

Progetto “Valorizzazione del patrimonio culturale immateriale (ICH)
per lo sviluppo sostenibile locale nelle regioni CE (Europa Centrale)”

BROCHURE SUI RISULTATI DELLA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO CULTURALE IMMATERIALE INDIRIZZATA AI DECISORI POLITICI



SOMMARIO

01. Cosa si intende per Patrimonio Culturale Immateriale?	3
02. Cos'è la VALORIZZAZIONE del patrimonio culturale immateriale?	5
03. In che modo l'ICH è correlato all'economia?	7
04. Presentazione della strategia di ARTISTIC	8
05. Set di criteri per definire la dimensione più promettente dei progetti di valorizzazione ICH	10
06. Set di strumenti ARTISTIC	11
07. I Desk ICH e il loro ruolo nelle regioni	12
08. Business plans per iniziative ICH	13
09. Valorizzare il patrimonio culturale immateriale attraverso il crowdfunding.....	14
10. Il futuro degli ICH Desk e delle attività di progetto.....	17
11. Mappa dei Desk ICH	18
12. Regione del Veneto, Italia	22
13. Regione di Steirisches Vulkanland, Austria	26
14. Regione della Slovenia occidentale, Slovenia	30
15. Regione Transdanubio occidentale, Ungheria	34
16. Regione East Elbia nel distretto della Sassonia settentrionale, Germania	38
17. Regione Podkarpacie, Polonia	42
18. Regione Boemia meridionale, Repubblica Ceca	46
19. Regione Trencin, Slovacchia	50



TAKING
COOPERATION
FORWARD



Cosa si intende per Patrimonio Culturale Immateriale?

Secondo la Convenzione dell'UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale (ICH), il patrimonio culturale immateriale "indica le pratiche, le rappresentazioni, le espressioni, le conoscenze, le abilità - nonché gli strumenti, gli oggetti, i manufatti e gli spazi culturali ad essi associati - che comunità, gruppi e, in alcuni casi, individui riconoscono come parte del loro patrimonio culturale".

Il patrimonio culturale immateriale (ICH) viene solitamente trasmesso di generazione in generazione ed è costantemente ricreato da comunità e gruppi, in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia. L'ICH fornisce alle comunità e ai gruppi un senso di identità e di continuità, promuovendo così il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana (UNESCO 2003).

Essendo di vasta portata, la Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale considera esclusivamente l'ICH compatibile con gli strumenti internazionali esistenti sui diritti umani, che richiedono rispetto reciproco tra comunità, gruppi e individui, nonché con i principi dello sviluppo sostenibile.

Gli scopi della Convenzione sono:

- "(a) "salvaguardare il patrimonio culturale immateriale;
- (b) garantire il rispetto del patrimonio culturale immateriale delle comunità, dei gruppi e degli individui coinvolti;
- (c) sensibilizzare a livello locale, nazionale e internazionale sull'importanza del patrimonio culturale immateriale e assicurare il reciproco apprezzamento dei diversi patrimoni;
- (d) provvedere alla cooperazione e assistenza internazionale".

(UNESCO 2003)

Inoltre, ICH si manifesta nei seguenti ambiti:

- "(a) "tradizioni ed espressioni orali, compresa la lingua come veicolo del patrimonio culturale immateriale;
 - (b) arti dello spettacolo;
 - (c) pratiche sociali, rituali ed eventi festivi;
 - (d) conoscenza e pratiche riguardanti la natura e l'universo;
 - (e) artigianato tradizionale. "
- (UNESCO 2003)

Salvaguardando l'ICH, siamo in grado di mantenere vive le pratiche e le conoscenze tradizionali. Secondo l'UNESCO, "Per 'salvaguardia' si intendono le misure volte a garantire la vitalità del patrimonio culturale immateriale, compresa l'identificazione, la documentazione, la ricerca, la conservazione, la protezione, la promozione, il miglioramento, la trasmissione, in particolare attraverso l'educazione formale e non formale, così come la rivitalizzazione dei vari aspetti di tale patrimonio".¹



¹ Per ulteriori informazioni sulla Convenzione 'UNESCO per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale, consultare: <https://ich.unesco.org/en/convention> (Estratto il 4 febbraio 2019)

Cos'è la VALORIZZAZIONE del patrimonio culturale immateriale?

Riconoscere i valori immateriali e simbolici è un primo passo importante per valorizzare in modo sostenibile il patrimonio culturale immateriale (ICH). Valorizzare l'ICH significa riconoscere e dare valore alla conoscenza tradizionale, che può manifestarsi in diverse forme come: tradizioni orali, pratiche artistiche, rituali, pratiche sociali, eventi festivi, artigianato tradizionale e molti altri. Più ampio è il riconoscimento dell'ICH nella regione, meglio è per la gestione sostenibile dello stesso come risorsa.

In generale, la valorizzazione dell'ICH può essere ottenuta tramite diversi approcci:

ETICHETTATURA E CERTIFICAZIONE COME ICH

Un'etichetta ufficiale come ICH, tramite un'associazione nazionale o l'UNESCO, aumenta sicuramente la riconoscibilità e la consapevolezza. Ciò può avvenire perché l'ICH è nominato in un elenco ufficiale, ma anche perché è identificato come esempio da una commissione a livello locale/regionale. Una volta che la regione annovera ufficialmente una pratica o un mestiere come ICH, i cittadini presteranno maggiore attenzione ad essa e le persone coinvolte si sentiranno apprezzate e riconosciute. Questo può portare ad una maggiore conoscenza dell'ICH e ad un maggiore supporto per esso; ad esempio, una lettera di intenti aiuta a trovare sponsor regionali. Le etichette ufficiali possono essere utilizzate per la diffusione e la promozione e facilitano la visibilità dell'ICH oltre il contesto locale. Inoltre, l'etichetta è utile per costruire comunità di pratica e reti di conoscenza.

(RI)PRESENTAZIONE E RIVALUTAZIONE NEI MUSEI (E IN ALTRI CONTESTI PROFESSIONALI E PUBBLICI)

La promozione e la presentazione nei musei, nonché la ricerca e la raccolta di storie e oggetti, aumenteranno la conoscenza, la consapevolezza, la visibilità e la continuità dell'ICH nella comunità e oltre: il patrimonio culturale immateriale è infatti riconosciuto da un pubblico più ampio come qualcosa di degno di conservazione. Inoltre, i musei non si limitano a rendere visibile un patrimonio, ma lo inseriscono in contesti più ampi, mettendolo in contatto con altre realtà che fanno ricerca, per preservare, raccontare e riscrivere le storie legate all'ICH. Ciò rafforza la rilevanza del patrimonio culturale e sostiene la conoscenza per la sua salvaguardia.

COINVOLGIMENTO SOSTENIBILE DI DIVERSI STAKEHOLDER

È diventato palese attraverso la ricerca sulle migliori pratiche che le reti con attori e le parti interessate, di diversi settori, sono estremamente importanti per la valorizzazione e la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale. Nella maggior parte dei casi, esiste una rete di base di persone che sono coinvolte in modi diversi con l'ICH: "portatori dell'ICH", volontari e cittadini che sono generalmente interessati ad attività culturali o attivi nell'ICH specifico. Oltre a questi attori, altre parti interessate dovrebbero essere incoraggiate a partecipare più attivamente: attori e responsabili politici, ricercatori, operatori finanziari e imprese. In questo modo sarebbe possibile aprire prospettive diverse, creare interesse e nuove relazioni tra persone con funzioni e ruoli sociali differenti, e, cosa più importante per l'ICH, le sue pratiche e la sua storia potrebbero essere rafforzate. E' importante stabilire connessioni e reti intorno all'ICH.

All'interno dell'intero processo di valorizzazione dell'ICH, è necessario non solo coinvolgere i portatori di ICH, la comunità o il gruppo in tutte le fasi del progetto, ma anche accompagnare e supportare il processo stesso in tutti i modi possibili. L'inclusione e la cooperazione diretta con i portatori di ICH sono una "conditio sine qua non" per lo sviluppo locale sostenibile. Inoltre non dobbiamo dimenticare: maggiore è la distanza dagli attori dell'ICH, maggiore è il rischio di banalizzazione e di generare impatti negativi legati alla commercializzazione.

I diversi partner coinvolti nei progetti di valorizzazione dell'ICH devono rispettare i diritti di proprietà intellettuale (IPR), i principi etici per la salvaguardia dell'ICH e riconoscere le esigenze e la realtà dei portatori di ICH, per costruire una partnership paritaria e un futuro prospero ed equo per le comunità, i luoghi e le regioni.

In che modo l'ICH è correlato all'economia?

Il patrimonio culturale immateriale fa parte della nostra vita quotidiana. La società nel suo insieme deve riconoscere che l'ICH costituisce una forza trainante per lo sviluppo economico, che comprende una pluralità di attività produttive, con valore sia monetario che non monetario.

I portatori di ICH hanno molto da offrire al resto della società. Attraverso le loro conoscenze, abilità e pratiche tradizionali, questi gruppi arricchiscono la vita degli altri e contribuiscono alla qualità della vita in diversi modi. I portatori di ICH dovrebbero essere motivati e autorizzati a introdurre e trasferire le loro conoscenze ancestrali, come ad esempio la conoscenza delle medicine naturali, che, attraverso tecniche sostenibili, trasformano le piante autoctone in rimedi che possono essere utilizzati e offerti a tutti. Questi gruppi o individui sono portatori di preziose conoscenze che diventano una risorsa disponibile a livello locale. La valorizzazione e la visibilità dei portatori, dei gruppi e delle comunità di ICH portano anche alla valorizzazione dei prodotti locali e dei loro produttori, contribuendo all'uso sostenibile delle risorse, alla crescita del mercato locale e alla cooperazione tra tutti i settori della società. Come afferma l'UNESCO (n.d.), le quattro dimensioni dello sviluppo sostenibile - società, ambiente, cultura ed economia - sono intrecciate, non separate.

