



# UNCONFERENCE

Artigianato — Conversazioni aperte a Villa Hériot  
9 Ottobre 2025



UNIVERSITÀ  
INTERNAZIONALE  
DELL'ARTE

# Artigianato

9 Ottobre 2025

## Quello che abbiamo detto insieme 9 ottobre 2025, Villa Hériot

Due settimane fa, a Villa Hériot, abbiamo fatto una cosa inusuale: ci siamo ritrovati senza programma, senza relatori, senza slide. Solo un tema, l'artigianato, e la voglia di capirci qualcosa insieme.

Un'unconference funziona così: si parte da un "marketplace delle idee" dove ognuno propone argomenti, temi, domande. Poi si vota, si sceglie, ci si divide in gruppi. Non ci sono gerarchie predefinite, non c'è chi sa e chi ascolta. Ci sono solo persone che portano la propria esperienza, le proprie domande, i propri dubbi.

Quel pomeriggio sono nate nove conversazioni diverse: **In tre spazi aula Mazzariol, presidenza, biblioteca.** In tre momenti distinti. Mentre in biblioteca qualcuno discuteva del ruolo sociale dell'artigianato, in presidenza ci si chiedeva il confine tra innovazione e artigianato tradizionale. In aula Mazzariol si parlava della formazione nell'artigianato e il ricambio generazionale.

Questo documento raccoglie quello che è emerso. Non è un verbale: è la memoria di ciò che avete tirato fuori insieme. Domande scomode, contraddizioni, intuizioni, rabbie. Alcune conversazioni sono state più lineari, altre più accese. Alcune hanno trovato punti di convergenza, altre sono rimaste aperte, irrisolte. Ed è giusto così. Se hai partecipato a una o due sessioni, qui trovi anche quello che succedeva contemporaneamente negli altri spazi. Se qualcosa ti risuona, riprendilo. Le conversazioni migliori non finiscono mai davvero.

### PRIMA SESSIONE Learning by Doing · Aula Mazzariol

*"C'è un ritmo che bisogna imparare prima ancora del mestiere. Se vai di fretta, non vedi niente."*

Il sapere artigiano si tramanda, non si insegna. Non è una formula, né un prontuario da applicare. È un linguaggio che si apprende stando accanto a chi lo parla da anni, ascoltando gesti, osservando silenzi, condividendo errori. Eppure, oggi, lo spazio per questa trasmissione si sta restringendo. Le botteghe si svuotano, gli apprendisti mancano. Mancano i luoghi, ma soprattutto manca il tempo: quello lento, necessario, che permette di imparare facendo e disfacendo. Perché il sapere artigiano richiede immersione, non accelerazione. Il rischio è che questo patrimonio si interrompa, che diventi racconto, ma non più pratica. Che si studi, ma non si viva.

*"Ho imparato più da due anni in laboratorio che da cinque in aula",* racconta chi è riuscito a entrare in un contesto vivo di scambio. La formazione oggi è spesso un percorso a senso unico: dall'alto verso il basso, dall'esperto al principiante. Ma l'artigianato insegna altro: che si impara anche facendo domande, osservando i fallimenti, restando in ascolto. È una pedagogia orizzontale, fatta di tentativi condivisi.

E proprio per questo ha bisogno di riconoscimento. Non solo economico, ma culturale e simbolico. Perché dietro un saper fare c'è sempre un saper essere: attenzione,

cura, responsabilità. E questi valori si apprendono solo se chi li incarna viene messo nella condizione di trasmetterli.

Oggi l'artigiano non può più permettersi un allievo, e l'allievo non trova chi possa dedicargli tempo. È una frattura da ricucire, se vogliamo che il sapere non resti appeso a pochi, ma torni a essere bene comune. Serve una nuova alleanza tra generazioni. Non un semplice passaggio di testimone, ma una collaborazione viva, in cui l'esperienza di chi ha fatto incontri la visione di chi comincia.

*"L'allievo non deve diventare come me. Deve diventare se stesso, anche grazie a me."*

Artigianato non è solo produzione. È relazione, presenza, trasformazione. E come ogni relazione viva, va nutrita. Di tempo, di ascolto, di fiducia.

### IA = Intelligenza Artigianale · Presidenza

*"L'IA non potrà mai replicare la conoscenza delle mani, ma può aiutarci a selezionare meglio, a lavorare in modo più efficiente, a non disperdere il sapere."*

Che ruolo può avere l'intelligenza artificiale nel mondo dell'artigianato? Può davvero contribuire senza snaturarne la natura profondamente manuale, fatta di gesti, di materiali, di lentezza? Il confronto è iniziato proprio da qui, da questa apparente opposizione tra un sapere antico e una tecnologia nuova, per provare a immaginare se e come i due ambiti possano incontrarsi.

È emerso fin da subito che non si tratta di sostituire l'artigiano con la macchina, ma semmai di pensare all'intelligenza artificiale come a uno strumento di supporto, capace di integrarsi nei processi creativi e produttivi.

Si è parlato di segmenti operativi nei quali l'IA potrebbe intervenire senza entrare in conflitto con il gesto artigiano. Ad esempio, nel restauro di superfici o materiali tradizionali, nella scelta di tecniche in base a vincoli di sostenibilità o costo, nella progettazione preliminare di oggetti o installazioni.

