVORA- ZIONE PIETRA	FERRO BATTUTO	OREFI- CERIA	TOTALE
TIPOLOGIA DI PRODOTTO POCO								
ESPORTABILE	8,3	12,5	0,0	0,0	4,3	3,8	5,3	6,5
PRODOTTO POCO COMPETITIVO	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
AZIENDA TROPPO PICCOLA	45,8	58,3	38,5	37,5	17,4	26,9	42,1	39,1
PREZZI TROPPO ELEVATI	0,0	8,3	0,0	6,3	0,0	7,7	0,0	4,3
SCELTA AZIENDALE	37,5	33,3	23,1	31,3	13,0	30,8	26,3	29,8
DIFFICOLTÀ								
LOGISTICHE/TRASPORTO	4,2	4,2	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0	2,3
RISCHI CONNESSI AI PAGAMENTI	0,0	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0
MANCANZA DI DOMANDA	12,5	0,0	15,4	6,3	4,3	0,0	0,0	4,0
ALTRO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,8	0,0	1,0
Ns/Nr	33,3	12,5	30,8	37,5	60,9	42,3	47,4	35,6

*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

Di fatto, superare il “nanismo” dimensionale è possibile ed è auspicabile soprattutto attraverso strategie finanziarie e di mercato in grado di favorire la crescita in termini di posizionamento competitivo e di reagire meglio all'attuale sfavorevole congiuntura economica⁵⁰. Tuttavia, per circa un terzo degli intervistati non vendere all'estero rappresenta una vera e propria scelta aziendale che sembra andare oltre le limitazioni economiche: il 6,5% ritiene il proprio prodotto poco esportabile ed una quota residua indica motivazioni di tipo economico-logistico (prezzi troppo elevati, difficoltà di trasporto, rischi connessi ai pagamenti).

E' stato sottolineato in precedenza il radicamento sul territorio delle aziende artigiane artistiche della provincia, i cui prodotti sono l'emblema della cultura e delle tradizioni locali.

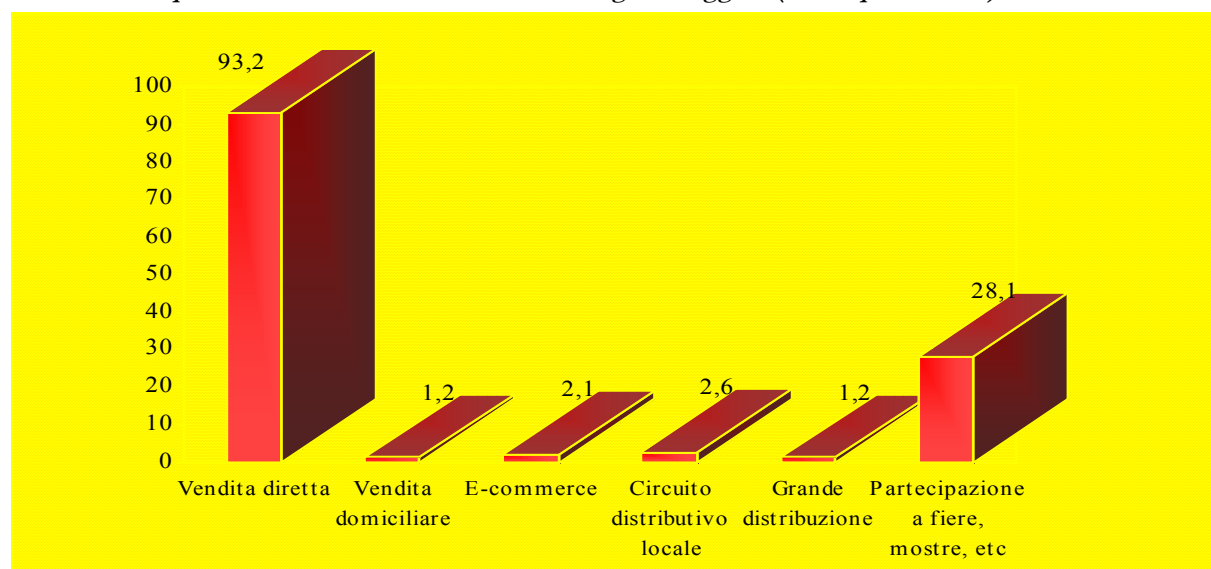
La vendita rappresenta un momento importante, non solo per il guadagno che si può ricavare dai prodotti, ma per la trasmissione delle informazioni e della storia che ciascun prodotto racchiude. In un tale contesto, non stupisce che la

⁵⁰ Per un maggiore approfondimento sul tema si veda G. Capuano, “Le trasformazioni del sistema produttivo manifatturiero dopo il tunnel della crisi” in Le piccole e medie imprese nell'economia italiana. Rapporto 2004, Istituto G. Tagliacarne/Unioncamere.

modalità di distribuzione dell'artigianato artistico sia prevalentemente quella diretta (93,2%), probabilmente in piccole botteghe tipiche in cui si possono apprendere le informazioni sulle tecniche della lavorazione del prodotto venduto o, comunque, nelle fiere (28,1%) dove il contatto diretto con l'acquirente fornisce quel "quid" in più che valorizza il prodotto rendendolo unico o comunque raro.

Coniugare tecniche di vendita moderne a prodotti fortemente ancorati alla tradizione locale sembra essere ancora un binomio inconciliabile: solo il 2,1% delle aziende intervistate, infatti, utilizza la formula del commercio elettronico (e-commerce). Si tratta, in prevalenza, di imprese orafe e che producono oggetti in vetro.

Graf. 3 – Principali canali di vendita delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)*



*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

E' interessante anche verificare quali siano i fattori sui quali puntano gli imprenditori dell'artigianato artistico e tradizionale per essere più competitivi. In primo luogo i propri prodotti (75,2%) in termini di miglioramento della qualità, della gamma e del design, probabilmente consapevoli dell'importanza e del pregio dei propri manufatti. Ad adottare una tale strategia sono in prevalenza le aziende della ceramica e gli orefici.

Si nota inoltre come molti imprenditori perseguano una politica basata sul prezzo e sulle condizioni di pagamento (36,8%), in modo particolare quelli che producono oggetti in ferro battuto e pietra. A tal proposito si osserva come ormai

da tempo le politiche basate sul prezzo risultano non vincenti visto l'aumento della concorrenza dei competitors stranieri che, sfruttando una bassa rigidità dei costi (in particolare del costo del lavoro), "aggrediscono" i mercati puntando su prezzi più bassi.

Circa il 10% degli imprenditori, inoltre, ritiene di promuovere la propria competitività attraverso un miglioramento dei servizi di vendita quali l'assistenza prima e dopo l'acquisto, ma anche di potenziare i servizi di trasporto della merce e minimizzare i tempi di consegna. Poco meno del 5% degli intervistati ha dichiarato di voler ricorrere ad un marchio per garantire l'unicità e la tipicità del prodotto. Va sottolineato, da ultimo, che circa il 12% degli intervistati non intende puntare su nessun fattore per essere maggiormente competitivo sul mercato, ed in particolare gli imprenditori del legno mobiliario e del ferro battuto.

Sul tema della competitività va ricordato come non basti puntare su uno o più fattori per vincere la concorrenza, ma occorra adottare strategie organizzative, commerciali, distributive, etc., al fine di superare eventuali elementi di criticità esistenti nel sistema socio-economico in cui operano le aziende. Tuttavia, come vedremo più avanti, gli artigiani reggini non sembrano aver compreso che la competitività cresce superando le criticità esistenti nel contesto di riferimento o nell'azienda, dal momento che oltre l'80% di questi non adotta strategia alcuna.

Tab. 6 – Fattori su cui si punta per essere maggiormente competitivi rispetto alla concorrenza delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)*

	LEGNO- MOBILIO	TESSILE- ABBIGLIAMENTO	CERAMICA	VETRO	LAVORA- ZIONE PIETRA	FERRO BATTUTO	OREFI- CERIA	TOTALE
PREZZI E CONDIZIONI DI PAGAMENTO	29,2	28,0	31,3	41,2	47,8	50,0	23,8	36,8
PRODOTTI	62,5	88,0	93,8	82,4	78,3	61,5	85,7	75,2
MARCHIO	0	8,0	6,3	23,5	0	0	9,5	4,8
SERVIZI	16,7	4,0	6,3	11,8	17,4	7,7	9,5	10,1
LOCALIZZAZIONE GEOGRAFICA	0	0	0	5,9	0	0	4,8	0,9
ALTRO	4,2	0	0	0	0	3,8	0	1,7
NESSUN FATTORE	20,8	8,0	0	5,9	4,3	19,2	4,8	11,9
Ns	4,2	0	0	0	0	3,8	0	1,7

*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

Come emerso dalle precedenti considerazioni sulla competitività, il prodotto e la sua lavorazione risultano il fulcro delle aziende che si occupano di artigianato artistico. La centralità del prodotto emerge anche analizzando le risposte sulle

motivazioni di acquisto della clientela. Si evidenzia in primo luogo la motivazione legata all'unicità ed originalità del bene acquistato (62,8%). Il 30,9% degli artigiani, inoltre, indica come motivazione principale d'acquisto la tipicità, segnalata, in particolare, dagli artigiani della lavorazione della pietra, della ceramica e dell'oreficeria. L'aspetto estetico, dunque la bellezza dell'oggetto prodotto, è stato annoverato dal 27,8% degli artigiani, in particolare di quelli del settore tessile-abbigliamento. Infine, è stata data una minore importanza al legame con la tradizione, motivazione scelta dal 7,9% degli intervistati.