Valorizzando l'ICH, contribuiamo a processi sociali come lo scambio transculturale e il rispetto umano reciproco attraverso i confini culturali, sociali, politici e persino geografici. Salvaguardando l'ICH, aiutiamo a combattere la discriminazione razziale e promuoviamo il peacebuilding, nella convinzione che la pace e la sicurezza siano prerequisiti centrali per lo sviluppo sostenibile. Evitando il pericolo che l'ICH cada nell'oblio, come società possiamo garantire la sopravvivenza di contenuti e aspetti importanti per le nostre culture, aumentando al contempo la consapevolezza dell'importanza della diversità e del rispetto reciproco.

Conoscenze, abilità e pratiche locali, mantenute, migliorate e sviluppate di generazione in generazione, possono fornire un lavoro dignitoso per una vasta gamma di persone (ad esempio artigiani e le loro famiglie, fornitori di materiali e di servizi legati al trasporto e vendita dei prodotti artigianali), compresi i membri poveri e vulnerabili della nostra società - UNESCO (n.d.).

L'UNESCO (n.d.: 9) sottolinea che il Patrimonio Culturale Immateriale "costituisce una forza trainante per lo sviluppo economico, che comprende una diversità di attività produttive, con valore sia monetario che non monetario, e contribuisce in particolare al rafforzamento delle economie locali". Secondo l'UNESCO (Ibid.), in quanto patrimonio vivente, l'ICH può anche costituire "un'importante fonte di innovazione di fronte al cambiamento e aiutare a realizzare uno sviluppo economico inclusivo a livello locale e internazionale".²

² Per informazioni più dettagliate sull'ICH e sullo sviluppo sostenibile, vedere la pubblicazione dell'UNESCO intitolata "Patrimonio culturale immateriale e sviluppo sostenibile" (n.d.), disponibile all'indirizzo: <https://ich.unesco.org/doc/src/34299-EN.pdf>

Presentazione della strategia di ARTISTIC

Nel primo anno del progetto ARTISTIC, i partner hanno sviluppato insieme una strategia per valorizzare il patrimonio culturale immateriale. I punti di partenza di una strategia incentrata su concetti di finanziamento e marketing sostenibili sono: comprendere la specificità dell'ICH nel contesto regionale o locale e la necessità di tenere in considerazione i portatori di ICH.

La strategia pone uno sguardo attento non solo ai modelli di finanziamento, ma anche alla varietà di tradizioni culturali come:

- tradizioni ed espressioni orali,
- arti dello spettacolo,
- pratiche sociali,
- rituali,
- eventi e feste,
- conoscenze,
- pratiche riguardanti la natura e l'universo,
- artigianato tradizionale.

Ogni ICH è unico per quanto riguarda il know-how, la maestria e la competenza, che nell'insieme costituiscono il nucleo da mantenere.

Nello sviluppo della strategia, il partenariato ha compreso che i modelli finanziari devono partire con un'analisi delle questioni di sostenibilità, piuttosto che con l'implementazione di strumenti. Un altro risultato importante è stato parlare di risorse per l'ICH, piuttosto che di finanziamenti: ci sono molti apporti non monetari nell'ICH costituiti dal volontariato, dalla fornitura di spazi e altre risorse materiali.



Considerare le potenzialità della rete con la pubblica amministrazione e con organizzazioni private si è rivelato importante per lo sviluppo sostenibile locale nelle regioni dell'Europa Centrale, almeno quanto il finanziamento monetario.

Non esiste una ricetta segreta o un modello standard che possa essere facilmente adattato per reperire risorse e finanziare l'ICH in ogni regione e per ogni tipo di ICH. Le condizioni sono particolari e molteplici, perché ICH non è una merce come le altre.

IL PATRIMONIO CULTURALE IMMATERIALE È QUINDI:

- altamente interconnesso con persone e gruppi,
- incorporato in contesti sociali che hanno una storia specifica,
- integrato con l'ambiente dove è nato e si è sviluppato.

Pertanto, l'ICH richiede soluzioni di finanziamento specifiche e tagliate su misura.

La strategia, con i suoi diversi strumenti nella cassetta degli attrezzi, dovrà essere continuamente sviluppata e aggiornata ogni qualvolta si verificano cambiamenti.



Set di criteri per definire la dimensione più promettente dei progetti di valorizzazione ICH

L'Università di Amburgo, in collaborazione con i partner del progetto ARTISTIC, ha elaborato un insieme di criteri che definiscono la dimensione più promettente dei progetti di valorizzazione dell'ICH. Per garantire che si tenesse conto delle specificità regionali, le otto regioni dell'Europa centrale coinvolte nel progetto sono state coinvolte attraverso eventi locali con le istituzioni pubbliche e le entità più significative che nella pratica quotidiana si occupano di sostegno del patrimonio culturale immateriale.

SULLA BASE DELLA STRATEGIA DI ARTISTIC E DEI RISULTATI DELLE AZIONI PILOTA IMPLEMENTATE, IL SET DI CRITERI INCLUDE I SEGUENTI ASPETTI:

- portare il patrimonio culturale alla luce, rendendolo noto e visibile;
- prestare attenzione alle particolarità e specificità dell'ICH;
- includere i portatori, i gruppi e i creatori di ICH in tutte le fasi del progetto;
- rispettare i bisogni, i desideri e i diritti di proprietà intellettuale dei portatori di ICH, della comunità o del gruppo coinvolti nel progetto ICH;
- rispettare i principi etici per la salvaguardia dell'ICH;
- fornire supporto e visibilità adeguati per l'ICH e i suoi portatori;
- offrire formazione professionale per gli attori ICH;
- supportare il networking;
- valorizzare la ricchezza del patrimonio;
- riconoscere il potenziale e creare spazi per l'ICH;
- rafforzare l'identificazione dei gruppi, comunità o individui portatori di ICH.

OLTRE A CIÒ, È IMPORTANTE CONTINUARE A SUPPORTARE GLI ATTORI LOCALI IN QUESTO MODO:

- lavorare in modo sostenibile con portatori di ICH, comunità e gruppi;
- migliorare e promuovere il networking tra tutti gli attori coinvolti;
- monitorare il sostegno locale, regionale, nazionale o transnazionale;
- promuovere lo scambio di conoscenze ed esperienze;
- offrire modelli adeguati per valorizzare, amministrare e finanziare le iniziative ICH;
- prestare attenzione alla conformità con le normative locali, regionali e nazionali;
- promuovere il tema della valorizzazione dell'ICH coinvolgendo attori pubblici e governi locali per proporre e approvare regolamenti locali, regionali o nazionali;
- collegare l'ICH al mercato e alle politiche pubbliche.

Set di strumenti ARTISTIC

IL SET DI STRUMENTI ARTISTIC, COMBINATO CON SERVIZI E UN'ASSISTENZA SU MISURA PER LE ESIGENZE DEGLI ATTORI ICH LOCALI, È STATO PROGETTATO CON L'INTENTO DI:

- rafforzare la cooperazione tra operatori culturali, cittadini e operatori finanziari;
- comprendere il ruolo del processo di valorizzazione del patrimonio culturale immateriale (ICH) come motore per preservare l'ICH stesso attraverso un'attività economica basata sulla tradizione viva;
- consentire un aumento delle conoscenze e delle competenze degli attori ICH;
- integrare i materiali e gli strumenti utilizzati dalle istituzioni e dagli enti locali che lavorano per la conservazione, la promozione e lo sviluppo dell'ICH;
- sostenere la sostenibilità dei progetti ICH.

IL SET DI STRUMENTI COPRE QUATTRO AREE TEMATICHE:

- **strumento per l'identificazione di ICH locali**, per fornire tutte le linee guida necessarie per identificare nuove iniziative ICH;
- **strumento per la protezione giuridica di ICH**, per assistere nei diritti di proprietà intellettuale, aumentare la consapevolezza e la conoscenza nel settore dei diritti d'autore, dei marchi, del design, delle questioni relative alle indicazioni geografiche, della riservatezza sui segreti commerciali e dell'importanza della protezione dei dati;
- **strumento per migliorare le capacità comunicative** degli attori ICH in merito a storytelling, networking, media relations, organizzazione di eventi, preparazione di materiali promozionali, mailing, utilizzo dei social media e gestione del sito web;
- **strumento per promuovere metodi di finanziamento**, per aumentare la conoscenza degli attori privati e pubblici e incoraggiare l'investimento in progetti ICH - lo strumento è rivolto sia agli investitori privati che vogliono supportare finanziariamente i progetti ICH sia agli attori ICH che vogliono attrarre investitori privati per finanziarsi.

PERCHÉ SCEGLIERE IL SET DI STRUMENTI ARTISTIC?

- Supporta le attività degli operatori culturali;
- Consente l'uso indipendente di alcuni dei suoi elementi da parte dei singoli attori ICH;
- È stato testato in 8 regioni dell'Europa centrale durante le azioni pilota ARTISTIC.

I Desk ICH e il loro ruolo nelle regioni

Per supportare la valorizzazione dei progetti del Patrimonio Culturale Immateriale (ICH), il progetto ARTISTIC ha istituito 9 Desk locali ICH, coordinati da mediatori selezionati, esperti e formati, che in collaborazione con i gruppi di lavoro locali di cittadini, associazioni, stakeholder, imprenditori e operatori culturali che utilizzano strategie e strumenti ARTISTIC, assistono gli attori ICH offrendo loro informazioni, consigli e attività di formazione per:

- identificare i progetti ICH locali
- generare e implementare nuove iniziative ICH
- proteggere i diritti di proprietà intellettuale
- migliorare le capacità di comunicazione
- sviluppare documenti per il supporto finanziario alle iniziative ICH
- ottenere finanziamenti per iniziative ICH
- rafforzare la cooperazione con gli investitori privati.

L'efficacia delle attività degli ICH Desk si basa sulla personalizzazione dell'assistenza fornita e sul coinvolgimento dei diversi attori locali.

Il grande vantaggio dei Desk ICH locali è che si attivano per coinvolgere specialisti di vari settori che uniscono le loro forze per aiutare i creatori culturali nella realizzazione dei loro progetti. Pertanto, il fondamento del funzionamento dei Desk ICH è il coinvolgimento degli attori locali, lo sviluppo e il rafforzamento delle reti locali, la creazione e il supporto di gruppi di lavoro locali di esperti e la costruzione di comunità attorno alle iniziative ICH - per ispirare, supportare e aiutare i creatori di cultura.



