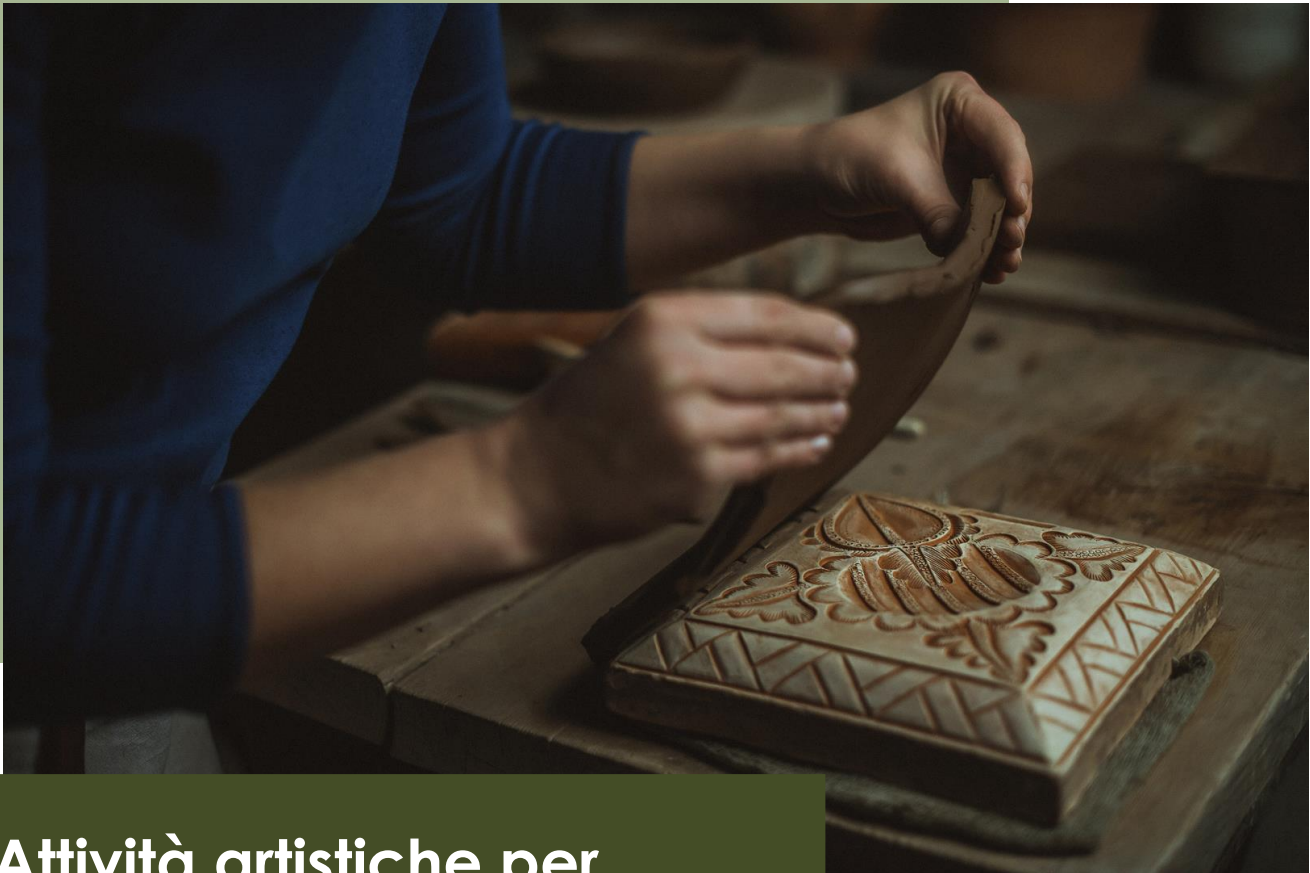




Cofinanziato
dall'Unione europea



**Attività artistiche per
promuovere il patrimonio
culturale locale e rurale**



CORDIALIS

2023

Grazia Lucantoni, Maria Moncada & Silvia Lucantoni (Web per tutti)

Kotryna Kabasinskaite & Kristina Liorentiene (Lithuanian countryside tourism association)

Augustin Lefebvre & Julia Nyikos (De l'Art et D'autre)

Maarit Mutta & Soila Merijärvi (University of Turku)

Agreement number: 2021-1-FR01-KA220-ADU-000033544

SOMMARIO

INTRODUZIONE	3
1. ARTIGIANI E PROFESSIONI CULTURALI	4
2. IL PATRIMONIO CULTURALE LOCALE E RURALE - ESEMPI	5
2.1. Finlandia	5
2.2. Francia	7
2.3. Italia	8
2.4. Lituania	9
3. ATTIVITÀ PER UNA CAMPAGNA VIRTUALE E INTERATTIVA BASATA SULL' ARTE	11
3.1. Attività "In omaggio"	11
3.2. Attività "Comunità online"	12
3.3. Attività "Fai un viaggio nell'artigianato europeo"	14
3.4. Attività "Collaborazione con altre imprese"	15
3.5. Attività "Mostre d'arte online"	16
3.6. Attività "Giochiamo con i puzzle"	17
3.7. Attività "Quiz per produttori di sapone"	18
3.8. Attività "Abbina correttamente"	20
3.9. Attività "Realizzare fiori di confetti"	21
3.10. Attività "Acrostico e artigianato"	22
3.11. Attività "Composizione sbalorditiva"	23
3.12. Attività "Costumi tradizionali per tutti"	24
3.13. Attività "Orienteering sul patrimonio culturale"	26
3.14. Attività "Scopri di più"	28
3.15. Attività "A colori"	29
4. TEST SUI SOCIAL MEDIA	30
CONCLUSIONE	31
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	32
ALLEGATO I	34

INTRODUZIONE

Il patrimonio culturale è un elemento essenziale per l'immagine e l'identità delle regioni europee e il turismo culturale rappresenta il 40% sul totale delle attività turistiche in Europa (UNWTO, 2018). Secondo la definizione della 22^a sessione (2017) dell'Assemblea Generale dell'UNWTO, il turismo culturale implica:

“Un tipo di attività turistica in cui la motivazione essenziale del visitatore è apprendere, scoprire, sperimentare e consumare le/i attrazioni/prodotti culturali tangibili e immateriali in una destinazione turistica. Queste attrazioni/prodotti si riferiscono a un insieme di caratteristiche distintive materiali, intellettuali, spirituali ed emotive di una società che comprende arte e architettura, patrimonio storico e culturale, patrimonio culinario, letteratura, musica, industrie creative e le culture viventi con i loro stili di vita, sistemi di valori, credenze e tradizioni”.

La fusione tra turismo e cultura e il crescente interesse dei visitatori per le esperienze culturali costituiscono opportunità uniche, ma anche complesse sfide per gli artigiani.

Come menzionato nel manuale CORDIALIS “Diagnosi e soluzioni per la comunicazione a distanza” (Mutta et al., 2022), i prodotti artigianali sono tradizionalmente venduti nei vari mercati e fiere. Oggi, la vendita e l'acquisto avvengono sempre più online e tramite piattaforme di e-commerce, consentendo così agli artigiani di ampliare la propria clientela, vendere più prodotti e interagire con più persone. Tuttavia, gli artigiani non sempre pubblicizzano il loro lavoro sui social network e potrebbero persino non essere affatto presenti sui social media. D'altro canto, gli artigiani che sono presenti sui social media risultano piuttosto passivi sulle loro pagine e non sempre curano sufficientemente i loro post (ad es. scarsa qualità delle foto). E questo principalmente per mancanza di tempo e/o competenza, in particolare tra le persone più anziane (come, ad esempio, in Lituania).

Il presente documento fa parte del progetto CORDIALIS ed è destinato agli artigiani e ad altri operatori nel settore della cultura rurale. Il Manuale si presenta come una raccolta di esperienze e suggerimenti che vengono da tutti i paesi partner del progetto (Italia, Lituania, Finlandia e Francia). Ha lo scopo di proporre attività partecipative non formali, evidenziando elementi del patrimonio culturale locale e rurale in diversi contesti professionali. L'intento principale di questo manuale è quello di fornire idee e consigli che gli artigiani potrebbero utilizzare nelle loro attività, per migliorare la comunicazione e attrarre i clienti. Il manuale intende presentare delle attività per una campagna virtuale interattiva e basata sull'arte, utili agli artigiani locali e ai professionisti che operano in ambito artistico per pubblicizzare tecniche, competenze e prodotti tradizionali.

Questo documento presenta una breve introduzione sulla situazione degli artigiani in ciascun paese partner e una serie di quindici attività partecipative, complete di istruzioni per poterle adattare, tramite esempi reali, al lavoro degli artigiani. Gli esempi proposti da ciascun paese possono servire come orientamento per cogliere al meglio le opportunità offerte dal mercato e per favorire un crescente inserimento nel mercato con minore sforzo individuale, una stagionalità controllata, una maggiore competitività e credibilità e, in prospettiva, una migliore immagine aziendale degli artigiani. Inoltre, prodotti complessi ed esperienze uniche hanno una maggiore attrattività turistica, garantendo così il buon andamento dell'impresa.

Il manuale è disponibile tramite il centro di risorse online creato da CORDIALIS (<https://www.cordialiserasmus.eu>).

1. ARTIGIANI E PROFESSIONI CULTURALI

Questo manuale si rivolge principalmente al primo gruppo di riferimento del progetto CORDIALIS, quello costituito dagli artigiani e dai professionisti culturali in ambito locale/rurale. Nel quadro generale del progetto, ci auguriamo che questo gruppo possa accrescere il proprio grado di alfabetizzazione e le competenze digitali necessarie alle specifiche esigenze professionali e di marketing. Un altro risultato previsto è che il gruppo possa sviluppare approcci digitali innovativi per mantenere i contatti con i clienti e far conoscere il proprio lavoro a un pubblico nuovo. Speriamo anche che, nell'ambito delle interazioni da remoto finalizzate a promuovere le attività artigianali e aumentare il social networking, si possano potenziare l'autonomia e la capacità di autovalutazione.

È essenziale elevare il grado di consapevolezza delle pratiche artigianali, che rivestono una particolare importanza per preservare la cultura locale, per accrescere il reddito degli abitanti delle aree rurali e promuovere il turismo sostenibile. Per migliorare la loro attività, gli artigiani devono potenziare la comunicazione e il marketing digitale e iniziare a utilizzare nuove modalità interattive per connettersi ai potenziali clienti.

Questo manuale contribuisce ad un maggiore impatto del progetto. Migliorerà la comprensione degli artigiani su come adattare gli strumenti innovativi al loro lavoro e sui relativi vantaggi. Gli artigiani potranno imparare a utilizzare i social media per valorizzare le attività e i prodotti locali e tradizionali. Le esperienze e le informazioni a livello interregionale ampliaranno la visione del mondo e daranno ad ogni artigiano nuove idee.

2. IL PATRIMONIO CULTURALE LOCALE E RURALE - ESEMPI

Lo sviluppo del prodotto turistico basato sulle tradizioni è favorito dalla comprensione su come utilizzare le caratteristiche specifiche di ogni regione per creare un'esperienza turistica indimenticabile. Il patrimonio culturale immateriale comporta benefici sociali ed economici:

- Dà un senso di identità e appartenenza e aiuta a sentirsi parte della comunità;
- Rappresenta e preserva la diversità culturale nell'era della globalizzazione;
- Genera opportunità di occupazione e reddito;
- Ha la potenzialità di arricchire l'offerta turistica di qualsiasi destinazione;
- Contribuisce allo sviluppo sostenibile.

Dopo aver creato un prodotto, è importante saperlo presentare e vendere al pubblico. Le esperienze degli artigiani di ciascun paese partner sono presentate allo scopo di fornire utili esempi e spunti ad altri operatori che stanno progettando di sviluppare e promuovere prodotti o esperienze similari.

