

MANI CHE SANNO “FARE” ...MANI CHE SANNO “TRASMETTERE”

a cura di
ANNA MARCHI

EXPERT HANDS... HANDS ABLE TO COMMUNICATE

Artistic craftsmanship and tourism marketing: two concepts which may seem worlds apart, associated to different historical periods. In particular, presenting on the web an artisan's works, which conveys the creativity and the identity of a tradition, can be seen as a difficult task.

Tourists in our cities usually search for a special product, or a memorable landscape, authentic and traditional, as a keepsake to treasure. The idea of tourism changes everyday, and now it is not only linked to leisure, but also to a personal enrichment and to an approach to the territory that passes also through craftsmanship. The "International Document on Artistic Craftsmanship" states that the creativity of the artisan is humanity's first manifestation of identity. So, it is considered a cultural and spiritual expression of people's culture, to be transmitted to future generations.

The Document also states that tourism is one of the main industries as for creating jobs and business in Europe. So, being craftsmanship a fundamental part of tourism, it is essential to endorse their mutual synergy. Tuscany successfully follows

Artigianato d'arte e marketing turistico, due parole che a primo impatto possono risultare molto distanti tra loro, non solo perché le 'collegiamo' ad epoche tra loro diverse, ma soprattutto perché ci è ancora difficile immaginare di poter raffigurare in una "vetrina virtuale" il lavoro di un artigiano che contiene l'autenticità, la tradizione, la creatività, l'identità di un popolo.

Eppure se ci riflettiamo bene e osserviamo i turisti in giro per le nostre città, essi sono sempre alla ricerca di qualcosa di autentico e particolare, dallo scatto fotografico di una piccola bottega, al prodotto tipico e autentico da riportare a casa "per la scatola dei ricordi di viaggio".

La concezione del turismo è mutata e continua a mutare ogni giorno. Il turista non ha più il concetto di vacanza strettamente legato allo svago e al riposo, cerca sempre qualcosa di più e di nuovo che lo possa arricchire personalmente, che possa trasmettere il senso di avvicinamento a quei luoghi che sta visitando e tutto ciò è possibile scoprirlo (anche) attraverso artigianato, in quanto grande contenitore di storia e di tradizioni locali.

La "carta internazionale dell'artigianato artistico" afferma che "la creatività artigianale è la prima manifestazione che ha accompagnato la comparsa dell'umanità. Prima ancora di ogni altra forma evolutiva, organizzativa e produttiva, l'oggetto artigianale ha costituito la prima testimonianza identitaria della presenza della vita. In questo senso, gli oggetti dell'artigianato artistico concorrono a creare l'identità di un popolo, intesa come l'insieme delle tradizioni, delle conoscenze e dei tratti distintivi che ne sanciscono la riconoscibilità e unicità. Le creazioni dell'artigianato artistico sono quindi da considerarsi come espressione della cultura materiale, legata all'ambiente in cui i fenomeni artistici e gli oggetti d'arte si manifestano o vengono prodotti. Pertanto, gli oggetti dell'artigianato artistico e tradizionale vanno considerati opere dei popoli, recanti un messaggio spirituale e culturale, nonché testimonianze delle tradizioni e della creatività da trasmettere alle prossime generazioni." Possiamo quindi affermare che l'artigianato è un attrattore e un attore del processo turistico, quel processo che porta con sé anche i principi di sostenibilità. "L'industria del turismo – secondo