Tab. 7 – Principali motivi di acquisto dei prodotti da parte della clientela delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)*

	LEGNO-MOBILIO	TESSILE-ABBIGLIAMENTO	CERAMICA	VETRO	LAVORAZIONE PIETRA	FERRO BATTUTO	OREFICERIA	TOTALE
TIPICITÀ DEI PRODOTTI	37,5	4	43,8	29,4	52,2	34,6	42,9	30,9
LEGAME CON LA TRADIZIONE	4,2	0	31,3	11,8	8,7	11,5	9,5	7,9
ASPETTO ESTETICO	20,8	44	25	23,5	4,3	30,8	28,6	27,8
ORIGINALITÀ/UNICITÀ	58,3	76	68,8	76,5	52,2	53,8	61,9	62,8
ALTRO	20,8	4	0	5,9	13	7,7	0	8,8
NS/NR	8,3	8	0	5,9	8,7	7,7	4,8	7,3

*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

3.4 Organizzazione e fabbisogni aziendali

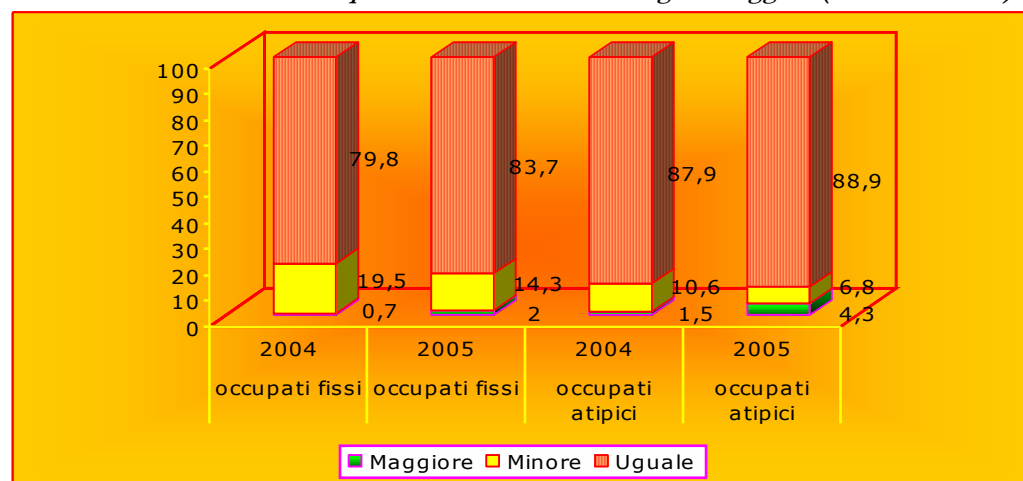
Nonostante un andamento congiunturale non proprio favorevole, come è stato precedentemente osservato, l'occupazione non risente in maniera consistente della situazione, mantenendosi decisamente stazionaria per il periodo esaminato sia nella componente fissa che in quella atipica. In particolare, nel 2004 il 79,8% degli imprenditori ha indicato una stazionarietà della componente fissa, quota che aumenta nel 2005 di circa 4 punti percentuali.

La componente atipica registra, oltre ad una forte stabilità indicata dall'87,9% degli imprenditori nel 2004 e dall'88,9% nel 2005, un aumento segnalato dal 4,3% degli imprenditori locali. Dunque, un segnale positivo che viene da una forma di occupazione, come quella atipica, che presenta dei vantaggi per l'azienda che può, nei momenti di maggiore produzione, fruire di personale specializzato senza doversi sobbarcare di eccessivi costi.

Fra le differenti tipologie di contratto atipico, quello maggiormente rispondente alle esigenze aziendali delle imprese dell'artigianato artistico e tradizionale reggino risulta il lavoro a chiamata o intermittente, un contratto mediante il quale il lavoratore si mette a disposizione del datore di lavoro con un brevissimo periodo di preavviso. Anche l'apprendistato risponde alle esigenze delle aziende dell'artigianato artistico, così come quello di inserimento. Nel primo caso si tratta di un rapporto di lavoro nel quale l'imprenditore deve impartire all'apprendista l'insegnamento necessario per farlo diventare un lavoratore qualificato; il secondo contratto mira ad inserire il lavoratore nel mercato dell'occupazione attraverso un progetto individuale di adattamento delle competenze professionali del lavoratore ad un determinato contesto lavorativo. Di fatto, entrambi sono volti a formare e qualificare il lavoratore per quello specifico mestiere.

Nelle aziende come quelle dell'artigianato artistico e tradizionale che operano in un settore particolarmente specializzato, la formazione dei lavoratori risulta un aspetto indispensabile.

Graf. 4 – Andamento dell'occupazione⁵¹ delle aziende artigiane reggine (Anni 2004-2005) (Valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

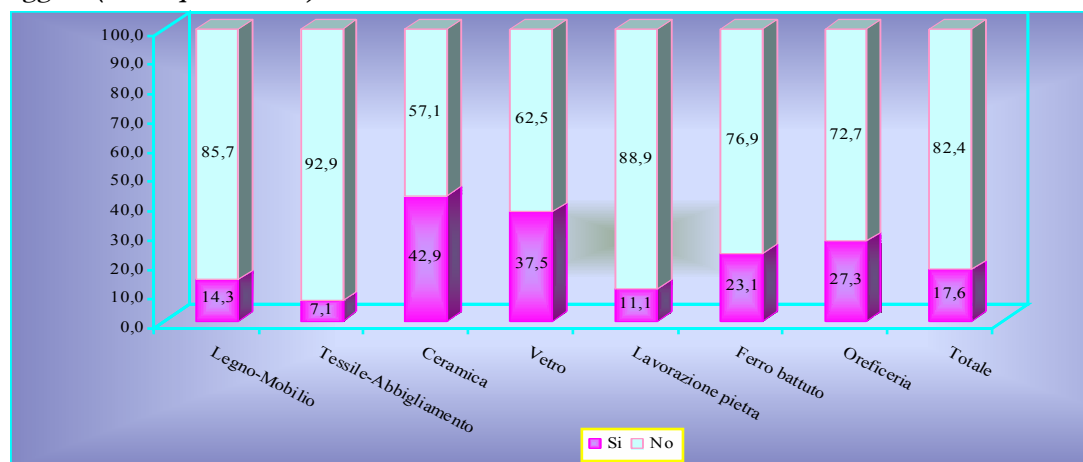
Vista la peculiarità del settore, la formazione generalmente viene svolta da personale interno all'azienda: dall'analisi dei dati emerge, infatti, che l'82,4% degli imprenditori non ricorre a formazione professionale esterna per qualificare la

⁵¹ Nel presente report per addetti fissi si intendono gli addetti inquadrati stabilmente in azienda come dipendenti a tempo determinato, indeterminato o part-time. Con l'attuazione della riforma Biagi (D.Lgs. 276/2003) sono considerate forme di lavoro atipico le seguenti tipologie: lavoro a progetto, lavoro occasionale, somministrazione di lavoro, lavoro ripartito, contratto di inserimento, apprendistato diritto/domanda formativa, apprendistato professionalizzante, apprendistato per diploma, tirocinio estivo di orientamento, prestazione occasionale di tipo accessorio svolta da particolari soggetti, lavoro intermittente, cioè tutti coloro che non sono inquadrati stabilmente in azienda. Restano esclusi da entrambi i gruppi i titolari, soci, rappresentanti legali e la rete commerciale.

manodopera aziendale.

Scendendo nel dettaglio, è possibile osservare come il tessile abbigliamento sia il settore che meno di tutti gli altri ricorre alla formazione esterna (7,1%), mentre la ceramica (42,9%) ed il vetro (37,5%) sono quelli che fruiscono maggiormente di una tale tipologia di formazione professionale.

Graf. 5 – Ricorso a formazione professionale esterna per qualificare la manodopera delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)



Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

Oltre alla formazione professionale, un elemento importante che qualifica un'azienda sono gli investimenti, che possono essere destinati a differenti ambiti aziendali; in momenti di difficile congiuntura economica e per alcune aree considerate "deprese" come il Mezzogiorno, le imprese possono contare anche su alcuni finanziamenti pubblici.

Le aziende dell'artigianato artistico e tradizionale della provincia di Reggio Calabria utilizzano prevalentemente forme di autofinanziamento (68,9%) per la realizzazione di investimenti, in particolare quelle del ferro battuto e del legno-mobilio. Solo il 5,3% fruisce di uno dei principali strumenti agevolativi per lo sviluppo delle aree depresse del Paese (legge 488/92), che consente, da pochi anni, di agevolare investimenti anche alle imprese artigiane. Di questi finanziamenti hanno maggiormente usufruito gli artigiani orafi e tessili. Circa l'8,1% degli imprenditori ha, invece, utilizzato finanziamenti bancari ordinari a medio o lungo termine; in prevalenza si sono avvalse di tali finanziamenti le imprese del vetro e le oreficerie. Una più consistente incidenza di aziende artigiane che ricorrono a finanziamenti bancari ordinari a medio lungo termine piuttosto che a breve termine è, senza dubbio, indicativa di una maggiore maturità organizzativo-finanziaria delle piccole imprese reggine.

Infine, il 22,9% degli imprenditori locali fruisce di altri finanziamenti agevolati (ad esempio Artigiancassa) per realizzare investimenti.

Tab. 8 – Interventi finanziari per realizzare finanziamenti e/o investimenti delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)*

	LEGNO- MOBILIO	TESSILE- ABBIGLIAMENT O	CERAMICA	VETRO	LAVORA- ZIONE PIETRA	FERRO BATTUTO	OREFI- CERIA	TOTALE
AUTOFINANZIAMENTO	75,0	64,0	43,8	47,1	65,2	84,6	61,9	68,9
LEGGE 488/92								
ARTIGIANATO	4,2	8,0	6,3	0,0	4,3	3,8	9,5	5,3
ALTRI FINANZIAMENTI								
AGEVOLATI	25,0	24,0	25,0	41,2	8,7	19,2	28,6	22,9
FINANZIAMENTI								
BANCARI ORDINARI A								
BREVE TERMINE	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	3,8	4,8	2,3
FINANZIAMENTI								
BANCARI ORDINARI A								
MEDIO-LUNGO TERMINE	8,3	4,0	12,5	17,6	8,7	3,8	19,0	8,1
ALTRI INTERVENTI	4,2	8,0	18,8	11,8	0,0	3,8	4,8	5,8
Ns	16,7	4,0	37,5	11,8	30,4	7,7	4,8	12,7

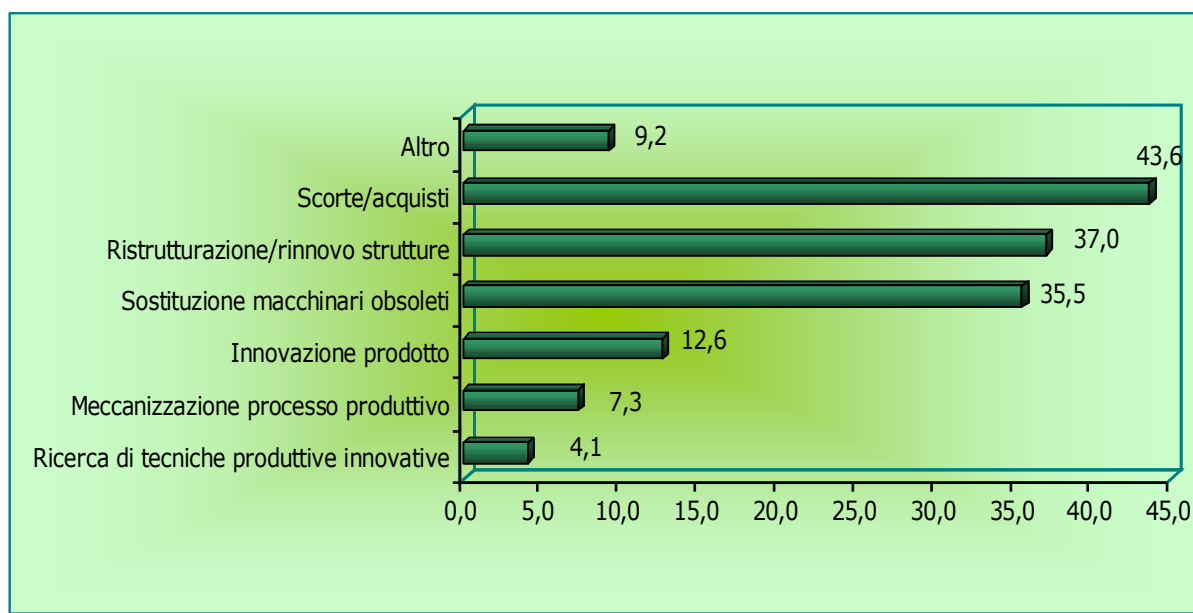
*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

Gli investimenti vengono destinati dagli artigiani reggini prevalentemente ad acquisti o scorte (43,6%), alla ristrutturazione o al rinnovo delle strutture (37%) e alla sostituzione di macchinari obsoleti (35,5%). Tale andamento è indicativo di una situazione aziendale che necessita di un rinnovamento di base e che, pertanto, non ha ancora, forse, la possibilità di dare un'impronta innovativa più consistente che potrebbe in qualche modo rilanciare il settore.