Business plans per iniziative ICH

Azione pilota congiunta n. 1



La 1a Azione Pilota di ARTISTIC mirava ad aiutare gli attori locali a preparare piani aziendali (business plan) per la valorizzazione di progetti ICH locali in 8 regioni dell'Europa centrale. I contenuti dei business plan riflettono la diversità del patrimonio culturale delle regioni coinvolte nel progetto ARTISTIC.

Il processo di creazione dei business plan per le iniziative ICH è stato suddiviso in più fasi:

- Lancio di una call aperta per idee di business orientate alla valorizzazione dell'ICH a livello locale
- Verifica della conformità agli Aiuti di Stato
- Fornitura di servizi di assistenza ad attori ICH selezionati
- Predisposizione di business plan
- Selezione dei business plan da testare nell'ambito dell'azione pilota transnazionale.

Una giuria locale, in ciascuna regione di progetto, ha scelto tra le idee che si sono candidate i progetti relativi al patrimonio culturale immateriale con maggiore potenziale di sviluppo. Gli ICH Desk, in collaborazione con il gruppo di lavoro locale e i partner del progetto ARTISTIC, hanno offerto agli ideatori dei progetti scelti incontri di coaching e consulenza individuali, formazione e workshop di gruppo e sessioni di pitch per supportare lo sviluppo dei business plan.

Come risultato dell'azione pilota in 8 regioni dell'Europa centrale:

- sono state valutate **132 idee per progetti ICH;**
- sono stati preparati **95 business plan** per i progetti ICH;
- **44 idee ICH** sono state identificate dai comitati di valutazione come promettenti per la sperimentazione del **crowdfunding;**
- sono stati testati l'efficacia e l'utilità dei servizi, strumenti e manuali sviluppati nell'ambito del progetto ARTISTIC, con risultati positivi.

Valorizzare il patrimonio culturale immateriale attraverso il crowdfunding

Azione pilota transnazionale congiunta n. 2

Sulla base di 95 business plan, un Advisory Board, composto da rappresentanti del progetto ARTISTIC ed esperti esterni di crowdfunding, ha identificato i 44 progetti più promettenti e ha suggerito alcuni miglioramenti.

L'elenco completo dei 44 progetti è riassunto in un documento che raccoglie un'interessante panoramica delle iniziative ICH maggiormente adatte al crowdfunding. I progetti raccolti coprivano un'ampia gamma di esempi di ICH, come l'artigianato tradizionale, la danza e il teatro popolare, la tradizione dei prodotti locali e degli eventi, ecc.

L'azione pilota

Gli ultimi 6 mesi del progetto sono stati dedicati a preparare i progetti selezionati alle campagne di crowdfunding. Dei 44 progetti, **25 campagne sono state online su piattaforme di crowdfunding e hanno raccolto un totale di oltre 1.250.000 EUR.**

Principali lezioni apprese

Sebbene il COVID 19 abbia avuto un grande impatto sulle campagne di crowdfunding, anche altri fattori hanno contribuito al mancato raggiungimento degli obiettivi per alcuni progetti. Gestire efficacemente una campagna di crowdfunding è una sfida. I fattori che influenzano il successo vanno dalla scelta della piattaforma di crowdfunding più idonea, all'adeguata presentazione del progetto, dalle attività di marketing, all'impostazione del giusto importo di finanziamento, ecc. Tuttavia, guardando al quadro generale, emerge una storia di grande successo, in quanto il progetto ARTISTIC ha permesso agli attori ICH di conoscere e sperimentare il crowdfunding come strumento di finanziamento e ha accompagnato 25 progetti alle campagne di crowdfunding in 8 paesi dell'Europa centro-orientale.

ALCUNI ESEMPI DELLA NOSTRA AZIONE PILOTA

UNA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING IN ITALIA

Importo raccolto: 6.230 EUR

Sostenitori: 114 persone

Piattaforma di crowdfunding: <https://www.produzionidalbasso.com/>

MODELLO DI CROWDFUNDING: RICOMPENSA / DONAZIONE

Con Diversamente in Danza è possibile diventare co-produttori dello spettacolo “Punte di Gesso. Fiocchi di Neve”, ispirato al racconto della scrittrice veronese Silvia de Meis, un racconto di come la danza permetta alle persone di superare le barriere, di come la diversità rappresenti sempre una risorsa creativa, e di come la sesta arte possa dar vita anche ad amicizie che vanno oltre qualsiasi pregiudizio. Diversamente in Danza è un'associazione che opera nel territorio veronese.



23

UNA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING IN AUSTRIA

Importo raccolto: 40.200 EUR

(ancora in corso - luglio 2020)

Investitori: 142

Piattaforma di crowdfunding: 1000x1000.at

MODELLO DI CROWDFUNDING: RICOMPENSA / PREVENDITA

"Dove c'è grano c'è farina. Dove c'è farina c'è pane. Dove c'è pane c'è vita!" Le tre sorelle Berghofer mantengono questo motto nel loro mulino tradizionale. Insieme, Diana, Liane e Isabella forniscono l'approvvigionamento regionale di farina e l'oro nero di Vulkanland: l'olio di semi di zucca della Stiria. Inoltre nella bottega del mulino offrono molte altre prelibatezze regionali. Quest'anno il mulino festeggia 175 anni di proprietà della famiglia Berghofer che intende investire in un miscelatore mobile per farine, una riempitrice con sistema di pesatura automatico e un mulino a pietra.



24

UNA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING IN SLOVACCHIA

Importo raccolto: 9.110 EUR

Sostenitori: 115 persone

Piattaforma di crowdfunding: <https://www.startlab.sk/>

MODELLO DI CROWDFUNDING: RICOMPENSA / DONAZIONE

Restauro del frutteto nel mulino Schaubmar della Galleria Nazionale Slovacca a Pezinok e sua trasformazione in un luogo di relax, con la cura degli alberi esistenti e la piantumazione di nuovi alberi e più di 100 cespugli. Successivamente al frutteto verrà aggiunto un vigneto, con aiuole di fiori e piante perenni.



PROJEKTY PRE AUTORY KONTAKT € Pridať projekt PRILÁŠŤ SA

Niže vyber

Posaď sa(d) u nás!

Chceme obnoviť ovocný sad v Schaubmarovom mlyne SNG v Pezinku a premeniť ho na miesto, kde môžete tráviť svoj voľný čas a oddychovať. V rámci obnovy chceme ošetriť existujúce stromy a vysadiť 33 nových stromov a viac ako 100 kríkov.

184% Kampaň bola úspešná
Podporané € 110 €

9 110 €
Potrebná suma 5 000 €

Flexibilné financovanie
Lokálny rozvoj

WIECEJ FILMŮV

0:24 / 0:50

25

COSA PUÒ FARE LA POLITICA?

Sebbene il crowdfunding sia diventato sempre più popolare negli ultimi anni, il progetto ARTISTIC ha dimostrato che, soprattutto nel settore ICH e nell'Europa centrale, il crowdfunding è ancora agli inizi. Le paure associate al crowdfunding continuano a prevalere e ne ostacolano la diffusione. Anche la mancanza di “ecosistemi sviluppati intorno al crowdfunding” in Europa centrale si riflette bene nelle campagne. L'Austria è riuscita a raccogliere la somma maggiore attraverso il crowdfunding, l'Italia è riuscita a portare online un totale di 10 campagne su 25; tuttavia i risultati raggiunti in ecosistemi di crowdfunding meno sviluppati, come Slovacchia, Repubblica Ceca e Ungheria, sono eccezionali.

Il crowdfunding deve essere riconosciuto e promosso come un'alternativa utile e uno strumento finanziario aggiuntivo. Soprattutto le campagne di ricompensa o di prevendita possono supportare i piccoli attori ICH nell'ottenere supporto per la loro produzione o organizzazione di eventi. La sostenibilità è sempre stata una delle principali preoccupazioni per quanto riguarda l'ICH: il crowdfunding, costruendo comunità di interesse, sostiene in modo molto sostenibile soprattutto iniziative piccole e di nicchia.

Le forme di crowdfunding basate sugli investimenti sono state sperimentate solo in Austria, ma dimostrano un grande potenziale.

I protagonisti, che hanno condotto le campagne, sono molto grati per l'esperienza e raccomandano che anche altre PMI traggano vantaggio dai diversi effetti del crowdfunding, in particolare in ambito marketing e per la creazione di reti di potenziali clienti.

CONCLUSIONE E PROSPETTIVE

Il progetto ARTISTIC ha dimostrato in modo molto positivo che il crowdfunding è un'opzione concreta per le iniziative del patrimonio culturale immateriale che dipendono da finanziamenti pubblici insufficienti. Gli osservatori più critici potrebbero sottolineare che non tutte le 44 iniziative sono state trasformate in azioni pilota o che non tutte le campagne di crowdfunding hanno avuto successo. Tuttavia, alla fine è l'impatto che conta! Il progetto ARTISTIC ha riunito operatori culturali con persone che sono portatrici di idee e progetti culturali, fornendo loro strumenti, coaching e supporto per superare la scarsità di risorse finanziarie e lacune in termini di competenze. Quando si esaminano le campagne che sono state realizzate, che abbiano avuto successo o meno, e si sommano le persone che hanno sostenuto le campagne con importi piccoli o grandi, l'impatto diventa più evidente. Quando poi riconosciamo ulteriormente che tutte queste iniziative forniscono esempi e indicazioni per futuri progetti, possiamo dire che il progetto ARTISTIC ha contribuito molto alla valorizzazione del patrimonio culturale immateriale.

Il progetto ARTISTIC può essere visto anche come una grande campagna di crowdfunding civico, in cui 2,35 Mil. EUR di finanziamento pubblico hanno un effetto leva di 1,26 Mil. EUR di investimenti privati in 8 paesi dell'Europa centrale!