2.1. Finlandia

L'artigianato gioca un ruolo importante nella storia della Finlandia. Prima della rivoluzione industriale, tutto veniva fatto a mano, in casa o da uno specialista. Come in tutto il mondo, anche in Finlandia la produzione di massa ha cambiato il ruolo dell'artigianato che, tuttavia, non è stato dimenticato. La Finlandia si vanta di uno sviluppo sostenibile e della prevenzione dei cambiamenti climatici. Un importante punto di forza dei prodotti fatti a mano è che si tratta di solito di prodotti più sostenibili e migliori per l'ambiente rispetto a quelli realizzati in serie e importati da altri paesi; con la crescente popolarità del consumo etico, l'artigianato potrebbe tornare in auge. Questo si può riscontrare, tra l'altro, nella crescente popolarità dell'artigianato. Secondo uno studio di *Taitoliitto* (2021), un'organizzazione finlandese che si occupa specificamente del patrimonio culturale immateriale artigianale, quasi la metà dei finlandesi svolge lavori artigianali, attività di tipo fai-da-te e di costruzione almeno un paio di volte al mese. Nel 2018, questa percentuale era solo del 34%. L'aumento è in parte attribuibile agli effetti della pandemia di COVID-19, poiché, stando a casa, le persone hanno incrementato le attività domestiche. Secondo lo stesso studio, i finlandesi tendono anche a regalare prodotti fatti a mano: nel 2021, ad esempio, una persona su tre ha regalato a qualcuno un oggetto autoprodotta o artigianale. Questo apprezzamento per l'artigianato si può riscontrare anche nel settore dell'istruzione, dei beni culturali e persino a livello statale. Nel 2013, la Finlandia ha accettato la Convenzione dell'UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale (Taitoliitto, 2020).

Dal 1860, nella scuola dell'obbligo finlandese, l'artigianato è stato materia di studio (Gladh, 1968; Manninen a.d.). Si è ritenuto che le competenze di base di un cittadino dovessero includere quelle relative alle attività manuali e professionali, all'agricoltura e al giardinaggio. Col passare del tempo, gli obiettivi e i contenuti sono cambiati in relazione alle esigenze della società, ma l'educazione artigianale è rimasta una componente obbligatoria dell'istruzione di base; attualmente, tutti gli allievi devono studiare espressione artigianale, design e tecnologia (Agenzia nazionale finlandese per l'istruzione, 2022). Al giorno d'oggi, la disciplina dà rilievo al piacere di creare, alla capacità di risolvere i problemi, allo sviluppo delle abilità progettuali ed espressive, al significato culturale e sociale dell'artigianato, al patrimonio culturale locale e globale e all'uso delle tecnologie digitali. Inoltre, l'obiettivo centrale dell'educazione artigianale è quello di promuovere la consapevolezza ecologica ed etica dello studente (Elävä Arkisto, 2022). Dopo l'istruzione di base obbligatoria, la Finlandia offre una varietà di percorsi educativi nel campo dell'artigianato. Ci si può formare attraverso un

apprendistato retribuito o all'interno del sistema di istruzione gratuito finlandese, che include scuole professionali, università e università di scienze applicate (Studyinfo.fi). L'offerta formativa nel settore artigianale è molto varia: dal design, alla soffiatura del vetro, dalla conservazione all'educazione artigianale.

Anna-Liisa Heinonen è una delle tante finlandesi che hanno scelto di intraprendere una carriera nell'artigianato. È un'insegnante di artigianato in pensione e una professionista nel settore dei costumi tradizionali, ma continua a insegnare "Restauro dei costumi tradizionali" presso il Centro finlandese per l'educazione degli adulti di Turku. Heinonen descrive l'artigianato come un organismo vivente che si sviluppa nel tempo; la sua vitalità si può osservare in occasione di alcune manifestazioni, come ad esempio quelle in cui si esibiscono i costumi tradizionali (che vengono indossati dalle persone che scendono in strada).

In Finlandia, anche se l'importanza dell'artigianato è cresciuta, il numero di imprese artigiane e il tasso di occupazione sono diminuiti negli anni 2010 (Lith, 2019). Secondo il rapporto, le ragioni sono da ricercare nell'aumento della concorrenza e nel raggiungimento dell'età pensionabile da parte degli imprenditori. Il calo è stato più significativo nel settore della produzione dei mobili e dei prodotti di falegnameria e carpenteria. Secondo uno studio sugli effetti della pandemia di COVID-19 (Lith, 2019), la situazione degli artigiani era ulteriormente peggiorata rispetto al precedente studio del 2019, con il 62% degli imprenditori che ha dichiarato una diminuzione del proprio fatturato. Tuttavia, molti avevano ancora speranze per il futuro e il 30% confidava nel fatto che la loro attività sarebbe cresciuta nel corso dell'anno successivo (Taitoliitto, 2021a).

Una delle ragioni potrebbe essere che i finlandesi stanno iniziando a pensare di più allo sviluppo sostenibile e alla prevenzione dei cambiamenti climatici, il che potrebbe portare a una diminuzione delle vendite di prodotti di massa e a un aumento delle vendite di prodotti locali. Secondo uno studio di Eva (2021), il 71% dei finlandesi pensa che il cambiamento climatico sia la più grande minaccia ambientale del nostro tempo, che deve essere affrontata rapidamente intraprendendo azioni efficaci in tutti i paesi. Inoltre, secondo uno studio dell'Associazione per il Lavoro Finlandese (Suomalaisen Työn Liitto, 2020), un terzo dei finlandesi ammette di aver cambiato opinione, in seguito alla pandemia, sul paese di origine dei prodotti e dei servizi acquistati e il 77% ritiene che le persone avrebbero dovuto acquistare solo prodotti finlandesi durante la pandemia.

Sembra che i finlandesi stiano prefigurando un futuro promettente per i prodotti locali, mentre aumenta la consapevolezza sullo sviluppo sostenibile e sui cambiamenti climatici. Anche Marja -Leena Rönkkö, insegnante di Artigianato, Design e Formazione Tecnologica all'Università di Turku, esprime fiducia nel futuro dell'artigianato. Rönkkö sottolinea che, per stare al passo con il commercio in evoluzione, è importante sapere come utilizzare i social media e servirsene come strumenti di commercializzazione (cfr. Mutta et al. 2022). Rönkkö aggiunge che il ruolo di Internet come ambiente di lavoro per gli artigiani è iniziato con i singoli blog e si è spostato su Facebook, dove la cultura della condivisione è diventata una parte importante dell'attività. Tuttavia, a poco a poco, Instagram ha iniziato a prendere il posto di Facebook, almeno in Finlandia. Secondo Rönkkö, è importante che gli artigiani rimangano creativi poiché eventi globali, come il COVID-19 e i conflitti militari in Europa, limitano e modificano gli scambi commerciali. Una parte importante del futuro dell'artigianato è sempre più legata al riciclo e alla sostenibilità.

Un esempio di buona pratica: Le nonnine Myssy (Pöytyä). Questa azienda di design con sede in una fattoria di Pöytyä ha avuto inizio con un ex windsurfista professionista di nome Janne, che ha trovato l'amore dopo essere tornato a casa in Finlandia. Lui e la sua compagna, Anna, hanno fatto una scelta ecologica, decidendo di creare un nuovo marchio che avrebbe dovuto sfidare la moda convenzionale. Con l'aiuto dei loro vicini, hanno iniziato a lavorare a maglia i berretti con la lana Finnsheep. Le nonne locali hanno fornito la loro esperienza nel lavoro a maglia. Fino ad oggi, l'azienda di design si appoggia ancora alle nonne locali che realizzano i berretti, anche ora che sono venduti in sedici paesi diversi in tutto

il mondo. Tutte le nonne sono presentate sulla pagina web:
<https://myssyfarmi.fi/en/pages/myssy-grannies> (Myssyfarmi, 2022).

2.2. Francia

Tra i vari settori dell'artigianato (artigianato edile, artigianato commerciale, artigianato alimentare, ecc.), la legislazione francese distingue le attività raggruppate sotto il termine di "artigianato artistico". Le lavorazioni artistiche rispettano i seguenti criteri: produzione di pezzi unici o in serie limitate, la cui creazione richiede un contributo artistico e la piena padronanza di gesti e tecniche complesse per la trasformazione dei materiali.

Le lavorazioni artistiche costituiscono un patrimonio immateriale e un lascito di competenze sapientemente sviluppate nel corso dei secoli. In Francia, sono elencati 281 mestieri, in sedici settori di attività: architettura e giardini, mobili e decorazioni, illuminazione, gioielleria/oreficeria/orologeria, metallo, ceramica, vetro e cristallo, vasellame, moda e accessori, tessile, cuoio, intrattenimento, carta /grafica/stampa, giochi/giocattoli/lavori meccanici, liuteria e restauro.

In questa sezione del progetto CORDIALIS, ci concentriamo sulla regione della Bretagna e sull'artigianato bretone. La Bretagna è una regione francese composta da quattro dipartimenti: Côtes-d'Armor, Finistère, Ille-et-Vilaine e Morbihan. Tuttavia, tradizionalmente e culturalmente, la Bretagna è divisa in due territori distinti; Bassa e Alta Bretagna. Il bretone, lingua celtica, era parlato nella parte occidentale, la Bassa Bretagna, e il "gallo", lingua romanza, nella parte orientale, l'Alta Bretagna. Questa duplice eredità celtica e romana è il risultato di scambi culturali e commerciali in questi territori, favoriti dalla rilevante attività marittima dei porti bretoni tra il nord e il sud dell'Europa.

Negli archivi regionali possiamo trovare tracce di un commercio strutturato dal XII e XIII secolo. Esaminando questi documenti molto lacunosi e incompleti, possiamo apprendere che, nel XIV secolo, i commercianti di tessuti di Dinan gestivano insieme le sedi commerciali e che produttori di tele e lenzuola di lino, nonché di articoli in pelle, si stabilirono a Fougères, Morlaix, Vitré, Rennes e Nantes. Nel secolo successivo, le scritture contabili registrano l'attività di fabbricanti, piccoli negozianti, operai edili, fabbri, argentieri e altri operai che si insediarono nei paesi o intorno ai centri urbani. Verso la fine del Medioevo, si stabilirono in Bretagna conciatori, guantai e altri artigiani della pelle, compresi i pergamenei, così come i primi fabbricanti di carta. Civili e militari, chierici e laici, illuminati signori e funzionari dei grandi servizi amministrativi in pieno sviluppo costituivano la loro abituale clientela.

Tra le tradizionali lavorazioni bretoni artigianali, troviamo ancora le attività tessili (lavorazione del lino e tessitura), i mobili e le decorazioni, la pittura decorativa su maiolica, il ricamo e il merletto, la carpenteria marina e il taglio della pietra.

Oggi in Bretagna ci sono circa 2.000 aziende che si dedicano all'artigianato; i piccoli laboratori artistici che svolgono attività tradizionali, per il 95% ditte individuali, sono diffusi in tutta la regione e ne costituiscono la parte essenziale.

Quasi tre quarti (71%) degli imprenditori sono donne e la metà dei professionisti è in fase di riconversione; i loro laboratori sono stati creati da zero, senza aver beneficiato di una trasmissione generazionale del know-how tradizionale. Infatti, gli artigiani che hanno avviato l'attività di recente necessitano di formazione tecnica e si trovano spesso isolati. Questo fatto, insieme al profilo atipico e molto eterogeneo di questi artigiani, spiega le difficoltà generalmente incontrate: gran parte delle attività faticano a svilupparsi economicamente, con un fatturato annuo che, nell'80% dei casi, è inferiore a 20.000 euro. In questo mercato esclusivo e altamente competitivo, questi professionisti hanno difficoltà a indirizzare e gestire le loro attività e necessitano di uno specifico supporto.