La "ricerca e sviluppo" viene svolta da una parte minoritaria di imprese: soltanto il 12,6% utilizza, infatti, le risorse finanziarie per l'innovazione di prodotto, solo il 7,3% per la meccanizzazione del processo produttivo e un ancor più ridotto 4,1% per la ricerca di tecniche produttive innovative. Gli imprenditori che hanno dichiarato di investire in innovazione sono una quota ridotta, ma devono essere considerati un modello per tutti gli altri, in quanto, nell'attuale mercato, l'innovazione è alla base dello sviluppo di un'azienda.

*Graf. 6 – Finalità delle risorse finanziarie acquisite dalle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)**

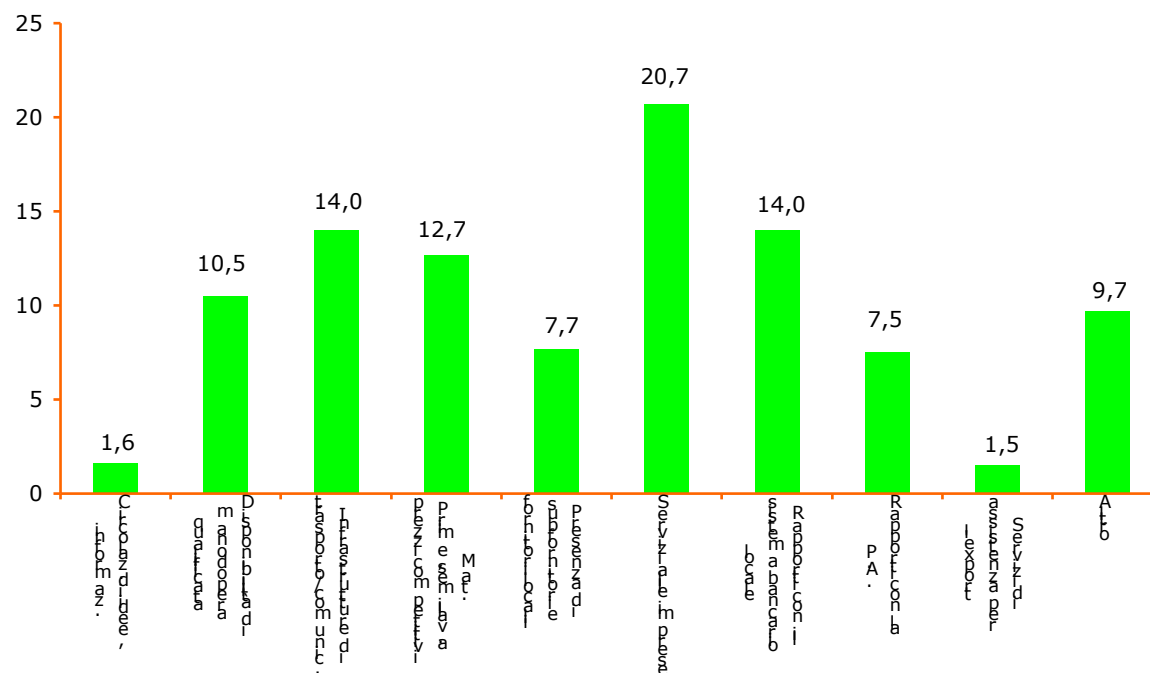


*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla

Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

Dopo aver esaminato l'organizzazione dell'azienda dal punto di vista dell'occupazione, della formazione dei lavoratori, ma anche dei finanziamenti e degli investimenti, è utile comprendere quali sono le difficoltà che l'azienda incontra e quali ostacoli devono essere affrontati e superati per consolidare la posizione dell'impresa sul mercato e stimolare un maggiore sviluppo. In riferimento ai fattori di contesto, i principali elementi di criticità evidenziati dagli imprenditori reggini si riferiscono ad una scarsa presenza di servizi alle imprese (20,7%), ma anche a difficoltà strutturali quali infrastrutture di trasporto e di comunicazione non adeguate (14%) e difficoltà di rapporti con il sistema bancario (14%). I rapporti con le banche e una buona dotazione infrastrutturale sono, certamente, fattori primari per lo sviluppo delle aziende e per il raggiungimento di un livello di competitività adeguato all'attuale mercato. Mettere, infatti, l'impresa artigiana in condizione di poter veicolare i propri prodotti potendo utilizzare risorse finanziarie al più basso costo possibile e avere la possibilità di comunicare facilmente con altri artigiani mediante i più innovativi mezzi di comunicazione sarebbe un importante contributo al sostegno di queste imprese.

Graf. 7 - Principali elementi di criticità in relazione alla crescita e/o al consolidamento sul mercato delle aziende artigiane reggine (Valori percentuali)*



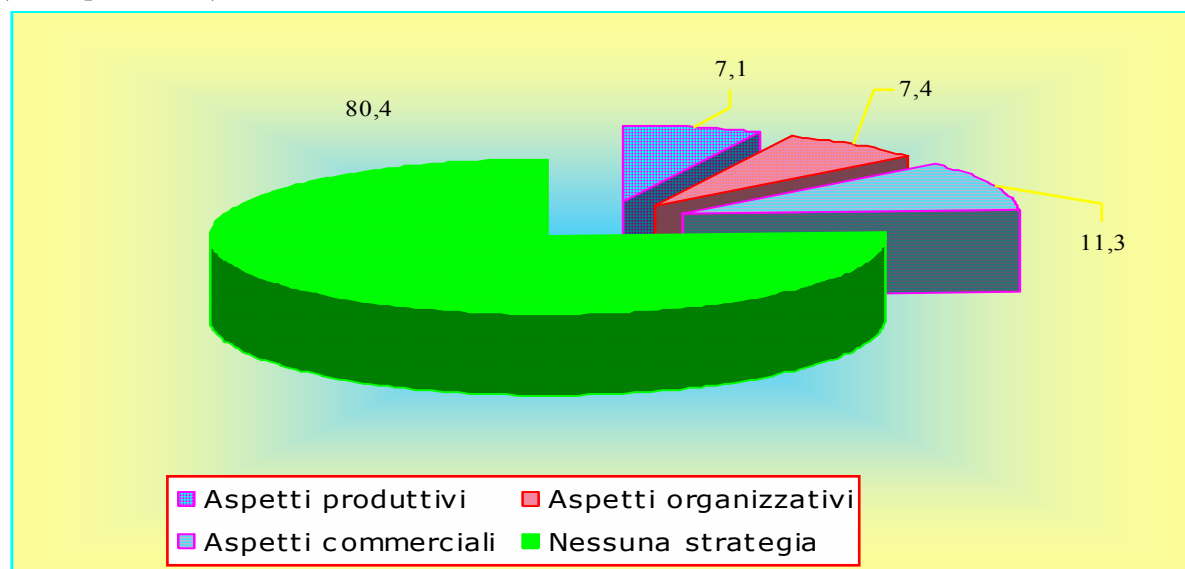
*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla
 Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

Il riconoscimento di specifici problemi di tipo strutturale, nonché l'assenza dei servizi, richiedono l'individuazione da parte dell'impresa di specifiche strategie volte al superamento delle criticità. Di fatto, in provincia di Reggio Calabria l'80,4% degli imprenditori ha dichiarato di non aver in programma di adottare alcuna specifica strategia. Tra gli imprenditori maggiormente dinamici e propositivi, invece, l'11,3% pensa di adottare strategie commerciali, il 7,4% strategie organizzative ed il 7,1% strategie produttive.

In particolare, le strategie commerciali si concretizzano nella ricerca di nuove nicchie di mercato locale e nazionale, ma anche in accordi con imprese di distribuzione. Quest'ultima sembra la giusta strada per dare una maggiore vitalità ad imprese, generalmente piccole, che sviluppando accordi di collaborazione possono acquistare una maggiore forza.

Sul versante delle strategie produttive, invece, gli imprenditori puntano molto sul prodotto, tentando di migliorarne la qualità e di diversificarne la gamma. Infine, il miglioramento organizzativo consiste nell'espansione della dimensione aziendale, ma anche nel ricorso a subfornitura e all'adesione a consorzi e a gruppi di impresa, strategia che, come risaputo, risulta piuttosto vincente soprattutto nel caso delle piccole e medie imprese.

Graf. 8 - Adozione di strategie rivolte al superamento dei fattori di criticità interni e/o esterni per sfera aziendale (Valori percentuali)*



*Il totale non è pari al 100% in quanto trattasi di domanda a risposta multipla
 Fonte: Osservatorio sull'artigianato artistico di Reggio Calabria, 2005

RIFLESSIONI CONCLUSIVE

A conclusione della nostra analisi si ritiene utile fornire alcune “piste” di riflessione utili ai fini di un’adeguata azione di sostegno e promozione dell’artigianato artistico e tradizionale della provincia di Reggio Calabria.

Va sottolineato, innanzitutto, come l’indagine sul campo ha evidenziato tratti comuni sia nelle strategie che nei fabbisogni aziendali dell’artigianato artistico e tradizionale reggino, pur formato da settori molto differenti. Tuttavia, alcuni settori, quali il vetro e la ceramica, mostrano un grado di maturità organizzativa e commerciale non presente in altri. Infatti, pur essendo la maggior parte degli imprenditori consapevoli che l’originalità o unicità del proprio prodotto rappresenti la leva che alimenta la domanda della clientela, solo poche aziende (in particolare quelle del vetro, della ceramica e dell’oreficeria) individuano nel marchio un fattore di competitività, mentre una consistente quota di artigiani trova che il prezzo e le condizioni di pagamento siano i fattori su cui puntare per essere più competitivi.

