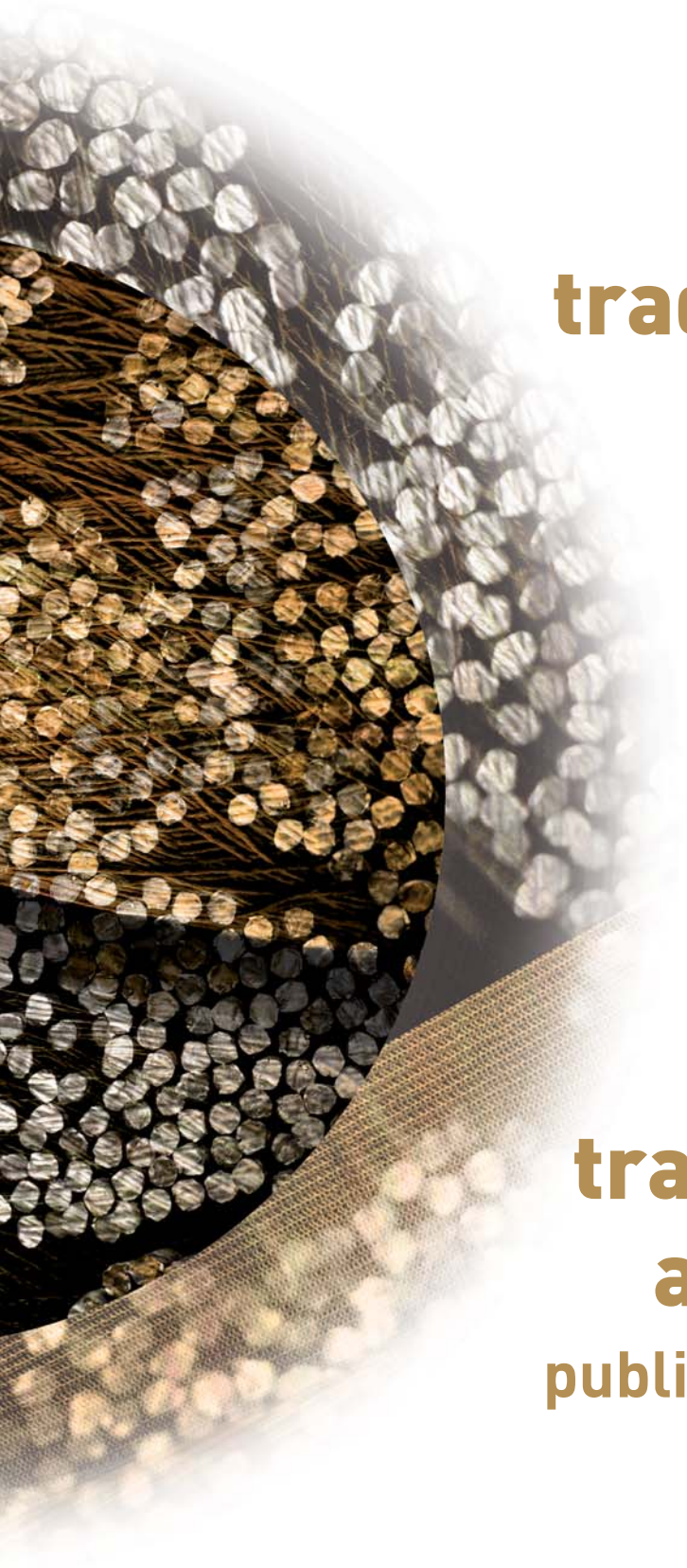


artesanía: tradición, innovación y sostenibilidad.

el apoyo de la administración pública

→ **Barcelona, 3 y 4 de junio**

crafts: tradition, innovation and sustainability.

public administration support

→ **Barcelona, June 3rd and 4th**

Programa.....5

Inauguración

- Estela Gallego Valdueza.....7
- Sylvia Vlaeminck.....8
- Luc Hendrickx.....10
- Manuel González.....11
- Josep Huguet i Biosca.....12

Ponencia marco

- ¿Cómo promocionar la excelencia en la artesanía? El valor de la artesanía.....15

Retos en la educación para asegurar el crecimiento y el empleo. Definición curricular y certificación de conocimientos: ¿cuál es el valor de la regularización de profesiones artesanas a escala nacional?

- La formación en la artesanía: una plaza para el tren del futuro.....19
- La proyección de las cualificaciones en el mundo de la formación de artesanos.....21
- Formación de artistas en un mundo empresarial - un juego de equilibrios.....23
- La artesanía en el Espacio Europeo de Educación Superior: el Grado de Cerámica.....25
- El potencial artesano.....27

Innovación mediante normalización: la calidad de los productos artesanos

- Un nuevo estándar para el marketing de productos artesanos.....31
- La estandarización en la artesanía.....33
- La estandarización como una herramienta innovadora.....35
- Una acción de marketing sectorial: Artesanía de Galicia.....36
- Valorizando grupos homogéneos de empresas artesanas: el caso de la 'Galleria dell'Artigianato'".....37

Innovación en la artesanía: buenas prácticas europeas.

- Innovación, diseño y artesanía.....41
- La economía creativa - un enfoque estratégico a escala nacional.....42
- Innovar la tradición: el paradigma del diseñador.....44
- Artesanía contemporánea en la región de Flandes, Bélgica.....46
- El apoyo e impulso a la innovación en la artesanía irlandesa.....48

Innovación en políticas públicas para el sector artesano: redes y otras formas de cooperación.

- Euroart: la red pública europea de artesanía.....51
- La red empresarial europea: retos y oportunidades para la cooperación en Europa.....53
- La acción de la UNESCO en la artesanía.....55
- La rama europea del Consejo Mundial de la Artesanía: la organización de las asociaciones de artesanía europeas.....57
- Por un escaparate europeo de los oficios artesanos.....59
- Políticas públicas de apoyo a la artesanía en Portugal.....60

Conclusiones.....63

Declaración final.....65

ENGLISH VERSION.....67

Jueves, 3 de Junio

08:30 **Acreditación**

09:00 **Inauguración**

- Estela Gallego Valdueza
  Directora General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa - Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (España)
- Sylvia Vlaeminck
  Directora de la Unidad "Artesanía, Pequeñas Empresas, Cooperativas y Mutuas" - DG Empresa e Industria, Comisión Europea
- Luc Hendrickx
  Director de Políticas de Empresa y Relaciones Exteriores - Asociación Europea de Pymes y Empresas Artesanas (UEAPME)
- Manuel González
  Presidente - Organización de los Artesanos de España (Oficio y arte), (España)
- Josep Huguet i Biosca
  Consejero de Innovación, Universidades y Empresa - Generalitat de Catalunya (España)

09:30 Ponencia marco: **¿Cómo promocionar la excelencia en la artesanía? El valor de la artesanía**

- Don Enrique Loewe
  Presidente - Fundación Loewe (España)

10:15 Mesa redonda 1 - **Retos en la educación para asegurar el crecimiento y el empleo. Definición curricular y certificación de conocimientos: ¿cuál es el valor de la regularización de profesiones artesanas a escala nacional?**

- Moderador: Don Félix Sanz
  Director - Centro Regional de Artesanía de Castilla y León (CEARCAL), (España):
  "La formación en la artesanía: una plaza para el tren del futuro"
- Doña Virginia Casado
  Jefa de Servicio de Cualificaciones Científicas de la Salud - Instituto Nacional de las Cualificaciones (INCUAL), (España):
  "La proyección de las cualificaciones en el mundo de la formación de artesanos"
- Doña Bibbi Forsman
  Responsable de Comunicación - Centro de Artesanía (Suecia):
  "Formación de artistas en un mundo empresarial - un juego de equilibrios"
- Doña Mª Luisa Martínez Díaz
  Directora - Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de Valencia (España):
  "La artesanía en el Espacio Europeo de Educación Superior: el Grado de Cerámica"
- Don Antonio Altarriba
  Experto en artesanía (Finlandia):
  "El potencial artesano"

11:45 **Pausa**

10:15 Mesa redonda 2 - **Innovación mediante normalización: la calidad de los productos artesanos**

- Moderadora: Doña Sandra Theulé
  Responsable de Relaciones Institucionales - Ateliers d'Art (Francia):
  "Un nuevo estándar para el marketing de productos artesanos"
- Don Daniel Massó,
  Jefe de Servicio de Química y Combustibles - Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), (España):
  "La estandarización en la artesanía"
- Doña Andreea Gulacsi
  Directora del Programa de Innovación - Comité Europeo de Normalización y de Normalización Electrotécnica (CEN-CENELEC):
  "La estandarización como una herramienta innovadora"
- Don Manuel González
  Presidente - Organización de los Artesanos de España (Oficio y arte), (España):
  "Una acción de marketing sectorial: Artesanía de Galicia"
- Doña Elisa Guidi
  Coordinadora General - Centro para la Artesanía Artística y Tradicional de la Toscana (Artex), (Italia):
  "Valorizando grupos homogéneos de empresas artesanas: el caso de la 'Galleria dell'Artigianato'"

13:45 **Comida**

15:00 Mesa redonda 3 - **Innovación en la artesanía: buenas prácticas europeas.**

- Moderador: Don Jordi Montaña
  Director de la Cátedra ESADE de Gestión del Diseño - Escuela de negocios (ESADE). Universitat Ramón Llull (España):
  "Innovación, diseño y artesanía"
  - Doña Petra Tarjanne
    Directora de programas - Ministerio de Economía y Trabajo (Finlandia):
    "La economía creativa - un enfoque estratégico a escala nacional"
  - Doña Rosy Greenless
    Directora - Consejo de Artesanía (Reino Unido):
    "Craft Matters (la artesanía importa)"
  - Don Giulio Vinaccia
    Diseñador y co-director - Integral Studio Vinaccia (Italia):
    "Innovar la tradición: el paradigma del diseñador"
  - Don Johan Valcke
    Director - Centro de diseño de Flandes (Bélgica):
    "Artesanía contemporánea en la región de Flandes, Bélgica"
  - Doña Úna Parsons
    Directora - Consejo de artesanía (Irlanda):
    "El apoyo e impulso a la innovación en la artesanía irlandesa"

