



**«IL SAPER FARE
NON SI COMPRA:
SALVIAMOLO»**

Il neo presidente di Confartigianato Toscana, la crisi innescata dalla pandemia e la rivoluzione che serve alle piccole imprese. «Finanziamenti e risorse a fondo perduto per dare strumenti a chi vuole affrontare le nuove sfide e magari tornare ad assumere. La chiave è il digitale, ma in gioco c'è la sopravvivenza dell'artigianato come elemento della nostra cultura, che non si può improvvisare»

di **Marta Panicucci**



**Il tessuto
produttivo
toscano
uscirà
dalla pandemia
profondamente
cambiato,
questa crisi
porterà alla fine
di molte
piccole imprese**



**L'appello
che faccio
è quello
a fare regali
di Natale
responsabili
e consapevoli:
ogni centesimo
speso questo
anno ha un
peso sul futuro**

Dalle incertezze sui tempi e i modi delle aperture, al tentativo di salvare gli incassi del Natale; dalla profonda crisi economica dopo nove mesi di pandemia, alle nuove sfide per il futuro degli artigiani e dei centri storici delle città. Sono tante le fatiche che, nel breve e medio periodo, attendono il nuovo presidente di Confartigianato Toscana. Luca Giusti, classe 1956, è un imprenditore pratese, presidente di Confartigianato Prato eletto nei giorni scorsi alla gui-

da dell'associazione regionale fino al 2024.



Un mandato che si preannuncia complesso per le condizioni economiche in cui versano oggi le imprese. «Se vogliamo misurare la sofferenza di ditte artigiane e autonomi su una scala da uno a 100 — dice Giusti — direi che stiamo soffrendo 150. Siamo state le uniche realtà ad aver anticipato, finché è stato possibile, la cassa integrazione ai nostri dipendenti perché per noi il rapporto tra titolare e collaboratori è la prima ricchezza dell'azienda. Di fronte a questo nostro impegno, però, non abbiamo ricevuto lo stesso tipo di sostegno da parte degli organi istituzionali. La sofferenza del mondo artigiano è data dal fatto che essendo piccole attività non riceviamo la giusta attenzione da parte di chi promuove le misure di sostegno, gli aiuti e i progetti si fanno sempre per i grandi, mai per le piccole imprese. Paghiamo un prezzo carissimo dato da una mancanza di conoscenza della realtà da parte di chi ci governa».

Secondo Giusti nemmeno la fine della pandemia e la piena ripresa delle attività, auspicata per il 2021, saranno sufficienti per mettere in salvezza il comparto che in Toscana conta oltre 110.000 imprese artigiane (di cui 30 mila associate a Confartigianato Toscana) per quasi 300.000 addetti. «Nel 2021 probabilmente alcuni settori avranno una ripresa, anche in tempi relativamente brevi e forse avranno anche un incremento del lavoro, tuttavia il tessuto produttivo uscirà dalla pandemia profondamente provato e cambiato, questa crisi porterà alla fine di molte attività». La sfida dunque è trovare le energie e le idee per far rialzare il settore quando la tempesta Covid si placherà lasciando dietro di sé serrande abbassate e centri storici semi deserti. Per Giusti la priorità è riuscire a «non disperdere la cultura del saper fare che hanno le nostre imprese, una ricchezza che invece rischiamo di perdere per la chiusura delle aziende o perché queste non riescono a superare la crisi. Devono essere fatti interventi paralleli: da una parte di tipo assistenziale per evitare che il tessuto sociale finisca in uno stato di profonda frustrazione, ma questi devono essere accompagnati da misure per aiutare le aziende a svilupparsi, a mantenere la propria posizione sui mercati, a garantire posti di lavoro e, magari, aumentarli. Bisogna dare a coloro che vogliono vincere la sfida del futuro gli strumenti per il consolidamento dell'attività con finanziamenti e risorse a fondo perduto».

Per il futuro Confartigianato punta su due

direttrici: il valore del territorio e l'uso a 360 gradi del digitale, che va ben oltre la semplice promozione dei prodotti su un sito. «La cosa che ci potrà contraddistinguere in futuro, anche tra le realtà internazionali, è la nostra storia, la nostra cultura, l'arte di saper fare. Tutte cose che noi abbiamo in abbondanza, che non si improvvisano, che non si comprano. Respiriamo arte in tutte le nostre aziende, e questo diventa un marchio che ci portiamo dietro e ci rende unici al mondo. Un'opportunità da valorizzare al meglio anche in un'ottica turistica. La Toscana è ricca di tesori artistici e culturali da valorizzare, ma manca un coordinamento, un regista unico. Abbiamo tante ricchezze artigianali e culturali che non sono messe a sistema e sufficientemente valorizzate, a favore, invece, di altre che puntano solo al consumo di massa e non alla qualità. Questa è la nostra forza ed è su questa che dobbiamo puntare per uscire dalla crisi». L'alleato delle imprese artigiane secondo Giusti sarà il mondo del digitale. «Avrà un ruolo fondamentale — afferma — anche nel comparto artigiano. È uno strumento utile per valorizzare quello che viene fatto e non solo in termini di promozione. Non si può più pensare che la realizzazione di un'opera debba passare per forza da martello e scalpello, l'attività degli artigiani si basa sulla fantasia e anche sulla capacità di utilizzare gli strumenti digitali, penso ad esempio a una stampante 3D, perché anche questo è essere artisti anche se con concetti e strumenti diversi. Il digitale può aiutare a creare prodotti nuovi e ad affrontare nuovi mercati». Puntare sul «valore artigiano» e sulle nuove tecnologie, dunque, per dare nuovo slancio al settore e ripensare anche la fruizione dei nostri centri storici per farci trovare pronti quando i turisti torneranno.

Nel frattempo gli artigiani toscani sperano in una boccata d'ossigeno natalizia. «L'appello che faccio — conclude Giusti — è quello per un acquisto responsabile e consapevole, dobbiamo essere coscienti del fatto che particolarmente quest'anno ogni centesimo che spendiamo in regali ha la sua importanza sul futuro non soltanto quello immediato delle aziende, ma anche su quello dei nostri figli. Cerchiamo di avere la consapevolezza del fatto che viviamo in un territorio, in una regione, in una nazione che ha bisogno, in questo momento come non mai, di una presa di responsabilità da parte di chi ci vive anche negli acquisti che fa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