All'opposto, ci sono artigiani altamente qualificati, che sono in grado di soddisfare le esigenze professionali della loro categoria e le sfide tecniche e amministrative dei mercati regionali e internazionali. Sono anche quelli che riescono a coniugare competenze tradizionali

altamente sofisticate con le innovazioni richieste da un'esigente clientela contemporanea. Circa il 20% dei professionisti bretoni appartiene a questa categoria. Per la metà si tratta di ditte individuali, mentre l'altra metà è occupata in aziende che impiegano in media da due a cinque dipendenti, qualcuna anche una decina.

Questa breve panoramica mostra che la maggior parte degli artigiani bretoni necessita di un sostegno amministrativo e professionale, che significa formazione, percorsi di studio e fiere campionarie, per tramandare il know-how tradizionale. Oltre alle misure già in atto da diversi anni, e in particolare dopo la pandemia COVID, le politiche pubbliche stanno implementando nuove forme di aiuto finanziario per l'organizzazione di incontri professionali e fiere, stanno sviluppando una comunicazione qualificata e mirata e stanno coinvolgendo gli artigiani in dinamiche collettive.

2.3. Italia

Alla fine del 2021, in Italia erano quasi 1.300.000 le imprese artigiane (21,2% del totale) con circa 2,6 milioni di lavoratori. Esse rappresentano un fattore di coesione economica e sociale per la maggior presenza di donne, giovani e stranieri. L'artigianato artistico, con le sue produzioni di qualità, uniche, originali ed eseguite principalmente a mano, rappresenta un importante valore aggiunto.

Il settore dell'artigianato è regolato dall'art. 2803 del Codice Civile e dalla Legge Quadro dell'Artigianato (1985), che definisce i limiti dimensionali delle imprese, le caratteristiche organizzative e gli ambiti di attività, istituisce gli albi provinciali e gli organi di autogoverno a livello regionale e provinciale e affida alle regioni l'incarico di stabilire ulteriori norme per disciplinare il settore a livello territoriale. La legge istituisce un Consiglio Nazionale dell'Artigianato; i ministeri di riferimento sono quelli dello Sviluppo economico e del Turismo.

Nel settore manifatturiero le imprese artigiane sono il 52,6% sul totale e prevalgono nei comparti del "Made in Italy" (lavorazione del legno, alimentari, mobili, abbigliamento, tessile e pelletteria), con una media di 2,6 addetti/impresa (2021). Molte di queste imprese operano nel campo dell'artigianato artistico (ogni regione italiana ha le sue tradizioni e tipicità), dove spiccano anche la lavorazione dei metalli e delle pietre preziose, del vetro e della ceramica, l'arte del ricamo, la fabbricazione della carta e di strumenti musicali. Nel settore delle lavorazioni artistiche rientrano anche le attività di restauro e conservazione dei beni di interesse artistico e culturale.

Tra le 15 manifestazioni culturali riconosciute dall'UNESCO come Patrimonio Immateriale in Italia, rientrano l'arte del "Saper fare liutario di Cremona" (2012), l'"Arte delle perle di vetro" di Venezia e l'"Arte del "pizzaiuolo" napoletano" (2017).

Nella nostra regione, l'Abruzzo, sono tipiche le lavorazioni del rame e del ferro battuto, della pietra, del legno e sono pregiati i prodotti dell'oreficeria (oro e argento), le ceramiche e le maioliche, le lavorazioni in lana e la produzione di tessuti, la produzione di strumenti musicali tradizionali (<https://www.visitareabruzzo.it/artigianato-in-abruzzo-larte-e-le-tradizioni/>).

La nostra città, Sulmona, è conosciuta come la patria del confetto, un dolce tipico (tradizionalmente fatto da un nucleo di mandorla o cannella rivestito da strati di zucchero sovrapposti) che risale alla fine del XV secolo. Le produzioni artigiane di confetti sono apprezzate in Italia ed esportate in tutto il mondo. Si può visitare il Museo del confetto, all'interno dell'antica ditta Pelino, per conoscerne la storia. Diverse sono le ditte produttrici e i numerosi negozi delle strade del centro espongono cesti di fiori colorati, con i petali fatti di confetti.

L'artigianato, che sviluppa un indotto paragonabile a quello di altre industrie culturali, se incluso nelle strategie turistiche, diventa strumento di sviluppo e di salvaguardia del patrimonio culturale locale. Navigando con un po' di pazienza su Internet, si trovano siti che propongono esperienze di "vacanze creative" per scoprire l'Italia e la sua storia attraverso l'artigianato locale (workshop di ceramica, corsi di merletto e ricamo, laboratori di mosaico, corsi di

intarsio) oltre a proposte di soggiorni vacanza per bambini e ragazzi che propongono anche piccoli laboratori artigiani.

Tra le iniziative a livello regionale, citiamo il progetto "Terre Artigiane" (www.terreartigiane.it), realizzato da un consorzio di comuni con il contributo della Regione Marche e di enti e istituzioni pubbliche (Camera di Commercio, Università, scuole) e aziende private locali. L'obiettivo è di valorizzare il territorio partendo dall'artigianato locale, con eventi a tema e offerta di servizi (musei in rete, punti informativi, itinerari turistici combinati); i soggiorni sono pianificati, dai pernottamenti alle attività, prevedendo una mobilità "dolce" e l'apertura delle botteghe e dei laboratori artigianali (con possibilità di partecipazione attiva).

Sono interessanti anche le iniziative che, partendo dagli antichi mestieri e dalle specificità del territorio, promuovono la crescita sociale delle aree interne, con particolare riferimento al sud dell'Italia (ad es. "Enel Cuore Onlus" e "Fondazione Con il Sud" con la premiazione di sette progetti che vanno dal recupero della tradizione artigianale dei "muretti a secco" in Puglia, fino al percorso per le donne vittime di violenza che imparano l'arte delle sarte e ricamatrici salentine).

Le sfide da affrontare riguardano la competitività e la capacità di superare i momenti di crisi (pandemia Covid-19, rincaro dell'energia e dei materiali). Le imprese artigiane sono oggetto di misure di sostegno, per il tramite delle regioni; le misure più recenti, finalizzate al rilancio del settore, consistono nel supporto finanziario degli investimenti per all'ammodernamento tecnologico.

2.4. Lituania

Sebbene sia uno stato unificato, la Lituania è composta da cinque regioni etnografiche che si sono formate storicamente nel XIII secolo: Aukštaitija, Samogizia (Žemaitija), Dzūkija, Sudovia (Suvalkija) e Lituania Minore. Ogni regione ha un suo dialetto, tradizioni, stile di vita, canzoni, storie, cibo e costumi propri (Jocys, 2016).

La Lituania è stata a lungo famosa per la ceramica, i tessuti, la lavorazione dei metalli e la gioielleria. L'artigianato lituano delle croci scolpite in legno e il loro simbolismo, i giardini di paglia e i festival della canzone (*sutartinės*) sono inclusi nella lista UNESCO del patrimonio immateriale dell'umanità (Lietuvos Nacionalini Muziejus, 2012).

Ad oggi, ci sono più di settanta mestieri tradizionali in Lituania, ancora praticati da quasi 900 artigiani certificati (la pagina ufficiale, dove sono pubblicati tutti i dati relativi ai mestieri e gli artigiani certificati in Lituania, fornisce maggiori informazioni sul patrimonio locale, sul suo sviluppo e le sue opportunità: <https://www.tautinispaveldas.lt/>). Ci sono ancora molte persone che praticano l'artigianato come hobby, ma la cui attività non è certificata; è quindi difficile stimare il numero esatto di persone impegnate nell'artigianato in Lituania.

Nell'ultimo decennio, gli specialisti che operano nel settore turistico si sono maggiormente interessati all'artigianato tradizionale, prestando grande attenzione alle possibilità di utilizzarlo nello sviluppo e nella promozione del turismo culturale. Si osserva che l'artigianato tradizionale rappresenta un'attività alternativa, che può apportare notevoli benefici economici e sociali alle zone rurali. È fonte di nuovi posti di lavoro e di reddito per gli abitanti dei villaggi; inoltre, la fabbricazione di prodotti artigianali tradizionali consente la salvaguardia dei valori etnico-culturali (Žuromskaitė, 2016). Una grande speranza per lo sviluppo del patrimonio nazionale lituano è il rafforzamento dei legami tra gli artigiani tradizionali e il settore del turismo rurale. È già possibile acquistare autentici prodotti dell'artigianato tradizionale in alcune aziende agrituristiche o trovare informazioni per i vacanzieri nelle vicine botteghe dei maestri artigiani locali, acquistare prodotti artigianali sul posto, avere indicazioni o prenotare i loro laboratori. Naturalmente, i visitatori delle fattorie del turismo rurale sono anche interessati al cibo — ed è una grande opportunità per gli ospiti gustare piatti tipici di quel villaggio.

Uno dei compiti fissati e definiti dal Ministero dell'Agricoltura in Lituania è quello di presentare, insieme ai servizi turistici, i prodotti del patrimonio nazionale, attraverso mostre, fiere e pubblicazioni internazionali e promuovere in diversi modi la cooperazione tra produttori e sviluppatori del turismo rurale.

Naturalmente, anche gli artigiani devono affrontare una serie di sfide. È stato rilevato che i turisti che intendono visitare le botteghe artigiane e i villaggi etnografici, dove è possibile conoscere l'artigianato tradizionale lituano, non hanno accesso a informazioni sintetiche e dettagliate, in uno spazio online dedicato, su tutte le località che offrono programmi educativi sull'artigianato. Singoli musei o singoli artigiani forniscono informazioni sui loro programmi di educazione artigianale, ma i turisti devono impiegare lunghe ore di navigazione in internet per trovare tutte le informazioni pertinenti. Una presentazione così frammentata delle informazioni - sulle attività artigianali e sui relativi siti a scopo dimostrativo - non risulta attraente per i turisti. Quindi, a lungo termine, si rischia che l'artigianato possa perdere popolarità come destinazione turistica. Anche la stagionalità è un fattore di rischio abbastanza grande: dal momento che la Lituania ha un'elevata stagionalità, è più probabile che i turisti viaggino e sperimentino nuove attività in estate; pertanto, il periodo freddo è piuttosto critico, sia per il settore turistico, sia per gli artigiani. Inoltre, la mancanza di tempo, di conoscenza e di risorse da destinare alla pubblicità costituiscono un problema: infatti molti artigiani sono persone anziane, prive di sufficienti conoscenze per autopromuoversi o per presentare la propria offerta formativa in modo attraente. In aggiunta, i costi operativi di un laboratorio sono piuttosto elevati. Molti laboratori possono essere realizzati solo per i gruppi più numerosi; altrimenti, o non valgono il tempo impiegato dall'artigiano, oppure aumenta il costo per il cliente. Tuttavia, può essere abbastanza complicato organizzare sempre gruppi numerosi di turisti (LCTA, *Lauku ceļotājs*, 2017). In riferimento ai problemi elencati, la Lithuanian Countryside Tourism Association (Associazione Lituana per il Turismo di Campagna) ha avviato il progetto *Local crafts* e ha creato la comunità online *Lithuanian craftsmen*, in cui si possono facilmente cercare laboratori e prodotti tipici e dove gli artigiani possono promuovere più facilmente le loro creazioni. Tuttavia, gli artigiani hanno bisogno ancora di molto aiuto e di formazione per capire in quale direzione muoversi.