16:30 Mesa redonda 4 - **Innovación en políticas públicas para el sector artesano: redes y otras formas de cooperación.**

- Moderadora: Doña Mercedes Valcárcel
  Coordinadora General - Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (Fundesarte), (España):
  "Euroart: la red pública europea de artesanía"
  - Don Yannis Tsilibaris
    Subdirector de la Unidad "Cooperación Empresarial y Redes de Apoyo" - DG Empresa e Industria, Comisión Europea:
    "La red empresarial europea: retos y oportunidades para la cooperación en Europa"
  - Doña Denise Bax
    Especialista de la Sección de Artes, Artesanía y Diseño - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO): **"La acción de la UNESCO en la artesanía"**
  - Doña Christine Beyer
    Directora Ejecutiva - Consejo Mundial de la Artesanía - Europa (WCC-Europe), (Alemania):
    "La rama europea del Consejo Mundial de la Artesanía: la organización de las asociaciones de artesanía europeas"
  - Doña Marie-Hélène Frémont
    Directora – Sociedad para la Promoción de la Artesanía (SEMA), (Francia):
    "Por un escaparate europeo de los oficios artesanos"
  - Don Fernando Gaspar
    Coordinador del Programa de Promoción de los Oficios y las Microempresas Artesanas (PPART) - Instituto de Empleo y Formación Profesional (IEFP), (Portugal): **"Políticas públicas de apoyo a la artesanía en Portugal"**

18:00 **Conclusiones / cierre**

- Relator: Don Jesús Ángel Prieto, Profesor de la Escuela Massana, (España)
  - Don Félix Sanz, moderador mesa 1.
  - Doña Sandra Theulé, moderadora mesa 2.
  - Don Jordi Montaña, moderador mesa 3.
  - Doña Mercedes Valcárcel, moderadora mesa 4.

Viernes, 4 de Junio

10:00 **Visita guiada** (opcional) a edificios y monumentos culturales e históricos relacionados con el sector de la artesanía.

Inauguración

Estela Gallego Valdueza

Directora General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

La Directora General de Política de la PYME destacó durante su intervención la importancia de dedicar estas jornadas a debatir sobre la situación y las perspectivas de las empresas del sector artesano en el inicio de la recuperación económica que afronta Europa en el comienzo de esta nueva década. Asimismo, resaltó la creciente influencia del sector artesano en el desarrollo de sectores económicos emergentes como el turismo cultural, el turismo rural o el gastronómico.

A continuación presentó a Doña Silvia Vlaeminck, Directora de la Unidad "Artesanía, Pequeñas Empresas, Cooperativas y Mutuas" de la Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea. Gracias al apoyo financiero de la Comisión Europea se ha podido llevar a cabo el congreso europeo de artesanía en el marco de la presidencia española.

Después la Sra. Gallego dio paso a Don Luc Hendrickx, Director de Políticas de Empresa y Relaciones Exteriores de la Asociación Europea de Pymes y Empresas Artesanas (UEAPME). El Sr. Hendrickx actuó en representación de las pymes artesanas europeas.

En representación del sector artesano español intervino Don Manuel González, Presidente de la Organización de los Artesanos de España (Oficio y arte).

Finalmente, la Sra. Gallego presentó a Don Josep Huguet i Biosca, Consejero de Innovación, Universidades y Empresa de la Generalitat de Catalunya, quién cerró el acto inaugural.

Sylvia Vlaeminck

Directora de la Unidad - Promoción de la competitividad de pymes
Artesanía, pequeñas empresas, cooperativas y mutuas
Comisión Europa: Dirección General de Empresa en Industria

Buenos días,

Es un placer para mi, representar a la Comisión en este congreso organizado en el contexto de la presidencia española de la UE. Querría empezar agradeciendo la propuesta de realizar este evento y la labor organizativa desempeñada.

Estamos contentos de cofinanciar este congreso, que también se está llevando a cabo en el contexto de la Semana Europea de la PYME[1]. Cabe decir, que aglutinar eventos bajo un mismo paraguas da mayor visibilidad y llega a más pymes.

La artesanía es un sector muy relevante en todos los países europeos. El lema de la Unión Europea "unidos en la diversidad" se refleja en la variedad demostrada en las artesanías.

La artesanía está ligada al territorio y a la historia, y desempeña un rol en el turismo. Está directamente relacionada con nuestro patrimonio cultural; sin embargo, no sólo está vinculada con nuestro pasado, sino que también es importante para nuestro futuro.

Los temas (retos) de los que se hablarán en esta conferencia han sido seleccionados concienzudamente: desde la formación y la calidad, hasta la innovación y cooperación. Felicito a los organizadores por el interesante programa. Asimismo, nuestro programa de hoy es práctico y este resulta un buen enfoque. Estoy convencida de que hoy intercambiaremos buenas prácticas interesantes. También florecerán nuevas ideas de posibles acciones y cooperación.

Me atrevo a afirmar que estamos familiarizados con los principales problemas con los que se afrontan las pequeñas y medianas empresas (PYME). En el 2007, organizamos una conferencia sobre artesanía y pymes. Las conclusiones de esa conferencia resultaron una importante aportación para la Small Business Act (SBA)[2] para Europa, que fue adoptada en el 2008.

El objetivo principal de la SBA es mejorar el entorno empresarial de las PYME y transmitir el principio de “Pensar primero a pequeñas escala" en todas las políticas. Se incluyeron numerosas acciones en el SBA en el ámbito europeo, nacional y regional. La Comisión misma puede impulsar ciertas iniciativas, pero también invita a los estados miembros a participar.

¡Es cierto que la SBA es ambiciosa y no sería realista decir que todo se ha hecho! Deberemos trabajar en ello durante mucho tiempo. Debemos monitorear el progreso. Así lo hacemos mediante la SME Performance Review[3] (revisión de rendimientos de la PYME), que estamos a punto de publicar en nuestra web: ofrece una imagen actual de las pymes en el ámbito europeo y nacional, incluidas las políticas nacionales sobre pymes. Les invito a echar un ojo a su país, dado que contiene mucha información interesante en las fichas de datos nacionales[4].

Acabamos de lanzar una revisión del SBA para finales de año. El objetivo no es empezar de nuevo. Los principios se mantendrán, pero queremos asegurarnos que mantenemos el SBA en la agenda y queremos relacionarla con el nuevo marco regulador de la UE para el año a 2020[5].

Este congreso se realiza en un buen momento, ya que toda aportación será bienvenida. Aunque estoy convencida de que las medidas para pymes y pequeñas empresas artesanas (de definición amplia) también son relevantes para la artesanía, son bienvenidas las aportaciones específicas para el sector. Y este es mi mayor mensaje en el día de hoy.

Ahora me gustaría mencionar rápidamente algunas de las acciones que estamos llevando a cabo adicionalmente en nuestra coordinación política del SBA. El acceso a financiación es uno de los mayores retos para las pymes, por ello invertimos una gran parte de nuestros recursos en intentar mejorar el acceso a préstamos y capital riesgo. También invertimos mucho en la Red Europea de Empresas (Enterprise Europe Network)[6], nuestra red de apoyo empresarial con un enfoque especial en el acceso a mercados y cooperación empresarial.

Actualmente, estamos creando un proyecto piloto con fines formativos entre emprendedores "experimentados" y "jóvenes" emprendedores: el Erasmus para jóvenes emprendedores[7]. Este proyecto anima a graduados y nuevos o jóvenes emprendedores a marcharse al extranjero durante un periodo máximo de seis meses y aprender técnicas empresariales exitosas y a cómo gestionar una empresa de un emprendedor experimentado. Esto puede tener impactos muy prácticos en la innovación para las pequeñas empresas. Encontraréis más información en nuestra página web[8].

Estaré encantada de responder a preguntas ahora y durante todo el congreso.

¡Gracias por su interés!

[1]http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/sme-week/index_es.htm
[2]http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:es:PDF
[3]http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm
[4]http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/index_en.htm
[5]http://ec.europa.eu/eu2020/index_en.htm
[6]http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm
[7]http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=es
[8]http://ec.europa.eu/eu2020/index_en.htm

Luc Hendrickx

Director de Políticas de Empresa y Relaciones Exteriores,
Asociación Europea de pymes y empresas artesanas (UEAPME)

UEAPME es la organización de empresarios que representa los intereses de las empresas artesanas europeas, comercio y pymes en el ámbito europeo. UEAPME es un socio europeo "social" reconocido. Se trata de una organización sin ánimo de lucro e independiente.

Como organización paraguas de las pymes y empresas artesanas, UEAPME acoge a 85 organizaciones miembro de 34 países. Son federaciones nacionales de pymes multisectoriales, federaciones europeas y otros miembros asociados que apoyan a la familia de las pymes. UEAPME representa a más de 12 millones de empresas que dan empleo a 55 millones de personas en toda Europa (www.ueapme.com).

En primer lugar, quiero felicitar a la Fundación Española para la Innovación de la Artesanía por organizar esta conferencia y agradecerles a ellos y a la presidencia española por invitar a UEAPME a estar presente aquí en el día de hoy.

Las pymes y las empresas artesanas constituyen el 99,9% de todas las empresas de la Unión Europea. No son sólo el motor de la economía europea; también se caracterizan por su diversidad.

