

Il progetto "Funéraire: arte per l'occupazione" del Consorzio ART

di Antonio Pace (*)

Il consorzio ART, costituito da ISFOA, Comune di Avigliano e Comunità montana Alto Basento per la gestione del Centro Pilota per l'Artigianato Artistico, si propone di intervenire nella promozione dell'artigianato d'arte della Basilicata.

Realizzare un rilancio dell'artigianato d'arte in tutta la regione è l'obiettivo che, sin dal primo progetto di gestione elaborato da ISFOA, è stato ritenuto realisticamente perseguibile.

I settori principali nei quali si è indirizzata l'azione di ART sono:

- la promozione culturale;
- la formazione professionale;
- i servizi alle aziende artigiane e l'assistenza alle nuove imprese.

Funéraire, arte per l'occupazione: l'idea progetto

L'idea progetto

Il progetto prevede una combinazione integrata di attività diverse, pur conservando come momento centrale quello della formazione delle risorse umane. Esso, infatti, si configura come intervento complesso, limitato nella estensione quantitativa alle risorse disponibili, in favore di un'ipotesi di sviluppo locale per i 26 comuni appartenenti all'area dell'Alto Basento e Collina Materana e Medio Basento. Il progetto di formazione professionale e di animazione economica "Funéraire: arte per l'occupazione", intende prioritariamente:

1. sviluppare una cultura ed una prassi di monitoraggio e di valutazione (delle procedure e dei risultati) delle attività;
2. superare il concetto di formazione limitata all'attività corsuale attraverso forme di programmazione integrata che intervengano contemporaneamente sulle risorse umane e sui settori economici (ovvero sugli attori economici e le condizioni ambientali e tecnologiche, oltre che sui giovani disoccupati);
3. legare la formazione professionale regionale a quella di altri settori, *in primis* a quella interna ai sistemi produttivi, a quella della scuola e delle Università.

L'obiettivo finale che il Consorzio ART - Centro Pilota di Avigliano promotore del suddetto progetto si propone è quello di agevolare attivamente, nel comprensorio individuato, la nascita e lo sviluppo di una filiera produttiva dell'arredo funerario nel settore dell'artigianato artistico.

Facendo leva su alcune competenze (*capabilities*) diffuse sul territorio, relative alla persistenza di alcune lavorazioni artigianali, sulla presenza di un tessuto di piccole aziende artigiane desiderose di riconvertire (parzialmente) o integrare le proprie lavorazioni, e soprattutto sul ruolo del Consorzio ART, si intende perseguire l'obiettivo appena dichiarato intervenendo su: giovani disoccupati, lavoratori occupati, imprese artigiane. Le principali azioni previste sono: ricerca di settore, formazione formatori, formazione disoccupati (diplomati), sensibilizzazione imprenditori, accompagnamento al lavoro e creazione di impresa, *tutoring* e assistenza tecnica alle imprese, *marketing* del territorio.

In definitiva: formare risorse umane in grado di attivare lavorazioni nuove per una speciale nicchia di mercato, assistere le imprese nella riconversione e/o nell'integrazione produttiva, facilitare sul territorio la delocalizzazione di aziende e lavorazioni provenienti da altre aree "sature" del Paese.

(*) Consorzio ART, Avigliano.

Pertanto, il progetto "Funéraire", pur nascendo con l'ambizione di poter generare un nuovo autonomo micro sistema produttivo di nicchia, si presta ad attivare alcune condizioni di base funzionali anche a possibili delocalizzazioni dei sistemi distrettuali emiliani (a Modena, per esempio, vi è una tra le più significative concentrazioni europee di aziende di produzione e di commercializzazione dell'arredo funerario) e settentrionali in genere.

La specificità del progetto, fa leva sul moltiplicatore costituito dalla concertazione e sulla possibilità che l'azione formativa e quelle ausiliari si qualificano come occasione di *learning* collettivo.

Si otterrà pertanto, la qualificazione di alcuni formatori di ART sullo specifico settore e di altre poche unità in veste di informatori agenti di sviluppo; la creazione di una rete relazionale capace di sollecitare scambi tra aree diverse del Paese; la professionalizzazione di 15 tecnici che sarebbero in grado di gestire processi produttivi innovativi nella piccola impresa artigiana, ma anche di contagiare il sistema produttivo locale di un'idea forte.