Un esempio di buona pratica: la cascina Grikucis (distretto di Varėna). Questa fattoria è destinata al riposo tranquillo e allo svago familiare. Nei primi tempi, i proprietari di fattorie sentivano molto l'impatto della stagionalità: molti viaggiatori d'estate, ma nessuno veniva a soggiornare d'inverno. Sostenere un'azienda che lavorava solo 4-5 mesi all'anno era difficile. Perciò, il proprietario della fattoria ha iniziato a organizzare vari laboratori didattici: produzione di alimenti con grano saraceno (prodotto autoctono coltivato localmente), infeltrimento della lana, intaglio dei cucchiari, celebrazione di varie feste tradizionali e usanze locali. Oggi la fattoria è conosciuta non tanto per il servizio di alloggio, quanto per i corsi che offre. Le scuole vi accompagnano gli studenti in autobus; i soggiorni in famiglia o con gli amici sono integrati con le esperienze condotte nella fattoria e le persone si scambiano raccomandazioni per venire in questo villaggio e "sperimentare le tradizioni e uno stile di vita storico". Attualmente, il 70% del reddito della fattoria è costituito dai vari laboratori didattici e dalla vendita di prodotti artigianali.

3. ATTIVITÀ PER UNA CAMPAGNA VIRTUALE E INTERATTIVA BASATA SULL' ARTE

Nel primo manuale CORDIALIS, "Diagnosi e soluzioni per la comunicazione a distanza" (2022), sono stati evidenziati alcuni problemi inerenti alla pubblicità e alla vendita/acquisto di prodotti artigianali. La comunicazione sui social media è stata individuata come uno dei problemi principali degli artigiani per la vendita dei loro prodotti. Molti artigiani (soprattutto quelli più anziani) non hanno conoscenze sufficienti su come gestire una comunicazione di qualità con un pubblico vasto.

Quindi, la domanda essenziale è: come presentare l'artigianato in modo attraente? Come possono farlo le persone che non hanno abbastanza tempo e conoscenze? Uno dei modi principali per coinvolgere i potenziali clienti è permettere loro di partecipare, non solo leggere e guardare. In questo capitolo del manuale, sono presentate quindici attività corredate da istruzioni tecniche su come adattare alcune tecniche di comunicazione per presentare e mettere in mostra le attività e i prodotti artigianali. Tutte queste idee sono volte a facilitare gli artigiani locali o i piccoli musei nella presentazione delle tecniche artigianali, nella vendita dei prodotti e nel coinvolgimento dei clienti.

Alcune delle attività sono progettate per una specifica tecnica artigianale o per un particolare spazio di un museo, ma, con piccoli adattamenti, possono essere convertite e utilizzate in altri contesti. Per ogni attività, nella sezione *Suggerimenti aggiuntivi*, si possono trovare idee per adattarla o renderla ancora più efficace.

3.1. Attività "In omaggio"

Informazioni sull'attività

Iniziamo con un semplice e comune espediente usato sui social media per coinvolgere le persone: omaggi o, altrimenti, concorsi. Un omaggio sui social media è una campagna condotta su Facebook o Instagram che aumenta il coinvolgimento, i follower, i contatti o la conoscenza del marchio in cambio di premi. Puoi esortare i tuoi follower a mettere "mi piace", commentare e condividere i tuoi post. In cambio, offri loro qualcosa che possano apprezzare. Questo non solo aiuta ad aumentare gli accessi, ma fa aumentare le persone che parlano del tuo marchio.

Esempio

Una truccatrice lituana ha condiviso un concorso piuttosto semplice. È significativo che abbia menzionato chiaramente tutti i dettagli; ai partecipanti al concorso è stato chiesto di:

1. iniziare a seguire due account specifici;
2. salvare un post specifico;
3. condividere il post nelle storie del proprio account e taggare il titolare del contest;
4. taggare gli amici nella sezione commenti e invitare anche loro a partecipare.

Alla fine, viene indicata la data esatta in cui verrà scelto il vincitore.



In che modo quest'attività coinvolge le persone?

È probabile che persone non riescano a resistere al potere degli omaggi. I concorsi sui social media sono una delle attività di maggior impatto per un potenziale coinvolgimento dei follower.

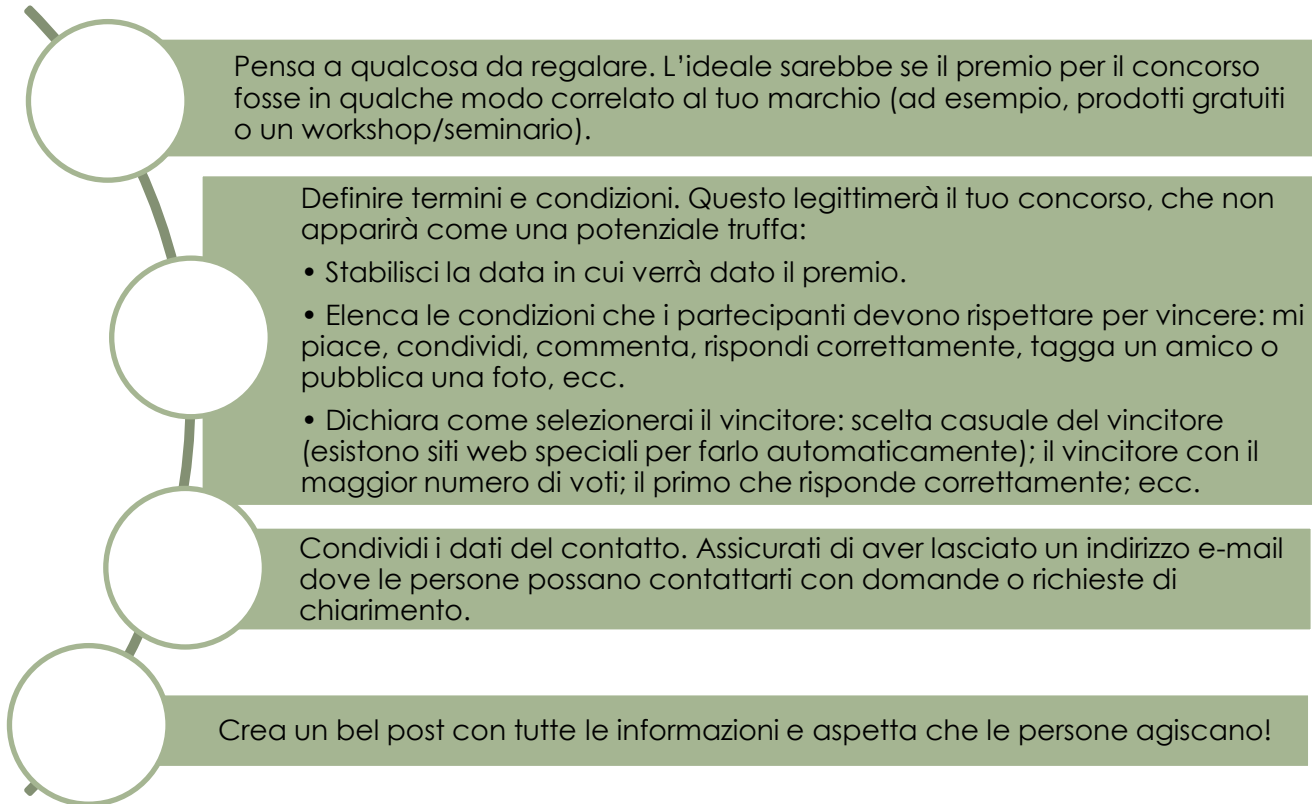
Dove utilizzare questa attività?

Facebook e Instagram.

Ulteriori suggerimenti

Per aumentare l'impatto del tuo concorso, puoi anche collaborare con un influencer del tuo settore che si rivolge a un pubblico simile al tuo. Ad esempio, se sei un creatore di gioielli, potresti collaborare con un fashion blogger e organizzare un concorso in cui i follower vincono un pezzo della tua collezione.

Istruzioni dettagliate:



3.2. Attività "Comunità online"

Informazioni sull'attività

Forse il modo più semplice per raggiungere le persone interessate a un determinato argomento senza pubblicità a pagamento è entrare a far parte di un gruppo Facebook pertinente. Ci sono migliaia di gruppi diversi su questo canale social; fai quindi una ricerca per trovare quelli più attraenti.

Esempio

Gruppo Facebook Lietuvos amatininkai (artigiani lituani) - <https://www.facebook.com/groups/amatukelias>.



Questo gruppo è stato creato dall'Associazione lituana per il turismo rurale e in quasi due anni ha creato una comunità di settemila persone dove gli artigiani condividono le loro realizzazioni professionali o amatoriali e i clienti possono cercare un prodotto specifico.

Ogni giorno vengono pubblicati circa dieci nuovi post.

Nello screenshot, si può vedere che il coinvolgimento è piuttosto ampio, considerato che non ci sono pubblicità a pagamento e che si tratta di un gruppo privato. Si capisce perfettamente che le persone si sono iscritte a questo gruppo intenzionalmente e che sono interessate al contenuto offerto.

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Le persone si iscrivono a gruppi privati solo se l'argomento è per loro rilevante. Si tratta perciò di un ottimo modo per esporre gratuitamente i prodotti artigianali, sia ai colleghi che ai potenziali clienti.

Dove utilizzare questa attività?

Gruppi Facebook o forum specializzati.

coinvolgenti e non valgono il tempo impiegato. Controlla quante persone ogni giorno pubblicano post e com'è il coinvolgimento relativo ai post, per decidere se vale la pena di contribuire.

Ulteriori suggerimenti

Non fare spamming e fai attenzione ai gruppi a cui ti iscrivi. Alcuni gruppi non sono

Istruzioni dettagliate:



Cerca un gruppo usando parole chiave comuni. Ad esempio: artigiani, fatto a mano, produzione esclusiva, patrimonio, ecc.



Comunità diverse hanno regole di adesione diverse; quindi, leggi le regole del forum o del gruppo social prima di aderire.



Le grandi comunità sono le migliori per trovare idee e promuovere il tuo lavoro. Le piccole comunità sono le più adatte per incontrare persone nuove.



Dopo aver aderito al gruppo, scrivi un post per presentare la tua attività e i tuoi prodotti.



Sii anche attivo sui post di altre persone. In questi ambienti, sostenersi vicendevolmente è molto importante e induce alla gratitudine.

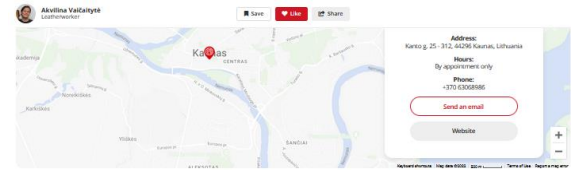
3.3. Attività "Fai un viaggio nell'artigianato europeo"

Informazioni sull'attività

Questa attività può sembrare abbastanza simile alla precedente, ma richiede maggiore impegno e responsabilità. Homo Faber Guide (<https://www.homofaber.com/en/guide>) è una piattaforma online lanciata nel 2020 e dedicata all'artigianato, che permette alle persone di scoprire gli artigiani e i loro capolavori, esplorare musei, visitare gallerie e negozi che vendono oggetti unici, vivere esperienze nelle città di più di quaranta diversi paesi europei. Attualmente, collega gli utenti con una comunità internazionale costituita da oltre 2.000 artigiani di talento. Settimanalmente compaiono i nuovi artigiani selezionati e ogni tre mesi si aggiungono nuovi paesi.

Esempio

Qui puoi trovare uno dei profili degli artigiani lituani e vedere come compare sulla piattaforma: <https://www.homofaber.com/en/discover/discover-akvilina-vaicaityte>



Upcycling leather

- Akvilina made her first handbag from an old leather jacket
- A former swimmer, she plunged into the world of leather
- She loves to create durable items

Akvilina Vaicaityte's first passion was swimming. She studied in the US, graduating in communications and then decided to return to her hometown of Kaunas in Lithuania. There she worked in an advertising company, pursuing her interests in photography and wrote a blog about sight-seeing in Kaunas, Lithuania, and travel. Then she fell in love with leather. "One day I bought a few leather coats from a second-hand store. I cut them up, cleaned and sorted the materials, and contacted the mother of all bags - followed by many more." Now Akvilina creates handbags, backpacks, purses, and belts. From the leather selection to design, down to the final details and the very last seams, everything is done by her hands. Curiosity and vigorous energy drive her to keep creating new models and looking for innovative slow fashion solutions.