No tiene sentido debatir la definición de pymes y artesanía en general o artesanía artística en particular. Deberíamos centrarnos en lo que las une. La artesanía artística se enfrenta a los mismos retos que el resto de pymes. Como por ejemplo: retraso en los pagos y traspaso de empresas.
Las pequeñas empresas se ven muy afectadas por los retrasos en los pagos impuestos por las grandes empresas o las autoridades públicas. El parlamento europeo está debatiendo en la actualidad refundir la directiva europea y UEAPME insta a la presidencia española a respetar el voto parlamentario, dado que fija plazos claros tanto para los gobiernos como para las empresas.

Miles de pequeñas y medianas empresas con un peso económico considerable desaparecen cada año por no poder superar las dificultades ligadas al traspaso de propiedad. Cada año, aproximadamente 690.000 empresas de la Unión Europea, que cubren más de 2,8 millones de puestos de trabajo se enfrentan al traspaso de propiedad a un nuevo propietario. También resulta un problema serio para las empresas artesanas sobre todo por la transferencia de conocimientos.

No obstante, la artesanía tiene necesidades específicas que requieren una atención especial. La formación es uno de los temas preocupantes y le sigue la innovación, que debe ser definida en un sentido más amplio para reflejar la manera específica en la que se innova en la artesanía. La innovación no puede verse simplemente como el resultado de I+D, sino más bien como una combinación de todas las partes actuando en el entorno correcto. Deben protegerse mejor los derechos de propiedad intelectual, debe garantizarse la financiación para acciones innovadoras y deben reforzarse los lazos entre la ciencia y las empresas.

Se necesita una definición amplia de innovación, incluyendo no sólo la alta tecnología sino también la media y la baja, así como la innovación no tecnológica, la que viene a ser la más frecuente en las pymes. Hay una latente necesidad de mejorar el entendimiento de cómo se presenta la innovación en las pequeñas empresas y de cómo involucrar a los "innovadores durmientes" en el proceso. Adicionalmente, todos los programas y las oportunidades de financiación para innovación deben estar abiertos para pequeñas empresas, deben ser simplificados y deben hacerse más asequibles para las pymes, en caso necesario. Finalmente, deben ofrecerse mejores servicios de apoyo a la innovación y más oportunidades de asesoramiento.

Un último tema preocupante también es la internacionalización; debe mantenerse la larga tradición del sector en cuanto al comercio internacional y desarrollarse más.

Manuel González Arias

Presidente de Oficio y arte,
la Organización de los Artesanos de España

En nombre de los artesanos de España, bienvenidos todos los participantes que han llegado de otros países, y también todos los representantes de instituciones y asociaciones de España.

Felicito sinceramente a la Comisión Europea, al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y a la Generalitat de Catalunya por la iniciativa de celebrar este interesante Congreso que, con seguridad, será de gran utilidad para nuestro sector.

La artesanía artística o contemporánea en Europa como sector singular necesita de atención pública singular.

Necesitamos estrategias para promover la artesanía contemporánea en Europa, tanto en el mercado interior como de cara al exterior.

Necesitamos políticas activas que promuevan una "identidad europea" en materia de artesanía contemporánea.

Debemos de trabajar para crear una alianza, un acuerdo entre instituciones públicas y privadas que actúe en ese terreno.

Necesitamos mejorar el diagnóstico de los problemas y las potencialidades como sector productivo innovador y socialmente deseable, y colaborar para diseñar acciones que promuevan su progreso.

Tenemos que ser capaces de impulsar la identidad de la Artesanía Contemporánea Europea, como una "marca", para que sea percibida por el público en la UE, pero también, y muy especialmente, por los mercados en otros países.

En una palabra, necesitamos "organización" en lo que se refiere a la gestión de nuestros intereses, y para ello es imprescindible contar con la complicidad y el apoyo eficiente de la Comisión Europea, además del de las instituciones públicas de cada país.

Hace unos años viajó por Europa una exposición promovida por los Estados Unidos de América bajo el título "USA Crafts Today". Es solamente un ejemplo, pero nuestra expectativa está en que pronto sea posible que actividades como una exposición titulada "European Crafts Today" pueda viajar por el mundo.

La artesanía de la UE debe ser reconocida como parte activa del sector de las industrias culturales y creativas. Las empresas artesanas de la Unión Europea necesitan participar en los programas diseñados para el sector de las industrias creativas que ha sido reconocido por las instituciones comunitarias como uno de los sectores productivos con más futuro y en el que la UE debe esforzarse para ser competitiva.

Esperamos que este Congreso siente las bases para lanzar un nueva dinámica de cooperación entre las entidades e instituciones europeas relacionadas con la artesanía.

Una nueva dinámica de intercambio y acciones concertadas que sean útiles a las empresas artesanales en Europa.

Josep Huguet i Biosca

Consejero de Innovación, Universidades y Empresa
Generalitat de Catalunya

Directora de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (Sra. Estela Gallego); Directora de la unidad "Artesanía, pequeñas empresas, cooperativas y mútuas" de la Dirección General de Empresa e Industria de la Comissión Europea (Sra. Sílvia Vlaeminck); Director de competitividad de empresas y relaciones externas de la Asociación europea de Pyme y empresas artesanas (Sr. Luc Hendricks); Presidente de la Organización de Artesanos de España (Sr. Manuel González); Directora d'Artesania de Catalunya (Sra. Gemma Amat); autoridades, señoras y señores.

Molt bon dia a tothom. Benvinguts i benvingudes al Congrés Europeu de l'Artesania "Tradició, innovació i sostenibilitat: suport de l'administració pública".

Es para a mí una satisfacción participar en la inauguración del Congreso Europeo de Artesanía "Tradición, innovación y sostenibilidad: apoyo de la administración pública" que este año tenemos el honor de celebrar en Barcelona.

Según el estudio realizado por el Ministerio "*El sector artesano español en las fuentes estadísticas y documentales*", existen en el estado español más de 92.000 empresas y profesionales artesanos, Catalunya lidera este ranquin con el 21%.

A nivel de ocupación, según datos de la Encuesta de Población Activa del 2007, refleja 201.000 personas relacionadas con la artesanía a nivel Estatal, de las que 44.000 estarían en Catalunya, representando el 22,2% del total.

El conjunto de todos estos datos nos indican que Catalunya lidera el sector artesanal a nivel Estatal, desde el número profesionales artesanos, de empresas y de ocupación, encabezando un grupo principal en el que se encuentran también Madrid, la Comunitat Valenciana y Andalucía.

Todo esto no es casual...

La primera razón es Catalunya tiene una larga historia, una lengua milenaria junto a una cultura y unas tradiciones muy ricas que han hecho posible una gran diversidad artesanal.

La segunda razón es que existe una fuerte implicación de muchas personas que, con la constancia de su trabajo, han dado continuidad a todas las forma de artesanía. Los artesanos y artesanas de Catalunya, y todos aquellos que los han precedido, han mantenido encendida la antorcha que se encendió ya hace muchos siglos.

Por estas razones el Gobierno de Catalunya tiene el deber apoyar la artesanía de su país.

Con este fin el gobierno de Catalunya creó Artesania Catalunya, organismo que acredita, informa y promueve la autenticidad de la actividad artesana catalana. Existe para activar el valor artesanal potenciado su rendimiento, consolidando la contemporaneidad del oficio y cuidar de los intereses de los artesanos.

Artesania Catalunya, dispone de un espacio centralizado como punto de atención al artesano y un escaparate cultural y comercial de la artesanía en el barrio de Ciutat Vella de Barcelona, donde el próximo 30 junio se inaugurará la primera tienda de artesanía certificada en Catalunya.

Para los próximos años, Artesanía Catalunya cuenta con un ambicioso plan que debe fortalecer el sector y proporcionarle nuevos elementos que garanticen su crecimiento y su futuro.

Las principales bases de este plan son:

- La promoción.
- La formación.
- Mejorar la gestión desde el punto de vista empresarial.
- Creación de nuevos productos (turismo, identidad - *Empremtes de Catalunya*)

- Potenciación de los canales de distribución y venta. (ferias locales, internacionales, profesionales, puntos de venta...)

Y también son de gran relevancia:

- La incorporación de las nuevas tecnologías.
- Recuperar e innovar el oficio artesano (*Oficis Singulars, Disseny* y TIC)
- Apoyar el asociacionismo de los artesanos.
- Difundir los valores culturales de la artesanía catalana.
- Entre otros...

Es mucho el camino que aun tenemos que recorrer, pero sabemos cuál es nuestro objetivo y esto es de una gran ayuda y nos permite ser optimistas. La cooperación del sector con las administraciones está dando ya sus frutos y esperamos que en los próximos años, las semillas que se han plantado empiecen a brotar.

Deseo que el Congreso sea un éxito, agradecer también a todas las personas que lo han hecho posible y espero que disfruten de su estancia en Barcelona.

¡Muchas gracias!

Ponencia marco

¿Cómo promocionar la excelencia en la artesanía? El valor de la artesanía.

Enrique Loewe

Presidente - Fundación Loewe (España)

Vivimos tiempos de incertidumbre: globalización, materialismo, inhumanización, conflictos … descontrol.

Quizás ello sea la causa del resurgimiento de la artesanía …. siempre reaparece en los momentos de grandes cambios sociales (ejemplo *Arts & Crafts*).

Actualmente, la artesanía está resurgiendo bajo diferentes perspectivas … porque la artesanía es, ante todo, diversidad.