CAMPAGNE DI CROWDFUNDING TOTALI: 25
IMPORTO TOTALE RACCOLTO: 1.268.262,88 EUR
NUMERO TOTALE DI SOSTENITORI: 2235
ALCUNE CAMPAGNE SONO ANCORA IN ESECUZIONE
(LUGLIO 2020)

Il futuro degli ICH Desk e delle attività di progetto

Gli ICH Desk locali sono progettati per offrire supporto continuo agli attori locali al fine di garantire la sostenibilità dei progetti ICH. Grazie alla loro attività, è stata confermata l'utilità degli strumenti, delle strategie e dei manuali sviluppati nell'ambito del progetto ARTISTIC ed è stato possibile testare concretamente l'idea di offrire un supporto multidirezionale e specialistico ai portatori di progetti ICH e a istituzioni che si occupano di patrimonio culturale immateriale.

Per garantire la continuazione delle attività avviate in 8 regioni dell'Europa centrale e per ispirare altre regioni e Paesi attraverso le buone pratiche del progetto ARTISTIC, in ciascuna regione:

- è stato sviluppato un Piano d'Azione Locale per assicurare la durabilità del funzionamento del Gruppo di lavoro locale;
- sono stati preparati Business Plan per tutti i Desk ICH, che definiscono il loro lavoro futuro nelle prospettive a breve (un anno), medio (tre anni) e lungo termine (5 anni);
- è stato firmato un Memorandum d'intesa tra i partner del progetto ARTISTIC, i membri dei Desk ICH locali e il gruppo di lavoro locale per la valorizzazione dell'ICH, per costruire relazioni stabili e durature tra gli attori locali e continuare a sostenere e promuovere le iniziative ICH a lungo termine.

I business plan locali sono stati la base per l'implementazione della rete di sportelli ICH e per guidare la futura applicazione della strategia e del manifesto di ARTISTIC da parte di altre regioni. Gli strumenti e i servizi sviluppati nell'ambito di ARTISTIC non sono utili solo per le regioni dei partner del progetto, ma la loro universalità e adattabilità consentiranno anche l'implementazione di queste soluzioni in altri territori.

Tutti i risultati del progetto ARTISTIC possono essere visualizzati e scaricati tramite il sito web del progetto <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/ARTISTIC.html> e la piattaforma ENTRIBU <https://www.entribu.eu/en>

REPUBBLICA CECA

Lo sportello ICH è stato istituito all'interno della Camera di commercio della Boemia meridionale, Husova 9, České Budějovice.

The opening time is every day 7:30 - 15:30.

Tel.: +420 601 058 587
rychnavska@jhk.cz

AUSTRIA

Associazione per il progresso della Steirisches Vulkanland
Gniebing 148, 8330 Feldbach
info@vulkanland.at
www.vulkanland.at

SLOVENIA

Comune di Bovec
Trg golobarskih žrtev 8
5230 Bovec
Tel.: +386 5 38 41 900
artistic@bovec.si
www.obcina.bovec.si

UNGHERIA

West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd.
Office #1: 9700 Szombathely, Horváth Boldizsár krt. 9.
Office #2: 9021 Győr, Arany János u. 28-32.
Tel.: 06/94/500-495
Fax: 06/94/500-496
info@westpannon.hu
www.westpannon.hu
www.facebook.com/westpannonteam

GERMANIA

Le attività del progetto sono garantite in modo sostenibile in collaborazione con l'Associazione per la conservazione e la promozione delle zone rurali dell'Elbia orientale nel distretto della Sassonia settentrionale e. V.:
Bahnhofstraße 3c
D- 04886 Beilrode
Fon/Fax: +49 3421 718290
info@ostelbien.de
www.ostelbien.de

ITALY

1) t2i - trasferimento tecnologico e innovazione
Corso Porta Nuova, 96 I-37122 Verona
Tel.: +39 0458766406
info.verona@t2i.it
www.t2i.it

2) Regione Veneto Divisione Industria, Artigianato, Commercio e Servizi
Fondamenta S. Lucia, Cannaregio 23, I-30121 Venezia
Tel.: +39 041 279 5899
Tel.: +39 041 279 5842
giulio.cavinato@regione.veneto.it
elisa.bertonini@regione.veneto.it
www.regione.veneto.it/web/attivita-produttive/artistic

POLONIA

1) Agenzia di Sviluppo Regionale
di Rzeszow in collaborazione con
la Fondazione Rzeszowska
Szopena 51, 35-959 Rzeszów
Tel. +48 17 867 62 29
artistic@rarr.rzeszow.pl
www.rarr.rzeszow.pl

2) Associazione per l'Area
Funzionale Municipale Przeworsk
- Jarosław
ul. Cerkiewna 3, 37-500 Jarosław
Tel.: +48 794 919 888
mof@um.jaroslaw.pl

SLOVACCHIA

Camera di Commercio e Industria
Slovacca
Trenčín Regional Chamber
Lubica Žovincová
Jimennikého 2
91101 Trenčín
Slovakia
sopkrktn@sopk.sk
www.tn.sopk.sk

Regional Tourist Organisation -
Trenčín Region
Eva Frývaldská
K dolnej stanici 7282/20A
911 01 Trenčín
Slovakia
eva.fryvaldska@trencinregion.sk
www.trencinregion.sk



STORIA DI ARTISTIC IN 8





REGIONI DELL'EUROPA CENTRALE



REGIONE DEL VENETO

ITALIA

PARTNER IN RAPPRESENTANZA DELLA REGIONE:

- t2i trasferimento tecnologico e innovazione (Lead Partner)
- Regione del Veneto, Direzione Industria Artigianato Commercio e Servizi

La Regione Veneto ha beneficiato della collaborazione tra due importanti e riconosciuti partner. Questa partnership è stata molto efficace e concreta, ha visto una fattiva collaborazione durante la sperimentazione delle due azioni pilota e anche nell'implementazione congiunta del desk ICH. Questa cooperazione regionale è stata in grado di raggiungere e coinvolgere operatori e istituzioni culturali locali di tutta la regione, dato che #cooperationiscentral. Il lavoro comune ha consentito di testare un modello di sviluppo di iniziative ICH, coinvolgendo giovani startupper e valorizzando identità, valori e patrimonio locali





LEZIONI APPRESE

Le due azioni pilota ARTISTIC intraprese in Regione Veneto hanno raggiunto alcune pietre miliari da tenere in considerazione:

- È stato sperimentato un modello completo, che va dal Bando di partecipazione alle campagne di Crowdfunding, passando per sessioni di formazione e coaching. questo può essere ripetuto nelle azioni future.
- La consapevolezza che vale la pena sviluppare progetti culturali perché possono avere un valore sociale, economico e finanziario per i territori.
- Sperimentare il crowdfunding come strumento per sviluppare la finanza complementare, tenendo conto che i finanziamenti pubblici e bancari hanno ridotto drasticamente il loro intervento nei territori di riferimento.
- Le imprese culturali sono imprese a tutti gli effetti: hanno dignità e bisogni come qualsiasi altra attività.
- Nell'accompagnamento allo sviluppo del progetto tramite crowdfunding, è necessario chiarire per prima cosa se il fulcro del progetto sia avviare una nuova attività o semplicemente attuare un'iniziativa culturale. Questo passaggio è fondamentale per definire correttamente quali servizi e strumenti devono essere utilizzati. Ad esempio, per sviluppare una campagna culturale locale, si consiglia di cercare una campagna per la raccolta di donazioni a livello locale o una piattaforma di crowdfunding specializzata nelle ricompense. Per chi vuole avviare una nuova impresa, si suggerisce invece di raccogliere una parte delle risorse finanziarie necessarie attraverso piattaforme di prestito o azionario.
- I modelli di 'lending' ed 'equity' richiedono un approccio specifico alla campagna di crowdfunding e soprattutto al processo di selezione, che deve prevedere requisiti molto precisi e stringenti.
- Le campagne devono essere un mix armonico di comunicazione digitale e comunicazione tradizionale (eventi, manifesti, brochure ecc.), in particolare per sensibilizzare banche, uffici della pubblica amministrazione, negozi, teatri, ecc. Queste iniziative sono fondamentali per la diffusione dei progetti nei piccoli centri urbani e per intercettare potenziali donatori di età avanzata.
- È fondamentale rafforzare il coinvolgimento a livello locale di istituzioni, come le banche cooperative e di credito locali, in grado di raccogliere e veicolare il sostegno dei donatori al di fuori di Internet.
- Per sviluppare una specifica iniziativa o attività ICH, non è necessario disporre di un business plan sviluppato e dettagliato, mentre per creare un'azienda o un'associazione che sopravviva sul mercato si raccomanda di definire con attenzione il modello di business e produrre un business plan completo e ben sviluppato.

CONCLUSIONI

L'implementazione del Desk ICH a livello regionale ha permesso di mettere a valore le specificità dei due partner di progetto e di potenziare Entribu come piattaforma open e di facile accesso. Questo, insieme al Memorandum di intenti e al Piano di Azione correlato, permetterà di proseguire la collaborazione oltre la scadenza del progetto e di fornire servizi di qualità agli aspiranti imprenditori del comparto culturale e artistico.

Le iniziative del progetto ARTISTIC sono state importanti anche perché in linea con le direttrici politiche della Regione del Veneto (PP02). La Legge Regionale n. 34 dell'8 ottobre 2018 "Norme per la tutela, lo sviluppo e la promozione dell'artigianato veneziano", introduce norme che disciplinano il riconoscimento dell'artigianato artistico, tradizionale e storico, nonché l'introduzione della figura del "Maestro artigiano" e del concetto di "Bottega scuola". La Giunta Regionale sta lavorando su specifici interventi per i maestri artigiani, i processi artistici e tradizionali e il passaggio generazionale, in particolare attuando un regolamento con la definizione specifica di requisiti, criteri e procedure per il riconoscimento della qualifica di Maestro artigiano e per il Bottega scuola. In questo senso le lezioni apprese e le best practices del progetto ARTISTIC sostengono questo approccio e la direzione delle nuove misure che verranno adottate.