quanto sancito nella carta internazionale dell'artigianato – rappresenta una delle principali industrie in Europa in termini di creazione di posti di lavoro e di volume di affari: circa l'80% dei turisti europei viaggia per motivi di piacere mentre il restante 20% per motivi di lavoro. L'artigianato si configura come una componente fondamentale dell'offerta turistica e diviene quindi fondamentale valorizzare le sinergie tra artigianato e turismo in un'ottica di reciproci valorizzazione e sviluppo". La Toscana allora non solo è una delle principali mete turistiche Italiane per le sue città d'arte o per lo scenario paesaggistico, ma può far valere una vastissima tradizione artigianale per la quale si adopera quotidianamente il Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana che opera per la tutela, l'innovazione e lo sviluppo delle produzioni artistiche e tradizionali; un patrimonio che conta 33.000 imprese nella sola Toscana con 177.000 addetti. Questo lavoro di valorizzazione ha prodotto importanti progetti nel settore e tra questi vale la pena citare il progetto 'Collezioni Toscane' (<http://www.collezionitoscane.info/it>), che ha l'obiettivo di far conoscere e di promuovere il patrimonio dell'artigianato artistico e tradizionale della Toscana, attraverso uno strumento on line chiaro, semplice nella consultazione, completo nelle informazioni e in grado di offrire le più ampie possibilità di ricerca. 'Collezioni Toscane', proprio per le sue caratteristiche, si è affermata come la "vetrina virtuale" per gli artigiani che possono disporre di uno strumento di qualità in cui presentare e promuovere se stessi e le proprie peculiarità di lavorazione, nonché una selezione significativa dei loro prodotti. Ma non solo, sul sito infatti si propongono ai turisti gli Itinerari dell'artigianato. Questi ultimi nascono dall'esigenza di promuovere un turismo culturale diverso, fuori dai circuiti di massa per suggerire al visitatore percorsi alternativi a quelli 'canonici' e già ampiamente sperimentati, consentendogli di entrare nel vivo del processo creativo, osservare tecniche e maestria, conoscere materiali e stili, assistere all'esperienza del fare, conoscere storie e personaggi tra tradizione e continua innovazione.

Gli itinerari dell'artigianato sono oltre 80 e distribuiti su tutta la regione Toscana e suddivisi per Provincia. Infine per entrare a diretto contatto con gli artigiani, il Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana ha messo a disposizione un nuovo servizio: la possibilità di prenotare on line le visite (in italiano e in inglese), in piccoli gruppi, presso le botteghe artigiane fiorentine con tanto di guida-personal shopper al seguito. Oggi, dunque con la mente rivolta al fascino delle tradizioni e consapevoli delle potenzialità delle piccole botteghe artigiane, l'artigianato toscano deve raccogliere questa grande sfida perché la posta in gioco è alta anche in termini occupazionali. L'artigiano del XXI secolo "agendo localmente, ma pensando globale", sarà protagonista del connubio tra tradizione e innovazione. La tecnologia è una componente obbligata, un plus di valore che aumenta in taluni casi la competitività di un prodotto e di un intero comparto economico. Questa sfida verso il futuro va incoraggiata e sostenuta adeguatamente soprattutto in un momento difficile come questo dove la gran parte delle imprese ha la necessità di farsi conoscere sui mercati nazionali e internazionali come promotore e divulgatore non solo del suo prodotto, ma come testimonianza delle tradizioni locali e della creatività da trasmettere alle prossime generazioni.

this policy, thanks to the work of the Tuscan Centre of Artistic and Traditional Craftsmanship, which protects, innovates and develops artistic and handcrafted productions. For example, the project "Tuscany Collections" (<http://www.collezionitoscane.info/it>) promotes Tuscany artistic and handcrafted patrimony on the internet, allowing for easy searches with comprehensive information. For its characteristics, it established itself as the right place where artisans can promote themselves and their particular works. Furthermore, the site offers craftsmanship paths, stemmed from the necessity to encourage cultural tourism, different from the established one, which allows people to enter into the process of creating a handicraft, inside the creative process, observing techniques and mastery in their own homes. There are 80 paths distributed on the whole region and divided by province, with the chance of booking the visits online (both in Italian and in English language), in order to directly get in touch with the artisan in his own workshop followed by a guide acting as a personal-shopper. Only through this kind of actions, helping to overcome this difficult period, XXI century craftsmanship can be a role model joining tradition and innovation, a challenge for present and future times.