Il nodo più importante, però, resta quello della memoria. L'intelligenza artificiale si basa sull'elaborazione dei dati che riceve: per essere utile, ha bisogno di essere alimentata da fonti certe e sapere strutturato. E questo, nel mondo dell'artigianato, manca spesso.

*"L'IA si nutre delle nostre conoscenze. Ma se queste non vengono prima archiviate, rischiamo di affidare la nostra memoria a uno strumento che non ha nulla da ricordare."*

Per questo si è parlato dell'urgenza di costruire banche dati condivise, archivi digitali in grado di conservare e trasmettere tecniche, processi, materiali, storie. Uno strumento non solo tecnologico, ma anche culturale, capace di custodire la complessità dell'esperienza artigiana.

Allo stesso tempo, l'IA può diventare un mezzo espressivo, soprattutto quando è utilizzata nelle fasi progettuali. Alcuni architetti presenti hanno raccontato come venga impiegata per la costruzione di concept visivi: si parte da parole chiave, da suggestioni, da immagini di riferimen-

to, per sviluppare un'idea più articolata che possa poi prendere forma concreta.

*“Ciò che l'IA restituisce dipende da quanto è precisa e profonda la domanda che le poniamo. È uno strumento potente, ma è ancora l'umano a dover indicare la direzione.”*

In questo senso, l'intelligenza artificiale riduce i tempi, facilita il dialogo con il committente, rende più accessibile la fase di prototipazione. Anche un artigiano, soprattutto se lavora da solo, può trarne vantaggio: dalla creazione di rendering per mostre alla gestione delle comunicazioni digitali.

Ma è qui che si incontra il primo vero ostacolo: la formazione. In molte realtà artigiane, soprattutto quelle legate a pratiche tradizionali, la distanza generazionale rende difficile l'adozione di strumenti digitali. Eppure, sarebbe fondamentale costruire un ponte tra generazioni: raccogliere l'esperienza dei maestri, renderla accessibile ai più giovani.

*“C'è un sapere che rischia di scomparire. L'intelligenza artificiale può aiutarci a salvarlo, ma dobbiamo offrirle le parole giuste, le mani giuste da cui imparare.”*

Il tema è emerso con forza parlando di Venezia, dove la figura dell'artigiano residente è sempre più rara. I tentativi di creare incubatori non hanno avuto successo, e oggi l'unico modo per farsi vedere è costruirsi una vetrina digitale. Alcuni scelgono i social, altri si affidano a gallerie, ma manca spesso una struttura autonoma che restituisca dignità e visibilità al lavoro artigiano.

Instagram, ad esempio, è diventato per molti uno strumento essenziale. Ma il taglio generazionale è evidente: non tutti gli artigiani riescono a utilizzarlo in modo strategico, e i più giovani, se non provengono da famiglie di artigiani, faticano a inserirsi in un sistema ancora poco aperto all'innovazione. Eppure, proprio il digitale può offrire loro strumenti per crescere, per esistere.

Si è ricordato il caso di un'applicazione capace di scannerizzare una pianta e monitorarne la fotosintesi, offrendo in breve tempo una stima economica del lavoro necessario. Una tecnologia pensata per il verde, ma che mostra chiaramente quanto sia possibile unire conoscenza manuale e intelligenza digitale per rendere più efficiente un mestiere.

*“Alla fine, l'IA permette a qualsiasi impresa di crescere. Anche all'artigiano. Non si tratta di abbandonare la tradizione, ma di farla dialogare con strumenti nuovi, di non perdere ciò che abbiamo faticosamente costruito.”*

L'incontro si è chiuso con una domanda aperta: siamo pronti a immaginare un'artigianalità che non rinunci alla propria identità, ma che si lasci attraversare dalle possibilità dell'intelligenza artificiale? Non per uniformarsi, ma per esistere anche nel presente, anche nel futuro.

*“La svalutazione dell'artigiano è fondamentale. Chiediamoci perché esiste ancora questa immagine gerarchica.”*

L'artigianato oggi è chiamato a riconoscersi non solo come pratica individuale, ma come spazio collettivo, luogo di valori e di trasmissione. “Dentro il lavoro dell'artigiano c'è un valore”, un valore umano, sociale, culturale. Non si tratta solo di fare con le mani, ma di generare connessioni, identità, memoria.

Attraverso le testimonianze raccolte, è emerso come l'artigianato sia capace di mettere insieme le persone, di creare comunità intorno a un sapere condiviso. In questo senso, lavoro e relazioni non sono separabili. Fare artigianato significa anche abitare un territorio, contribuire alla sua vitalità. Ma la realtà attuale racconta una crisi: la trasmissione del mestiere si è interrotta in molti casi. I giovani faticano ad avvicinarsi a questo mondo, e chi cerca di iniziare spesso incontra ostacoli economici, mancanza di tutele e una scarsa rete di supporto.

*“Una volta c'era almeno un ragazzo al mese che veniva a chiedere di imparare. Ora è raro.”* Non si può tuttavia ridurre tutto a una presunta mancanza di interesse. Come è stato osservato, “bisogna avere la capacità di incrociare domanda e offerta”. L'artigianato non è visibile, non è raccontato con chiarezza. C'è un problema profondo di comunicazione e di marketing: serve mostrare cosa sia realmente, come funzioni, quali opportunità possa offrire. È emersa con forza anche una riflessione sul valore percepito dell'artigiano.

Troppo spesso ridotto a una figura “alla Geppetto”, quasi folkloristica, invece che riconosciuto come professionista, innovatore e custode di un sapere essenziale.