REGIONE DI STEIRISCHES VULKANLAND

AUSTRIA

PARTNER CHE RAPPRESENTANO LA REGIONE:

- Associazione per il progresso della Steirisches Vulkanland
- ISN - innovation service network GmbH

Nell'ambito del progetto Interreg ARTISTIC c'è stata l'opportunità di identificare, sostenere, promuovere il patrimonio culturale regionale e sperimentare nuove potenzialità nella regione.



“Dal momento che viviamo in un territorio in cui aggiungere valore e apprezzamento alle pratiche culturali è negli obiettivi di sviluppo regionale, questo progetto ha permesso una campagna di sensibilizzazione verso i proprietari di piccole imprese, che stanno già utilizzando il loro potenziale ICH, senza esserne pienamente consapevoli. I workshop hanno permesso di far emergere conoscenze implicite e hanno innescato la consapevolezza da parte degli imprenditori di essere portatori di valore nella società, oltre che di aspetti puramente commerciali”.

Nella regione le attività ICH sono per lo più gestite da donne; per loro, gruppo vulnerabile in un Paese che paga ancora fino al 40% in meno alle donne, il progetto è stato di grande valore. Hanno potuto valutare la trasformazione di un hobby in un'attività sostenibile e hanno lavorato per lo sviluppo dell'autostima personale.

PER RIASSUMERE, IL RISULTATO È STATO TRIPLICE:

- Aumentare la consapevolezza del valore delle attività ICH per il business
- Riconoscere il valore e sviluppare autostima negli attori coinvolti
- Conoscere modelli di finanziamento alternativi per migliorare le opportunità e lo sviluppo del business

LEZIONI IMPARATE

- Creazione di una rete di stakeholder ICH
- Implementazione di metodi di crowdfunding per l'ICH
- Sensibilizzazione al patrimonio culturale immateriale nella regione di Vulkanland
- L'emersione in una regione rurale della ricchezza del patrimonio tradizionale
- Il ruolo delle donne in una società patriarcale nel 21 ° secolo. L'attività femminile è ancora spesso considerata un'attività aggiuntiva rispetto al reddito del marito
- La necessità di migliorare l'autostima delle donne in modo che capiscano di avere il diritto di gestire un'attività autonoma
- Le sfide del percorso riguardano un passaggio importante: trasformare una visione in un approccio applicabile per il business
- La paura nella realizzazione di un business plan e la gioia quando gli attori sono in grado di generare il proprio
- La via alla trasformazione per le donne coinvolte in quanto questo modello non si adatta più alle reali condizioni di vita di donne e uomini in questa la società.



CONCLUSIONI

- La conoscenza dell'ICH è ora più diffusa nella regione
- Il patrimonio culturale immateriale era in gran parte ignoto al pubblico prima del progetto ARTISTIC. Grazie al progetto è stato fatto il primo fondamentale passo per quanto riguarda la sensibilizzazione del pubblico, ma c'è ancora molta strada da fare per rendere questo cambiamento più significativo.
- Il progetto ha avuto un impatto profondo ha avuto nei portatori di ICH
- Per quanto riguarda l'implementazione di attività di crowdfunding / finanziamento alternativo:
 - Sostegno al commercio dei mulini a livello regionale come base per l'innovazione di prodotto.
 - Rafforzare ulteriormente la futura redditività di uno dei mulini più importanti della Raabtal.
 - Approfondimenti e opportunità uniche intorno al mulino e al commercio di mulini.
 - Consapevolezza pubblica della catena di approvvigionamento sicura per un ingrediente alimentare essenziale: la farina, grazie alle attività continuative del mulino.
- Ulteriore sviluppo del patrimonio culturale immateriale in Vulkanland Stiria.



REGIONE DELLA SLOVENIA OCCIDENTALE

SLOVENIA

PARTNER CHE RAPPRESENTANO LA REGIONE:

- Jarina, cooperativa per lo sviluppo rurale
- Comune di Bovec

La Slovenia occidentale ha creato molti collegamenti tra gli attori dell'ICH dall'inizio del progetto: è stata rafforzata la cooperazione tra comuni e diverse organizzazioni, come musei e agenzie di sviluppo ed è stato aumentato il coinvolgimento di associazioni e individui interessati all'ambito ICH. Grazie ad ARTISTIC, la regione è stata in grado di connettere associazioni e responsabili politici, a diversi livelli del progetto e negli eventi, seminari, workshop, presentazioni, incontri e visite di studio. I partner sono anche orgogliosi di includere i bambini locali nelle attività del progetto poiché il patrimonio culturale viene tramandato di generazione in generazione, e questo dà ai bambini la necessaria sensazione di appartenenza a una cultura e ad una comunità locale, che ha abbracciato il progetto ARTISTIC e ha risposto all'invito alla collaborazione. Il progetto è stato una grande opportunità per collaborare con individui e associazioni, tra cui apicoltori, erboristi, allevatori di pecore, esperti di tetti e coperture tradizionali, cantastorie, artigiani e interpreti.



È stata l'interpretazione del patrimonio culturale ad essere oggetto delle prime due azioni pilota. I partner hanno collaborato con un team che ha sviluppato il progetto KulTurca, che rappresenta un nuovo prodotto turistico che collega il ciclismo con il patrimonio culturale e la cucina locale. Percorsi cicloturistici guidati con biciclette elettriche attirano l'attenzione sui contenuti tematici dell'ambiente circostante, in particolare collegando i campi della pastorizia, della caseificazione, dell'apicoltura, dell'erboristeria, dei liquori e della cucina locale. La seconda azione pilota per la quale è stata preparata anche una campagna di crowdfunding è Dispersed hotel Soča con servizi legati alla natura, al patrimonio culturale, alle attività ricreative e alla cucina in un prodotto turistico sostenibile. Questo concetto si basa sul networking con fornitori di servizi turistici locali e promotori culturali (movimento, musica, cucina locale e cultura) al fine di creare un'esperienza unica di natura pura e vita sostenibile come i nostri nonni erano soliti godere.



ARTISTIC è stata un'opportunità per rafforzare la cooperazione con il Museo Etnografico Sloveno, che ha contribuito a trasferire conoscenze ed esperienze a tutti i partner del progetto. Nella prima fase è stata effettuata un'ampia identificazione dei portatori di Beni Culturali Immateriali. Alla fine del progetto, i partner sloveni hanno deciso di concentrarsi sullo sviluppo e la promozione di un prodotto comune tipico del patrimonio culturale immateriale locale: l'erboristeria a Slivna. È stato progettato un modello di sviluppo e marketing sostenibile che aiuterà a valorizzare ciò che l'area di Slivna ha da offrire e a migliorare gli sforzi dei partecipanti locali. Uno dei nuovi prodotti turistici, oltre al festival, sarà anche il “Giardino delle erbe”, che sosterrà ulteriormente l'idea di erboristeria durante tutto l'anno.

La componente sostenibile di questo progetto è anche data dalla co-creazione di due villaggi, Soča e Slivna.



LEZIONI IMPARATE

- Il campo ICH è ampio e richiede molta attenzione
- I vettori ICH sono pronti a condividere le loro conoscenze e competenze, ma di solito hanno bisogno di una guida nell'organizzazione
- Per un'ulteriore sostenibilità del patrimonio, è necessario il coinvolgimento dei vettori ICH e dei cittadini nel processo decisionale
- La formazione e l'orientamento nel campo ICH sono i benvenuti
- La condivisione della conoscenza intergenerazionale dovrebbe essere la massima priorità di tutti
- La cooperazione internazionale è un aspetto importante dello sviluppo e della conservazione del patrimonio locale poiché apre nuovi orizzonti e offre nuove prospettive
- Collegare il patrimonio culturale e l'imprenditorialità è qualcosa che merita maggiore attenzione perché può servire come mezzo per preservare e sostenere un determinato patrimonio che altrimenti andrebbe perso.

CONCLUSIONI

In un'area remota e rurale come Bovec e Slivna, il patrimonio culturale è qualcosa che lega le persone, approfondisce le radici della comunità e convince le persone a rimanere e lavorare insieme per sviluppare e nutrire le proprie radici culturali. I membri della comunità sono un pilastro non solo dello sviluppo della cultura, ma anche di altri aspetti della società. Pertanto, dovrebbe essere nell'interesse di tutti sostenere l'ICH e i suoi vettori poiché sono un punto focale per sostenere la comunità e il suo patrimonio.



REGIONE TRANSDANUBIO OCCIDENTALE

UNGHERIA

PARTNER CHE RAPPRESENTA LA REGIONE: WEST PANNON REGIONAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT PUBLIC NONPROFIT LTD.

La Transdanubia occidentale testimonia la tradizionale campagna ungherese che abbraccia una natura con colline, valli fluviali, foreste, prati e campi arati che collegano piccoli insediamenti umani, ricchi di patrimonio culturale. Gli accoglienti paesini conservano con cura i resti dell'architettura popolare e attendono gli ospiti in fattorie splendidamente restaurate. Case di campagna, campanili e case vinicole danno un assaggio della vita quotidiana della cultura contadina. Tipiche tradizioni popolari come il carnevale con il lancio dei tronchi, la festa dell'albero di maggio con i balli tipici, le gare e i giochi legati alla vendemmia e altre competizioni, sono tutti programmi di intrattenimento non solo per i locali, ma anche per i turisti in visita.

The background image shows the interior of a traditional building. On the left, there is a wooden structure, possibly a staircase or a roof support, with a thatched roof made of straw or reeds. The walls are made of white, textured plaster. The lighting is natural, coming from the right, creating shadows and highlights on the wall surfaces.

Con il progetto ARTISTIC, West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd. mirava a migliorare il collegamento tra operatori culturali, società e operatori finanziari, e sostenere questi gruppi per migliorare la qualità delle loro attività in relazione alla valorizzazione del ricco patrimonio in precedenza descritto.

Gli attori locali hanno acquisito una profonda conoscenza delle competenze essenziali per avviare e gestire un'impresa di successo basata sulla cultura: i candidati hanno partecipato al processo di formazione e sviluppo aziendale, hanno imparato come identificare i valori del patrimonio culturale immateriale, come proteggere i diritti di proprietà intellettuale, come accedere alle risorse finanziarie e migliorare le loro capacità di comunicazione per essere in grado di plasmare un'immagine coordinata e credibile per le loro attività e i progetti ICH. Il processo di apprendimento e sviluppo ha portato alla realizzazione di undici business plan basati sulle tecniche architettoniche tradizionali uniche che caratterizzano la regione.