[Read the full interview](#)

Works



In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Questa piattaforma è presente in tutta Europa e presenta contenuti di qualità: foto molto belle e coinvolgenti, storie di artigiani motivanti, video per il fai-da-te, contenuti curati, destinazioni di viaggio, articoli stagionali e molto altro ancora in un unico sito. L'alta qualità dei contenuti risulta molto attrattiva.

Dove utilizzare questa attività?

Unisciti alla comunità Homo Faber e pubblicizza lì la tua attività artigianale, i tuoi prodotti e i tuoi laboratori.

Ulteriori suggerimenti

È molto importante avere foto di buona qualità. Pertanto, ti consigliamo di investire in un fotografo professionista per realizzare non solo le foto dei prodotti, ma anche dell'intero processo.

Istruzioni dettagliate:

Il primo passo è entrare a far parte della community Homo Faber autovalutandosi con lo strumento di valutazione: <https://evaluation-tool.michelangeloofoundation.org/en/artisan>

Crea un account e inserisci le principali informazioni che ti riguardano.

Ci sono alcuni criteri essenziali che devono essere soddisfatti: Tradizione, Creatività, Savoir-faire, Innovazione, Interpretazione, Territorio, Competenza. L'elenco dei criteri contiene spiegazioni ed esempi.

Compresi i criteri, devi compilare un questionario; dopodiché devi attendere la risposta dall'amministrazione della piattaforma.

Nota: nell'istestazione puoi cambiare la lingua e compilare tutto nella tua lingua madre. Una volta che il profilo dell'artigiano è stato selezionato dal team di Homo Faber, potrebbero essere necessari sei mesi per la pubblicazione online.

3.4. Attività “Collaborazione con altre imprese”

Informazioni sull'attività

In molti casi, un prodotto artigianale può essere utilizzato come oggetto d'arte, oggetto d'arredo o come elemento decorativo esclusivo. Quindi, per acquisire maggiore popolarità, è consigliabile trovare un partner che possa aiutarti a promuovere il tuo prodotto. Ad esempio, se sei un pittore, inizia a lavorare con un albergatore locale. Accetta che le tue creazioni decorino a titolo gratuito il corridoio dell'hotel o le pareti delle stanze. Accanto all'immagine, pubblica il codice QR che rimanda al tuo sito web o ai tuoi social network. Si tratta di un vantaggio per entrambe le parti: le pareti dell'hotel risultano abbellite e per te è una pubblicità aggiuntiva che raggiunge un vasto pubblico e un buon canale di vendita.

Esempio

In Lituania c'è un giovane artista chiamato *Ne nuogos sienos* (“Muri non spogli”)
(<https://www.instagram.com/nenuogossienos/>).



Ha iniziato a collaborare con la fattoria Atokampis. In ogni cottage di questa fattoria, i quadri dell'artista sono appesi con accanto i suoi recapiti, le dimensioni e il prezzo del dipinto. Dal momento che si tratta di una fattoria molto conosciuta e visitata, sono tante le persone che conoscono questo pittore. Alcuni acquistano i quadri direttamente presso la struttura. In questo modo, tutti ne traggono un vantaggio: gli ambienti della fattoria vengono abbelliti senza costi aggiuntivi e l'artista riceve maggiore attenzione e vende più facilmente i suoi prodotti perché le persone vedono i dipinti in un interno reale.

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Vedere il prodotto di un artigiano in un ambiente normalmente vissuto crea un desiderio maggiore di acquistarlo. Le persone lo guardano, imparano a conoscere l'autore e immaginano come l'oggetto potrebbe apparire nel loro ambiente, casa o interno.

Dove utilizzare questa attività?

Fondamentalmente questa attività funziona nella vita reale. Ma è importante condividere la notizia di questa collaborazione sui social network, sia tuoi, sia su quelli del tuo partner. Condividi un messaggio che spieghi come questo sia, per i tuoi clienti, un nuovo modo di vedere dal vivo alcuni esempi del tuo lavoro e spiega la scelta del tuo partner di arredare i suoi ambienti con le tue creazioni.

Ulteriori suggerimenti

Questa attività può essere adatta per qualcos'altro, oltre che semplicemente per i dipinti. Se crei dei vasi, questi potrebbero essere usati come vasi da fiori in un caffè. Se intagli cucchiaini di legno, questi potrebbero essere usati correntemente nelle strutture ricettive. Allo stesso modo, se realizzi sculture, queste potrebbero essere utilizzate per decorare qualsiasi spazio che viene visitato.



Istruzioni dettagliate:

Pensa al tuo tipo di produzione e con quale partner sarebbe per te più vantaggioso collaborare.

Prepara una proposta e concorda un orario per incontrare il potenziale collaboratore:

- Includi delle informazioni su di te.
- Elenca quali vantaggi potrebbe ottenere il partner iniziando a collaborare con te.
- Presenta degli esempi del tuo lavoro.
- Indica le condizioni. È molto importante chiarire che desideri che accanto ai tuoi prodotti venga visualizzato il codice QR che porta al tuo sito Web o una scheda informativa con i contatti e i prezzi.

Assicurati che, una volta iniziata la collaborazione, il messaggio venga condiviso sui social network.

3.5. Attività “Mostre d’arte online”

Informazioni sull'attività

Le mostre d'arte online possono essere aperte in qualsiasi momento e sono raggiungibili da qualsiasi parte del mondo. Le mostre rimangono accessibili fino a quando l'artigiano lo desidera e non hanno limiti al numero di visitatori. Attualmente, possiamo trovare diverse piattaforme per realizzare facilmente tour virtuali e mostre 3D. In questo modo, il cliente può conoscere meglio l'artista e la sua produzione, risparmiando il tempo del viaggio necessario per farlo dal vivo.

Esempio



<https://visit.virtualartgallery.com/vapaa21>: Su questo sito web si possono condividere diversi tipi di prodotti artistici. Ad esempio, si possono creare stanze per la musica o mettere in mostra sculture o dipinti.

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Si tratta di un'opportunità per condividere i prodotti artistici con un pubblico non solo locale ma globale. In questo modo, gli artisti possono raggiungere direttamente i collezionisti. È importante dedicare del tempo per rendere il tutto più professionale possibile, suscitando così l'interesse delle persone; in caso contrario, non si avrà possibilità di successo.

Dove utilizzare questa attività?

Non è necessario disporre di un sito Web dedicato. Puoi condividere i link alle tue mostre tramite qualsiasi canale o servizio online che stai utilizzando — social media, e-mail, app di messaggistica o il tuo sito web.

Ulteriori suggerimenti

Pensa alla struttura della tua mostra e suddividi la produzione per temi, in modo che le persone possano orientarsi facilmente.

Istruzioni dettagliate:

1. Trova una piattaforma da utilizzare per creare una mostra virtuale (ad esempio: <https://artspaces.kunstmatrix.com>, <https://virtualartgallery.com>).

2. Scegli dal template un ambiente per la mostra.

3. "Appendi le tue opere": carica le foto delle tue creazioni e inseriscile nella stanza virtuale in cui vengono esposte (qui si trova un breve tutorial: <https://www.youtube.com/watch?v=D-EcC-XhP2U>).

4. Scrivi tutte le possibili informazioni: il nome del prodotto, i materiali con cui è realizzato, le dimensioni, il prezzo, l'anno di realizzazione, se possibile anche la sua storia, ecc.

5. Concludi e pubblica.

6. Condividi il link a questa mostra virtuale sul tuo sito Web e sui social media.

3.6. Attività "Giochiamo con i puzzle"

Informazioni sull'attività

L'attività prevede di comporre dei puzzle tratti da foto che rappresentano un prodotto dell'artigianato artistico locale.

Con una buona strategia di marketing, il gioco del puzzle farà conoscere i prodotti locali che si intendono valorizzare.

Il puzzle da creare può essere digitale o cartaceo.



Esempio

Sito per comporre puzzle partendo da una foto: <https://www.jigsawplanet.com/>, <http://tiny.cc/2nb6vz>

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Risolvere un puzzle è spesso un gioco che coinvolge tutta la famiglia. Questo creerà un diverso interesse per il prodotto.

Dove utilizzare questa attività?

I puzzle possono essere venduti/offerti nei negozi che commercializzano i prodotti, nei punti di informazione turistica o nelle strutture ricettive della città.

Ulteriori suggerimenti

Per valorizzare il territorio, si possono anche creare puzzle da foto di paesaggi e monumenti.

Con le foto scattate si possono creare screen saver gratuiti per pc, smartphone e tablet.

Istruzioni dettagliate:

1. Scatta fotografie di alta qualità dei prodotti con cui vuoi creare i puzzle.
2. Usa queste foto per creare una vetrina sui social network e su un sito di e-commerce da cui ottenere puzzle cartacei da diffondere.
3. Stampa i puzzle su cartoncino rivolgendoti ad un negozio specializzato (possibilmente anche online), che eseguirà gli opportuni tagli per creare i vari pezzi del puzzle.
4. Fornisci ai negozi locali alcuni campioni da vendere a residenti e turisti.
5. Indica i siti che ti permettono di creare e giocare con la composizione di puzzle online usando le tue foto.

3.7. Attività “Quiz per produttori di sapone”

Informazioni sull'attività

Come coinvolgere al meglio i tuoi follower sui social? Permettendo loro di essere non solo spettatori ma anche partecipanti. Con le funzionalità interattive delle storie è più facile coinvolgere le persone. Crea un breve quiz o poni ai tuoi follower delle domande, ma è importante che queste ultime siano correlate al tuo argomento.

Esempio

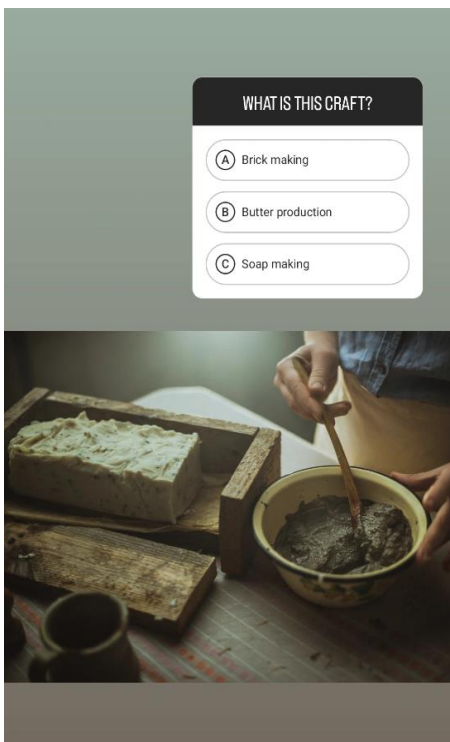
1. Di quale mestiere si tratta?

- a) Fabbricazione di mattoni
- b) Produzione di burro
- c) Produzione di sapone

2. Quale ingrediente essenziale pensi che serva per fare il sapone naturale? (Domanda aperta)

3. Quando è stata descritta in dettaglio per la prima volta la fabbricazione del sapone?

- a) 500 d.C
- b) 2500 a.C



- c) 1000 a.C
- d) 800 d.C

4. Quali profumazioni ti piacciono di più in un sapone?

- a) Agrumi
- b) Neutro
- c) Noccioline
- d) Scrivi la tua scelta...

5. Usi regolarmente saponi naturali?

- a) Cerco di acquistare solo quelli naturali, il più spesso possibile.
- b) Uso anche quelli semplici, prodotti in serie.

6. È vero che il sapone fatto a mano rende la pelle secca?