Dall’indagine è emersa la scarsa rilevanza che viene attribuita al marchio, un fattore questo, particolarmente significativo soprattutto per delle aziende, come quelle artigiane, che non realizzano prodotti standard. Il *brand*, quindi, quale veicolo del riconoscimento delle produzioni artigiane ad alto contenuto artistico è uno strumento suscettibile di ulteriori azioni di valorizzazione.

Un altro aspetto su cui è utile soffermare l’attenzione è la bassa apertura sui mercati internazionali da parte delle aziende artigiane reggine. E’ noto, infatti, come il sistema produttivo locale (e più in generale quello regionale) sia sostanzialmente “chiuso” rispetto all’estero e l’indagine sul campo conferma come il settore artigiano sia ancora confinato in un contesto economico pressoché locale e parcellizzato, che solo marginalmente opera sui mercati internazionali.

Il limite principale indicato dalle imprese artigiane di Reggio Calabria risiede nella dimensione aziendale troppo piccola. Il sistema produttivo artigiano continua a caratterizzarsi, infatti, per la forte atomizzazione, con una natura tipicamente familiare delle aziende che ne limita la proiezione sui mercati extraprovinciali e l’interscambio di *best practices* con realtà più evolute. Considerato, inoltre, che il vincolo dimensionale può essere superato attraverso la promozione di un più elevato associazionismo finalizzato all’export, appare evidente come si potrebbero promuovere interventi atti a favorire una maggior integrazione fra imprese che non sia unicamente basata su accordi di commercializzazione ma coinvolga strategicamente le diverse aziende allo scopo di competitivizzare le varie produzioni artistiche e tradizionali.

La piccola dimensione si riflette in una gestione organizzativa delle vendite di tipo “tradizionale”. La commercializzazione delle produzioni artistiche e tradizionali viene svolta, infatti, nella quasi totalità dei casi in modo diretto e senza l’ausilio di un circuito di distribuzione locale o della grande distribuzione o di canali innovativi quali l’e-commerce. Il sistema di vendita delle aziende artigiane passa però anche attraverso la partecipazione a fiere, mostre e manifestazioni varie che permettono una visibilità anche su mercati più “distanti” coinvolgendo una platea sempre più vasta di possibili clienti.

Al fine, quindi, di promuovere una reale crescita organizzativa e di valorizzare le produzioni artigiane su nuovi mercati nazionali e internazionali occorrerebbe puntare non solo sull'organizzazione di eventi fieristici ma anche sfruttare le potenzialità della new-economy.

Investire nelle tecnologie ICT, infatti, risulta indispensabile per le piccole imprese locali artigiane e non se vogliono contrastare il venir meno dei tradizionali fattori di competitività, quali il costo del lavoro e la flessibilità, rispetto ai concorrenti internazionali. Nuove opportunità per lo sviluppo locale vengono dall'applicazione delle nuove tecnologie dell'informazione, in quanto il nuovo contesto tecnologico prospetta opzioni innovative per costruire e consolidare gli elementi di competitività del territorio e del settore e per arricchire l'offerta produttiva di quegli elementi differenziali che possono garantire un migliore posizionamento nel contesto globale. Internet si è affermata come la tecnologia di base per la cosiddetta "new economy" e, come tutte le tecnologie di base, il suo utilizzo origina nuove filiere nei diversi settori ma stimola la nascita di nuove imprese, di nuove figure professionali e di nuovi posti di lavoro, con positive ricadute sulla crescita del PIL e degli investimenti (a questo scopo è nato, ad esempio, il progetto "*Artisanexpo*", una fiera virtuale che ha per obiettivo avvicinare le aziende artigiane lombarde all'utilizzo di Internet e promuovere on-line i loro prodotti nei mercati internazionali).

Nell'ambito di sfruttamento delle potenzialità offerte dall'ICT, si annovera una recente iniziativa promossa in ambito locale, ovvero la creazione di un portale dell'arte artigiana reggina (www.artearthigiana.it). Il portale rappresenta una vera e propria vetrina internazionale e permanente sulla rete Internet, consentendo di accedere a informazioni su tipologia, costi e tempi di consegna dei prodotti e dei servizi delle imprese artigiane reggine e di effettuare acquisti on-line.

Il portale si rivolge anche alle aziende artigiane che possono usufruire di una serie di servizi, quali lo sviluppo dell'immagine aziendale (corporate image), il miglioramento dell'immagine dei prodotti (design, packaging, etc.), l'ottimizzazione o lo sviluppo della comunicazione relativa ai prodotti, la realizzazione di indagini di mercato e il supporto nelle attività per la commercializzazione e per l'internazionalizzazione.

Al fine di rafforzare il ruolo dell'artigianato reggino un altro elemento su cui lavorare è una più stringente integrazione della produzione artistica e tradizionale con il comparto turistico. Viene, infatti, unanimemente riconosciuta come un vantaggio la presenza di differenti modelli turistici che pienamente valorizzano le risorse del territorio puntando sulla creazione di "pacchetti" che abbinano differenti aspetti dell'offerta turistica provinciale, in particolare turismo artistico e culturale, con le produzioni locali e con quelle artigiane.

Nel caso della provincia reggina, però, occorre evidenziare come, nonostante un ricco patrimonio ambientale, naturalistico e storico anche le potenzialità del turismo risultano a tutt'oggi ancora limitate, condizionate da un'offerta ricettiva e complementare inadeguata rispetto alle esigenze del comparto. Non esistono unicamente le carenze ricettive, ma anche problemi di più ampia levatura. Il territorio provinciale non è stato, infatti, caratterizzato in passato da un progetto integrato per il turismo, fattore questo che penalizza pertanto l'intero tessuto produttivo locale che potrebbe invece beneficiare, come detto, di una forte integrazione con l'industria dell'accoglienza.

Un'ultima battuta riguarda la trasmissione delle conoscenze e della technicality alle generazioni future. E' necessario, infatti, valorizzare l'apprendistato in quanto mezzo privilegiato di trasmissione della conoscenza, ma anche favorire lo scambio di competenze e conoscenze tra imprese in particolare tra i giovani a livello post-apprendistato e i loro formatori in impresa e/o centri specializzati.

Dall'indagine sul campo emerge come il ricambio generazionale non sembrerebbe rappresentare un elemento di ostacolo alla crescita e al consolidamento delle aziende artigiane reggine. E' pur vero, tuttavia, come l'innalzamento del tasso di scolarizzazione e la generale ricerca di percorsi formativi finalizzati alla collocazione in ambiti lavorativi in cui prevale la componente "intellettuale" su quella manuale, abbia negli ultimi anni spostato le scelte delle nuove leve dall'industria e artigianato ai servizi alle imprese e alle persone. Occorrerebbe, quindi, monitorare attentamente i processi formativi interni alle aziende artigiane al fine di comprendere quanta parte della produzione artistica e tradizionale reggina rischia "l'estinzione", puntando non solo sulla valorizzazione del ruolo dell'artigiano-artista quale rappresentante di una tradizione secolare e di una identità culturale locale ma anche come strumento di nuova occupazione che abbinati creatività e manualità.

ALLEGATO 1 -
SCHEDE DI DETTAGLIO DELL'ARTIGIANATO ARTISTICO REGGINO

IL LEGNO-MOBILIO

La struttura produttiva dell'azienda

Il comparto del legno-mobilio si caratterizza per una lavorazione artigiana prevalentemente ispirata alla tradizione: il 66,7% delle imprese realizza esclusivamente prodotti tradizionali (a fronte di un valore medio per il totale dei settori pari al 48,6%), solo il 4,2% realizza esclusivamente prodotti artistici e la quota restante crea entrambe le tipologie di prodotto.

Il fatturato derivante da prodotti tradizionali, coerentemente, costituisce in media il 60% del fatturato aziendale, contro un più esiguo 40% derivante dalla vendita di prodotti artistici. Inoltre, per la realizzazione dei propri manufatti le aziende del settore ricorrono in misura superiore alla media (16,7% *vs* 9,6%) a disegni e modelli del passato o tradizionali.

Per quanto concerne la struttura produttiva aziendale, tutte le imprese del legno-mobilio creano esclusivamente prodotti finiti – in media 67 pezzi ogni anno – e nella quasi totalità dei casi (il 95,8%) la produzione viene realizzata esclusivamente all'interno dell'azienda, con un ricorso parziale a subfornitori del tutto residuale (4,2%). La maggioranza assoluta delle imprese artigiane del legno e del mobilio (il 70,8%) ricorre ad una parziale meccanizzazione, a fronte di un più ridotto numero di imprese (complessivamente il 29,2%) in cui il processo di produzione aziendale è esclusivamente manuale. Coerentemente con il tipo di prodotti realizzati, dunque, le imprese del settore presentano un ricorso a processi di produzione parzialmente meccanizzati superiore alla media.

Solo una quota esigua di imprese, l'8,3%, utilizza un marchio per affermare l'unicità delle proprie creazioni e favorirne una maggiore diffusione.

Il mercato

Per quanto riguarda l'approccio al mercato, le aziende del legno-mobilio mostrano un profilo medio nettamente orientato alla lavorazione su commessa: il 45,8% (contro il 35% medio) produce esclusivamente su commessa e per una quota identica la lavorazione su commessa è prevalente. Solo un ridotto 8,3% di imprese realizza i propri prodotti unicamente o per la maggior parte per il mercato finale.

I mercati di destinazione, di conseguenza, sono limitati a livello provinciale o al massimo regionale (rispettivamente 95,8% e 25% delle imprese del settore). Tra le motivazioni che spingono le imprese a non esportare i propri prodotti all'estero principalmente le dimensioni aziendali ridotte, una scelta aziendale e la mancanza di domanda, ma è superiore alla media anche la quota più ridotta di imprenditori che attribuiscono l'assenza di export a un prodotto per sua natura poco esportabile e poco competitivo.

Il principale canale di vendita delle imprese del legno-mobilio resta quello della vendita diretta; non manca la partecipazione a mostre e fiere finalizzata a far conoscere le proprie realizzazioni ad un pubblico più ampio e risulta superiore alla media la quota di imprese del settore che fanno ricorso alla vendita domiciliare. Del tutto assenti tecniche di vendita più moderne, basate su circuiti di distribuzione locali o sulla grande distribuzione, nonché sul ricorso alle nuove tecnologie e all'e-commerce.