La artesanía ha sido una de las banderas de Loewe desde el inicio de su existencia… pero ahora se observa que las principales firmas del lujo empiezan a reivindicar el valor de la artesanía: campañas de promoción de Hermés, Louis Vuitton … hasta el punto de que en un artículo sobre el futuro del Lujo, Bob Chávez, CEO de Hermés USA afirma: "Hermés no es una cuestión de Tendencias. Ni siquiera es una casa de moda. Somos una empresa de artesanía".

Una parte de la sociedad demanda un refugio de seguridad basada en la recuperación de unos valores que se desmoronan. De esta forma, la restitución de una identidad basada en la tradición, con unas raíces locales, y la recuperación del valor emocional de unos objetos creados manualmente por artesanos que acumulan un *know-how* milenario, se han erigido en el estandarte de la artesanía sofisticada y glamourosa reivindicada por las firmas del Lujo. La excelencia, la sofisticación y la exclusividad del producto artesanal personalizado como símbolo de ostentación.

Está emergiendo un nuevo Lujo que huye de la ostentación y que busca en los matices (el lujo del *connaisseur*), en el momento (el lujo del tiempo) y en la vivencia (el lujo experiencial) las nuevas raíces de su identidad. Este lujo innovador tiene una clara vocación artesanal, pero reivindica un concepto de artesanía más abierto al futuro, recurriendo a la tradición para reinterpretarla, a nuestras raíces para actualizarlas y a la habilidad manual como fuente de creatividad emocional para explorar nuevos imaginarios. Ese es el verdadero rol de la artesanía y del lujo en nuestra sociedad: vislumbrar nuevos imaginarios cuando los actuales se agotan, contribuyendo al cambio de época.

La artesanía reivindicada por el nuevo lujo vincula el pasado con el futuro a través del diálogo de la tradición con las nuevas tecnologías, con los nuevos materiales y con los nuevos retos de la sociedad. Y su rasgo de identidad descansa en la excelencia. Pero no simplemente en la excelencia de un producto bien realizado, sino en la superexcelencia de generar una experiencia vital y emocional que nos ayude a encontrar en las nuevas tendencias sociales que están empezando a impregnar el mundo del lujo: el eco-lujo y el lujo solidario.

Bajo esta perspectiva, y pensando en el papel de la enseñanza, resaltar que la excelencia no se consigue solo formando trabajadores manuales muy hábiles. El papel de la creatividad, el dominio de la comunicación dentro de una perspectiva social constituyen los otros pilares sobre los que se erige la excelencia de la nueva artesanía.

Retos en la educación para asegurar el crecimiento y el empleo. Definición curricular y certificación de conocimientos: ¿cuál es el valor de la regularización de profesiones artesanas a escala nacional?

La formación en la artesanía: una plaza para el tren del futuro

Félix Sanz

Centro Regional de Artesanía de Castilla y León (CEARCAL)
direccion@cearcal.com

LA FORMACIÓN EN LOS OFICIOS ARTESANOS EN ESPAÑA
¿De dónde venimos?

La formación en las artes ha evolucionado durante siglos, desde la transmisión oral en el ámbito familiar, a las estructuras gremiales o a las primeras "regularizaciones" formales realizadas en este campo en España en el siglo XIX, pero siempre con el mismo objetivo, formar trabajadores artesanos que fueran capaces de llegar a la excelencia en la práctica del oficio.

También es necesario contextualizar correctamente el concepto de los oficios artesanos hasta el siglo XIX ya que hasta esas fechas y durante siglos, el resultado del trabajo de los talleres artesanales no tenía por qué tener las consideraciones "artísticas" que desde hace 150 años les atribuimos, sino que el oficio, estaba más vinculado al concepto de perfección técnica, ya fuera para realizar un coche de caballos, la pintura al fresco de un templo o un tapiz.

La fractura formativa

En España, durante el siglo XIX, se pusieron en marcha múltiples iniciativas que intentaban dar respuesta al nuevo panorama productivo tras la llegada de las revoluciones industriales hasta que ya es en 1919 cuando se acabaron por separar definitivamente las escuelas de artes y oficios de las escuelas industriales y la formación de los oficios artísticos no universitarios fueron relegados a un largo peregrinar de decadencia que duró casi todo el siglo XX. Sólo a finales del siglo pasado se tomó conciencia de la importante vinculación que tiene la industria tradicional con el diseño y los modelos productivos no industriales de los oficios artísticos.

¿Dónde estamos?: La formación no reglada

El final del siglo XX en España ha supuesto toda una reordenación en los planes de estudios en los Oficios Artísticos que ha venido a completarse con las primeras titulaciones de Grado dentro del marco del Plan Bolonia que iguala definitivamente la formación en los Oficios Artísticos al resto de las titulaciones universitarias europeas. Todo este confuso viaje formativo llevado a cabo durante los últimos dos siglos tuvo como consecuencia la aparición de múltiples ofertas formativas al margen de los cauces educativos oficiales y que intentaban ser una alternativa a los sistemas reglados para aquellos jóvenes que se veían excluidos de los itinerarios oficiales. Este modelo, con sus variantes, se fue extendiendo y actualmente sigue siendo impartido por numerosas entidades e instituciones públicas y cuyos títulos no tienen ningún reconocimiento educativo. Por si la cuestión fuera poca, en los últimos años tenemos que sumarnos aquellas entidades que bajo el nombre de formación profesional continua hemos creado todo un repertorio formativo que intenta cubrir la demanda de conocimientos que tienen los profesionales del sector como consecuencia de las carencias arrastradas por un sistema formativo que estuvo durante casi toda su historia muy lejos de la realidad productiva y empresarial de la artesanía.

El reconocimiento de la experiencia

Entonces, por un lado tenemos la incorporación de jóvenes profesionales de las artes y artesanías que provienen de los diferentes ciclos formativos reglados y por otro lado nos encontramos con un amplio número de profesionales, ya no tan jóvenes, que accedió a los Oficios Artísticos desde la formación no reglada, la herencia familiar y en una gran parte con formación autodidacta y que hoy no tienen ningún reconocimiento oficial de sus competencias profesionales adquiridas durante numerosos años de ejercicio de su profesión. Esta falta de reconocimiento, además de minar la autoestima de muchos profesionales, incide directamente en el reconocimiento social de los maestros artesanos, creando una imagen de trabajadores poco cualificados que no corresponde en ningún momento con la realidad de sus conocimientos y habilidades.

Las certificaciones profesionales en las artes y artesanías

La aprobación en España de la Ley de las Cualificaciones y la Formación Profesional en el 2002 ha generado una gran expectativa en el sector artesano, ya que con su desarrollo se abre la puerta a unas demandas de reconocimiento profesional a todos los trabajadores que por motivos diversos no pudieron acceder a la formación reglada y que en el caso de la artesanía y las artes, implica a un porcentaje muy elevado.
Por otro lado, el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales reconoce por fin la existencia de una familia profesional propia para las artes y artesanías, que definitivamente pone en valor la importancia productiva y para el empleo que suponen las actividades vinculadas a los oficios artísticos y tradicionales.

LA FORMACIÓN CONTINUA PARA "REINVENTAR LA ARTESANÍA"

¿Un nuevo modelo para la artesanía?

Pero toda esta "puesta a punto" de la artesanía no debe ser interpretada como el final de un trayecto, sino más bien debemos entenderlo como la oportunidad para colocarnos en la línea de salida hacia el futuro. Precisamente es ahora cuando tenemos que ponernos a reinventar esto que entendemos por artesanía. Teniendo en cuenta los cambios tecnológicos y sociales vividos en los últimos 25 años, los modelos seguidos en España y parte de Europa para entender a la artesanía de oficios por parte de la mayoría de las instituciones públicas y muchas organizaciones profesionales se han quedado totalmente obsoleta y poco tiene que ver con la realidad productiva, los perfiles profesionales o las demandas de los clientes.
Si en el siglo XX sirvió para enterrar definitivamente los conceptos decimonónicos de las "bellas artes" eliminando modelos académicos limitadores de la creatividad, hoy nosotros estamos obligados a liberarnos de prejuicios y perjuicios sobre la evolución que ya están teniendo los propios oficios artesanos.

Nuevas técnicas, nuevas tecnologías

Sin duda debemos superar viejos conceptos que nos lastran como sector. La artesanía de "lo hecho a mano" debe ser superada por la artesanía realizada por mecanismos productivos no industriales que hace uso de todos los recursos tecnológicos que estén a su alcance para garantizar la calidad de la excelencia y su pervivencia en el actual sistema de consumo. El objetivo final de cualquier actividad productiva es su rentabilidad y continuidad en el tiempo mejorando sus productos y aumentando sus valores añadidos, y esto sólo se consigue mediante el aumento de su capacidad competitiva. Por lo tanto es imprescindible adecuar al sector en el manejo de programas informáticos de 3d, el uso de impresoras tridimensionales, fresadoras de control numérico, telares digitales, láseres… y todas aquellas herramientas que puedan ser incorporadas en los procesos productivos de los talleres artesanos y que permitan garantizar su actividad en el tiempo.

Nuevos materiales, nuevos oficios

Por otro lado, la aparición de nuevos materiales no es algo ajeno a las actividades artesanas. Estos nuevos materiales con características físicas impensables tan sólo hace 20 años deben ser vistos como una gran oportunidad para aumentar nuestra capacidad para ofrecer nuevos productos. La incorporación de estos materiales no debe ser contemplada como una amenaza, sino que debe ser un acicate para investigar en nuevas técnicas para su tratamiento y su uso y porqué no, debe servir para ampliar el repertorio de oficios artísticos. Qué absurdo sería no incluir en las actividades formativas el manejo de nuevos materiales porque estos no son los tradicionales. No sólo absurdo, sino inútil, porque los talleres al final acabaran usando todos los materiales que les permitan aumentar su competitividad, pese a quién pese.