I piani e i progetti in corso possono essere considerati risultati tangibili delle iniziative relative al patrimonio culturale immateriale, ma c'è un impatto ancora più importante del progetto ARTISTIC: una rete locale e anche transnazionale di ICH si è ulteriormente rafforzata in un momento in cui la cooperazione è necessaria e più vitale che mai.

LEZIONI IMPARATE

- Durante la sperimentazione e l'apprendimento delle diverse manifestazioni del patrimonio culturale immateriale locale e delle pratiche e tradizioni sociali, è stato importante rendersi conto che il loro valore e la loro logica sono sempre gli stessi.
- Anche se le persone locali non sono sempre consapevoli dell'ICH che li circonda, il patrimonio influenza la loro vita quotidiana in diversi modi.
- È importante sensibilizzare le organizzazioni culturali alla cooperazione: lavorano per lo stesso obiettivo, quindi non dovrebbero più considerarsi concorrenti.
- Le organizzazioni cooperative possono supportare le start-up con le loro reti già esistenti.
- La sensibilizzazione e l'educazione sulle risorse finanziarie alternative dovrebbero essere ulteriormente rafforzate.
- Il background legislativo del crowdfunding dovrebbe essere chiarito a livello europeo e nazionale, poiché le incerte normative e indicazioni fiscali ostacolano la crescita del ruolo delle forme alternative di finanziamento.



CONCLUSIONI

"Il nostro patrimonio ci fornisce un collegamento con il passato, può stimolare il turismo, può promuovere la solidarietà della comunità, le persone possono organizzarsi e sentire una connessione". Il patrimonio culturale immateriale è un legame invisibile tra le popolazioni locali, ma alcuni ICH rischiano di scomparire, in parte per il fatto che sono nascosti ai nostri occhi. Non abbiamo bisogno di precisare l'importanza dell'ICH in termini di valore teorico, ma potremmo dire che è uno dei principali pilastri dello sviluppo regionale, soprattutto nelle zone rurali. Solo per citare alcune parole chiave e riflessioni: start-up basate su un'idea proveniente dalla nostra storia, artigianato, festival, attrazioni turistiche, creazione di posti di lavoro ... Non è difficile vedere il quadro generale: una strategia di sviluppo locale ben consolidata può trarne vantaggio dal fare affidamento sul patrimonio culturale immateriale, al contrario, il nostro patrimonio può essere salvato dalla scomparsa nella notte dei tempi.



REGIONE EAST ELBIA NEL DISTRETTO DELLA SASSONIA SETTENTRIONALE GERMANIA



Partner che rappresenta la regione: B & S consulenza gestionale e formazione per le aree rurali GmbH in collaborazione con l'Associazione per la conservazione e la promozione delle zone rurali dell'Elbia orientale nel distretto della Sassonia settentrionale e. V.

Nella regione sono stati considerati grazie al progetto nuovi aspetti dell'uso del patrimonio culturale immateriale. Oltre all'importanza culturale dell'ICH, sono state prese in considerazione anche le opportunità di sviluppo economico: i modelli di business plan sono stati adattati e utilizzati per l'ICH; le possibilità di modelli di finanziamento sono state studiate per piani aziendali selezionati. Anche il crowdfunding è stato considerato una nuova opzione di finanziamento, in particolare nelle regioni rurali.



In collaborazione con l'Associazione per la conservazione e la promozione delle zone rurali dell'Elbia orientale nel distretto della Sassonia settentrionale e. V. è stata creata e sviluppata una rete. Le prime esperienze con il crowdfunding sono state raccolte e rese trasferibili. È aumentato l'apprezzamento per le attività legate al patrimonio culturale immateriale e rafforzato come motore dello sviluppo rurale nella regione. Le esperienze dei partner europei saranno utilizzate anche in futuro.

LEZIONI IMPARATE

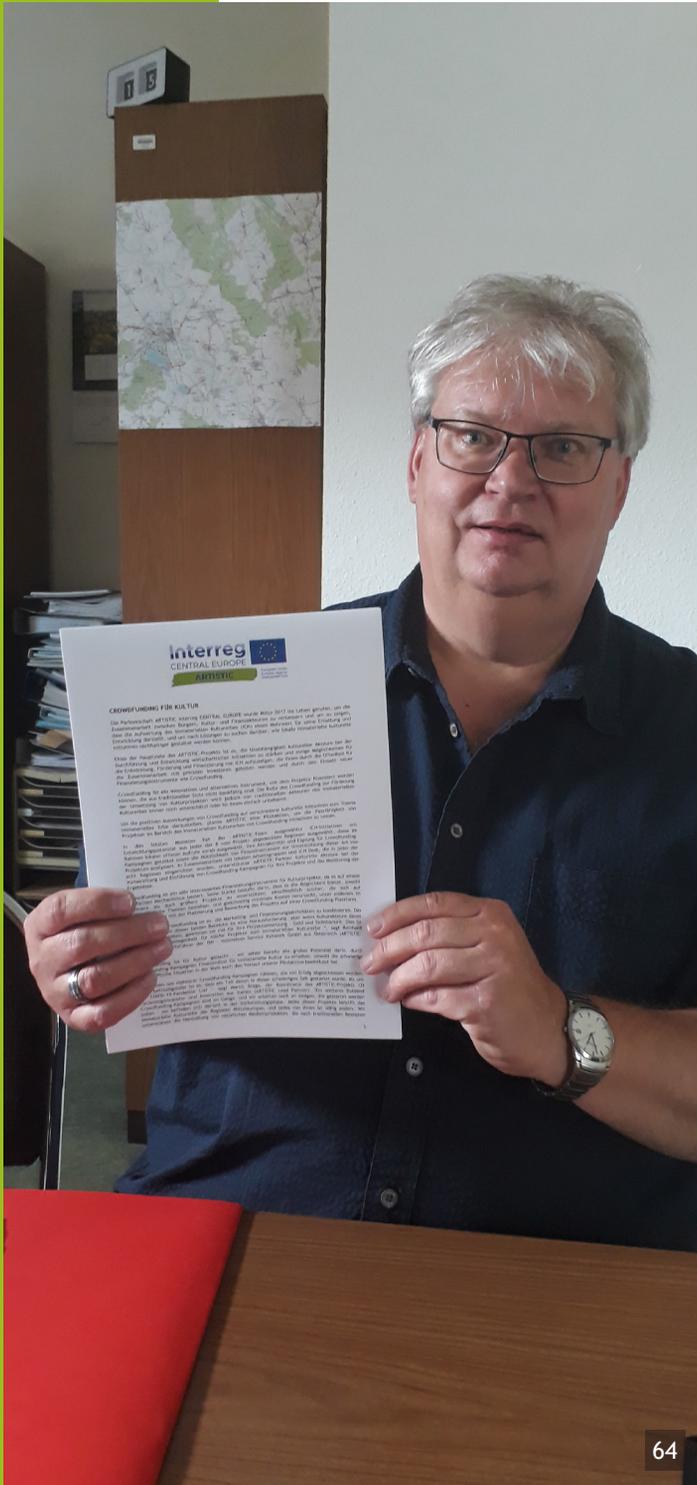
- Ci sono differenze tra le popolazioni urbane e quelle rurali per il coinvolgimento nei progetti di crowdfunding
- I progetti di successo "entrano nella pelle delle persone"
- Il crowdfinvesting diventa un'opzione di investimento per molte persone in periodi in cui l'interesse bancario è basso o vicino allo zero
- Un buon piano aziendale aiuta ad avere successo
- Le campagne di successo possono essere implementate anche senza una piattaforma professionale
- Anche la promozione e il marketing devono essere svolti dagli stessi portatori del progetto ICH
- I progetti di successo richiedono tempo sufficiente per essere pianificati e implementati
- La cooperativa non è solo un patrimonio culturale immateriale in sé, ma la forma della cooperativa può anche servire a finanziare e realizzare progetti con successo



CONCLUSIONI

La globalizzazione ha creato nuove sfide soprattutto per le zone rurali. La concorrenza delle importazioni o delle grandi catene di vendita al dettaglio, il declino industriale in molte aree e il declino della popolazione dovuto alla crescente urbanizzazione sono solo alcune delle minacce che le aree rurali devono affrontare oggi. Per garantire lo sviluppo sostenibile e a lungo termine di una regione, sono necessarie strategie economiche innovative e la valutazione economica del patrimonio culturale immateriale può dare un importante contributo.

Naturalmente, non tutti i beni culturali hanno lo stesso potenziale economico, ma possono comunque dare un contributo molto significativo al miglioramento della qualità della vita. Il patrimonio culturale immateriale può essere un promotore chiave delle caratteristiche uniche di una regione e avere così un impatto sullo sviluppo economico.



REGIONE PODKARPACIE

POLONIA

PARTNER CHE RAPPRESENTA LA REGIONE: AGENZIA DI SVILUPPO REGIONALE DI RZESZOW

Le diversificate manifestazioni del patrimonio culturale immateriale nella regione della Podkarpacie sono una grande ricchezza e una fonte di ispirazione per lo sviluppo di molte iniziative locali. Sono inoltre uno stimolo all'imprenditorialità di creatori e artisti che vogliono mantenere vive le tradizioni. Il rapporto degli abitanti con la regione, l'impegno degli attori locali e la creatività dei rappresentanti delle comunità locali nell'adattare le conoscenze e le competenze esistenti alle esigenze della società che cambia, sono opportunità per coniugare la conservazione e la promozione del patrimonio culturale immateriale con l'attività economica di artisti ed enti locali. Le iniziative che basano l'attività economica su pratiche tradizionali sono particolarmente preziose per la regione di Podkarpacie e possono influenzare in modo significativo il suo potenziale di sviluppo.