Il tema della differenziazione interna alla categoria è stato molto discusso. Non tutti gli artigiani si riconoscono nelle stesse esigenze: c'è chi opera nell'artigianato artistico, chi lavora in ambito tradizionale, chi si muove tra arte e design. Serve riconoscere questa complessità senza frammentare. Una proposta concreta è stata la creazione di un sistema di riconoscimento: “un'etichetta con il nome dell'artigiano”, capace di valorizzare e identificare il lavoro.

Accanto a tutto questo, c'è il problema degli spazi: dove si lavora, dove si vive. I costi crescenti, la pressione del turismo, la precarietà abitativa rendono difficile anche solo immaginare una carriera artigianale.

*“Tutti vogliono affittare turisticamente. Affittare a lungo termine è diventato troppo difficile.”*

In questo scenario, il co-working, che per molti è ancora un'utopia, viene visto come possibilità concreta per costruire comunità tra artigiani. Non solo condivisione di spazi, ma anche di conoscenze, pratiche, supporto reciproco.

Una giovane artigiana ha raccontato l'esperienza di formazione a Murano, costosa ma decisiva per la sua crescita. “Io mi sono innamorata”, ha detto, sottolineando però quanto manchi ancora una vera educazione all'artigianato. All'estero, le istituzioni investono per preservare queste figure. In Italia, e a Venezia in particolare, si

rischia invece di dare tutto per scontato.

*“All'estero l'artigiano è eccezionale. Qui è la norma e non lo valorizziamo più.”*

Il confronto ha anche toccato la dimensione storica. In passato esistevano le corporazioni, che garantivano formazione, regole, sostegno reciproco. Oggi, la frammentazione sociale ha reso difficile ricreare quelle reti. Ma il modello cooperativo rimane un punto di riferimento. Si è parlato della possibilità di residenze d'artista anche per gli artigiani, di spazi condivisi dove mostrare, trasmettere, coinvolgere.

Infine, si è sottolineata la necessità di superare l'isolamento. Una partecipante ha detto: *“se voglio fare l'artigiana, devo campare da sola”*. Ma la comunità è essenziale, così come lo è una visione condivisa dell'innovazione, radicata nella tradizione.

*“Il problema della nostra città è trovare la sintesi tra innovazione e tradizione.”*

Riconoscere il ruolo sociale dell'artigianato significa creare le condizioni affinché questo sapere non si perda, ma venga rigenerato, condiviso e proiettato nel futuro. E significa soprattutto ridare centralità alla relazione, alla comunità, alla possibilità di costruire insieme.

## SECONDA SESSIONE

### Artigiano che passione! · Aula Mazzariol

*“Ci sono artisti bravissimi, ma invisibili. Il mercato non li vede, e loro non riescono a raccontarsi.”*

Il mestiere artigiano continua a essere percepito come qualcosa di coraggioso, quasi eroico. “Che coraggiosa che sei a fare questo lavoro”, si sente dire spesso. Ma dietro quella passione che muove le mani e le idee, ci sono precarietà, fatica, compromessi. Vivere di artigianato significa, ogni giorno, trovare un equilibrio tra ciò che si desidera esprimere e ciò che il mercato chiede. All'inizio della carriera si è spesso interpreti o esecutori: si lavora su commissione, si segue una richiesta. Solo con il tempo, e se le condizioni lo permettono, si può diventare autori.

*“Ci sono lavori che gratificano, e altri che servono a riempire il frigo. L'importante è che, in questi ultimi, non ci sia la propria firma.”*

Eppure, anche nel lavoro su richiesta, è possibile mantenere uno spazio di dialogo, in cui la visione personale dell'artigiano possa trovare voce.

In questo, il rapporto maestro-allievo gioca un ruolo fondamentale. È un passaggio di competenze, sì, ma anche di fiducia, di ascolto reciproco. Una relazione che costruisce senso, e che non deve essere gerarchica ma generativa.

Oggi, però, l'artigiano è spesso costretto ad essere anche altro: comunicatore, imprenditore, mediatore culturale. Manca una figura ponte, come potrebbe esserlo un curatore, capace di raccontare il lavoro artigiano al di fuori della cerchia degli addetti ai lavori.

Il nodo è anche culturale. In Italia si continua a distinguere tra “testa” e “mani”, come se pensare e fare fossero attività separate. Ma l'artigiano è anche autore di pensiero, di visione, di linguaggio. Non è solo il prodotto che merita attenzione, ma anche il processo, il modo in cui si costruisce senso attraverso il fare.

La passione resta, ma non è romantica: è concreta, fatta di giornate lunghe e di tentativi, di soluzioni da trovare. Il lavoro artigiano è un approccio prima ancora che un risultato.

*“Non ci si accontenta del ‘si è sempre fatto così’: si cerca una risposta nuova, una possibilità diversa.”*

In contesti di lavoro orizzontali, dove le competenze si riconoscono a prescindere dal ruolo, questo approccio diventa fertile. Ma fuori da questi spazi, il sistema premia la semplificazione, l'appalto unico, il risparmio a scapito della qualità. Il problema, prima che economico, è culturale: si è persa la fiducia nella complessità.

Infine, c'è la questione cruciale del valore. Come si attribuisce un prezzo a qualcosa che nasce da anni di esperienza, da sapere manuale e sensibilità creativa?