Per essere più competitive rispetto alla concorrenza nazionale ed estera le aziende reggine del legno-mobilio privilegiano, come accade per tutti i comparti, il prodotto⁵² e i prezzi e le condizioni di pagamento (in misura, però, inferiore alla media) e attribuiscono ai servizi un peso superiore rispetto a quanto non accada negli altri settori. Va sottolineato anche che la percentuale di imprenditori che non intendono puntare su nessun fattore per essere maggiormente competitivi sul mercato è superiore alla media.

La dinamica congiunturale

La dinamica congiunturale sembra, peraltro, piuttosto sfavorevole: nel biennio 2003-2004 il comparto del legno-mobilio ha registrato l'andamento peggiore (saldo relativo alla produzione pari a -45,9% e relativo al fatturato pari a -50%) e le previsioni per il biennio 2005-2006, secondo il giudizio degli imprenditori locali, sono ancora fra le più negative: per il comparto legno-mobilio si prevede una tra le performance meno positive, con un saldo relativo alla produzione pari a -16,7% e al fatturato pari a -29,2%, sebbene in termini di saldo si rilevi, rispetto al biennio precedente, un lieve miglioramento.

Una quota di imprenditori superiore alla media lamenta, del resto, un aumento dei costi delle materie prime e dei semilavorati utilizzati nella produzione nel 2005 rispetto al 2004.

Organizzazione e fabbisogni aziendali

Per la realizzazione di investimenti le aziende dell'artigianato artistico del legno-mobilio si distinguono per un elevato utilizzo di forme di autofinanziamento (il 75%, contro il 68,9% medio). Tali risorse vengono spese quasi interamente per scorte/acquisti e per la sostituzione di macchinari obsoleti, mentre risulta del tutto residuale l'impiego per la ricerca e sviluppo (la voce "Ricerca di tecniche produttive innovative" non raccoglie alcun consenso, mentre la quota di chi sceglie l'innovazione di prodotto è inferiore alla media).

In generale, in riferimento ai fattori di contesto, i principali elementi di ostacolo alla crescita e al consolidamento delle imprese del legno-mobilio, nel giudizio degli imprenditori artigiani del comparto, sono rappresentati dai rapporti con il sistema bancario locale (20,8%, a fronte del 14% medio) e dalla disponibilità di manodopera qualificata (12,5% *vs* 10,5%), oltre che dall'assenza di adeguate infrastrutture di trasporto e comunicazione e dalla disponibilità di materie prime, componenti e semilavorati a prezzi competitivi (entrambe 12,5%). Tra i fattori interni all'impresa, invece, i nodi più critici nel settore sembrano legati alla capacità di contenere prezzi e costi e alla necessità di ottimizzazione dei processi produttivi. Solo una ristretta minoranza di imprenditori del legno-mobilio sembra, però, intenzionata ad adottare concretamente una qualche strategia per superare le criticità esistenti.

IL LEGNO MOBILIO IN BREVE...

Il quadro generale è, dunque, quello di un settore estremamente legato alla tradizione, sia in termini di prodotto, sia in termini di approccio al mercato e di organizzazione aziendale che, forse anche in ragione di tali limiti, sta vivendo una fase congiunturale particolarmente sfavorevole.

⁵² L'originalità e l'unicità, seguite dalla tipicità dei prodotti, sono, a giudizio degli imprenditori del legno-mobilio (in perfetta sintonia con le risposte della maggioranza degli intervistati) anche le principali motivazioni d'acquisto dei loro prodotti da parte della clientela.

IL TESSILE-ABBIGLIAMENTO

La struttura produttiva dell'azienda

Le imprese artigiane del tessile-abbigliamento si distinguono per un'elevata presenza della componente artistica, sia come prodotto esclusivo, sia in affiancamento alla produzione tradizionale (rispettivamente 16% e 48%, a fronte di valori medi dell'artigianato provinciale del 10,9% e del 40,4%). Ciononostante, il fatturato derivante da prodotti artistici si attesta mediamente intorno al 45%, a fronte del 55% circa del fatturato tradizionale.

La produzione, tutta interna all'impresa artigiana, si caratterizza anche per una certa diffusione della scelta di portare avanti un processo produttivo esclusivamente manuale: a non ricorrere a processi meccanizzati ma esclusivamente all'abilità manuale degli artigiani è il 40% delle aziende del comparto, a fronte di una media complessiva delle imprese artigiane d'arte pari al 33,1%.

L'utilizzo di un marchio proprio, che complessivamente coinvolge soltanto il 26,5% delle aziende, sembra, invece, prassi abbastanza comune nel tessile-abbigliamento (52%).

Il mercato

Il settore tessile-abbigliamento sembra decisamente orientato alla lavorazione su commessa, che nel coinvolge in via esclusiva il 60% delle imprese e in misura prevalente un ulteriore 32%, cosicché soltanto un residuale 8% ha adottato una tipologia di vendita rivolta soprattutto o soltanto al mercato finale.

L'analisi dei principali mercati di destinazione dei prodotti sembra tracciare, comunque, l'identikit di un comparto caratterizzato da una certa apertura: sebbene il livello locale e regionale continui a risultare prevalente, esiste tuttavia una quota di aziende artigiane che destina i propri prodotti al mercato nazionale (il 28%) o addirittura all'estero (il 4%), quota superiore a quella registrata prendendo in esame le imprese artigiane d'arte nel loro complesso.

Le tipologie di vendita prevalenti restano, d'altro canto, quelle che consentono un contatto diretto con l'acquirente (la vendita diretta e la partecipazione a fiere e mostre), anche se in un caso su dieci si ricorre all'ausilio di un circuito distributivo locale.

Tra i fattori sui quali puntare per risultare competitivi rispetto ai concorrenti italiani ed esteri c'è, ancor una volta, soprattutto il prodotto (scelto dall'88,2% delle imprese contro il 75,2% medio), ma è interessante notare come una percentuale di aziende artigiane del settore individui anche il marchio come elemento principe di competitività (l'8%, a fronte del 4,8% medio).

Tra le principali motivazioni di acquisto da parte della clientela, a giudizio degli imprenditori del tessile-abbigliamento, c'è l'originalità/unicità del prodotto, ma assume anche un ruolo centrale la dimensione estetica, dunque la bellezza dell'oggetto prodotto, annoverata dal 44% degli artigiani del settore (contro il 27,8% medio).

La dinamica congiunturale

Per quanto concerne la dinamica congiunturale, il comparto del tessile-abbigliamento ha registrato nel biennio 2003-2004 l'andamento peggiore insieme al settore del legno-mobilia, con un saldo relativo alla produzione pari a -60% e uno relativo al fatturato pari a -52%⁵³.

Le previsioni per il biennio 2005-2006 risultano ancora negative: secondo gli imprenditori locali, il settore continuerà a registrare performance negative – saldo relativo alla produzione pari a -44% e fatturato pari a -36% – anche se in termini di saldo si registra un certo miglioramento rispetto al biennio precedente.

Dalla difficile situazione congiunturale attuale e dalle previsioni a breve termine deriva una contrazione del numero degli occupati nelle aziende del tessile abbigliamento, sia prendendo in esame la componente fissa, sia analizzando quella atipica.

Organizzazione e fabbisogni aziendali

Gli addetti vengono assunti in misura superiore alla media mediante contratti di apprendistato piuttosto che con la formula del lavoro a chiamata, e raramente vengono formati ricorrendo a risorse esterne: il tessile-abbigliamento è, infatti, il settore che meno di tutti gli altri ricorre alla formazione esterna (7,1%).

Sebbene la fonte principale per garantirsi le risorse economiche necessarie alla propria attività sia l'autofinanziamento, è da segnalare la presenza di una piccola quota di imprese artigiane che fruisce dei finanziamenti messi a disposizione dalla legge 488/92 (l'8%, contro il 5,3% medio).

In riferimento ai fattori di contesto che rappresentano delle criticità per l'azienda, le imprese artigiane del tessile-abbigliamento si differenziano dalla media per un maggiore peso attribuito all'inadeguatezza dei servizi alle imprese (36% *vs* 20,7%), ai rapporti con la Pubblica Amministrazione (12% *vs* 7,5%) e alla difficoltà di reperimento di manodopera qualificata (16% *vs* 10,5%). Il problema delle risorse umane ritorna, peraltro, anche tra i fattori interni di criticità, in quanto pesano più della media le difficoltà legate al ricambio generazionale e alla formazione continua in azienda.

IL TESSILE-ABBIGLIAMENTO IN BREVE...

Il comparto artigiano del tessile-abbigliamento sembra necessitare, in generale, di un rinnovamento, che gli consenta di uscire da una situazione congiunturale piuttosto difficile: se da un lato il settore si dimostra propenso ad adottare misure quali l'utilizzo di un marchio proprio o la destinazione delle proprie creazioni artistiche anche verso mercati più distanti rispetto ai confini regionali, tuttavia persistono dei limiti rispetto ad un'ulteriore crescita/sviluppo delle imprese del settore, *in primis* una lavorazione ancora troppo legata all'ottica della commessa e lo scarso utilizzo di tecniche di vendita più moderne, che consentano una maggiore visibilità delle imprese su un mercato più ampio.

LA CERAMICA

La struttura produttiva dell'azienda

Le imprese artigiane reggine della ceramica presentano una quota consistente di produzione artistica sul totale della produzione: il 31,3% delle imprese realizza esclusivamente manufatti artistici, il 43,8% sia artistici che tradizionali e soltanto il 25% soltanto prodotti tradizionali.

La centralità della componente artistica della produzione è messa in evidenza anche dalla quota di fatturato derivante da prodotti artistici, pari al 55,7% del fatturato complessivo del settore.

La realizzazione di prodotti basata su disegni e modelli decisi dall'azienda stessa è superiore alla media, probabilmente anche in ragione dell'elevato numero di pezzi prodotti annualmente nel settore ceramico, in media 22.280 pezzi.

Sebbene in misura inferiore a quanto avviene nei settori del vetro e del tessile-abbigliamento, le aziende della ceramica che utilizzano un marchio proprio sono numerose, il 43,8% del totale.

Il mercato

Gli artigiani della ceramica si dimostrano, inoltre, particolarmente attivi sul mercato finale: un quarto opera prevalentemente o esclusivamente sul mercato, senza ricorrere alla lavorazione su commessa, a fronte dell'11,5% medio.

Anche i mercati di destinazione del settore sembrano avere un respiro più ampio, tanto che la maggioranza assoluta delle imprese (il 62,5%) destina i propri prodotti sul mercato nazionale e un significativo 18,8% (a fronte del 3,1% medio) all'estero.