- a) Sì
- b) NO

Nella storia successiva, dai una spiegazione: non è vero; equilibrato e arricchito con oli preziosi, il sapone fatto a mano non secca mai la pelle, al contrario, sarà d'aiuto per la pelle secca e ruvida.

Un perfetto esempio di comunicazione per un produttore di sapone naturale:

https://www.instagram.com/muilo_virtuve/

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

A volte condividere dei post non genera abbastanza clic, commenti o reazioni. Gli utenti possono facilmente perdere i tuoi contenuti mentre scorrono i loro affollati feed sui social media. Un modo efficace per incentivare la partecipazione degli utenti è la creazione di quiz. In effetti, l'81% dei marketer concorda sul fatto che tali contenuti sono più efficaci nel catturare l'attenzione delle persone rispetto ai post statici.

Dove utilizzare questa attività?

Storie di Facebook e Instagram.

Ulteriori suggerimenti

I quiz proposti possono essere adattati a qualsiasi attività e produzione artigianale.

Istruzioni dettagliate:

- 1. Pensa a 5-10 domande interessanti ma non troppo difficili relative al tuo argomento.
- 2. Includi contenuti visuali.
- 3. Condividi le domande sulle storie di Instagram o di Facebook utilizzando domande interattive o adesivi per sondaggi.
- 4. Invita il tuo pubblico a rispondere alle domande.
- 5. Successivamente, puoi condividere tutte le risposte giuste come post.
- 6. I contenuti che consentono ai follower di imparare qualcosa di nuovo sono molto più coinvolgenti.

3.8. Attività "Abbina correttamente"

Informazioni sull'attività

Che cos'è un test di confronto-abbinamento? Le domande presentano due elenchi di elementi correlati: i partecipanti devono indicare le corrispondenze corrette decidendo quale elemento del primo elenco corrisponde a un determinato elemento del secondo.

Esempio

Per questo esempio di attività, consultare l'allegato I.

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

A tutti piace un po' di amichevole competizione. Le domande di confronto-abbinamento sono uno dei tipi di domande usate nei quiz che maggiormente coinvolgono studenti e partecipanti ad eventi. Si possono trattare moltissimi argomenti che possono essere presentati con immagini e audio relativi alle affermazioni o ai concetti che si vogliono presentare. Per rendere il quiz più difficile o interessante, si possono aggiungere ulteriori opzioni di abbinamento a un concetto o a un'affermazione.

Dove utilizzare questa attività?

Questa attività è perfetta per un piccolo museo o per gruppo di artigiani (ad esempio, il *Vilnius Pottery Workshop*). È il modo più adatto per presentare molte attività artigianali e gli strumenti utilizzati. Si può usare durante un workshop, tramite una presentazione di PowerPoint o tramite una speciale app per incorporare il quiz nei social media.

Ulteriori suggerimenti

L'attività può essere facilmente utilizzata nelle scuole per far conoscere ai bambini i mestieri tradizionali. Per loro sarà più interessante perché potranno partecipare e non solo ascoltare l'insegnante.

Istruzioni dettagliate:

1. Trova l'app che utilizzerai per il quiz con domande di confronto-abbinamento (ad esempio, questa app gratuita: <https://www.edapp.com/rapid-refresh/>).
2. Chiedi ai partecipanti di abbinare le foto numerate alle foto contrassegnate dalle lettere.
3. Alla fine, chiedi loro di dare un nome all'imbarcazione.
4. Utilizza i risultati per avviare una discussione e fornire ulteriori spiegazioni ai partecipanti.
5. Racconta loro di più sul mestiere e illustra in dettaglio la produzione, oppure presenta alcune attività di laboratorio che svolgi.



3.9. Attività “Realizzare fiori di confetti”

Informazioni sull'attività

L'attività consiste nella partecipazione, dal vivo o virtuale - attraverso la pubblicazione di un tutorial - a un laboratorio per imparare a realizzare vari tipi di fiori ornamentali e bouquet utilizzando come materia prima i famosissimi confetti di Sulmona.

Esempio

Museo dei Confetti di Sulmona:

<http://confettimariopelino.com/museo/>

Video tutorial per realizzare un fiore di confetti di Jenny Tronci:

https://www.youtube.com/watch?v=gHdwm-D_GJo&ab_channel=JennyTronci

Altro video tutorial per realizzare fiori di confetti:

https://www.youtube.com/watch?v=sPxZqa-Fb7M&ab_channel=EneaMazzola

Tour esperienziale per la realizzazione di fiori di confetti e dolci

tradizionali: <https://www.abruzzo-guidato.it/en/experiences-tours/sugared-almonds-and-other-confectionery.html>



In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Sicuramente le belle immagini servono a suscitare interesse verso un prodotto, ma "entrare" in un laboratorio per apprendere una parte della lavorazione attraverso le mani e la voce di un artigiano crea un legame diverso e un'atmosfera familiare e accattivante.

Con la pubblicazione dei tutorial per realizzare i bouquet di fiori e confetti, si farà conoscere questo bellissimo, dolce e profumato prodotto.

Dove utilizzare questa attività?

Questa attività può essere proposta sui social network e sui siti web per far conoscere questo prodotto locale a scopo di marketing e, allo stesso tempo, per invogliare le persone a visitare la città.

Ulteriori suggerimenti

Questa attività può essere svolta dal vivo con un gruppo di 10-15 persone.

Può essere utilizzata per qualsiasi altro prodotto dell'artigianato e della cultura locale allo scopo di farlo conoscere online.

Istruzioni dettagliate:

1. Contatta un'artigiana che realizza fiori di confetti e che sia disponibile a mostrare le varie fasi di lavorazione.
2. Gira un video tutorial in cui l'artigiana mostra il materiale necessario alla realizzazione di un fiore di confetti e dà le istruzioni su come realizzarlo.
3. Aggiungi nel video le foto di tutte le tipologie di fiori che si possono realizzare.
4. Pubblica il video sui social dopo averlo rielaborato con effetti e frasi coinvolgenti.
5. Invita a commentare il video e rispondi alle richieste.
6. Invita le persone che hanno guardato il video a visitare la città di Sulmona e il Museo del confetto.

3.10. Attività “Acrostico e artigianato”



Informazioni sull'attività

In questa attività, si sceglie un oggetto artigianale da presentare e si invita il pubblico a comporre un acrostico riferito a questo prodotto. Un acrostico è un gioco letterario in cui si scrive un testo in modo tale che sia possibile comporre, solitamente con le prime lettere dei versi, una parola o una frase. Puoi indicare solo la parola chiave da evidenziare nella composizione o, al contrario, dare più parole orizzontali per le quali i partecipanti devono trovare le rime.

Esempio

Un esempio è visibile nell'immagine a sinistra.

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Questa attività fa appello alla creatività delle persone. La creazione di poesie visive è spesso apprezzata da un pubblico adulto, e così anche la sfida di comporre e trovare le rime.

Puoi includere nel tuo acrostico parole o versi che danno alcune informazioni aggiuntive sull'oggetto in questione; ad esempio, puoi

comporre il tuo acrostico con il nome dei materiali utilizzati, con termini riferibili al processo di realizzazione dell'oggetto o all'area geografica in cui l'oggetto viene tradizionalmente realizzato, ecc.

Dove utilizzare questa attività?

Questa attività può essere proposta sia sui social network che dal vivo, nel contesto di una visita guidata a scopo di studio o di un incontro culturale. Se hai dei gruppi dove i membri già si conoscono, puoi invitarli a lavorare in piccoli gruppi o in coppia per creare insieme l'acrostico.

Ulteriori suggerimenti

È possibile pensare anche ad altri tipi di istruzioni: invece di fornire già la parola chiave verticale, si forniscono delle limitazioni, ad esempio che i partecipanti possano utilizzare solo parole che descrivono colori/forme/materiali, ecc.

Oppure creare e invitare altri a scrivere calligrammi, una sorta di poesie visive o parole disposte secondo una composizione che crei una figura visivamente interessante.

Istruzioni dettagliate:

Mostra un esempio di acrostico artistico e uno realizzato da te.

Spiega cos'è un acrostico e come si fa.

Scegli l'attività artigianale che vuoi presentare.

Stabilisci la parola chiave (la parola da leggere verticalmente) che dovrebbe contenere l'acrostico; questa parola dovrebbe essere correlata all'oggetto di cui al punto precedente. Per una versione avanzata, aggiungi più parole o versi alla parola chiave.

Chiedi alle persone di scrivere e inviare un acrostico utilizzando la parola chiave. Per la versione avanzata, chiedi alle persone di completare il tuo schema trovando parole o scrivendo versi che facciano rima con le tue.

È possibile diffondere i risultati con una pubblicazione a parte.

3.11. Attività "Composizione sbalorditiva"



Informazioni sull'attività

Disponi alcuni dei tuoi oggetti realizzati a mano o alcuni dei tuoi strumenti in una composizione singolare. Invita gli utenti in internet a darle un titolo o a ricreare una composizione simile con oggetti di uso quotidiano presenti nelle loro abitazioni.

Esempio

Un esempio è visibile nell'immagine a sinistra.

In che modo quest'attività

coinvolge le persone?

Si tratta di un'attività creativa e divertente in cui si può abbinare il linguaggio verbale a quello visivo o dare libera espressione all'immaginazione, riproducendo una composizione di oggetti incongrui. È anche un buon modo per invitare indirettamente le persone a osservare da vicino i tuoi oggetti realizzati a mano.

Dove utilizzare questa attività?

Questa attività può essere lanciata su Instagram o altri social network, ma può essere facilmente adattata a un workshop in presenza, in cui le persone possono ricreare la composizione partendo dagli oggetti che hanno in tasca oppure nella borsa.

Ulteriori suggerimenti

Per clienti più eruditi o per un gruppo di visitatori che si conoscono, si può chiedere di cercare dei titoli di romanzi (o dei titoli di film) da associare alla composizione.

Istruzioni dettagliate:

1. Crea una composizione sbalorditiva ma ordinata con i tuoi prodotti artigianali, le tue creazioni o i tuoi strumenti di lavoro.

2. Chiedi ai tuoi visitatori su Instagram (o equivalente) o dal vivo di dare un titolo a questa composizione, come se si trattasse di un'opera in una mostra museale.

3. Quindi, chiedi loro di ricreare questo tipo di composizione con oggetti di uso quotidiano presenti nelle loro case.

4. Invitali a inviarti il titolo e/o la foto della loro composizione.

5. Puoi condividere i (migliori) titoli e foto sulle pagine dei tuoi social network.

3.12. Attività “Costumi tradizionali per tutti”

:Padlet

Salla Merilä - 1m

Traditional costumes all around

Add: 1. A picture of the costume. 2. What is the country and region of the costume? 3. A short history of the costume's origins. 4. Itemization of the garments and accessories of the traditional costume (e.g. Finnish röyly / päällyspusero, English vest or bodice)

Choir costume of Kuortane



1. The picture of the costume seen above.
2. Kuortane, Finland
3. This is the choir costume and it has been designed in the 1920s. It was designed for the choir originally, but nowadays they are used as traditional costumes.
4. Silk ribbon, silver pin with ornaments, black velvet pocket, white shirt, black shoes, black velvet vest, dress (blue, red, black).

Informazioni sull'attività

Apprendimento del vocabolario della lingua di destinazione tramite presentazioni collaborative online di costumi tradizionali. Questa attività può essere svolta durante un corso per l'apprendimento di una lingua, collegato alla presentazione del patrimonio culturale.

Esempio

Un esempio è visibile nell'immagine a sinistra.

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Questa attività è progettata per incentivare la cultura della condivisione delle conoscenze e fare sì che i partecipanti si impegnino mettendo in comune con gli altri le proprie idee.