L'implementazione del progetto ARTISTIC ha mostrato quanto sia grande il potenziale di sviluppo dei progetti di patrimonio culturale immateriale e quanto la regione può guadagnare in termini di immagine e promozione sostenendo tali iniziative. Allo stesso tempo, il progetto ha reso evidente quanto lavoro bisogna ancora fare per apportare cambiamenti nella mentalità e nell'approccio di creatori, istituzioni culturali e comunità locali allo sviluppo di attività economiche basate sulla valorizzazione del patrimonio culturale immateriale e per cambiare il regime di finanziamento a favore di tali progetti.



LEZIONI IMPARATE

- I creatori locali di cultura hanno idee molto interessanti per progetti nel campo del mantenimento e sviluppo dell'ICH, ma l'implementazione di tali progetti richiede la co-creazione e il pieno supporto organizzativo e di avvio da parte di un'altra entità / specialista: il Desk ICH.
- Specialisti locali ed esperti di vari settori mostrano grande interesse nel supportare i creatori culturali nella realizzazione dei loro progetti, in termini di organizzazione e valutazione dei contenuti, condivisione delle conoscenze e assistenza nella realizzazione di un dato servizio; tuttavia, tutte le attività del Gruppo di lavoro locale richiedono il coordinamento costante da parte del Desk ICH.
- Gli artisti e le istituzioni locali sono abituati al modello tradizionale di finanziamento della cultura con fondi pubblici. La cooperazione con investitori privati, così come l'utilizzo del crowdfunding come uno strumento di finanziamento, ha riscontrato grande interesse tra i creatori culturali, ma nella pratica le attività in questo campo hanno richiesto un forte supporto organizzativo da parte del Desk ICH.
- I progetti ICH hanno un forte potenziale di business, che è ancora sottovalutato dagli imprenditori regionali, che sono riluttanti a sostenere finanziariamente tali iniziative. Eccezione fanno le piccole imprese del settore creativo, che vedono nel supporto dei progetti ICH (all'implementazione, piuttosto che finanziario) un'opportunità per promuovere il proprio marchio.
- Le attività del Progetto ARTISTIC sono legate all'industria creativa.
- È importante sensibilizzare le istituzioni e le organizzazioni culturali sul valore della cooperazione e del lavoro comune a sostegno dei progetti ICH.
- La sensibilizzazione, la consulenza e la formazione dei creatori di ICH e delle istituzioni culturali dovrebbero essere continuative - c'è ancora una domanda molto alta per attività volte ad aumentare la consapevolezza del ruolo della valorizzazione di ICH e dei vantaggi della cooperazione con gli investitori privati.
- Lo sviluppo di un'attività imprenditoriale basata sul patrimonio culturale immateriale non minaccia la conservazione di questo patrimonio se enti locali e specialisti si uniscono al processo di creazione del progetto, supportando i creatori nella fase iniziale di implementazione delle attività (attività imprenditoriale).
- La cooperazione interregionale e internazionale è importante per presentare buone pratiche che dimostrino che cultura + attività imprenditoriali sono possibili, efficienti, supportano la conservazione dell'ICH e stimolano lo sviluppo regionale.

CONCLUSIONI

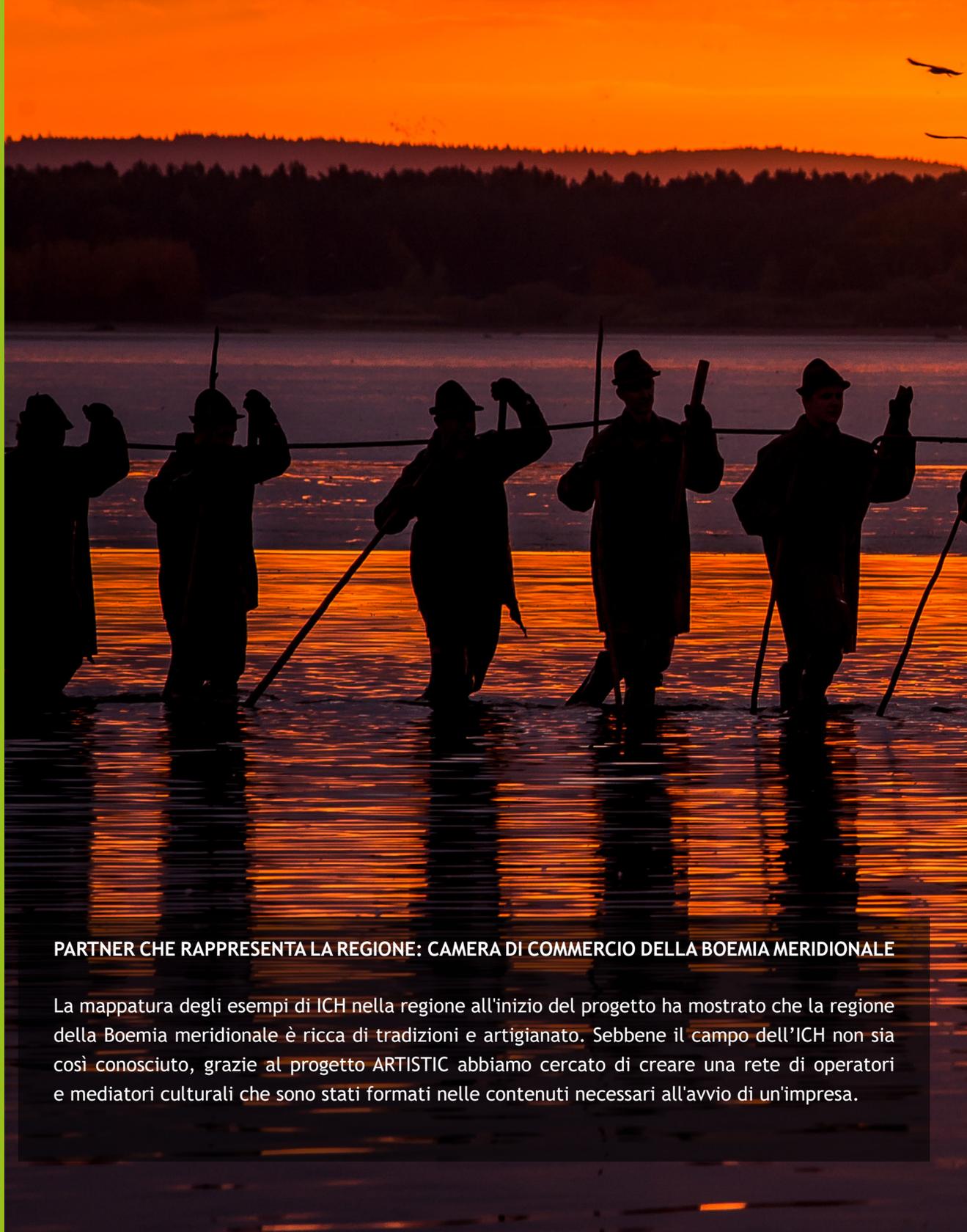
Le imprese delle industrie culturali combinano arte, cultura, business, tecnologie moderne e molto spesso hanno anche un potenziale innovativo. Quindi in un'economia moderna, basata sulla conoscenza, svolgono un ruolo chiave nella creazione di valore e nello stimolare l'innovazione nella regione. È dal patrimonio culturale, in particolare dal patrimonio culturale immateriale, che le aziende del settore creativo e di molte altre industrie traggono ispirazione. Motivo per cui è così importante sia preservare l'ICH sia sostenere iniziative, compresa l'attività economica di artisti regionali che uniscono la tradizione e moderne tecnologie, orientate alla conservazione del patrimonio culturale vivente.

Grazie al progetto ARTISTIC, i due Desk ICH locali, stabiliti nella regione di Podkarpackie, si sono riuniti e hanno messo a disposizione degli attori locali le loro esperienze nella preparazione e implementazione di campagne di crowdfunding per le idee ICH. Come parte del funzionamento dei Desk locali, sono state create strutture permanenti di supporto ICH nella regione, anche rafforzando le reti e creando un Gruppo di lavoro locale per ICH, i cui membri continueranno anche a sostenere lo sviluppo di progetti nel futuro. Il funzionamento dei Desk ICH ha contribuito ad aumentare la consapevolezza sociale del Patrimonio Culturale Immateriale della regione, la necessità di supportare iniziative imprenditoriali basate sull'ICH e la necessità di utilizzare altre fonti di finanziamento per questo tipo di iniziative. Grazie all'implementazione di questo progetto, al gruppo di enti che supportavano l'ICH prima di ARTISTIC, si sono aggiunti anche istituti di sostegno alle imprese, imprenditori del settore creativo e primi investitori privati.



REGIONE BOEMIA MERIDIONALE

REPUBBLICA CECA



PARTNER CHE RAPPRESENTA LA REGIONE: CAMERA DI COMMERCIO DELLA BOEMIA MERIDIONALE

La mappatura degli esempi di ICH nella regione all'inizio del progetto ha mostrato che la regione della Boemia meridionale è ricca di tradizioni e artigianato. Sebbene il campo dell'ICH non sia così conosciuto, grazie al progetto ARTISTIC abbiamo cercato di creare una rete di operatori e mediatori culturali che sono stati formati nelle contenuti necessari all'avvio di un'impresa.



A causa delle deboli competenze di molte persone che svolgono attività artigianali o altre attività culturali su come gestire un'impresa, è stato istituito uno sportello ICH con operatori qualificati, localizzato all'interno della Camera di commercio della Boemia meridionale, a České Budějovice: tutti gli imprenditori e le start-up potranno ricevere consigli e supporto quando lo richiederanno. Un'altra attività del progetto è stata quella di mettere in contatto investitori privati e pubblici con i portatori di iniziative ICH. I bandi aperti in ogni regione hanno portato a molti nuovi progetti imprenditoriali dai quali l'Advisory Board ha selezionato quelli che sono stati supportati per le campagne di crowdfunding.



73

Il progetto ha sensibilizzato il pubblico e gli altri stakeholder sul valore del patrimonio culturale immateriale, grazie agli eventi di presentazione, alle azioni pilota, al set di criteri e ad altri strumenti che sono stati creati durante il progetto da tutti i partner per sottolineare l'importanza di rendere vivo e sostenibile il patrimonio culturale immateriale.