Nuevos mercados

Las posibilidades de las empresas artesanas nos permiten estar en cualquier sector productivo cubriendo huecos de demanda que por rentabilidad o flexibilidad son inalcanzables para la industria en general.
Pero para afrontar estos retos es básico que los talleres artesanos también tengan formación en la gestión de empresas. Formación que permita gestionar proyectos y su financiación. Formación que permita entender que la gestión es una herramienta y no un muro imposible de atravesar. Hoy, la actividad artesanal, a pesar de todas las amenazas que nos rodean, está situada en los primeros puestos de salida para acometer el futuro con gran optimismo.

La proyección de las cualificaciones en el mundo de la formación de artesanos

Virginia Casado

Jefa de Servicio de Cualificaciones Científicas de la Salud
Instituto Nacional de las Cualificaciones (INCUAL)
virginia.casado@educacion.es

Finalidades de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional:

- La ordenación de un sistema integral de formación profesional, cualificaciones y acreditación, que responda con eficacia y transparencia a las demandas sociales y económicas.
- La formación a lo largo de toda la vida, acomodándose a las distintas expectativas y situaciones personales y profesionales.
- El fomento de la libre circulación de los trabajadores.

Cualificación Profesional: Conjunto de competencias profesionales con significación para el empleo que pueden ser adquiridas mediante formación modular u otros tipos de formación así como a través de la experiencia laboral.

Competencia Profesional: Conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo.

En el **Real Decreto 1128/2003**, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, se establecen veintiséis familias profesionales, entendidas éstas como un conjunto de cualificaciones que responden a criterios de afinidad de la competencia profesional y cinco niveles de cualificación.

Nivel 1: Competencia en un conjunto reducido de actividades de trabajo relativamente simples correspondientes a procesos normalizados, siendo los conocimientos teóricos y las capacidades prácticas a aplicar limitados.

Nivel 2: Competencia en un conjunto de actividades profesionales bien determinadas con la capacidad de utilizar los instrumentos y técnicas propias, que concierne principalmente a un trabajo de ejecución que puede ser autónomo en el límite de dichas técnicas. Requiere conocimientos de los fundamentos técnicos y científicos de su actividad y capacidades de comprensión y aplicación del proceso.

Nivel 3: Competencia en un conjunto de actividades profesionales que requieren el dominio de diversas técnicas y puede ser ejecutado de forma autónoma, comporta responsabilidad de coordinación y supervisión de trabajo técnico y especializado. Exige la comprensión de los fundamentos técnicos y científicos de las actividades y la evaluación de los factores del proceso y de sus repercusiones económicas.

Nivel 4: Competencia en un amplio conjunto de actividades profesionales complejas realizadas en una gran variedad de contextos que requieren conjugar variables de tipo técnico, científico, económico u organizativo para planificar acciones, definir o desarrollar proyectos, procesos, productos o servicios.

Nivel 5: Competencia en un amplio conjunto de actividades profesionales de gran complejidad realizadas en diversos contextos a menudo impredecibles que implica planificar acciones o idear productos, procesos o servicios. Gran autonomía personal. Responsabilidad frecuente en la asignación de recursos, en el análisis, diagnóstico, diseño, planificación, ejecución y evaluación.

La Ley 5/2002 establece, asimismo, que los títulos de formación profesional y los certificados de profesionalidad constituirán las ofertas de formación profesional referidas al Catálogo de Cualificaciones Profesionales, que tienen carácter oficial y validez en todo el territorio nacional y serán expedidos por las Administraciones competentes. La coordinación de las referidas ofertas formativas de formación profesional debe garantizarse por las Administraciones públicas con la clara finalidad de dar respuesta a las necesidades de cualificación, optimizando el uso de los recursos públicos.

El Ministerio de Educación a través del Departamento correspondiente se encarga de la definición y aplicación de, por un lado las enseñanzas artísticas: música, danza y artes plásticas y diseño; y por el otro lado, arte dramático.

Para finalizar, baste significar el Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral.
Esta normativa toma como referente la ley 5/2002, la cual establece en su Artículo 8, relativo al reconocimiento, evaluación, acreditación y registro de las cualificaciones profesionales, en la que se indica que:

- La evaluación y la acreditación de las competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral o de vías no formales de formación, tendrá como referente el Catálogo Nacional de cualificaciones Profesionales y se desarrollará siguiendo en todo caso criterios que garanticen la fiabilidad, objetividad y rigor técnico de la evaluación.
- El reconocimiento de las competencias profesionales así evaluadas, cuando no completen las cualificaciones recogidas en algún título de formación profesional o certificado de profesionalidad, se realizará a través de una acreditación parcial acumulable con la finalidad, en su caso, de completar la formación conducente a la obtención del correspondiente título o certificado.

El procedimiento de evaluación y acreditación de las competencias profesionales se entiende como el conjunto de actuaciones dirigidas a evaluar y reconocer estas competencias adquiridas a través de la experiencia laboral o de vías no formales de formación.

Se consideran fines del procedimiento de evaluación y acreditación:

- Evaluar las competencias profesionales que poseen las personas, adquiridas a través de la experiencia laboral y otras vías no formales de formación, mediante procedimientos y metodologías comunes que garanticen la validez, fiabilidad, objetividad y rigor técnico de la evaluación.
- Acreditar oficialmente las competencias profesionales, favoreciendo su puesta en valor con el fin de facilitar tanto la inserción e integración laboral y la libre circulación en el mercado de trabajo, como la progresión personal y profesional.
- Facilitar a las personas el aprendizaje a lo largo de la vida y el incremento de su cualificación profesional, ofreciendo oportunidades para la obtención de una acreditación parcial acumulable, con la finalidad de completar la formación conducente a la obtención del correspondiente título de formación profesional o certificado de profesionalidad.

Al igual que en el ámbito formativo, el referente para la evaluación y la acreditación son las unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales que estén incluidas en títulos de formación profesional y/o en certificados de profesionalidad.

Para la evaluación de la competencia profesional en una determinada unidad de competencia, se tomarán como referentes las realizaciones profesionales, los criterios de realización y el contexto profesional incluidos en cada una de ellas, de acuerdo con los criterios que se fijen en las correspondientes guías de evidencias.
Cada unidad de competencia será la unidad mínima de acreditación. Para llevar a cabo este proceso de acreditación se han generado unos instrumentos de apoyo que se elaborarán conjuntamente por parte del Ministerio de Educación y el Ministerio de Trabajo e Inmigración y las Comunidades Autónomas, que posibilite la optimización del procedimiento y garantizar su homogeneidad y fiabilidad.

Se consideran instrumentos a utilizar:

- Manual de procedimiento que comprenderá una guía de las personas candidatas y guías para las figuras del asesor y del evaluador.
- Cuestionarios de autoevaluación de las unidades de competencia.
- Guías de evidencias de las unidades de competencia como apoyo técnico para realizar el proceso de evaluación.

Este procedimiento ha comenzado su andadura con la elaboración de dichos instrumentos relacionados con cualificaciones vinculadas con La Ley de Dependencia y con la Educación Infantil.

El desarrollo y ampliación de los datos aquí expuestos se puede localizar en https://www.educacion.es/iceextranet

Formación de artistas en un mundo empresarial - un juego de equilibrios

Bibbi Forsman

Responsable de comunicación
Centro de Artesanía de Suecia (KHVC)

Me llamo Bibbi Forsman. Soy ceramista y además trabajo a media jornada en el centro de artesanía de Suecia *Konsthantverkscentrum* (KHVC), promocionando el trabajo de artesanos suecos. Mi punto de vista parte de ambas posiciones. Hablaré del juego de equilibrios que deben realizar los artesanos, manteniendo los pies en el suelo cuando se adentran en el mundo comercial.

KHVC representa a artesanos contemporáneos, mientras que la artesanía tradicional está representada por *Nämnden för hemslöjdsfrågor* (NFH). La mayoría de los miembros KHVC poseen un título universitario otorgado por los centros formativos de Estocolmo y Gotemburgo. Antes de adentrarse en los estudios universitarios, de 3 ó 5 años, muchos de ellos han realizado un ciclo preparatorio en artes de un ó dos años.

Por ello, podemos afirmar que tenemos una buena formación artística.

Los artesanos suecos están en un terreno difuso entre las artes visuales, la artesanía y el diseño. Hemos tenido largos debates sobre la identidad de la artesanía. ¿A qué lugar pertenece? ¿Dónde debemos situarla?

En cuanto a la formación, la perspectiva es básicamente artística, lo que se le ofrece al estudiante es el derecho y la oportunidad de definir su propia identidad. Independientemente de la dirección que tome su obra, el esfuerzo para expresar el punto de vista individual y artístico es crucial.

Esto le proporciona una gran dosis de calidad al trabajo, pero no facilita su comunicación al entorno. Los artesanos de mi generación tenían problemas a la hora de considerar su trabajo como una actividad empresarial. Por miedo a las tentaciones, los artesanos no se atrevían a cruzar la línea hacia el mundo empresarial. El temor a perder credibilidad es muy grande, y por ello también puede cegar a la hora de descubrir oportunidades de negocio.

Históricamente, el sistema formativo no se responsabilizó de la supervivencia de los artesanos tras su formación. Al mismo tiempo, los artesanos tampoco fueron aceptados en el mundo del arte. Los espacios para mostrar sus obras nunca estuvieron disponibles para artesanos.

Los artesanos buscaron sus propios caminos. Una tradición exitosa, de la era política de los setenta, es la de crear cooperativas en las que grupos de artesanos crean sus propias tiendas y *showrooms*, en las que también invitan a otros artistas a exponer sus obras; acercándolo así a la idea que tienen ellos de la artesanía. Los artesanos suecos trabajaron duramente para llevar a cabo estas tiendas y galerías de artesanía. Éstas, son al mismo tiempo un punto de venta de artesanía y una plataforma profesional y social.