*“Non è facile far capire che quell'oggetto porta con sé una storia, una memoria, un'identità.”* Eppure è proprio da questo che dovrebbe partire ogni valutazione: non solo quanto costa farlo, ma quanto vale ciò che rappresenta.

Essere artigiani oggi significa custodire una pratica, ma anche difenderne il significato nel mondo contemporaneo. E chiederne, con lucidità, il giusto riconoscimento.

### Come sopravvivere alla burocrazia · Presidenza

*“L'artigiano si forma per creare, non per districarsi tra codici Ateco, contributi INPS o bandi europei. Ma se non affronta anche questi aspetti, prima o poi il conto arriva.”*

La conversazione è partita da un caso emblematico: la recente chiusura dell'ultima bottega del battiloro a Venezia, quella di Mario Berta. Un articolo ne ha raccontato la storia, ma anche la fatica quotidiana di portare avanti un'attività artigiana all'interno di un sistema che sembra rendere sempre più difficile — se non impossibile — restare aperti.

Il tema centrale non è stato solo il debito o la mancanza di risorse, ma l'assenza di una cultura aziendale diffusa, capace di accompagnare l'artigiano nella complessità del suo mestiere oggi.

Non è solo un problema di competenze. È un problema sistemico. La figura dell'artigiano, nella legislazione italiana, è assimilata a quella del piccolo imprenditore. Ma il sistema fiscale e normativo premia le strutture più grandi, mentre le realtà più piccole, spesso composte da una sola persona, si trovano a fronteggiare gli stessi adempimenti di una società, ma senza alcun supporto organizzativo.

*“Più sei piccolo, più sei fragile. E ti chiedono di essere forte.”*

In questo contesto, si è parlato della possibilità di usare l'intelligenza artificiale come strumento di semplificazione.

ne. Non per automatizzare la produzione, ma per aiutare l'artigiano a gestire l'amministrazione, a contenere i costi, a migliorare l'efficienza. Tuttavia, gli strumenti digitali oggi disponibili non sono ancora davvero adatti alle esigenze specifiche dell'artigianato. Troppo generici, troppo complessi, troppo lontani dal linguaggio e dalle pratiche quotidiane di chi lavora con le mani.

C'è poi una questione culturale. Le generazioni più anziane faticano ad adattarsi ai nuovi sistemi, anche quelli apparentemente semplici come SPID o la fatturazione elettronica. Ma senza una formazione mirata, anche i più giovani rischiano di restare esclusi.

*“Non basta sapere fare bene un mestiere. Oggi, per aprire una bottega, devi imparare anche tutto quello che sta fuori dalla bottega.”*

Questo disallineamento non aiuta a costruire un sistema sostenibile. Il regime agevolato per le nuove partite IVA, ad esempio, è pensato per chi inizia, non per chi vuole crescere. Mancano vere politiche di accompagnamento, strumenti di aggregazione, modelli di incubazione coerenti con le esigenze del settore.

E non è solo una questione fiscale. È anche un problema di accesso ai fondi, alla progettazione, alla rendicontazione. I bandi comunali sono più leggeri, ma spesso limitati. Quelli europei richiedono una rendicontazione complessa e anticipazioni economiche che scoraggiano chi non ha capitali o garanzie.

*“I soldi pubblici ci sono, ma molto spesso bisogna anticiparli. E non è scontato trovare benefattori disposti a credere in un progetto che non produce profitto immediato.”*

Si è parlato anche della figura del commercialista: una figura chiave, eppure spesso poco formata rispetto alle peculiarità dell'artigianato. Non è raro che lo stesso artigiano si trovi a dover spiegare al proprio consulente le dinamiche del proprio lavoro. Il problema è anche economico: il settore, per sua natura, non genera grandi margini, e quindi non è “redditizio” nemmeno per chi dovrebbe assisterlo professionalmente.

*“Cos'è un'impresa artigiana? Non può essere solo una persona. Ma oggi lo è. E ha gli stessi obblighi di un'azienda con dieci dipendenti.”*

Il paradosso è evidente: si chiede all'artigiano di essere artista, imprenditore, contabile e comunicatore. Senza però offrirgli gli strumenti per diventarlo davvero. In Europa, l'assenza di ordini professionali consente maggiore libertà, ma anche meno strutture di supporto. In Italia, al contrario, ordini e categorie esistono, ma spesso non includono il mondo artigiano.

Si è persino ipotizzato un ritorno a forme di corporazione moderna, non nel senso chiuso del termine, ma come comunità capace di dare formazione, visibilità, e strumenti condivisi. Un modello che favorisca l'aggregazione e non l'isolamento, che permetta di promuovere quelle attività che portano valore al territorio, non solo sul piano economico, ma anche culturale.

*“Bisognerebbe riconoscere l'artigiano come figura centrale per il futuro della città. Non solo perché produce oggetti, ma perché custodisce saperi, relazioni, e senso del luogo.”*

La realtà veneziana, in particolare, mostra questa tensione con forza. Tra turismo di massa, grandi enti e piccole realtà, tra profit e non profit, tra pubblico e privato, l'artigiano resta spesso al margine. Eppure, le professioni dell'artigianato e quelle più strettamente economiche non dovrebbero essere contrapposte, ma complementari.

Alla fine, il messaggio è chiaro: non basta sapere fare bene. Serve anche sapere come stare nel sistema. E se il sistema non è costruito per accogliere questa complessità, allora è urgente cambiarlo. Non per facilitare, ma per permettere all'artigianato di esistere davvero.