74

LEZIONI IMPARATE

- Molte tradizioni in diverse regioni
- La necessità della cooperazione tra pubblico, investitori privati, istituzioni, ...
- Nuova fonte di finanziamento: il crowdfunding
- Cooperazione transnazionale
- Diversità transnazionale



75

CONCLUSIONI

Negli ultimi tempi il mondo si è evoluto e modernizzato molto velocemente, il che è normale e naturale. Tuttavia, è molto importante che le giovani generazioni non conoscano solo le tecnologie IT, ma anche le antiche tradizioni, i vecchi mestieri, le cose legate alla natura e all'universo, le attività culturali ecc. Nel mondo moderno è importante non dimenticare la storia, i vecchi modi di fare le cose, l'architettura, i mestieri e le antiche ricette. Molte persone seguono queste tradizioni ma soprattutto come hobby. Perché il loro hobby non può essere il loro lavoro? È molto difficile gestire un'impresa in questo campo ed è molto difficile guadagnarsi da vivere in questo settore. Dobbiamo aiutare quelle persone perché mantengono vive le tradizioni.



76

REGIONE TRENCIN

SLOVACCHIA

**PARTNER CHE RAPPRESENTA LA REGIONE: CAMERA DI COMMERCIO E INDUSTRIA SLOVACCA
TRENCIN REGIONAL CHAMBER**





Il progetto ARTISTIC ha portato nella regione di Trenčín un nuovo modo di cooperare tra le parti interessate allo sviluppo dell'ICH. Alcuni stakeholder sono attivi a livello nazionale e il loro coinvolgimento ha aiutato a preparare i moduli di formazione nei settori della comunicazione, della gestione dei progetti e del finanziamento. Ciò che era importante nella regione era l'identificazione delle possibilità di finanziamento privato dell'ICH e la sensibilizzazione al finanziamento alternativo, in particolare il crowdfunding.



LEZIONI IMPARATE

- Il coordinamento dello scambio di esperienze tra attori esperti da un lato e nuove iniziative ICH è accolto favorevolmente
- Ci sono esperti in grado di supportare iniziative e progetti ICH regionali mediante assistenza e formazione anche sui temi della proprietà intellettuale e del sostegno finanziario
- Il progetto ha rivelato un potenziale di nuove interconnessioni con altri settori, come le start-up e l'industria creativa.

CONCLUSIONI

Nonostante la ricchezza storica, è molto importante mantenere un impegno costante nella predisposizione di attrattive turistiche che coinvolgano gli elementi ICH più significativi per la regione. La regione ha un basso numero di visitatori, ma c'è una domanda crescente per le attività offerte nelle città termali.



AUTORI DI ARTICOLI NELLA BROCHURE (IN ORDINE):

- 1) Cosa si intende per Patrimonio Culturale Immateriale?
Cos'è la VALORIZZAZIONE del patrimonio culturale immateriale?
In che modo l'ICH è correlato all'economia?
Presentazione della strategia di ARTISTIC
Insieme di criteri per definire la dimensione più promettente dei progetti di valorizzazione ICH

Prof. Dr. Gertraud Koch, Dr. phil. Eliane Fernandes Ferreira, Istituto di Etnologia Europea / Antropologia Culturale dell'Università di Amburgo, Germania
- 2) Set di strumenti ARTISTIC
Agenzia di sviluppo regionale di Rzeszow, Polonia
- 3) I Desk ICH e il loro ruolo nelle regioni
Agenzia di sviluppo regionale di Rzeszow, Polonia
- 4) I business plan per le iniziative ICH
Associazione per il progresso dello Steirisches Vulkanland, Austria
- 5) Valorizzare il patrimonio culturale immateriale attraverso il crowdfunding
ISN - innovation service network GmbH, Austria
- 6) Il futuro dei Desk ICH e delle attività di progetto
Regione del Veneto, Italia
Agenzia di sviluppo regionale di Rzeszow, Polonia
- 7) Mappa dei Desk ICH
I partner di ARTISTIC
- 8) Racconto del progetto ARTISTIC in 8 regioni dell'Europa centrale - Veneto, Italia
Zi Trasferimento tecnologico e innovazione, Italia
Regione del Veneto, Italia
- 9) Racconto del progetto ARTISTIC in 8 regioni dell'Europa centrale - Steirisches Vulkanland, Austria
Associazione per il progresso dello Steirisches Vulkanland, Austria
- 10) Racconto del progetto ARTISTIC in 8 regioni dell'Europa centrale - Slovenia occidentale, Slovenia
Jarina, cooperativa per lo sviluppo rurale, Slovenia
Comune di Bovec, Slovenia
- 11) Racconto del progetto ARTISTIC in 8 regioni dell'Europa centrale - Transdanubio occidentale, Ungheria
West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd, Ungheria
- 12) Racconto del progetto ARTISTIC in 8 regioni dell'Europa centrale - East Elbia nel distretto della Sassonia settentrionale, Germania
b&s consulenza e formazione per l'area rurale GmbH, Germania
- 13) Racconto del progetto ARTISTIC in 8 regioni dell'Europa centrale - Podkarpackie, Polonia
Agenzia di sviluppo regionale di Rzeszow, Polonia
- 14) Racconto del progetto ARTISTIC in 8 regioni dell'Europa centrale - Boemia meridionale, Repubblica Ceca
Camera di commercio della Boemia meridionale, Repubblica Ceca
- 15) Racconto del progetto ARTISTIC in 8 regioni dell'Europa centrale - Trencin, Slovacchia
Camera di Commercio e Industria Slovacca, Slovacchia

Foto:

1. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
2. Richard Mcall da Pixabay / IT
3. Ewelina Matusiak - Wyderka / PL
4. Fachschule Schloss Stein / AT
5. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
6. Sklenysen.sk / SK
7. East Elbia Association / DE
8. Rok Petelin / SI
9. Archive of the Glass Heritage Center in Krosno / PL
10. Archive Regional Team Krzemienickie Wedding, Tadeusz Poźniak / PL
11. South Bohemian Region / CZ
12. From the collection of the F. Kotula Ethnographic Museum in Rzeszów / PL
13. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
14. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
15. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
16. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
17. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) / IT
18. Municipality of Bovec (Občina Bovec) / SI
19. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
20. Municipality of Bovec (Občina Bovec) / SI
21. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
22. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
23. Giorgia Panetto - Diversamente in Danza / IT
24. Berghofer Mühle / AT
25. <https://www.startlab.sk/projekty/385-posad-sad-u-nas/> / Slovak National Gallery / SK
26. Bernhard Bergmann / AT
27. Tadeusz Poźniak / PL
28. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
29. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
30. Matej Vranič / SI
31. Free-Photos da Pixabay / IT
32. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
33. East Elbia Association / DE
34. Lucio Alfonsi da Pixabay / IT
35. Associazione Villa Fabris - Centro Europeo per i Mestieri del Patrimonio / IT
36. Marcel Kessler da Pixabay / IT
37. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) + Veneto Region (Regione del Veneto) / IT
38. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) + Veneto Region (Regione del Veneto) / IT
39. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) + Veneto Region (Regione del Veneto) / IT
40. t2i Technology Transfer and Innovation (t2i Trasferimento Tecnologico e Innovazione scarl) + Veneto Region (Regione del Veneto) / IT
41. Bernhard Bergmann / AT
42. Fachschule Schloss Stein / AT
43. Fachschule Schloss Stein / AT
44. Association for the Advancement of Steirisches Vulkanland (Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes) / AT
45. Association for the Advancement of Steirisches Vulkanland (Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes) / AT
46. Association for the Advancement of Steirisches Vulkanland (Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes) / AT
47. Aleš Fon / SI
48. Rok Petelin / SI
49. Rok Petelin / SI
50. Martin Smerdel / SI
51. Rok Petelin / SI
52. Municipality of Bovec (Občina Bovec) / SI
53. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
54. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
55. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
56. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
57. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
58. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
59. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
60. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
61. Hartmut Heine, Blumberg / DE
62. East Elbia Association / DE
63. b&s consulting and training for the rural area GmbH (b&s unternehmensberatung und schulung für den ländlichen raum GmbH) / DE
64. b&s consulting and training for the rural area GmbH (b&s unternehmensberatung und schulung für den ländlichen raum GmbH) / DE
65. Kamil Paluszek, www.pelnykadr.com / PL
66. Archive of the Leżajsk Land Museum / PL
67. Archive of the Culture City Center in Rudnik on the San river / PL
68. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
69. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
70. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
71. Rzeszow Regional Development Agency (Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.) / PL
72. South Bohemian Region / CZ
73. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
74. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
75. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
76. South Bohemian Chamber of Commerce (Jihočeská hospodářská komora) / CZ
77. Jana Pagáčová - Pominovec / SK
78. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
79. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
80. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
81. Slovak Chamber of Commerce and Industry (Slovenská obchodná a priemyselná komora) / SK
82. South Bohemian Region / CZ
83. EAST ELBIA ASSOCIATION / DE
84. West Pannon Regional and Economic Development Public Nonprofit Ltd (Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit) / HU
85. Rok Petelin / SI
86. Fachschule Schloss Stein / AT
87. Archive of The Studio of the Carpathian Icon / PL
88. Nea Archeologia Cooperativa - Museo Archeologico Sette Comuni e Sito Archeologico "Bostel di Rotzo" / IT
89. ludovakultura.sk / SK



Questa brochure riflette solo le opinioni degli autori e il team del progetto ARTISTIC non è responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni qui contenute.

Progetto grafico: Rzeszow Regional Development Agency
Anno di pubblicazione: 2020





82



83



84



85

Interreg
CENTRAL EUROPE



ARTISTIC

European Union
European Regional
Development Fund



86



87



88



89

<https://www.interreg-central.eu/Content.Node/ARTISTIC.html>



REGIONE DEL VENETO



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG



JIHOČESKÁ
HOSPODÁŘSKÁ
KOMORA



Il progetto ARTISTIC, realizzato negli anni 2017-2020, è sostenuto dal Programma Interreg CENTRAL EUROPE finanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo Regionale.