Con el tiempo, algunos artesanos más jóvenes han dejado de sentirse a gusto en este ambiente cooperativista y prefieren mostrar sus trabajos en ferias, internet u otras plataformas comerciales. El reto está en tener una declaración artística que no se ahogue por la oferta de su entorno y encontrar socios empresariales y plataformas que permitan la integridad artística y que funcionen comercialmente. Y de esto, hay poco.

En el sistema educativo básico, no hay tiempo para tratar estas cuestiones y formar mentes comerciales. Las lagunas de conocimiento en estas áreas a menudo suelen aflorar por sorpresa tras la graduación. Hay algunas opciones para cubrirlas. Existen varios programas de postgraduado centrados en el desarrollo del potencial comercial para obras artesanas e incubadoras de empresas en las que los artesanos interesados pueden investigar y probar diferentes opciones en un entorno protegido.

Un muy buen ejemplo de esto son las *Drivhuset* (oficinas de las casas verdes) en Gotemburgo y otras ciudades universitarias. Se trata de un punto de encuentro entre universidad, comercio, industria y estudiantes emprendedores. En *Drivhuset* ofrecen asesoramiento gratuito y tutorización empresarial por un cierto periodo de tiempo para

realizar un plan de negocios y su seguimiento. Además organizan cursos de tarde, económicos y de corta duración sobre temas específicos como ventas y marketing sobre cómo hacer una nota de prensa ó una buena página web.

¿Por qué me gusta tanto *Drivhuset*? Porque ofrecen herramientas prácticas para el individuo cuando éste es receptivo y se da cuenta de sus necesidades. Además, es fácil acceder a los cursos incluso para un artesano muy ocupado y sin mucho dinero. Facilitan también la creación de redes de personas en la misma situación en otras áreas. Y no interfieren o corrompen la identidad como artista, sino que fortalecen esa identidad y permiten que los artesanos comuniquen sus cualidades especiales.

Los centros formativos están ahora más abiertos a determinadas prácticas. Un artesano puede tener diferentes identidades para diferentes ocasiones. Un día puede estar vendiendo una colección de su trabajo en una feria de artesanía local; al día siguiente puede estar solicitando participar en una exposición en un museo; y al otro, trabajar como comisario para un espacio público; eso, sin contar con la formación que puede estar impartiendo. Hoy en día, los estudiantes reciben poca formación en temas de concienciación empresarial.

El apoyo del gobierno a las industrias culturales está disminuyendo, lo que exige un mayor grado de autosuficiencia. Los artesanos deben navegar por nuevos mares para encontrar nuevas fuentes de ingresos. Los visitantes deben convertirse en clientes y en este proceso es importantísimo no perder la calidad y competencia artística.

El reto en el futuro es resolver las difíciles ecuaciones que se presentan tanto en la industria artesana como en otras industrias culturales. Hoy en día, gran parte del trabajo se lleva a cabo con la ayuda de nuevas técnicas. La obra artesana está hecha a mano, como la de los cantantes de ópera. El tiempo, es el factor más caro. El precio de una pieza hecha a mano subirá de forma proporcional a la rapidez a la que se fabriquen las demás cosas.

Entonces, ¿a qué precio puedes vender una taza de café? Debe estar hecha a mano, de lo contrario pierde su valor artesanal. Y este, es otro juego de equilibrios a realizar.

La artesanía en el Espacio Europeo de Educación Superior: el Grado de Cerámica

Mª Luisa Martínez Díaz

Directora - Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de Valencia
martinez_carrui@gva.es)

La formación de la artesanía

Formación y artesanía son conceptos indisolubles y hablar de la formación en la artesanía me obliga a referirme a los modos en qué se han transmitido los saberes artesanos. Así, encontramos que originariamente los oficios artísticos eran transmitidos directamente en los talleres. Más adelante, durante la transición hacia la sociedad industrial (y dependiendo de los oficios), los gremios fueron los que formaron las primeras escuelas. Este hecho, no obstante, provocó un cierto desajuste entre la formación y el aprendizaje, que es muy personalizado y con muchas horas de dedicación.

Las escuelas de artes y oficios mantuvieron una enseñanza centrada básicamente en la formalización y la estilización a través del dibujo y la geometría, un aprendizaje de las técnicas muy basado en el paso a paso y en una jerarquía que recordaba aquello del aprendiz, el oficial y el maestro. La aparición del artista expresivo (herencia del romanticismo y de los nuevos comportamientos de la abstracción pictórica), así como las nuevas enseñanzas proyectuales del recién llegado diseño (gráfico e industrial), fueron depreciando en las propias escuelas los procesos de aprendizaje de los oficios. Y a ello se sumó la desmaterialización del arte a través del arte conceptual y de la aparición de los nuevos medios: fotografía, video y los procesos digitales.

El Grado de Cerámica

Los estudios de la cerámica en España cuentan con una larga tradición y un importante legado patrimonial, sobre todo la cerámica hispano-musulmana, cuya huella ejercerá una poderosa influencia en el desarrollo de las artes españolas.

La cerámica es inseparable de la evolución de los conceptos y obras de arte contemporáneos. Tiene una doble faceta, industrial y artística, que subyace en la estructura y en los distintos planes de estudios que se han venido aprobando durante el pasado siglo XX.

Actualmente, el nuevo Espacio Europeo de Educación Superior, iniciado a partir de la Declaración de Bolonia de 1999, sitúa a las enseñanzas artísticas superiores en un nuevo marco que conlleva cambios, tanto de tipo organizativo como de tipo curricular. El pasado 14 de mayo, fue aprobado el Real Decreto por el que se establece la estructura y el contenido básico de las Enseñanzas Superiores Artes Plásticas por lo que ya se puede afirmar con toda contundencia que los estudios de Cerámica en España, el Grado en Cerámica, ha alcanzado su plena inserción en el sistema educativo como formación superior.

En la Comunidad Valenciana, en estos momentos estamos desarrollando el Decreto por el que se aprobará el plan de estudios que permitirá a partir del próximo mes de octubre, aquellos alumnos y alumnas con interés iniciar el Grado en Cerámica. Las nuevas especialidades que hemos diseñado en este nuevo Grado son: “Ciencia y tecnología cerámica” y “Arte en cerámica”. Estas especialidades configuran unos perfiles profesionales concretos que constituyen, en el alumnado, un núcleo flexible muy adaptado a las demandas reales de los contextos empresariales de la producción cerámica.

Estos planes de estudio, se desarrollan desde la perspectiva del EEES con una orientación claramente profesionalizadora. Es decir, a partir de los perfiles profesionales, se definen las competencias que el estudiante necesita adquirir para desempeñar adecuadamente las tareas, a ese perfil, asociadas. El perfil del Graduado en Artes Plásticas es el de un profesional cualificado capaz de entender, planear y resolver los problemas formales, funcionales, técnicos, productivos y socioeconómicos que se puedan presentar en el ejercicio de la actividad profesional, adaptándose a la evolución de los procesos tecnológicos, industriales, concepciones estéticas y socioculturales.

Tras finalizar sus estudios, los alumnos obtendrán unas competencias en las artes plásticas que les permitirá desenvolverse en la sociedad actual, de forma que tanto la cerámica como el vidrio constituirán actividades que englobarán la creación artística y la tecnología, y serán capaces de realizar una producción de alto nivel industrial sin renunciar a valores expresivos y creadores del hecho artístico.

Pero además la cerámica alcanza su plena integración en el Espacio Europeo de Educación Superior no sólo con el Grado en Artes Plásticas, sino también posibilitando a nuestro alumnado el acceso al nivel de postgrado. Efectivamente, la realización de programas de másteres y doctorados específicos en cerámica -cuya organización estamos desarrollando en la Comunidad Valenciana-, permitirá culminar el recorrido iniciado hasta alcanzar el máximo nivel que para cualquier área de conocimiento existe en nuestro sistema educativo.

De este modo promovemos una especialización tanto de carácter profesional como de carácter investigador. Contribuyendo, así, a la propia generación de conocimiento, de innovación, y con su transferencia a la sociedad y especialmente a las PYMES, de la competitividad y eficiencia necesarias para alcanzar el máximo bienestar social.

Las Escuelas Superiores de Cerámica

Los Estudios de Grado en Cerámica se imparten en las Escuelas Superiores de Cerámica. Dichos centros deberán contar con un elevado grado de autonomía en los ámbitos organizativos, pedagógicos, de funcionamiento, gestión y participación, en su condición de centros de educación superior.

Bien, en España contamos con dos Escuelas Superiores de Cerámica, ambas se encuentran en la Comunidad Valenciana: la Escuela Superior de Cerámica de Manises, en Valencia, que fue fundada en 1921, y la Escuela Superior de Cerámica de la Alcora, en Castellón, que fue fundada en 2005. Ambas escuelas superiores se encuentran adscritas al Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunidad Valenciana (ISEACV), que es la entidad que en 2007 creó el Gobierno Valenciano para desarrollar en régimen de autonomía el conjunto de competencias que sobre los estudios superiores de enseñanzas artísticas corresponde a la Generalitat Valenciana.

En estos momentos, desde el ISEACV, estamos desarrollando todos los trabajos que permitirán la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores en convergencia con el Espacio Europeo de Educación Superior.

Conclusión

En definitiva, el sistema educativo español acompañado del modelo organizativo que estamos desarrollando en la Comunidad Valenciana, a través del ISEACV, sitúa a las enseñanzas artísticas, entre ellas la Cerámica, en el Espacio Europeo de Educación Superior.