### Artigianato è cultura · Biblioteca

*“La scuola dovrebbe essere una scuola del sapere e del fare.”*

Artigianato e cultura non sono mondi separati. Al contrario, si intrecciano profondamente nella costruzione, conservazione e trasmissione del patrimonio materiale e immateriale di un territorio. “In Italia, la tutela è molto importante: il Paese è un museo a cielo aperto”. Ma chi si prende cura di questo museo? I restauratori, certo, ma anche gli artigiani – spesso dimenticati. Tuttavia, queste figure stanno scomparendo. Mancano falegnami, terrazzieri, lavoratori del ferro e del legno, competenze che un tempo erano diffuse e vitali per la manutenzione del patrimonio. Oggi, invece, trascuriamo il nostro patrimonio e ci troviamo a ipotizzare l'importazione di restauratori dall'estero.

Il problema è sistemico: non esistono abbastanza spazi formativi, né percorsi capaci di mantenere viva la cultura del fare. Si è persa la centralità del laboratorio nelle scuole, sostituito da un approccio quasi esclusivamente teorico. Il 99% dei giovani non prova: deve esserci una passione familiare, altrimenti nessuno si avvicina. Il fare, oggi, è spesso svilito.

È emersa anche una forte critica culturale: l'artigianato continua a essere percepito come un destino di “ripiegio”, un piano B per chi “non è bravo a scuola”. Ancora oggi, “nel 2025, una maestra può dire a un bambino: ‘Se continui così, finirai per fare l'artigiano’”. Una visione che condiziona le scelte educative: se sei un buon alunno, “devi fare il liceo”, mentre le scuole professionali vengono considerate di serie B.

Eppure, l'artigianato non è solo manualità. È conoscenza, progettualità, sensibilità estetica e cura. È una professione che richiede intelligenza, formazione, e oggi più che mai anche competenze manageriali e fiscali. L'artigiano contemporaneo deve essere anche un imprenditore di sé stesso, capace di gestire burocrazia, vendere il proprio lavoro, comunicare.

*“L'artigiano oggi deve essere anche fiscalista di sé stesso.”*

Uno dei nodi centrali è la distanza, anche normativa, tra restauratori e artigiani. La figura del restauratore si è istituzionalizzata, è entrata nei percorsi universitari, ha un albo. L'artigiano, invece, è stato progressivamente escluso da alcuni ambiti, in particolare dalla conservazione dei beni vincolati. Un paradosso: il restauro ha finito per sottrarre spazio alle competenze pratiche dell'artigiano, che per secoli ha saputo riparare e mantenere. *"Il restauratore conserva, l'artigiano ripara. Sono creatori e riparatori."*

Il riconoscimento legale e professionale è quindi un tema delicato. Alcuni sostengono l'importanza dell'albo dei restauratori, ma chiedono che venga perfezionato per non escludere chi, pur non avendo un titolo accademico, possiede competenze fondamentali. Serve sinergia tra proprietario, soprintendenza e artigiano per una tutela efficace del patrimonio.

Ma accanto alla regolamentazione, c'è una questione più profonda: il modo in cui viene trasmessa la cultura del lavoro. Serve un approccio formativo che unisca teoria e pratica, che metta gli studenti in contatto diretto con la materia. Apprendere facendo è un processo lungo, ma necessario. Come si può scoprire una vocazione, se nessuno ti mostra come si fa?

*"Come fa una persona a scoprire il proprio talento se non ha nessuno in casa che glielo mostri?"* Alcuni paesi europei, come la Francia, stanno introducendo il lavoro artigianale anche nelle scuole di alto livello, comprese quelle di marketing. L'obiettivo è duplice: far incontrare mondi diversi e rafforzare le capacità comunicative degli artigiani, ancora troppo spesso esclusi dai circuiti promozionali.

La cultura del restauro, in Inghilterra, ad esempio, ha un approccio più funzionale che estetico, ereditato dalla scuola di William Morris. È una visione in cui il bene culturale appartiene a tutti e la manutenzione è un dovere collettivo. Anche in Italia servirebbe recuperare questa idea di cura condivisa, non solo del bene, ma anche del sapere artigianale.

È stato ribadito più volte quanto sia fondamentale mostrare la continuità tra la produzione artigianale attuale e quella del passato. Anche il design può essere uno strumento potente in questo senso: non per trasformare tutto in industria, ma per valorizzare l'identità del fare, traducendola in linguaggi contemporanei.

In conclusione, ciò che emerge è un appello chiaro: servono politiche, formazione, comunicazione e spazi che restituiscano dignità all'artigianato, non come vestigia del passato, ma come risorsa attiva per il presente e il futuro della cultura.

*"L'artigiano non è solo fare con le mani."*

### TERZA SESSIONE

#### Craftsmanship · Aula Mazzariol

*"Non basta esportare un oggetto, bisogna esportare una visione, un modo di lavorare."*

Oggi l'etichetta Made in Italy funziona come un richiamo immediato, ma sempre più spesso si rivela insufficiente. Certifica una provenienza, non necessariamente una qualità. Per valorizzare l'artigianato, serve andare oltre il marchio e costruire narrazioni autentiche, contesti di relazione, strumenti di trasmissione.