Altri significativi benefici si potranno evidenziare per le imprese "contagiate" dal presente progetto: attraverso alcune sue azioni (assistenza tecnica, immissione di nuove risorse umane professionalizzate, contatti con imprese di altre aree) esse potranno giovare di processi di introiezione, di innovazione tecnologica ed organizzativa, nonché di nuovi possibili sbocchi di mercato. La dimensione anche culturale del progetto permetterà a tutti gli attori che sosterranno l'ipotesi di microsviluppo locale qui proposta di entrare nel circuito internazionale del "Funéraire", con evidenti vantaggi commerciali di nicchia per quanti intendono ideare, disegnare, progettare, produrre, vendere.

Definizione degli obiettivi, dei contenuti

Obiettivi del progetto

Gli obiettivi del progetto, possono essere così schematizzati:

1. promuovere un'azione innovativa integrata di formazione delle risorse umane e di animazione di un settore economico (le imprese artigiane artistiche e non) localizzato in un territorio a deficit di sviluppo;
2. supportare l'azione innovativa di cui al punto precedente anche con l'attivazione di una concertazione locale che mutui esperienza e filosofia, pur oltre le formalizzazioni istituzionali, dagli accordi territoriali;
3. strutturare le azioni in parola in modo che - stante la loro peculiarità e le caratteristiche del soggetto proponente - le stesse siano immediatamente cantierabili;
4. realizzare un'esperienza di animazione economica localizzata, che abbia caratteristiche di trasferibilità dentro e fuori i confini regionali, fondata sull'individuazione di alcune lavorazioni artigianali artistiche nel settore dell'arredo funerario.

Gli obiettivi appena accennati fondano la loro possibile ragione di successo anche sugli spazi particolarmente rilevanti che il mercato dell'arredo funerario offre.

Tali obiettivi, inoltre, devono intendersi strettamente connessi ad alcune particolari lavorazioni e produzioni prescelte dal progetto. Si intende declinare l'azione formativa e di animazione economica prioritariamente alla produzione di: urne cinerarie, soprattutto per

l'esportazione; la fotoceramica; oggettistica sacro-funeraria; candele; fioriere; targhe e testate per monumenti; cornici; addobbi in tessuto, eccetera.

I materiali prescelti sono: pietra, tufo e marmo; vetro; ceramica; ferro e leghe; legno.

Obiettivo innovazione: formazione, cultura (della morte) e mercato

Una formazione dedicata al tema della morte non è solo questione tecnica, ma antropologico-culturale, "progettuale" e "formale" nell'accezione più vasta del termine. Basti rileggere il saggio di Georg Simmel *Metafisica della Morte*, incentrato sulle connessioni strettissime tra il concetto di forma e quello, appunto, di morte. ART non intende fare della filosofia, ma neppure limitarsi ad una attività materiale di laboratorio.

Giudica, comunque, preliminare, nel suo progetto formativo, introdurre la questione generale di una cultura del progetto e del destino funerario sotto la specie della "storia delle cose" e sulla base di specifiche referenze e competenze.

La necessità di un approccio "revisionista" al tema della morte è stato dimostrato all'inizio del decennio in corso dalle due grandi mostre londinesi del 1992 *The Art of Death* al Victoria and Albert Museum e *The Skeleton of the Feast* al Museum of Mankind. Le due esposizioni documentavano artefatti funebri molto differenti, realizzati rispettivamente in Inghilterra tra il XVI e il XIX secolo ed in Messico sino ai nostri giorni.

Tuttavia, al di là della diversa sensibilità tra Nord e Sud del mondo, si comprendeva bene come solo il nostro secolo, soprattutto in Occidente, sia diventato *tanatofobo*, e come sia importante, proprio attraverso la rilettura della storia delle suppellettili funerarie, reagire all'assurdità dell'attuale "rifiuto della morte".

The Art of Death, l'Arte della Morte quindi, come obiettivo formativo, poiché la "rimozione" del problema, peraltro ineliminabile, ha causato anche una degradazione della qualità degli oggetti, divenuti stereotipati, sovente *kitsch*, quasi sempre troppo costosi ed ha indebolito la "propensione al consumo" degli utilizzatori e dei loro parenti.