Coerentemente, sebbene la vendita diretta sia nettamente prevalente, risultano superiori alla media relativa al totale dei settori sia la partecipazione ad eventi quali fiere e mostre (50% *vs* 28,1%), sia il ricorso a circuiti distributivi locali (8,3% *vs* 2,6%) e alla grande distribuzione (8,3% *vs* 1,2%).

Anche le aziende artigiane artistiche della ceramica per essere maggiormente competitive rispetto alla concorrenza italiana e straniera puntano, in primo luogo, sui propri prodotti (93,8%) nella direzione di un miglioramento della qualità, della gamma e del design, probabilmente consapevoli dell'importanza e del pregio dei propri manufatti. Non a caso, poi, originalità/unicità (68,8%) e tipicità (43,8%) dei prodotti sono indicate come le motivazioni principali di acquisto da parte della clientela insieme al legame con la tradizione (31,3%).

⁵³ E' interessante notare come tale andamento non sia legato ad una particolare pressione in termini di aumento dei costi delle materie prime o dei semilavorati a danno degli imprenditori del comparto.

La dinamica congiunturale

Sotto il profilo congiunturale il settore della ceramica, pur presentando comunque un andamento piuttosto negativo, presenta una situazione meno difficile rispetto ad altri comparti dell'artigianato locale, con una quota prevalente di imprese che mettono in luce una situazione di stabilità, sia in termini di produzione, sia di fatturato: per entrambe le voci la modalità di risposta “sostanzialmente stabile” (tra -5% e +5%) il 68,8% delle imprese per gli anni 2003-2004 ed il 62,5% per le previsioni 2005-2006.

Organizzazione e fabbisogni aziendali

Sotto il profilo occupazionale, invece, la ceramica si distingue per la centralità attribuita alla formazione che, più spesso che in altri settori, viene affidata ad enti e professionisti esterni (42,9% contro 17,6% medio).

Per quanto concerne l'impiego delle risorse economiche disponibili, poi, si segnala la presenza di imprese che investono nell'innovazione di prodotto e nella ricerca di tecniche produttive innovative, sebbene si tratti ancora di una minoranza.

LA CERAMICA IN BREVE...

Nel complesso, dunque, la ceramica artistica e tradizionale sembra mostrare un grado di maturità organizzativa e commerciale superiore ad altri settori, individuando nel marchio un fattore di competitività, aprendosi al mercato – anche oltre i confini regionali e nazionali – e adottando, in alcuni casi, tecniche di vendita più moderne.

LA LAVORAZIONE DEL VETRO

La struttura produttiva dell'azienda

La componente artistica, sia come prodotto esclusivo, sia in affiancamento alla produzione tradizionale, è piuttosto presente fra le imprese artigiane del vetro: il 23,5% delle aziende realizza esclusivamente prodotti artistici, un altro 23,5% esclusivamente prodotti tradizionali e la percentuale più consistente (il 52,9%) entrambe le tipologie di prodotto. Il fatturato derivante dalla componente artistica della produzione risulta, anche se di poco, prevalente: il 51,7%.

La realizzazione dei prodotti è basata su disegni e modelli decisi dall'azienda stessa in misura superiore alla media (88,2% *vs* 79%), mentre risulta più scarsa l'interazione diretta con il cliente, che porta ad adeguare i prodotti realizzati ai progetti ed alle esigenze peculiari dell'acquirente⁵⁴.

L'utilizzo di un marchio proprio, che complessivamente coinvolge il 26,5% delle aziende, sembra prassi più comune nel comparto del vetro, ove coinvolge il 58,8% delle imprese.

Il mercato

Nel comparto del vetro sembra più diffusa la propensione a mettere i propri prodotti sul mercato finale anziché limitarsi alla lavorazione su commessa. Il 35,3% degli artigiani del vetro opera, infatti, soprattutto o esclusivamente sul mercato finale, in alcuni casi individuando i propri mercati di riferimento al di fuori della Calabria (35,3%) o dei confini nazionali (5,9%).

I canali di vendita privilegiati dalle imprese reggine della lavorazione artistica del vetro sono, ancora una volta, la vendita diretta presso la bottega artigiana e quella presso fiere e mostre artigiane. Tuttavia, gli imprenditori del settore mostrano, in generale, una maggiore maturità sotto il profilo commerciale, aprendosi in misura superiore alla media a tecniche di vendita più moderne, sfruttando, almeno in parte, le enormi potenzialità dell'ICT (il 15,4% utilizza la formula dell'*e-commerce*, a fronte del 2,1% medio) e servendosi dei circuiti di distribuzione esistenti, sia di quelli a livello locale, sia della grande distribuzione (7,7% per entrambi i circuiti).

Sebbene il prodotto sia ancora il fattore principale su cui puntare per garantirsi un'adeguata competitività, gli imprenditori artigiani del vetro attribuiscono un certo peso anche a prezzi e condizioni di pagamento competitive (41,2%) e all'utilizzo di un marchio proprio di qualità, che favorisca la diffusione del prodotto su larga scala (23,5%).

⁵⁴ Pesano, in questo senso, i volumi di produzione, diversi da settore a settore: le imprese artigiane del vetro producono, ogni anno, quantitativi abbastanza ingenti, in media intorno ai 430 pezzi.

La dinamica congiunturale

L'adozione di specifiche strategie produttive e commerciali sembra aver favorito il comparto, che nel biennio 2003-2004 ha registrato in assoluto le performance migliori, con saldi relativi alla produzione e al fatturato pari a -0,1%, indici di una forte stazionarietà che, in un momento congiunturale difficile, assume il significato di una buona performance.

Le previsioni per il biennio 2005-2006 fatte dagli stessi imprenditori artigiani del vetro mettono in luce, peraltro, un ulteriore miglioramento: il comparto del vetro sperimenterà un incremento della produzione secondo il 35,3% degli imprenditori, a fronte del 23,5% di coloro che, invece, prevedono una contrazione (saldo pari a +11,8%).

Organizzazione e fabbisogni aziendali

L'artigianato artistico del vetro sembra aver raggiunto una certa maturità anche sotto il profilo organizzativo, istituzionalizzando una formazione professionale esterna per gli addetti (il 37,5% delle imprese) e privilegiando, sotto il profilo finanziario, finanziamenti agevolati come Artigiancassa (41,2%) e finanziamenti bancari ordinari a medio o lungo termine (17,6%) piuttosto che a breve termine (nessuna impresa). I rapporti con il sistema bancario restano, comunque, a detta degli imprenditori del settore, uno dei nodi critici ancora da sciogliere (il 41,2% delle imprese del vetro li indica fra i principali ostacoli alla crescita e/o al consolidamento della propria azienda sul mercato), unitamente ad altri fattori strutturali quali la presenza di subfornitori e fornitori locali (23,5% *vs* 7,7% medio).

Le imprese del vetro mostrano un dinamismo superiore alla media delle imprese artigiane considerate nel loro complesso. Sebbene si tratti ancora della maggioranza, la quota di aziende che non hanno in programma di adottare specifiche strategie rivolte al superamento dei fattori di criticità è inferiore però rispetto alla media del comparto artigiano artistico: il 52,9% del settore del vetro, a fronte dell'80,4% medio. Le imprese del vetro sembrano, infatti, più propense ad intervenire operando su aspetti commerciali (il 35,3%), produttivi (29,4%) e organizzativi (17,6%).

LA LAVORAZIONE DEL VETRO IN BREVE...

In conclusione gli artigiani vetrai mostrano un grado di maturità sul piano organizzativo-commerciale superiore agli altri comparti soprattutto grazie al ricorso a tecniche moderne di vendita quali l'e-commerce. L'adozione di tali strategie sembra essere l'arma vincendo visto che nel biennio 2003-2004 si è registrata una sostanziale tenuta dei livelli di produzione e fatturato e per il 2005-2006 le previsioni sono rosee per la maggior parte degli imprenditori.

LA LAVORAZIONE DELLA PIETRA

La struttura produttiva dell'azienda

La lavorazione artigianale della pietra assume il carattere di una lavorazione prevalentemente tradizionale: il 78,3% delle imprese realizza esclusivamente prodotti tradizionali ed il 21,7% produce sia manufatti tradizionali che artistici, mentre nessuna impresa crea esclusivamente manufatti artistici.

Coerentemente con le scelte di prodotto effettuate, quello della lavorazione della pietra è uno dei settori in cui il fatturato deriva maggiormente da prodotti tradizionali: il 67,5% del totale.

Per quanto concerne il processo produttivo, tutte le imprese che lavorano la pietra ricorrono ad una parziale meccanizzazione e, in minima parte (8,3% dei casi) fanno parziale ricorso a subfornitori anziché iniziare e concludere il processo di produzione entro le mura aziendali.

Solo un'esigua minoranza di imprese (il 4,3%) ha creato un proprio marchio per favorire la diffusione dei propri prodotti.

Il mercato

Le imprese del settore operano prevalentemente su commessa (69,6%, cui si aggiunge un 13% che lavora esclusivamente su ordinazione) e principalmente su scala provinciale (60,9%) o regionale (52,2%). Soltanto il 17,4% delle imprese dichiara che il mercato nazionale figura fra i principali mercati di destinazione, mentre non risulta affatto diffusa l'esportazione dei prodotti artigiani della pietra all'estero.

Coerentemente con questo quadro d'insieme, gli unici canali di vendita presi in esame sono quelli della vendita diretta e, in misura assai più limitata, quello della vendita faccia a faccia durante fiere, mostre ed esposizioni artigiane.

Per essere maggiormente competitivi rispetto alla concorrenza italiana e straniera gli imprenditori delle aziende artigiane artistiche della pietra fanno leva soprattutto sul prodotto, ma, in seconda battuta, puntano anche su una politica economica che tenda a migliorare e a rendere maggiormente concorrenziali i prezzi e le condizioni di pagamento (47,8% delle imprese, a fronte del 36,8% medio).

La dinamica congiunturale

La dinamica congiunturale del settore mette in luce una situazione relativamente stazionaria, caratterizzata da saldi più negativi sul fronte del fatturato piuttosto che su quello della produzione (nel biennio 2003-2004 rispettivamente -30,5% e -13,1%). La lavorazione della pietra risulta, però, l'unico comparto che, in termini di saldo, prevede un peggioramento nella produzione per il biennio 2005-2006, con un saldo pari a -17,4%.

Organizzazione e fabbisogni aziendali

I fattori di contesto che maggiormente ostacolano la crescita e il consolidamento delle imprese artigiane della pietra reggina sono l'inefficienza dei servizi alle imprese, sia sotto il profilo quantitativo che qualitativo, e l'inadeguatezza delle infrastrutture di trasporto e comunicazione.

