



ARTICOLO 015 · MODA LUSO E CONSUMATORI

Made in Italy e valore delle competenze produttive

Raccontare la qualità richiede informazioni concrete sul prodotto e sul lavoro che lo rende possibile.

AUTORE Michele Argenziano · PUBBLICATO 4 ottobre 2026

Il richiamo al Made in Italy può evocare capacità produttive e cultura del progetto. Per un'impresa, trasformare questo richiamo in una proposta credibile richiede di spiegare quali caratteristiche del prodotto siano riconoscibili e verificabili.

Una lavorazione accurata, una soluzione costruttiva o un servizio di riparazione possono essere descritti attraverso elementi concreti. Espressioni generiche come eccellenza e tradizione diventano più comprensibili quando il cliente può vedere che cosa significano nell'uso del prodotto.

Le competenze hanno anche una dimensione organizzativa. Un sapere concentrato in poche persone può diventare fragile se non viene trasmesso. Affiancamento, documentazione delle fasi e controllo della qualità possono aiutare a mantenerlo, lasciando spazio all'esperienza necessaria per affrontare lavorazioni non standard.

La comunicazione dovrebbe distinguere origine, progettazione e singole fasi produttive. Le condizioni giuridiche per utilizzare un'indicazione di origine richiedono una verifica specifica; sul piano editoriale è già utile evitare formule che lascino intendere un percorso diverso da quello effettivo.

Per valutare il valore delle competenze propongo di osservare continuità qualitativa, difetti, tempi di lavorazione e possibilità di assistenza dopo la vendita. Questi indicatori non esauriscono il valore culturale del prodotto, ma permettono di collegare il racconto a risultati osservabili. Un'identità produttiva forte si sostiene quando ciò che viene promesso trova riscontro nel prodotto e nel servizio.

Versione digitale disponibile su micheleargenziano.it/articoli