Sin dal 1986 in Francia la PFG (Pompes Funèbres Générales), preoccupata per una "agonia" progettuale che rischiava di colpire interessi di mercato, richiedeva la collaborazione della VIA (Valorisation de l'Innovation de l'Ameublement) per l'organizzazione di un concorso riservato ad architetti e designer sul tema degli "articoli per la morte". Successivamente PFG finanziava la realizzazione dei prototipi dei vincitori del concorso, e la loro "esposizione" al SAD (Salon des Arts Décoratifs). La scelta del luogo espositivo era intelligente ed emblematica: si trattava di introdurre delle bare non già in un salone "specializzato", solo per operatori o becchini, ma in un famoso salone di arredamento aperto a tutti, con molto maggior effetto "educativo" e promozionale.

L'ingresso di oggetti "macabri" in Saloni o Fiere "generaliste" è un esperimento compiuto anche in Italia: nel 1995 a Verona ad *Abitare il Tempo* la mostra *Delirium Design* curata da Enzo Biffi Gentili e William Sawaya destava straordinario interesse internazionale (la rivista *European* dedicava all'evento due intere pagine di recensione). Ma a metà degli anni Novanta non solo la cultura "alta" del progetto, anche quella "bassa" del mercato, si rende conto dell'importanza di un nuovo progetto della morte. La giovane Claudia Caggiati, erede della più grande industria europea di articoli in bronzo e metallo per l'arte funeraria con sede nel parmigiano, motivava nel 1995 il suo successo aziendale in un'intervista a "*Panorama*" dichiarando: "Siamo stati noi ad introdurre nei cimiteri le linee essenziali, le superfici lisce, i motivi ornamentali semplici e moderni che hanno

incontrato il gusto della clientela" e l'intervistatore così commentava: "design e innovazione sono dunque arrivati a stimolare una moda anche là dove in genere si pensa abbia fine ogni mondana vanità...". Al di là di ogni "moda", ART si candida, anche sulla scorta dei sommi riferimenti sovrariportati, a configurare un processo formativo a più stadi, da quello del dibattito sulla necessità di "revisionismo" storico-culturale del problema a quello della selezione critica, in diverse modalità, di una "galleria dei modelli" a forte innovazione concettuale, progettuale e tecnologica sino alla verifica "sul campo" del progetto "esecutivo" funerario (laddove progetto non è solo di disegno ma anche di *marketing*, laddove il decesso viene chiamato *passing away*).

Diviene indispensabile, in questo caso molto particolare e anche culturalmente e didatticamente "sepolto" in scuole di ogni ordine e grado, sia la formazione di formatori, che l'assistenza tecnica alle imprese e un progetto di comunicazione la cui visibilità è garantita dal fatto che si tratterebbe di uno dei rarissimi casi nei quali, sulla terra e non sotto la terra, la morte diviene argomento principale del discorso.

I contenuti e le azioni

Le principali azioni previste dal progetto, la cui durata complessiva sarà di 18 mesi sono le seguenti:

- a) ricerca preliminare di settore
- b) orientamento e sensibilizzazione
- c) formazione formatori e agenti di sviluppo
- d) formazione giovani disoccupati diplomati
- e) consulenza per l'avviamento al lavoro
- f) promozione e sviluppo della concertazione locale
- g) assistenza/tutoraggio alle imprese
- h) monitoraggio e valutazione delle attività
- i) diffusione e pubblicizzazione dei risultati.

Partnership individuate all'interno del progetto

Il modello concertativo attivato

Per la realizzazione del programma integrato di sviluppo proposto dal progetto Funéraire, si è in parte inteso estendere la formula della programmazione negoziata (patti territoriali, contratti d'area, intese istituzionali, eccetera) anche oltre la struttura istituzionalmente prefigurata degli accordi territoriali.

Vista l'importanza dei processi formativi, di ricerca e di trasferimento delle innovazioni che caratterizzano il progetto, e stante anche l'esperienza già consumata sul territorio regionale, sono stati qui individuati alcuni *partner* – quali l'Università degli Studi della Basilicata e l'Istituto d'Arte statale di Potenza – non sempre coinvolti nella concertazione territoriale.

I partners sottoscrittori

- Consorzio ART – Centro pilota di Avigliano
- Confederazione nazionale dell'artigianato della Basilicata
- Confartigianato della Basilicata
- Cgil Basilicata
- Uil Basilicata
- Amministrazione provinciale di Potenza
- Amministrazione provinciale di Matera
- Comunità montana Alto Basento
- Comunità montana Medio Basento
- Università degli Studi della Basilicata – Cattedra di Tecnologia dei materiali e chimica applicata
- Istituto statale d'arte di Potenza.