Uno degli esempi più efficaci sono i simposi internazionali: luoghi di incontro e di scambio in cui artigiani e artisti lavorano insieme, si osservano, imparano. È in questi momenti di confronto che nasce il vero valore dell'internazionalizzazione: un'occasione per dare voce e contenuto al lavoro artigianale, portandolo oltre i confini, senza snaturarlo.

Altro strumento fondamentale è la costruzione di archivi di conoscenza condivisa: digitali, accessibili, connessi tra territori, competenze e generazioni. Una rete tra artigiani, designer, studenti, istituzioni, anche internazionali, è la chiave per far crescere il sapere, confrontare pratiche e stimolare innovazione.

*"Confrontare un vetraio di Venezia con uno argentino o americano non vuol dire scegliere il migliore, ma allargare lo sguardo."* Esperienze di formazione e insegnamento all'estero aiutano anche a superare quella rigidità autoreferenziale che ancora, in Italia, circonda il concetto di artigianato. In altri Paesi si investe di più in bandi pubblici e progetti di valorizzazione. Qui, spesso, manca il riconoscimento, anche simbolico, di un mestiere che è cultura materiale.

Curiosamente, è stato il Covid a riaccendere la luce sull'artigianato.

*"Durante la pandemia, per la prima volta, alcuni artigiani si sono sentiti ascoltati."*

Molti, soprattutto i più giovani, hanno capito l'importanza di comunicare il proprio lavoro. Progetti come Homo Faber hanno creato momenti in cui la voce degli artigiani è uscita dalla nicchia. Ma la parola "artigianato" stessa è spesso fraintesa. A Venezia, ad esempio, alcune collezioni evitano volutamente di usarla, perché ancora associata a mercatini e produzioni amatoriali. Eppure, quando un oggetto è numerato, firmato, unico si colloca a metà tra arte e artigianato.

*"Il problema è culturale: manca una narrazione capace di dare dignità all'artigiano anche sul piano estetico e concettuale."*

Internazionalizzare, allora, non significa solo vendere all'estero. Significa comunicare bene il valore del proprio lavoro. E questa è, forse, la sfida più grande. Il vetro, ad esempio, o il merletto: prodotti unici, difficili da raccontare online, perché richiedono esperienza diretta, contatto, prossimità.

*"L'e-commerce appiattisce la percezione del valore. Un'immagine non basta a raccontare una storia."* Per questo, la comunicazione visiva è oggi un alleato essenziale. Una pagina Instagram ben curata può aprire nuovi mercati, nuovi dialoghi. Ma non è solo questione di visibilità: è questione di educazione.

Bisogna insegnare a vedere. Restituire agli oggetti il loro significato. *"Un bicchiere non è solo un bicchiere. È un gesto, una tecnica, una memoria."* La difficoltà sta an-

che nel far dialogare mondi diversi: artigianato, design, moda, architettura. Oggi queste reti sono spesso chiuse. La burocrazia scoraggia: anche solo attivare un tirocinio può diventare un'impresa. Eppure, da questi incroci potrebbero nascere visioni nuove.

Un altro paradosso è quello dell'uso quotidiano. Gli oggetti artigianali destinati all'uso, un piatto, una sedia, un tessuto, sono i più difficili da valorizzare, perché il mercato li vuole a basso costo, intercambiabili, replicabili.

*“Per restituire valore a un oggetto, bisogna rieducare lo sguardo. Riprogrammare la percezione del quotidiano.”* È una sfida lunga, che parte dalla scuola, dove troppo spesso la bellezza viene ignorata. L'educazione al fare, alla materia, alla cura, deve tornare centrale. Senza questo, anche il miglior oggetto rischia di passare inosservato.

Alla fine, il vero riconoscimento per l'artigiano non è un premio, ma la possibilità di essere visto, ascoltato, compreso. E di continuare a trasmettere un sapere che, ancora oggi, ha molto da insegnare al futuro.

### **Industria o bottega? · Presidenza**

*“L'artigianato ha bisogno di tempo, di corpo, di memoria. Non si può ridurre a un processo spiegato: va vissuto, va fatto.”*

Nel 2025, questa figura porta ancora con sé l'immagine della bottega, spazio di trasmissione, luogo del fare. Ma la bottega rischia, sempre più, di diventare un luogo isolato, chiuso in una rappresentazione romantica che fatica a dialogare con le trasformazioni in atto: la tecnologia, l'economia, l'organizzazione industriale.

Il confronto si è aperto interrogandosi su questo confine: fino a che punto l'artigianato può entrare in dialogo con la tecnologia e l'industria senza perdere sé stesso?

Ci sono settori in cui la sinergia tra saperi tradizionali e ricerca tecnologica ha già preso forma. Nell'ambito del restauro, ad esempio, si stanno sviluppando soluzioni intermedie: materiali formulati in laboratorio, ma pensati su misura per un utilizzo manuale, adattati ai contesti storici in cui verranno applicati. Sono processi “sartoriali” che mantengono intatto il gesto artigiano, pur nascendo da un'organizzazione più strutturata.

Questi esempi aprono a una domanda più ampia: può esistere un modello ibrido tra industria e bottega?

*“Non è una questione di scala, ma di intenzione. Puoi avere un'organizzazione industriale, ma mantenere la lavorazione manuale. Non è personalizzazione da catalogo: è ancora artigianato.”* Nel cuore della discussione si è inserita una riflessione sulla natura stessa dell'artigianato: creare qualcosa di unico, con un'identità specifica, che non sia semplicemente ripetibile. Ma per farlo, l'esperienza manuale è indispensabile, ed è fatta di tempo, di abitudine, di pratica. Un sapere che non si insegna, si costruisce.

