

Il tessile scommette sulla rete: vendite online

Presentato Eudigitac, piattaforma che coinvolge partner di Estonia e Svezia. «La sfruttiamo poco»

di Giulia Zanella

Una vetrina online per le eccellenze dell'artigianato tessile friulano. Si chiama Eudigitac, una piattaforma realizzata grazie all'omonimo progetto che mette in comunicazione (digitale) tradizione dell'artigianato e innovazione tecnologica.

Finanziato dal programma "Creative Europe/Europa Creativa", che coinvolge partner di Estonia, Svezia ed Italia, e focalizzato sull'utilizzo delle tecnologie digitali per la valorizzazione e la promozione del settore tessile artigiano, il progetto – guidato dalla massima istituzione svedese in materia di formazione nell'età adulta (Studieförbundet Vuxenskolan) – ha visto collaborare per due anni Confartigianato-Imprese Udine, il dipartimento di artigianato rurale dell'Università estone di Tartu (University of Tartu Viljandi Culture Academy) e di Changemaker Ab, società di Göteborg (Svezia).

Eudigitac è finanziato da un programma europeo. A destra, Gian Luca Gortani con Edgarda Fiorini e Federica Maniago (a sinistra)



Ieri, nella sede di Confartigianato sono stati illustrati i risultati che dipingono, dopo anni di crisi, un comparto debilitato ma stabile, pronto a ripartire e ritornare competitivo puntando soprattutto sui nuovi strumenti digitali. Sebbene in regione siano presenti 138 imprese, negli ultimi dieci anni si è assi-

–, che sono sfruttate nell'appendice 8,2 per cento dei casi, contro il 15,8 di Estonia e il 29 della Svezia, con una media europea che si attesta intorno al 17 per cento».

Segnali di ripresa, seppur flebili, ci sono e se il numero delle piccole imprese italiane che vantano un'elevata digitalizza-

zione sfiora l'11%, nel corso del 2017 molte realtà imprenditoriali si sono convertite e affacciate ai social network (+16,1 per cento, in particolare Facebook e Instagram), condividendo anche contenuti multimediali su YouTube (+14,5 per cento) e per la maggior parte per promuovere e far conoscere i

propri prodotti. Gli e-shopper sono ancora pochi nel Belpaese (39%), contro il 58% dell'Estonia e gli otto su dieci della Svezia, e preferiscono come categoria d'acquisto l'abbigliamento. Il progetto, come ha spiegato la communication manager Federica Maniago, cofondatrice dell'impresa culturale "Crea Snc", tra workshop e seminari, ha coinvolto oltre venti piccole imprese artigiane friulane che hanno realizzato, con il supporto degli studenti del liceo artistico Sello, alcuni video, oltre a 30 artigiani e creativi tra cui alcuni svedesi ed estoni, e nel marzo 2017 Udine ha ospitato il primo Creative Matching Day, per la produzione e condivisione di tutorial sulla tradizione tessile.

«È necessario creare contenuti e renderli disponibili online per raccontare la nostra tradizione – ha precisato Maniago –: abbiamo prodotti di qualità che dobbiamo e vogliamo far conoscere».