All'individuazione di fattori di criticità interni ed esterni non fa seguito, comunque, l'adozione di alcuna strategia per minimizzarne gli impatti: il 95,7% delle imprese del settore (a fronte di un 80,4% medio) non ha in programma l'adozione di strategie produttive, commerciali o organizzative per migliorare lo *status quo*.

LA LAVORAZIONE DELLA PIETRA IN BREVE...

Per la lavorazione della pietra emerge, nel complesso, il ritratto di un settore fortemente ancorato alla tradizione e, nel contempo, piuttosto statico sotto il profilo della produzione, dell'organizzazione d'impresa e dell'approccio rispetto al mercato.

IL FERRO BATTUTO

La struttura produttiva dell'azienda

Le imprese artigiane del ferro battuto prediligono una lavorazione esclusivamente tradizionale (il 50% dei casi), ma sono numerose anche le imprese che realizzano sia prodotti artistici che tradizionali (il 42,3%), a fronte di una quota del tutto marginale di aziende che producono esclusivamente manufatti artistici (il 7,7%). Ne consegue che la percentuale del fatturato derivante dai prodotti tradizionali è particolarmente consistente, pari al 64%.

Per quanto concerne le caratteristiche del processo produttivo, le imprese del ferro battuto si distinguono per la scelta di portare avanti una lavorazione esclusivamente manuale in misura superiore alla media (il 38,5% delle aziende, contro 33,1% medio); superiore alla media del totale settori dell'artigianato artistico e tradizionale reggino è anche la quota di imprese del comparto che ricorrono all'ausilio parziale dei subfornitori (11,5% *vs* 5,8%).

Gli imprenditori del ferro battuto che per realizzare i propri manufatti ricorrono a disegni e modelli decisi dal cliente, inoltre, sono più numerosi di quelli che creano i propri prodotti sulla base di scelte tutte interne all'azienda.

L'utilizzo di un marchio che contribuisca a distinguere la qualità ed unicità dei propri prodotti interessa una parte del tutto residuale delle imprese artigiane del ferro battuto: il 7,7%, a fronte di un valore medio del 26,5%.

Il mercato

L'atteggiamento di ascolto ed il ricorso ai suggerimenti del cliente è coerente con una larga diffusione del lavoro su commessa: il 65,4% degli artigiani del ferro opera soprattutto su commissione, un ulteriore 26,9% esclusivamente su commessa e soltanto il 3,8% prevalentemente o unicamente per il mercato finale.

I mercati di destinazione dei prodotti, d'altro canto, si concentrano su un livello locale o al massimo regionale, con una minoranza di imprese che vendono i propri manufatti in ferro battuto su scala nazionale (l'11,5%, contro il 18,8% medio) e nessuna impresa che li esporta all'estero.

I canali di vendita, di conseguenza, sono tutti concentrati sulla vendita diretta, con un ricorso alla vendita faccia a faccia durante fiere ed eventi simili inferiore alla media (16,7% contro 28,1%) e nessun utilizzo di tecniche commerciali più moderne.

Per essere maggiormente concorrenziali rispetto ai *competitor* italiani e stranieri, gli imprenditori del comparto promuovono in misura superiore alla media una politica economica finalizzata a rendere maggiormente competitivi i prezzi e le condizioni di pagamento (50% *vs* 36,8%), anche se il focus sul prodotto rimane, in termini assoluti, comunque prevalente (61,5%). Va sottolineato, inoltre, che gli imprenditori che ritengono di non dover puntare su alcun tipo di fattore per mantenere la propria competitività risultano particolarmente numerosi nel comparto (19,2%, a fronte del 12% circa medio).

La dinamica congiunturale

Sotto il profilo congiunturale, il settore artigiano del ferro battuto, stando almeno alle dichiarazioni degli imprenditori del comparto, presenta per il biennio 2003-2004 una situazione relativamente stazionaria, con dei saldi relativi a fatturato e produzione negativi (entrambi -19,3%) ma in misura inferiore alla media (-34,7% per il fatturato e -32,7% per la produzione). Nelle previsioni per il 2005-2006 si riscontra, inoltre, un discreto ottimismo, tanto da immaginare una situazione di vera e propria stabilità per il fatturato (saldo previsto -0,1%) e di quasi-stabilità per la produzione (-3,8%). Tali dati sono tanto più significativi se rapportati ad un costo delle materie prime e dei semilavorati che, sempre nella percezione delle imprese del ferro battuto, sembra aumentato in misura superiore alla media del totale settori dell'artigianato artistico reggino⁵⁵.

Organizzazione e fabbisogni aziendali

Sul fronte dell'organizzazione finanziaria d'impresa, le aziende del ferro battuto sembrano ricorrere prevalentemente all'iniziativa individuale piuttosto che a fondi e risorse appositamente creati (Legge 488/92 o altri finanziamenti agevolati), utilizzando in misura più elevata delle altre imprese artigiane d'arte reggine forme di autofinanziamento (84,6% *vs* 68,9% medio) e finanziamenti bancari ordinari a breve termine (3,8% *vs* 2,3%).

Anche sotto il profilo delle strategie di produzione, organizzative e commerciali, del resto, la quasi totalità delle imprese del ferro battuto (il 96,2%) non sembra interessata ad investire nella ricerca di nuovi metodi per superare i fattori di criticità attualmente esistenti.

IL FERRO BATTUTO IN BREVE...

Le imprese artigiane reggine che lavorano ferro battuto risultano, nel complesso, poco dinamiche, ancorate a forme tradizionali di produzione e di vendita, nonché a mercati piuttosto ristretti. Anche se la congiuntura non è eccessivamente negativa, nuovo impulso potrebbe certamente venire da un rinnovamento interno, che punti sulla ricerca e sviluppo, sull'adozione di un marchio di qualità e su un'apertura al mercato finale che consenta di incrementare la produzione e le vendite.

⁵⁵ A lamentare l'aumento dei costi delle materie prime e dei semilavorati sono rispettivamente il 92,3% e il 76,9% delle imprese del ferro battuto, a fronte di valori medi dell'80,7% e del 60,9%:

L'OREFICERIA

La struttura produttiva dell'azienda

Nelle imprese artigiane orafe la componente artistica, sia come prodotto esclusivo, sia in affiancamento alla produzione tradizionale, è piuttosto presente (rispettivamente 14,3% e 52,4%), e questo incide anche sul fatturato: il 57,3% del fatturato totale del settore deriva da prodotti artistici.

Gli artigiani orafi si distinguono da altre lavorazioni artigiane d'arte e tradizionali per un elevato numero di imprese che scelgono di portare avanti un processo produttivo esclusivamente manuale: lo fa il 52,4% delle aziende, a fronte del 33,1% medio.

L'unicità dei prodotti realizzati mediante tale lavorazione manuale viene in buona parte salvaguardata mediante l'utilizzo di un marchio proprio, che coinvolge il 42,9% delle aziende.

Il mercato

Gli artigiani orafi sono anche particolarmente attivi sul mercato finale (il 19%), anche se la lavorazione su commessa resta, comunque, la forma prevalente di produzione.

Anche nel comparto orafo la maggior parte delle imprese indirizza i propri prodotti principalmente sul mercato provinciale e su quello regionale, ma si registra anche un 9,5% di imprenditori orafi (contro un 3,1% medio) che esportano all'estero i propri gioielli e le proprie creazioni.

Anche se la vendita diretta resta la tecnica commerciale più praticata (94,1%), una quota assai consistente di imprese orafe ha trovato un canale privilegiato di vendita nella partecipazione a fiere e mostre in contatto diretto con i potenziali acquirenti (58,8%), ma c'è anche una piccola quota che ricorre all'e-commerce (5,9%), canale di vendita le cui enormi potenzialità non sembrano, al momento, essere state colte dagli artigiani reggini.

Gli imprenditori del settore, per essere maggiormente competitivi rispetto alla concorrenza italiana e straniera, puntano in primo luogo sulle caratteristiche uniche e sulla qualità dei propri prodotti⁵⁶: ad adottare una tale strategia è l'85,7% delle aziende orafe, a fronte del 75,2% medio. Una quota piuttosto esigua, ma comunque superiore alla media generale (9,5% *vs* 4,8%), attribuisce invece un peso rilevante al marchio quale fattore essenziale di competitività.

⁵⁶ In relazione all'importanza attribuita alle caratteristiche del prodotto, si ricorda che gli artigiani orafi indicano anche la tipicità dei propri prodotti come motivazione prevalente d'acquisto da parte della clientela.

La dinamica congiunturale

Sotto il profilo congiunturale, nel biennio 2003-2004 l'oreficeria ha vissuto una fase difficile, con un andamento peggiore della media sia dal punto di vista del fatturato, sia per quel che riguarda la produzione (rispettivamente saldi pari a -42,9% *vs* -34,7% medio e -38,2% *vs* -32,7% medio). La situazione sembra, però, destinata a migliorare: per il biennio 2005-2006 gli imprenditori del settore fanno, infatti, una previsione di saldo per il fatturato pari a -14,3% (contro -19,3% medio) e alla produzione pari a -4,7% (contro -16,3% medio), anche grazie a costi delle materie prime e dei semilavorati rimasti sostanzialmente invariati nel 2005.

Organizzazione e fabbisogni aziendali

La situazione congiunturale non mette a rischio il numero di occupati in impresa, per i quali, si registra, anzi, un lieve incremento nella componente atipica sia nel 2004, sia nel 2005.

Per quanto concerne l'organizzazione d'impresa dal punto di vista finanziario, sebbene risultino ancora prevalenti le voci di spesa scorte/acquisti, sostituzione macchinari obsoleti e ristrutturazione/rinnovo strutture, tuttavia una certa quota delle risorse economiche disponibili è investita nella ricerca di tecniche produttive innovative e nella meccanizzazione del processo produttivo (entrambe in misura superiore alla media), nonché nell'innovazione di prodotto.

Nonostante la maggior parte delle imprese orafe, in linea con il dato medio (l'80% circa), non abbia intenzione di adottare strategie per superare i fattori di criticità attualmente esistenti, esse dimostrano, comunque, di aver individuato quali siano i nodi ancora da sciogliere nel comparto orafo per poter raggiungere un maggiore sviluppo d'impresa. Il minimo comune denominatore, a tutti i livelli, sembra essere l'inefficienza delle comunicazioni e delle reti di relazioni: tra i fattori critici di contesto indicati dagli artigiani orafi assumono, infatti, un peso superiore alla media la circolazione di idee, informazioni e conoscenze tra imprenditori del settore ed i rapporti con il sistema bancario locale, mentre il primo elemento di criticità interno è rappresentato dai rapporti con le altre imprese.

L'OREFICERIA IN BREVE...