L'intelligenza artificiale, anche in questo contesto, può rappresentare uno strumento di supporto, non operativo ma conoscitivo.

*“L'IA non è intelligenza del fare. Può spiegarti un processo, ma non ti insegna a farlo. Però può aiutarti a conservarlo.”* La possibilità di catalogare, archiviare e rendere accessibile la conoscenza degli artigiani esperti diventa così uno degli strumenti più importanti per non disperdere quel sapere che spesso si trasmette solo oralmente, da mano a mano. Ma il confine tra bottega e impresa resta sottile. Quando si cresce, si cambia anche ruolo. L'artigiano imprenditore spesso si allontana dal lavoro pratico, dalla presenza quotidiana in cantiere o in laboratorio. Si occupa di gestione, di comunicazione, di organizzazione.

*“C'è un punto in cui smetti di fare. E inizi a far funzionare.”* La trasformazione da artigiano a impresa richiede una nuova forma di consapevolezza. Anche la burocrazia, in questo passaggio, si fa sentire: normative complesse, certificazioni, regole diverse a seconda del mercato di destinazione. Negli Stati Uniti, ad esempio, il luogo di produzione può garantire la qualità di un prodotto artigianale. In Italia, invece, l'iter per ottenere certificazioni ufficiali è lungo e scoraggiante, spesso insostenibile per le piccole realtà.

*“Oggi, per restare piccolo devi restare piccolo. La burocrazia non ti permette di crescere.”*

Eppure, la scala diventa spesso necessaria per sopravvivere. Per affrontare costi, tempi, concorrenza. Serve un modello che permetta alle botteghe di connettersi, di lavorare in rete come satelliti su un territorio, per condividere esperienze, strumenti, competenze. Per essere piccoli, ma non soli.

Un'altra sfida è quella della definizione normativa. Dove finisce l'artigianato e inizia il commercio? Una sarta di una grande casa di moda è ancora un'artigiana? L'etichetta cambia in base al numero di dipendenti, alla modalità di distribuzione, alla scala economica. *“La bottega può essere fisica, ma anche online. L'identità artigiana non è più legata solo a un luogo, ma a un modo di lavorare.”*

Comunicare questa identità, soprattutto all'estero, diventa fondamentale. Le nuove tecnologie, insieme all'IA, possono aiutare anche in questo: per raccontare, per posizionarsi sul mercato, per rendere visibile un lavoro spesso nascosto dietro le quinte. Ma anche qui, senza formazione specifica, l'artigiano resta escluso.

Alla fine, emerge una visione chiara: il futuro dell'artigianato non sarà fatto di nostalgie né di idealizzazioni, ma di alleanze intelligenti tra sapere tradizionale e strumenti contemporanei.

Serve un sistema che valorizzi la specificità dell'artigiano, senza costringerlo in modelli produttivi che non gli appartengono, ma senza neanche isolarlo.

*“Essere artigiani nel 2025 significa custodire una pratica, ma anche capire dove e come questa pratica può trasformarsi, crescere, incontrare altri mondi senza perdere sé stessa.”*

### **Comunicare l'unicità · Biblioteca**

*“Se non si condivide, si muore.”*

Comunicare l'artigianato oggi significa affrontare la complessità di una realtà che si muove tra tradizione e innovazione, tra radicamento territoriale e apertura globale. È emerso con forza come, nei contesti internazionali, esistano modelli culturali capaci di valorizzare questa dualità. In Corea, ad esempio, si è rilevata la coesistenza tra alta tecnologia e profonda cultura del fare manuale, integrata anche nel sistema scolastico: *“per loro c'è una super tecnologia, ma allo stesso tempo convive l'artigianato”*.

Quello che colpisce, più che l'oggetto finito, è la dimensione del processo, del fare condiviso. L'attenzione si sposta così dal prodotto all'esperienza, dal risultato alla narrazione. In questo senso, la comunicazione gioca un ruolo cruciale. Con l'esplosione dei social media e delle piattaforme digitali, la visibilità dell'artigianato ha conosciuto una trasformazione radicale. Tuttavia, il rischio è che l'iper produzione di contenuti visivi riduca la complessità e la profondità di queste pratiche: *“a volte tocchi la quantità, ma si perde quella che è l'informazione”*. Il linguaggio visivo, pur potente, non è sempre in grado di restituire il valore autentico del lavoro artigianale.

*“Comunicare l'oggetto e comunicare il valore sono due cose diverse.”* In un mercato spesso dominato dai grandi marchi, l'identità del “fatto da” rischia di smarrirsi. La riconoscibilità dell'autore e del processo artigianale viene sacrificata in favore del brand. È in questo contesto che Venezia rappresenta, in parte, un'eccezione: una “isola felice” dove sopravvivono ancora piccoli negozi e iniziative artigiane, anche grazie al flusso turistico. Ma questa condizione resta fragile e non replicabile in molte altre realtà locali.

I giovani artigiani che intraprendono un percorso imprenditoriale, aprendo botteghe o piccoli spazi espositivi, si trovano spesso impreparati ad affrontare le sfide della comunicazione. Eventi come Homo Faber o la Venice Glass Week si propongono come strumenti di valorizzazione, ma restano iniziative isolate, non inserite in un progetto organico.