Pero aún se deben producir transformaciones,… y éstas están en nuestras manos. Por un lado, debemos conseguir para estos estudios una consideración social y que el ciudadano -el alumno y la alumna- que teniendo vocación, capacidad e interés por estas enseñanzas no se vea mermado en su elección porque socialmente estos estudios estén infravalorados y se consideren, erróneamente, de rango inferior.

Y por otro lado, que esa calidad sea visible por su proyección en la sociedad para que, de esta forma, la enseñanza y los profesionales de la artesanía tengan, tengáis, el prestigio y reconocimiento social que les corresponde.

De este modo, asumimos el reto que supone proporcionar una formación de calidad, que respalde la excelencia académica, que se retroalimente desde la investigación, que integre las nuevas tecnologías, que transfiera su conocimiento y colabore activamente junto a los profesionales y la sociedad en recuperar la artesanía como un valor en alza.

El potencial artesano

Antonio Altarriba

Experto en artesanía
antonio.altarriba@pp.inet.fi

Mirando los objetos que nos rodean, los edificios, calles, plazas y jardines, cafés y restaurantes, mercados y galerías, centros o barrios de artesanos vemos tradición e innovación. Un buen ejemplo de tradición e innovación es la nueva cocina que incluso se pasea por los templos del arte (Ferrán Adrià en la Dokumenta).

Hoy somos más singulares que masas, buscamos lo personal sobre lo anónimo, el sabor local sobre el global, y es en esa corriente dónde el potencial artesano europeo tiene su fortín frente al anonimato global. La capacidad innovadora, la diversidad y el sello local engrandecen la artesanía.

Hay productos industriales que no nos importa el origen, sino el prestigio, y no los adquirimos por ser americanos, finlandeses, suecos o japoneses sino por el símbolo universal de calidad, diseño y tecnología de dicha marca.

La clave del futuro está en la formación

Finlandia / Europa no puede competir con productos de bajo coste. El futuro del país / del continente se halla en la educación, en la investigación y en la formación continua. El artesano contemporáneo, como el nuevo cocinero, domina con maestría la técnica, abre sus alas al viento innovador, y conocedor de las nuevas tecnologías, sabe trabajar en equipo para producir productos singulares o en pequeñas series, sea para la promoción de sus creaciones o para compartir gastos de taller.

La creación genera empleo (el diez por ciento de los habitantes de Helsinki trabaja directa o indirectamente en la creatividad. La industria pesada se automatiza o se traslada a países de bajo coste laboral. La nueva economía finlandesa / europea se basa cada día más en la creación, la investigación y la innovación y es ahí donde la artesanía tiene grandes posibilidades.

Desde el año 1987 he co-organizado eventos internacionales en cerámica y joyería contemporánea y hasta finales del año pasado desde el Consejo Nacional de las Artes de Finlandia y también desde el Consejo regional he tenido la oportunidad de seguir muy de cerca la vida del artesano, su formación, su trabajo, sus penas y sus glorias.

Un pequeño ejemplo es la pequeña escuela de joyería de la Universidad de Ciencias Aplicadas Saimaa que ha co-organizado congresos, exposiciones y talleres internacionales con la cooperación de instituciones públicas y privadas. La escuela ha activado la experimentación y la cooperación internacional y ha creado los eventos KORU, palabra finesa que significa joya, y que hoy simboliza para el mundo vinculado a la joyería contemporánea un importante punto de encuentro internacional de la nueva creación.

La escuela invita anualmente a profesores de todo el mundo para dar conferencias o talleres. Fomenta el intercambio estudiantil para crear redes. No hace mucho, a mediados de los noventa la escuela de joyería no le quedaba otra opción o intentaba ser pionera o sucumbía como le pasó a la escuela de tejido de la misma universidad. Aquellos profesores de tejido no apostaron a tiempo por la innovación y la dirección de la universidad la cerró.

La formación del artesano contemporáneo será continua, y a partir de su formación básica deberá seguir perfilándose. Y ya en su taller el artesano se mantendrá al día a través de una pos-formación organizada por la universidad /centro de formación, gremio de artesanos o otras instituciones que la administración mantendrá para afrontar una formación constante. Así sean las instituciones públicas o privadas el reto de la innovación de la artesanía europea es una meta prioritaria y como la nueva cocina que no se basa en el precio, sino en el concepto. La artesanía contemporánea tiene un sinfín de posibilidades con productos de personalidad propia para crear con nombre propio una nueva artesanía. La nueva cocina no compite con la cocina rápida y barata, tampoco los artesanos compiten con la fabricación global y masiva, pero sí con la aportación de productos singulares.

El reto de la administración está en la formación continua del artesano para conseguir artesanos europeos con personalidad, artesanos de marca.

Las instituciones públicas

Analicemos el dispositivo global de las artes musicales y nos daremos cuenta que el apoyo de las instituciones es gigante comparado al de la artesanía. La música goza de una infraestructura de distribución, de una importante red de promoción, de expertos y críticos que escriben y hablan de la música. La infraestructura del artesano mejora, pero todavía le queda bastante camino para llegar al apoyo institucional de la música! Se deberán buscar nuevos medios de actuar. Se necesitan más centros, galerías y museos dedicados a la artesanía. Se necesitan más expertos en la promoción, más críticos escribiendo sobre la artesanía.

El desarrollo sostenible

El artesano convive equilibradamente con el medio ambiente y su producción es incomparable con la industrial y sus visiones son sostenibles. La humanidad ha recorrido un largo camino, el artesano entregó a la revolución industrial un medio ambiente con problemas que se podían resolver. El medio ambiente de los ingenieros y los grandes economistas sigue con interrogante.

Algunas visiones prácticas

La formación y el soporte público son herramientas importantes para el futuro de la artesanía europea. La artesanía genera empleo. Termino mi presentación con algunos puntos que pueden ayudar a fomentar la artesanía en cada país europeo

- Incluir la asignatura de artesanía en la educación general básica en toda la Unión Europea. También las escuelas podrían apadrinar a artesanos.
- Bajar el IVA a la artesanía lo más bajo posible.
- Fundar más centros de difusión de artesanía: nacionales, regionales, comarcales.
- Fomentar la cooperación y la innovación entre artesanos europeos, premios, concursos.
- Fomentar premios para los críticos de artesanía.
- Promover un sistema de subvenciones dirigidas a gestores y promotores que gestionen exposiciones y ferias internacionales de artesanía.
- Formación continua del artesano y una titulación homogénea en toda la UE.
- Valorar los recursos humanos que hay en cada país.
- Las visiones hay que ponerlas a la práctica.

Innovación mediante normalización: la calidad de los productos artesanos

Un nuevo estándar para el marketing de productos artesanos

Sandra Theulé

Responsable de Relaciones Institucionales Ateliers d'Art de France
sandra.theule@ateliersdart.com

El Concepto de "Talents" un lugar especial

- Invertir en un lugar emblemático ubicado en el centro de París.
- Cerca de los hoteles de lujo.
- Del barrio de negocios.
- De los grandes almacenes.
- De un lugar turístico simbólico.

Cuatro públicos objetivo

- Particulares
- Turistas
- Profesionales
- Oficinas de compraventa

Un concepto estudiado

- Concepto de tienda-galería - show room.
- Escenografía trabajada.
- Selección de objetos especializados y segmentados: joyas, textiles, lámparas y objetos, etc.
- Importante rotación de piezas únicas y pequeñas series.
- Edición de objetos de exclusiva difusión.

Un servicio de gama alta

- Personal capacitado.
- Servicio posventa rápido.
- Servicio de expedición.
- Packaging de "lujo".
- Servicio de fidelización.
- Realización de modelos a medida para los particulares.
- Externalización para profesionales.

Una política comercial de marketing potente

- Varias citas importantes durante el año (exposición temática + presentación de concursos de "jóvenes creadores" + 2 presentaciones a la prensa para la colección verano e invierno, etc.).
- Organización de fiestas privadas.
- Organización de desayunos para los compradores de grandes distribuidores extranjeros.

Una imagen potente y única

- 3 a 4 jornadas para la prensa al año con cuaderno de tendencias antes de la publicación.
- Colaboraciones con programas de TV nacionales e internacionales.
- Un tema acogedor que se adapta a distintas tiendas.
- Inversiones publicitarias en revistas de decoración.

Resultados

- Importantes publicaciones en la prensa: más de 350 en 1 año y medio.
- Programas de TV.
- Versiones regionales en curso.
- Creación de esquinas en galerías.
- Una CN en alza de un 40% en 2 años.
- Elaboración de una estrategia comercial para llevar la marca TALENTS-AAF a la exportación.

La estandarización en la artesanía

Daniel Massó Aguado

Jefe de Servicio de Química y Combustibles
Dirección de Normalización AENOR
dmasso@aenor.es

¿Qué es AENOR?

- Asociación privada, independiente y sin ánimo de lucro, reconocida en los ámbitos nacional, comunitario e internacional.
- Actividades multisectoriales de N+C.
- Miembro de los organismos europeos (CEN-CLC) e internacionales de normalización (ISO e IEC).
- Reconocida por la legislación como (único) organismo de normalización en España.
- Casi 200 comités de normalización activos.
- Más de 28.000 normas publicadas.

¡Esto no es normal!

Normalizar consiste en ponerse de acuerdo.

