

## CORRIERE DI VITERBO

### *Positivo il bilancio degli incontri al liceo Orioli* **Con "The italian makers"** **la sfida dell'artigianato** **fa tappa sui banchi di scuola**

#### ► VITERBO

Artigiani ed esperti di innovazione sociale incontrano gli studenti superiori. Questo quanto realizzato grazie al progetto "The italian makers", promosso dalla **Fondazione mondo digitale** e Inail Lazio, in collaborazione con la Cna, che ha dato vita ad incontri in diverse scuole del Lazio. Al liceo artistico Francesco Orioli di Viterbo gli incontri si sono tenuti in collaborazione con la Cna di Viterbo e Civitavecchia. Grazie alla sensibilità del dirigente e dei docenti dell' Orioli, due classi hanno incontrato tre artigiane che operano nei settori artistici: Lucia Maria Arena, titolare de "L'Antica Legatoria Viali", Cinzia Chiulli e Daniela Lai, di "Artistica", azienda specializzata nella lavorazione della ceramica. Le imprenditrici hanno introdotto gli alunni alla conoscenza del lavoro delle botteghe e hanno "sfidato" i ragazzi, invitandoli a presentare progetti per la realizzazione di un poster che pubblicizzerà l'attività della Legatoria e per una campagna di promozione dell'attività delle ceramiste. Sono stati quindi attivati i laboratori per l'individuazione e lo sviluppo delle idee progettuali. "E' stato un incontro molto positivo - afferma Maria Arena - che ha stimolato l'interesse dei ragazzi verso i nostri mestieri e, nello stesso tempo, è stato importante per il mio lavoro, perché mi ha portato a vedere con altri occhi aspetti sottovalutati o comunque non valutati correttamente. Non si è trattato di una iniziativa spot, ma dell'inizio di un percorso che proseguirà con la discussione dei progetti che ci saranno proposti e con la stage dei ragazzi nelle nostre botteghe". Positivo anche il commento di Chiulli e Lai. "Abbiamo intessuto un bel dialogo con gli studenti, che, nel raccogliere le nostre sfide, si sono mostrati pieni di idee - dicono - Ci hanno colpito da un lato la voglia di conoscere da vicino mestieri di antica tradizione che, evidentemente, non hanno perso del tutto il loro appeal, dall'altro la consapevolezza delle difficoltà, dello stato di incertezza in cui si trova chi fa impresa oggi. 'The italian makers' risponde dunque all'esigenza per noi di trasmettere le competenze, per i ragazzi di apprendere e di sviluppare la loro creatività e la capacità di trovare risposte ai problemi". Tra le azioni trasversali del progetto, anche una campagna di sensibilizzazione per rilanciare immagine e appeal dei lavori che prevedono attività manuali.



**Cna** L'obiettivo è accorciare la distanza con il mondo del lavoro ed aiutare i ragazzi a proiettarsi nel futuro senza perdere le radici legate al territorio