Questa attività può essere effettuata con qualsiasi gruppo di persone che voglia saperne di più sulla cultura e sui costumi tradizionali. Può anche essere

utilizzata per l'apprendimento delle lingue, per qualsiasi finalità didattica, dall'apprendimento del vocabolario allo sviluppo delle abilità orali.

Dove utilizzare questa attività?

Corsi di lingua; Facebook; incontri virtuali; qualsiasi incontro o lezione sul patrimonio culturale.

Ulteriori suggerimenti

Puoi utilizzare questa attività per divulgare informazioni sui costumi tradizionali e sul patrimonio culturale. Per questa attività puoi formare un gruppo con gli iscritti ai gruppi di Facebook (ad es. quelli che puntano sui costumi tradizionali).

Istruzioni dettagliate:

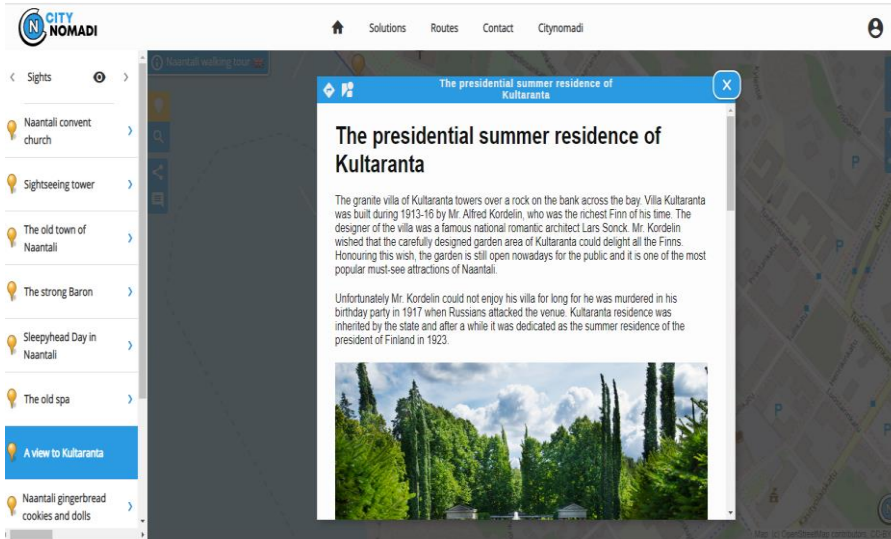
Prima della lezione:

- 1 Scegli una piattaforma online collaborativa (ad es. *padlet*).
- 2 Organizza un incontro/lezione con partecipanti provenienti da diversi paesi (almeno due paesi). Può trattarsi di una lezione dal vivo, a distanza o ibrida. Puoi invitare i partecipanti tramite i gruppi social o attraverso le tue reti educative.
- 3 Dai le istruzioni su come utilizzare lo strumento digitale per svolgere il compito.
- 4 Chiedi ai partecipanti di fare una foto di un costume tradizionale se ne hanno uno a casa.

Durante la lezione:

- 1 Informa i partecipanti che si svolgerà un'attività collaborativa con i costumi tradizionali.
- 2 Condividi le istruzioni su come utilizzare la piattaforma digitale sulla quale inserire testi, immagini e/o video.
- 3 Dividi i partecipanti in gruppi (2-4 persone). Tutti i componenti di un gruppo dovrebbero provenire dallo stesso paese o, se possibile, dalla stessa regione. Tutti i gruppi dovrebbero avere almeno una foto di un costume tradizionale.
- 4 Di' ai gruppi di scrivere sulla piattaforma sul tema del costume tradizionale. Per svolgere il compito, si hanno a disposizione 30-40 minuti. La presentazione sulla piattaforma dovrebbe includere le seguenti informazioni:
 - Una foto del costume.
 - L'indicazione del paese e della regione di provenienza.
 - Una breve storia delle origini del costume.
 - La descrizione delle componenti e degli accessori del costume tradizionale (ad es. röijy/päällyspusero – in finlandese; gilet/corpetto – in italiano).
- 5 Quando sono pronte le presentazioni sulla piattaforma, stabilisci i turni per la presentazione dei risultati di ciascun gruppo.

3.13. Attività “Orienteering sul patrimonio culturale”



Informazioni sull'attività

Gli studenti fanno a piedi un tour dei siti del patrimonio culturale locale, guidati da un'applicazione mobile (seppo.io, Thinglink, ActionTrack, CityNomadi) e devono rispondere a una domanda su ciascun sito prima di passare a quello successivo. Se questa attività viene svolta in lingua straniera, gli studenti esercitano al contempo le loro abilità orali.

Esempio

Esempi di domande:

- Quante bandiere finlandesi puoi trovare (fuori dall'edificio) a [Kultaranta](#)?
- Quante fontane puoi trovare a Kultaranta?

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

L'attività è progettata per educare al patrimonio culturale in una situazione reale e prevede l'aiuto tra pari. L'attività coinvolge l'apprendimento multisensoriale.

Può essere interessante per chiunque voglia migliorare le proprie conoscenze in ambito culturale e sul patrimonio storico-artistico. Questa attività può essere modificata per gli studenti di lingue e condotta per intero nella lingua di destinazione: si migliorano così le competenze orali poiché le domande possono prevedere esercizi di conversazione.

Dove utilizzare questa attività?

Corsi di lingua; Facebook; incontri virtuali; qualsiasi incontro o lezione sul patrimonio culturale.

Ulteriori suggerimenti

L'ultimo passaggio può essere eseguito insieme al gruppo dopo che tutti sono tornati, oppure durante la lezione o l'incontro successivo. Se l'attività viene condotta con studenti di lingue, la discussione dovrebbe essere svolta nella lingua di destinazione.

Istruzioni dettagliate:

Prima della lezione:

Scegli una piattaforma didattica o un'applicazione che possa essere utilizzata per l'orienteeing in città (ad es. seppo.io, Thinglink, ActionTrack, CityNomadi).

Crea un gioco sulla piattaforma prescelta con almeno otto siti del patrimonio culturale della città. Assicurati che i siti non siano troppo distanti l'uno dall'altro, in modo che gli studenti possano percorrere il percorso a piedi.

Per ogni sito, prepara una domanda a cui gli studenti possano trovare la risposta (ad es. in una chiesa — quante croci di legno trovi all'interno della chiesa?).

Compila delle istruzioni dettagliate su come utilizzare l'applicazione.

Durante la lezione:

Spiega agli studenti che conosceranno i siti del patrimonio culturale locale attraverso un'applicazione di orienteeing digitale.

Fornisci agli studenti istruzioni dettagliate su come utilizzare l'applicazione.

Spiega agli studenti che li dividerai in coppie o gruppi e che seguiranno insieme le istruzioni dell'applicazione. Per fare il tour, gli studenti avranno a disposizione 60-90 minuti.

Chiedi agli studenti di registrare le loro risposte o di scriverle utilizzando un'applicazione tipo "blocco note".

Invita i gruppi a ritornare dopo aver terminato il tour e discuti in gruppo con gli altri studenti su ciò che hanno appreso sui siti.

3.14. Attività "Scopri di più"



Informazioni sull'attività

Tutti dovrebbero saperne di più sulle tecniche artigianali, perché si tratta di tecniche tradizionali e i prodotti sono generalmente fatti a mano o realizzati con macchine non automatiche. Solitamente i segreti degli artigiani vengono tramandati di generazione in generazione (da padre a figlio o da maestro ad apprendista). Queste conoscenze possono essere trasformate in storie interessanti e diffuse attraverso i social network.

Esempio

Un esempio di comunicazione che mette in relazione la conoscenza della storia e il significato dei giardini di paglia, si trova sul seguente sito web e su social network: www.kumutis.lt, <https://www.facebook.com/Kumutis>.

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Questa attività coinvolgerà coloro che vogliono saperne di più sulle tecniche artigianali, sul loro sviluppo, sugli strumenti e sui materiali utilizzati, ecc., o che forse stanno anche pensando di sperimentarle personalmente. Sono attività che possono essere utili per gli studenti di lingue, poiché amplieranno le loro conoscenze, sia durante gli incontri

online che dal vivo. Se gli operatori di una mediатеca volessero organizzare una presentazione di attività artigianali coinvolgendo artigiani provenienti da aree remote, questa sarebbe un'occasione per far conoscere i loro prodotti a un pubblico più ampio.

Dove utilizzare questa attività?

Storie su Facebook e Instagram, post, incontri online e dal vivo.

Ulteriori suggerimenti

Il materiale che preparerai sarà utile sia per incontri online che dal vivo. Tutto quello che devi fare è scegliere il giusto format di presentazione, che puoi trovare nelle schede (Card) - Risorsa 1 di CORDIALIS.

Istruzioni dettagliate:



Fai qualche ricerca sulla storia della tua tecnica artigianale e prepara la relativa documentazione. Si può spaziare da come si lavorava in passato a come lo si fa adesso, da quali strumenti e materiali sono indispensabili per lavorare, a quali segreti bisogna conoscere per ottenere un prodotto tecnicamente perfetto, ecc.



Trova e seleziona delle fotografie dell'attività artigianale, dei suoi procedimenti e degli strumenti utilizzati.



Crea dei contenuti visivi da presentare sui social media o negli incontri dal vivo.



Racconta a tutti come realizzi i tuoi prodotti: presenta foto o video del processo di lavorazione. Questo sarà utile per presentarti e a far sì che le persone si interessino alla tua produzione.

3.15. Attività "A colori"



<https://www.facebook.com/vaidatub>

lituani). Sfogliando la galleria, si può vedere quanti siano i prodotti colorati realizzati dagli artigiani lituani. Alcuni esempi sono mostrati nelle foto.

Informazioni sull'attività

Tutti ricordano meglio gli eventi e le persone se sono vestite con colori vivaci oppure se i dettagli degli abiti o gli oggetti che hanno tra le mani sono colorati. Questo è il modo più semplice per attirare l'attenzione su di te! Allora perché non usarlo anche sui social network? Invitiamo gli utenti a mettersi in gioco provando a realizzare o a trovare un articolo/oggetto che rispecchi il colore del giorno.

Esempio

Per essere sicuro che l'attività sia facile da svolgere, visita il gruppo Facebook "[Lietuvos amatininkai](https://www.facebook.com/Lietuvos-amatininkai/)" (artigiani



<https://www.facebook.com/ramalinafelt>

In che modo quest'attività coinvolge le persone?

Sono molte le persone che amano i colori. Annunciare il colore del giorno può essere un incoraggiamento a mettere in mostra un prodotto che è stato realizzato o un oggetto che si trova in un determinato ambiente.

Dove utilizzare questa attività?

Storie di Facebook e Instagram, post, gruppi della community di Facebook, incontri online e dal vivo.

Ulteriori suggerimenti

Quest'attività può anche essere usata come "riscaldamento", sia online che negli

incontri dal vivo. In un incontro online, si può chiedere ai partecipanti di trovare rapidamente un oggetto di un certo colore, quindi di sollevarlo e mostrarlo. In un incontro dal vivo, si può chiedere a ciascun partecipante di trovare un oggetto di un certo colore che ha addosso e di mostrarlo.

Istruzioni dettagliate:

1. Inizia tu trovando prodotti o articoli di diversi colori che siano sufficienti per qualche giorno.

2. Fotografa i tuoi prodotti o articoli o trova foto scattate in passato.

3. Il primo giorno, pubblica:

- il tuo post su Facebook con il colore del giorno e chiedi alle persone di caricare le loro foto nei commenti;
- la tua storia su Instagram e chiedi alle persone di postare le loro foto con i loro oggetti, taggandoti;
- nelle community di Facebook, dove spesso sono presenti potenziali acquirenti, questa è per molti artigiani una grande opportunità di mettere in mostra i propri prodotti.