*“La comunicazione deve essere tutta rivalutata. È un lavoro in più che deve essere fatto da qualcuno, e deve essere pagato.”* L'assenza di un sistema coordinato e continuativo di comunicazione è una criticità evidente. Le singole manifestazioni si muovono in autonomia, generando un “effetto spezzatino” che non permette di costruire un'immagine coerente e solida del tessuto artigiano veneziano. Serve, invece, una progettualità di lungo periodo, capace di unire le forze, di superare la frammentazione e di parlare a diversi pubblici.

L'esperienza di Homo Faber è stata emblematica: inizialmente osteggiata a livello istituzionale, è riuscita ad affermarsi solo grazie alla tenacia di chi ha creduto nel progetto. Questo dimostra che la politica culturale, se non adeguatamente coinvolta e sensibilizzata, può diventare un ostacolo anziché un alleato. La necessità di strategie comuni emerge con forza anche a livello locale. La carenza di spazi accessibili, l'assenza di incentivi e di misure di supporto concreto scoraggiano l'iniziativa privata. Basterebbe, in alcuni casi, un gesto semplice: *“l'amministrazione deve censire i magazzini del comune*

*e capire se darli, e aiutare”*. Il sostegno non può essere solo economico, ma anche logistico, normativo, simbolico.

Anche sul piano nazionale, la difficoltà a fare rete e a creare consorzi solidi e rappresentativi è evidente. L'esperienza della Franciacorta è stata citata come esempio virtuoso: un consorzio forte, in grado di orientare le scelte politiche e attrarre attenzione. Venezia, invece, sembra ancora priva di un soggetto unitario capace di rappresentare il mondo artigiano nella sua complessità.

Il sentimento condiviso durante la pandemia, che aveva favorito un rinnovato interesse per i valori locali, per il fare a mano, per la comunità, sembra essersi dissolto rapidamente. Oggi la narrazione prevalente è ancora troppo legata a numeri, visibilità, indicatori economici. Ma la qualità non può essere ridotta a quantità.

*“Non deve però essere solo una guerra di numeri e di soldi.”*

Occorre allora ripensare la comunicazione non solo come promozione, ma come educazione culturale. Educare il turista, raccontare il processo, riportare l'artigiano nella città e nei suoi spazi reali. *“Anche il turista cafone, se lo educi, riesci ad indirizzarlo”*. Si tratta di ridefinire l'identità stessa della città: Venezia non solo come destinazione turistica, ma come luogo di cultura, di saper fare, di creatività.

Per questo, è necessario integrare la comunicazione con azioni sistemiche: dall'affitto agevolato degli spazi per i giovani artigiani, alla creazione di contenuti editoriali (come podcast, documentari, piattaforme digitali), fino alla promozione di percorsi esperienziali reali, come le visite in fornace o in bottega. *“Non è il prodotto finito, ma il processo è la cosa importante”*.

Infine, un nodo resta la frammentazione sociale e culturale che caratterizza il tessuto italiano. *“Ovunque vai è difficile fare contatto, siamo dei campanili”*. Superare queste divisioni è una sfida che richiede visione, fiducia e, soprattutto, volontà condivisa.

## I FILI ROSSI

Alcuni temi sono emersi trasversalmente, in più sessioni:

In alcuni casi **la formazione può essere un punto cruciale**. Senza trasmissione del sapere, si perde tecnica e cultura. Ma chi insegna spesso non può permettersi un allievo. E di conseguenza gli allievi non trovano chi possa dedicargli del tempo.

Benché l'intelligenza artificiale sia il futuro, tuttavia **servono le mani giuste da cui imparare**.

Attraverso le testimonianze raccolte, è emerso come l'artigianato sia capace di mettere insieme le persone, di creare comunità intorno a un **sapere condiviso**.

Essere artigiani oggi significa **custodire una pratica**, ma anche difenderne il significato nel mondo contemporaneo

Spesso, manca il riconoscimento, anche simbolico, di un mestiere che è **cultura materiale**.

## E adesso?

Questa unconference non prometteva risposte. E infatti non ne ha date. Ma ha aperto domande che meritano di continuare a circolare.

Se qualcosa di quello che hai letto ti ha fatto venire un'idea, una proposta, voglia di continuare, o semplicemente ti è rimasto in testa, scrivimi. Le conversazioni migliori nascono proprio così: da un pensiero che non si accontenta di restare fermo.

Grazie per aver portato la tua voce a Villa Hériot.

**Alessandro Marinello**  
alessandro@univarte.it

**hanno partecipato:**

**Chiara Carraro  
Lorenzo Capon  
Ilaria Cavaggioni  
Roberta Dal Corso  
Giacomo Di Thiene  
Elena Casadoro Kopp  
Giulio Bertolin  
Bianca Bonaldi  
Fabio Buscato  
Michela Salvi  
Alessandro Pedron  
Alessandro Salvadori  
Ilaria Marcatelli  
Paola Mar  
Giorgio Grando  
Sheila Pierobon  
Susanna Pozzoli  
Cristina Pasqualotti  
Simone Lilli  
Luigi Olmesini  
Giulia Vecchiato  
Francesco Zanon  
Giovanna Zabotti  
Huang Xiaozhe  
Sergio Pajola  
Alessandra Turri  
Laura Scarpa  
Davide Vianello**



**UNIVERSITÀ  
INTERNAZIONALE  
DELL'ARTE**