Proprio su questi fattori si potrebbe intervenire per consolidare e migliorare la posizione delle imprese orafe reggine, che sembrano aver già fatto dei passi avanti nella direzione di una certa maturità aziendale riconoscendo l'importanza di un proprio marchio quale elemento capace di rendere competitiva l'impresa, ampliando i propri mercati di riferimento e iniziando ad abbracciare strategie commerciali più moderne rispetto alla vendita diretta fondata sull'interazione *face to face* con il cliente.

*ALLEGATO 2 -
DEFINIZIONE DI ARTIGIANATO IN EUROPA*

Tab. A.1 – Le definizioni di impresa artigiana in Europa

PAESI	DEFINIZIONE LEGALE	ADDETTI	ATTIVITA' ECONOMICA	PROFESSIONE	CONDUTTORE	FORMA GIURIDICA	ALTRO
AUSTRIA	SI		Appartenenza ad uno dei seguenti settori di attività economica: costruzioni, metalli, legno, igiene e salute della persona, abbigliamento, alimentazione, pulizia, vetro, carta e altri	Esiste una lista di 43 professioni artigiane	Il conduttore deve possedere il titolo di maestro artigiano		
BELGIO	NO			Definizione di lavoratore artigiano. Esiste una lista di 45 professioni suddivise in 11 categorie considerate artigiane		Può essere considerata artigiana solamente una ditta individuale	
DANIMARCA	NO			E' in costruzione un elenco di mestieri e professioni che possono essere considerate artigiane			
FINLANDIA	NO	Imprese nelle quali sono impiegati da 1 a 3 addetti					La produzione di beni e servizi e prevalentemente manuale
FRANCIA	SI	Numero di addetti compresi tra 1-10. Questo limite può essere superato in alcuni casi	Appartenenza ad uno dei settori di attività economica: Alimentare, metallurgico, tessile, legno e mobili, altri manufatti, costruzioni, riparazioni, trasporti ed altri servizi	Necessita l'iscrizione all'albo degli artigiani	Conduttore dell'impresa iscritto all'albo degli artigiani		

Segue Tab. A.1

PAESI	DEFINIZIONE LEGALE	ADDETTI	ATTIVITA' ECONOMICA	PROFESSIONE	CONDUTTORE	FORMA GIURIDICA	ALTRO
GERMANIA	SI		Appartenenza ad uno dei seguenti settori di attività economica: costruzioni, elettricisti, meccanici, legno, igiene e salute della persona, ceramica, abbigliamento, alimentazione, pulizia, vetro, carta e altri	Elenco di professioni che possono essere considerate artigiane (94 mestieri + 57 professioni)			La tecnologia può essere utilizzata come supporto all'artigiano, ma non sostituire l'abilità manuale
GRECIA	NO	Sono considerate e artigiane le imprese con meno di 10 addetti				Le imprese artigiane sono utilizzate principalmente e Ditte individuali o imprese a conduzione familiare	Non vengono utilizzate complesse tecnologie e si lascia spazio a metodi di lavoro tradizionali
IRLANDA	NO			Definizione di lavoratore artigiano. Esiste una lista di 39 mestieri considerati artigiani			
ITALIA	SI	Varia a seconda del settore di attività economica	Tutti I settori di attività economica escluso sanità e pubblica amministrazione	Imprenditore artigiano	Imprenditore artigiano, implicato nel processo produttivo	Impresa individuale o compagnia	
LUSSEMBURGO	SI		Appartenenza ad uno dei seguenti settori di attività economica: costruzioni, meccanici, igiene e salute della persona, abbigliamento, alimentazione e altri	Impresa e' artigiana in base alle attività svolte no all'interno.(152 mestieri)			Occorre fornire prodotti su misura e lavorare per clienti conosciuti

Segue Tab. A.1

PAESI	DEFINIZIONE LEGALE	ADDETTI	ATTIVITA' ECONOMICA	PROFESSIONE CONDUTTORE	FORMA GIURIDICA	ALTRO
OLANDA	SI	Imprese appartenenti al settore delle piccole e medie imprese (definizione e EU)	Appartenenza ad uno dei sei settori di attività economica: Alimentazione, metalli e mobili, costruzioni, installazioni, commercio, servizi E' definita impresa artigiana un'impresa la cui attività appartiene ad uno dei seguenti settori:			
PORTOGALLO	NO	Lavorazione e trasformazione di materiali grezzi, produzione e riparazione oggetti, fornitura servizi, produzione e preparazione di generi alimentari e commercio Sono considerate artigiane le imprese che svolgono attività artistiche, anche se non esiste nessuna definizione ufficiale.	Lista di mestieri che possono essere considerati artigiani, suddivisa in 9 categorie		Ditta individuale o impresa a conduzione familiare	
REGNO UNITO	NO	Sono considerate attività artistiche: legno, basket making, ceramica lavorata a mano, ferro	Professioni appartenenti alla sezione 5 del SOC2000			

Segue Tab. A.1

PAESI	DEFINIZIONE LEGALE	ADDETTI	ATTIVITA' ECONOMICA	PROFESSIONE CONDUTTORE	FORMA GIURIDICA	ALTRO
SPAGNA	NO	Addetti compresi tra 10-15 (numero molto flessibile)	Un'impresa è considerata artigiana se svolge un'attività artistica. Le attività sono suddivise in 4 gruppi: Artigianato popolare, artigianato artistico, produzione beni alimentari, servizi			Attività garantita da una persona che conosce l'intero processo produttivo ed i prodotti devono soddisfare necessità individuali
SVEZIA	NO			Esistono 100 professioni per le quali e' possibile ottenere abilitazioni professionali, che non sono indispensabili per intraprendere una attività artigiana		

Fonte: Elaborazione Istituto G. Tagliacarne

*ALLEGATO 3 -
NOTA METODOLOGICA*

L'Osservatorio Provinciale sull'Artigianato Artistico della provincia di Reggio Calabria ha come obiettivo principale quello di fornire strumenti conoscitivi sull'andamento aziendale, aspettative e fabbisogni delle imprese artigiane reggine, in modo da delineare le azioni prioritarie di sviluppo per le politiche destinate all'artigianato artistico e tradizionale.

Più in particolare, è stata realizzata un'analisi sul campo di tipo campionario che ha come universo di riferimento le imprese artigiane artistiche e tradizionali aventi sede legale nella Provincia di Reggio Calabria.

Tale indagine ha coinvolto 152 imprese estratte casualmente in proporzione alla rilevanza che ciascun comparto ha in termini di numerosità imprenditoriale e secondo gli obiettivi dell'indagine come da tabella qui sotto riportata.

Il campione estratto è il seguente:

<i>Tessile-abbigliamento</i>	25
<i>Ceramica</i>	16
<i>Ferro battuto</i>	26
<i>Legno-mobilio</i>	24
<i>Oreficeria</i>	21
<i>Lavorazione pietra</i>	23
<i>Vetro</i>	17
TOTALE CAMPIONE	152

Strutturando il campione in questo modo le stime ottenute, fissando l'intervallo di confidenza al 95% e nell'ipotesi di $p=q=50\%$, sono soggette ad un errore per il totale dei settori del $\pm 7,2\%$, mentre per quanto riguarda i singoli settori tali errori sono:

<i>Tessile-abbigliamento</i>	$\pm 18,4$
<i>Ceramica</i>	$\pm 19,1$
<i>Ferro battuto</i>	$\pm 18,0$
<i>Legno-mobilio</i>	$\pm 18,5$
<i>Oreficeria</i>	$\pm 18,3$
<i>Lavorazione pietra</i>	$\pm 18,1$
<i>Vetro</i>	$\pm 20,5$
TOTALE CAMPIONE	$\pm 7,2$

Le interviste alle aziende, realizzate nel periodo compreso fra il 21 giugno ed il 19 luglio 2005, sono state effettuate telefonicamente con sistema C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing), attraverso la somministrazione ai Titolari/Responsabili delle imprese di un questionario strutturato.

Al fine del raggiungimento del previsto numero di interviste è stato necessario contattare circa 412 imprese di cui 15 non hanno partecipato all'indagine per rifiuto.

Il questionario è stato articolato in quattro sezioni:

1. Struttura produttiva azienda
2. Mercato
3. Dinamica congiunturale
4. Organizzazione e fabbisogni aziendali

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

A.A.V.V., *La Calabria verso il futuro*, Ris-Calabria, Meridiana Libri, Catanzaro, 1999.

Calpark S.C.p.A., Parco Scientifico e Tecnologico della Calabria, *Artigianato d'arte calabrese (comparti ceramico, orafa e tessile): punti di forza e di debolezza*, 2004.

Carbone M.G. (a cura di), *Alle radici del bello – Storia, Tradizioni, Identità culturali*, Co.Se.R. Calabria, 2003.

Cersosimo D., Scoppa V., *Il sistema economico regionale* e Corti E., De Paola M., Guzzo F., *L'industria: innovazione e sistemi produttivi locali* in A.A.V.V., *La Calabria verso il futuro*, Ris-Calabria, Meridiana Libri, Catanzaro, 1999.

Dehayé P., *Rapport au Président de la République – Les difficultés des Métiers D'Art*, La Documentation française, Parigi, 1975.

Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università degli Studi di Firenze (a cura di), *Primo Rapporto sull'Artigianato nelle Regioni Italiane*, Firenze, 2001.

Istituto Guglielmo Tagliacarne (a cura di), *Atti del Primo seminario sulle statistiche dell'artigianato in Europa*, Roma, 6-7 Settembre 1994

Istituto Guglielmo Tagliacarne (a cura di), *Atti del Secondo seminario sulle statistiche dell'artigianato in Europa*, Roma, 20-21 Marzo 1996

Istituto Guglielmo Tagliacarne, *Proposta di un percorso metodologico per la stima delle imprese a carattere artigiano in Europa*, Working Papers n.28, 2001

Istituto Guglielmo Tagliacarne, *Le esportazioni delle imprese artigiane – Un'Analisi regionale per gli anni 1991-2000*, Collana Ricerche, Roma, 2002

Istituto Guglielmo Tagliacarne, *Il valore aggiunto dell'artigianato nelle province italiane (Anni 1995-2002)*, Collana Ricerche, Roma, 2004

Pieraccioni L., Capuano G., Rinaldi A., *Metodologie di ricostruzione di archivi statistici per micro-imprese: il caso dell'artigianato*, in Scritti di Statistica Economica n. 3, Istituto di Statistica e Matematica, Facoltà di Economia, Università "Parthenope" di Napoli, 1997.

Simoncini L., *La definizione giuridica: la L.R. 58/99*, in Zanni L. (a cura di), *Le imprese dell'artigianato artistico e tradizionale in Toscana*, Centro Stampa Regione Toscana, Firenze, 2001.

Touring Club Italiano, *Artigianato sapori e tradizioni d'Italia*, Touring editore, Milano, 2000.