4. Nei giorni successivi, ripetere gli stessi passaggi cambiando colore.

4. TEST SUI SOCIAL MEDIA

I partner di progetto hanno voluto sapere come funzionassero realmente gli esempi di attività sopra descritte. Pertanto, cinque attività sono state testate negli account social dei partner finlandesi, italiani e lituani, nelle loro lingue locali.

L'Università di Turku (UTU) ha testato un'attività su Instagram. L'account su cui è stato effettuato il test è stato @uniturku (<https://www.instagram.com/uniturku/>) (18,2 mila follower). Tutte le domande e le affermazioni sono state fornite in finlandese.

L'Associazione Italiana *Web per tutti* ha testato l'attività 3.6 "Giochiamo con i puzzle" sulla propria pagina Facebook (www.facebook.com/webpertutti) (<http://tiny.cc/2nb6vz>), che conta più di 500 follower.

L'Associazione lituana per il turismo rurale ha testato tre attività sul proprio account Instagram "Artigianato locale" (https://www.instagram.com/amatu_kelias) (3.120 follower) e nel gruppo di artigiani lituani su Facebook (<https://www.facebook.com/groups/amatukelias>) (più di 7.000 membri). Inoltre, nell'account Facebook di CORDIALIS (<https://www.facebook.com/projectcordialis>), le stesse tre attività sono state condivise in lingua inglese. Tuttavia, poiché questo account non arriva a 100 follower, è stato difficile osservare il reale interesse nei confronti delle attività.

Tutte le osservazioni sui test sono descritte in dettaglio con esempi e diagrammi in un documento separato, disponibile in inglese sul sito Web CORDIALIS alla voce Risorse 2 (https://www.cordialiserasmus.eu/it/outcomes-pr2_it).

CONCLUSIONE

Molte persone sono attualmente alla ricerca di esperienze autentiche, divertenti ed educative, per conoscere le caratteristiche uniche di un'area, del suo patrimonio rurale e dei suoi beni culturali. In questo contesto, gli artigiani con i loro laboratori e le loro creazioni, possono trovare uno spazio senz'altro adatto.

Attraverso i tanti esempi che riguardano il patrimonio culturale locale e rurale, si vede come ogni paese partner sia unico per cultura, artigianato e cucina, e come ci siano molte persone del posto che amano questo patrimonio e costruiscono intorno ad esso la propria vita. Serve solo indicare loro la giusta direzione in modo che possano crescere come imprenditori e, attirando turisti e creando posti di lavoro, apportino un beneficio alla regione in cui vivono.

Le idee per una campagna virtuale, interattiva, basata sull'arte e gli esempi di esperienze reali possono servire da guida per la promozione del lavoro e della produzione artigianale nei paesi partner e in altri paesi. Queste idee possono aiutare i piccoli artigiani a capire che i canali virtuali e i social network sono parte integrante della riuscita del loro lavoro e della comunicazione con i clienti, e che possono anche sostenerne lo sviluppo economico attraverso la creazione di ulteriori canali di vendita. Tutte le quindici attività possono essere facilmente modificate in base ai casi specifici.

Cinque delle quindici attività sono state testate sui social media, dimostrando che proporre al pubblico facili compiti, inventare giochi o domande a risposta rapida può coinvolge facilmente e migliorare le metriche dei social media. Naturalmente, è essenziale fare attenzione alle informazioni utili. Ad esempio, è importante seguire il numero degli spettatori sulle storie e vedere in quali giorni si registrano più visualizzazioni, puntando a pubblicare le storie più importanti in quei momenti.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- <https://123dok.org/article/l-artigianato-artistico-e-tradizionale-in-italia.9yn893jy> [Visited 14.1.2022].
- Article: "Tutto il cuore del Sud", Corriere della sera, Buone Notizie, 18.10.22
- <https://blog.modyf.it/vita-da/lartigianato-artistico-connubio-fra-artigianato-arte/> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.cna.it/areastudi/lartigianato-in-italia/> [Visited 14.1.2022].
- <https://cnaveneto.it/artigianato-artistico-depositato-il-disegno-di-legge-in-senato/> [Visited 14.1.2022].
- <http://www.cna.it/cna/unioni/artistico-e-tradizionale#.XLCZZ-gzblU> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.confartigianato.it/come/categorie/artistico/> [Visited 14.1.2022].
- Data about Lithuanian craftsmen. <https://www.tautinispaveldas.lt/> [Visited 22.12.2022].
- Elävä arkisto (2022). Käsityön opetus suomalaisessa peruskoulussa. [Teaching crafts in the Finnish basic education]. The site offers examples of living heritage in Finland.
- https://wiki.aineetonkulttuuriperinto.fi/wiki/K%C3%A4sity%C3%B6n_opetus_suomalaisessa_peruskoulussa [Visited katsottu 19.9.2022].
- Finnish National Agency for Education (2022). <https://www.oph.fi/en>.
- <http://futuroconsapevole.it/2019/03/02/lartigianato-oggi-il-ruolo-dellartigianato-in-italia/> [Visited 14.1.2022].
- Gaffoglio S., Hellot E., "Préfiguration d'une cellule régionale dédiée à la structuration de la filière métiers d'art en Bretagne", document de synthèse des Chambres de Métiers et de l'Artisanat de Bretagne.
https://www.crma.bzh/sites/default/files/atoms/files/2019_01_30_synthese_prefig_cellule_metiers_dart_vf_ok_0.pdf
- Gladh, S. (1968). Kansakoulumme käsityönopetus vv. 1866-1888. *Koulu ja menneisyys. Suomen kasvatuksen ja koulutuksen historian vuosikirja*. Vol 19, 116-204. Available [Koulu ja menneisyys \(journal.fi\)](http://www.kouluja.menneisyys.fi).
- <https://www.inabruzzo.it/artigianato-artistico-in-abruzzo/> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.istat.it/it/impreses?dati> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.italianexcellence.it/artigianato-made-in-italy/> [Visited 14.1.2022].
- Jocys, V. (2016) Lietuvos etnografiniai regionai
- Kurrönen, S. (2021). Pandemian perintö. Ilmastokysymykset ja talous jakavat suomalaisten mielipiteitä. [Heritage of the pandemia. Climate issues and economy share opinions among Finns]. *EVA arvio* 33 (3.8.2021). [eva-arvio-033.pdf](http://www.eva-arvio.fi/033.pdf)
- LCTA, Lauku ceļotājs (2017). Paveldas agroturizme. Produkto kūrimas.
<https://online.anyflip.com/sfyf/cmaz/mobile/index.html#p=1>
- Lietuvos nacionalinis muziejus (2012). *Lietuvos tautinis paveldas: Tradiciniai amatai*. Vilnius: Petro ofsetas.
- Lith, P. (2019). Käsityöalan suhdanne- ja toimialaraportti 2019. [Report of handicraft industry 2019].
- <https://www.taito.fi/wp-content/uploads/sites/5/2019/08/K%C3%A4sity%C3%B6alan-suhdanne-ja-toimialaraportti-2019-2.pdf>. [Visited 19.9.2022].
- Manninen, R. (Ed.) (a.d.) Kässätkö? Käsityön muistiverkko. [Network for handicrafts]. Information site for handicraft enthusiasts. Available [Kässätkö? Koulukäsityön muistoverkko \(jkl.fi\)](http://www.kassatkoko.fi). [Visited 27.9.2022].
- <https://www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2022/04/Piano-di-promozione-2021-DEF.pdf> [Visited 14.1.2022].
- Mutta, M. Merijärvi, S., Lefebvre, A., Nyikos, J., Kabašinskaitė, K., Liorentiene, K., Lucantoni, G., Moncada, M. & Lucantoni, S. (2022). Diagnosis and solutions for distance communication. <https://www.cordialiserasmus.eu/>.

- Myssyfarmi. 2022. <https://myssyfarmi.fi/en> [Visited 29.9.2022].
- National heritage of Lithuania. <https://www.tautinispaveldas.lt/apie/tautinis-paveldas/> [Visited 21.9.2022].
- <https://www.osservatoriomestieridarte.it/artigianato-artisticoquale-futuro-dopo-il-covidappello-del-tavolo-nazionale-dellartigianato-artistico/> [Visited 14.1.2022].
- Postic F. et al. "Reconnaissance d'une culture régionale : la bretagne depuis la révolution." *Ethnologie française*, 2003/3, Vol. 33, pp 381-389.
- <https://spiritoartigiano.it/l-artigianato-tradizionale-patrimonio-culturale-immateriale-dellunesco/> [Visited 14.1.2022].
- Statistics on Interactive Content: Trends and Best Practices - <https://outgrow.co/blog/statistics-interactive-content>
- Studyinfo. The official and up-to-date website with all the information about study programmes leading to a degree in Finland. [Visited 28.9.2022].
- Suomalaisen työn liitto (2020). Tutkimus: suomalaisten halu suosia kotimaisia tuotteita kasvanut - asennemuutos näkyy K -ryhmän myyntidatassa. [Research: The Finns' wish to support Finnish production has increased - change in sales attitudes]. Newsletter by the Association for Finnish work (15.9.2020).
- <https://suomalaintyo.fi/2020/09/15/tutkimus-suomalaisten-halu-suosia-kotimaisia-tuotteita-kasvanut-asennemuutos-nakyy-k-ryhman-myyntidatassa/>. [Visited 19.9.2022].
- <https://ufficiostudi.confartigianato.it/pubblicazioni/elaborazione-flash-una-moltitudine-di-imprese-a-valoreartigiano-19-marzo-2022/> [Visited 14.1.2022].
- Taitoliitto (2020). The Finnish Crafts Organisation Taito was named a UNESCO intangible cultural heritage expert organisation. Current News (16.9.2020). <https://www.taito.fi/en/uncategorized/taito-as-unesco-intangible-cultural-heritage-expert/> [Visited 5.10.2022].
- Taitoliitto. (2021a). Korona-aika on koetellut käsityöyrittäjiä: kysely paljasti sekä epätoivoa että innostusta uuden löytämisestä. https://www.taito.fi/ajankohtaista/kasityoyrittajakysely_korona/. [Burden of coronavirus among craftsmen: despair and enthusiasm in finding new ideas]. Current news on the page (26.3.2021). [Visited 19.9.2022].
- Taitoliitto (2021b). Tutkimustulos kertoo käsityöharrastuksen suursuosioista: lähes puolet suomalaisista harrastaa käsitöitä, nikkarointia tai rakentelua säännöllisesti. [Great popularity in handcrafts: almost half the Finns do regularly textual or technical work]. Current news on the page (1.12.2021) https://www.taito.fi/ajankohtaista/kasityon_harrastaminen_suomessa_tutkimus2021/. [Visited 19.9.2022].
- UNWTO (2018). Tourism and cultural synergies (pg. 72). <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>.
- <https://www.viaggiando-italia.it/abruzzo-conosci-confetti-sulmona-famosi-mondo/> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.viaggiando-italia.it/abruzzo-lantico-museo-confetti-pelino-dal-1783-delizia-palati-mondo/> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.viverelabruzzo.it/artigianato-abruzzese/> [Visited 14.1.2022].
- Žuromskaitė (2016). Turizmas – Plėtra, iššūkiai, perspektyvos, pg. 24.

ALLEGATO I

Collega queste foto con le foto della seconda tabella



1)



2)



3)



4)



5)



6)



7)



8)

Collega queste foto con le foto della prima tabella



A)



B)



C)



D)



E)



F)



G)



H)

Risposte corrette:

- 1-C - Progettazione di gioielli
- 2-H - Spaccatura della pietra
- 3-F - Ceramica
- 4-G - Coperture
- 5-D - Cooperare
- 6- B - Tessitura
- 7-E - Lavorazione della pelle
- 8-A - Intaglio



**Cofinanziato
dall'Unione europea**

Il progetto è realizzato da:



<https://delartetdautre.com>



<https://www.atostogoskaime.lt>



<https://www.utu.fi>



<http://www.webpertutti.eu>