Principios de la normalización:

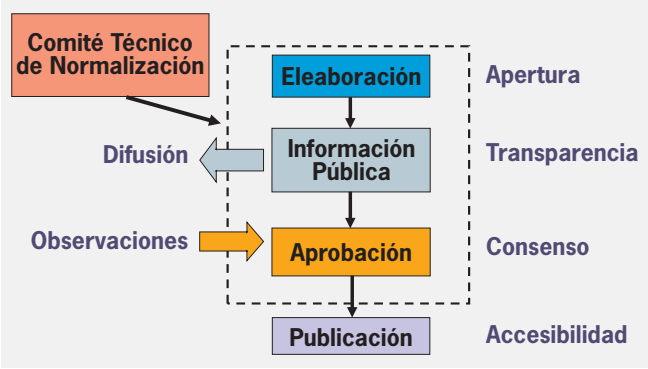
- Lenguaje común
- Desarrollo tecnológico
- Apoyo de la administración

La normalización es:

- Especificación técnica
- Voluntaria
- Accesible al público
- Elaborada por consenso de las partes interesadas
- En el seno de un organismo reconocido
- Basadas en la experiencia y en el desarrollo tecnológico

Las normas se hacen en Comités Técnicos de Normalización, compuestos generalmente por: presidente, vicepresidente, secretario, vocales, AENOR, consumidores y usuarios, administración, laboratorios y centros de investigación.

¿Cómo se desarrollan las normas UNE?



La normalización de productos artesanos

Normas UNE de productos artesanos:

A nivel español:

- UNE 400901 Figuras artesanales de arcilla cocida para Belenes.
- UNE 400902 Productos cerámicos decorativos. Elementos para jardinería elaborados en arcilla cocida no esmaltada. Ensayo de heladicidad.
- UNE 40605 Encaje de bolillos. Características generales y métodos de ensayo.

Otros países:

- Normas colombianas, peruanas…
- Norma francesa de ebanistería

Enfoque de normas para productos artesanales:

Hay varios enfoques posibles: normalizar el proceso productivo o normalizar el resultado. O bien un enfoque mixto.

Actualmente, tres grupos de trabajo activos:

- Productos cerámicos decorativos
- Azabache
- Navajas

Consideraciones adicionales

- Se pueden incluir temas “innovadores” (e incluso patentes).
- Las normas están “vivas” y se deben revisar y actualizar.
- Las implicaciones de los documentos normativos pueden son variadas (pueden llegar a ser obligatorios si los cita la Administración o lo exige el mercado).
- Las normas no tienen por qué ser certificables (la gran mayoría no lo son).

Conclusiones

- Para normalizar, hay que tener…. Mucha paciencia.
- Casi todo se puede normalizar, si hay acuerdo.
- La normalización es una herramienta útil, si se sabe usar.

La estandarización como una herramienta innovadora

Andreaa Gulacsi

Directora del programa de innovación
Comité Europeo de Normalización Electrotécnica (CEN - CENELEC)
agulacsi@cencenelec.eu

El proceso de estandarización

Los estándares europeos se basan en el consenso, que refleja los intereses económicos y sociales de los 31 estados miembros de CEN y CENELEC canalizados por las Agencias de Estandarización Nacional (AEN) en CEN y los Comités Electrotécnicos Nacionales (CN) en CENELEC. La mayoría de los estándares han sido promovidos por la industria, sin embargo los proyectos de estandarización pueden tener su origen en los consumidores, pymes o asociaciones, entre otros.

Asimismo, muchos estándares se han desarrollado para apoyar la legislación europea. La "referencia a estándares" en un texto legislativo resulta más eficiente a la hora de garantizar que los productos cumplen los requisitos sanitarios y de seguridad principales, que la formulación de leyes detalladas. Esto permite que ambos procesos se apoyen mutuamente sin que se ralentice la labor.

Además de estándares europeos, CEN y CENELEC elaboran otros documentos de referencia, que pueden ser desarrollados de forma rápida y fácil: especificaciones técnicas, informes técnicos y acuerdos de trabajo.

¿Quién participa?

Los estándares los gestionan las empresas y los formulan expertos técnicos en el área. Para llegar a un consenso europeo, la industria, las federaciones de comercio, autoridades públicas, el mundo académico y representantes de ONG son invitados a contribuir al proceso de estandarización. Es precisamente, esta amplia participación la que caracteriza el poder de la estandarización europea.

¿Cómo participar?

La vía para participar en el desarrollo de estándares europeos es a través los miembros nacionales (AEN/CN). Éstos envían delegaciones equilibradas para representar sus intereses en un proyecto de estandarización. Las asociaciones europeas de comercio y los grupos de interés (que representan ecologistas, consumidores, sindicatos, así como a pymes, entre otros) también pueden contribuir al desarrollo de un estándar.

¿Porqué participar?

La participación en el proceso permite al colaborador anticiparse a cambios en los estándares de su sector, además de poder contribuir en el contenido. Un fabricante que desee participar en el proceso de CEN o CENELEC debe contactar con su AEN ó CN, directamente o mediante una asociación de comercio. A través de la agencia nacional de estandarización o del comité nacional, el fabricante puede participar en un comité nacional "espejo", que es el responsable de desarrollar la postura nacional en relación a un estándar particular y presentar su postura al comité técnico relevante de CEN o al cuerpo técnico de CENELEC. También puede participar haciéndose miembro de una delegación nacional del comité técnico de CEN o del cuerpo técnico de CENELEC, o como experto técnico en uno de los grupos de trabajo.

Para más información de cómo las pymes pueden participar en los procesos de estandarización, visite www.cen.eu/go/sme o www.cenelec.eu/go/sme.

Una acción de marketing sectorial: Artesanía de Galicia

Manuel González Arias

Presidente de Oficio y arte,
la Organización de los Artesanos de España
mgonzalez@oficioyarte.org

En nombre de los artesanos de España, bienvenidos todos los participantes que han llegado de otros países, y también todos los representantes de instituciones y asociaciones de España.

Felicito sinceramente a la Comisión Europea, al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y a la Generalitat de Catalunya por la iniciativa de celebrar este interesante Congreso que, con seguridad, será de gran utilidad para nuestro sector.

La artesanía artística o contemporánea en Europa como sector singular necesita de atención pública singular.

Necesitamos estrategias para promover la artesanía contemporánea en Europa, tanto en el mercado interior como de cara al exterior.

Necesitamos políticas activas que promuevan una "identidad europea" en materia de artesanía contemporánea.

Debemos de trabajar para crear una alianza, un acuerdo entre instituciones públicas y privadas que actúe en ese terreno.

Necesitamos mejorar el diagnóstico de los problemas y las potencialidades como sector productivo innovador y socialmente deseable, y colaborar para diseñar acciones que promuevan su progreso.

Tenemos que ser capaces de impulsar la **identidad de la Artesanía Contemporánea Europea**, como una "marca", para que sea percibida por el público en la UE, pero también, y muy especialmente, por los mercados en otros países.

En una palabra, necesitamos "**organización**" en lo que se refiere a la gestión de nuestros intereses, y para ello es imprescindible contar con la complicidad y el apoyo eficiente de la Comisión Europea, además del de las instituciones públicas de cada país.

Hace unos años viajó por Europa una exposición promovida por los Estados Unidos de América bajo el título "*USA Crafts Today*". Es solamente un ejemplo, pero nuestra expectativa está en que pronto sea posible que actividades como una exposición titulada "*European Crafts Today*" pueda viajar por el mundo.

La artesanía de la UE debe ser reconocida como parte activa del sector de las industrias culturales y creativas. Las empresas artesanas de la Unión Europea necesitan participar en los programas diseñados para el sector de las industrias creativas que ha sido reconocido por las instituciones comunitarias como uno de los sectores productivos con más futuro y en el que la UE debe esforzarse para ser competitiva.

Esperamos que este Congreso siente las bases para lanzar un nueva dinámica de cooperación entre las entidades e instituciones europeas relacionadas con la artesanía.

Una nueva dinámica de intercambio y acciones concertadas que sean útiles a las empresas artesanales en Europa.

Valorizando grupos homogéneos de empresas artesanas: el caso de la Galleria dell'Artigianato

Elisa Guidi

Coordinadora general - Centro para la Artesanía Artística
y Tradicional de la Toscana (Artex)
e.guidi@artex.firenze.it

VALORES DE LA ARTESANÍA[1]

Estas definiciones proceden de la Carta Internacional de Artesanía, firmada en París en enero del 2010 por CNA, Confartigianato Imprese y Ateliers d'Art de France.

Valor económico

La artesanía es una fuente económica y productiva clave: una amplia red productiva, formada por pequeñas empresas, talleres y pymes que están profundamente arraigadas a su territorio y constituyen una parte considerable del valor económico creado por los sectores manufactureros.

Valor cultural

La artesanía es una herencia cultural única y ha sido la expresión de la sociedad a lo largo de los siglos: un depósito de conocimiento material e inmaterial arraigado a los territorios locales.

Valor social

La artesanía tiene un "valor social" creado a través de la interacción con la economía y la sociedad de sus áreas locales, la comunidad y el entorno.

PUNTOS CRÍTICOS EN LA ARTESANÍA

Definición

La artesanía es un sector no homogéneo que incluye empresas de varios tamaños (desde empresas unipersonales a pymes) que emplean una variedad de materiales y estilos.

Estrategias

La artesanía es un sector con características únicas que requiere proyectos específicos.

Comunicación

El consumidor final no identifica claramente el sector. Los productos de alta calidad tienen todo el derecho de ser incluidos en la categoría "refinada" y conceptual del lujo, que busca valores más allá de la apariencia y la marca.

Tipología de empresas:

- Empresas "superiores" que centran su fortaleza e inspiración en el pasado. Proponen estilos clásicos y usan técnicas tradicionales.
- Artesanos / artistas, que traducen la producción y las tradiciones culturales a nuevas expresiones artísticas, creando piezas únicas de gran valor.
- Artesanos cuyo mercado es principalmente local o cuyos productos se venden directamente en talleres. Están muy ligados a su territorio.

- Empresas de diferentes tamaños que abordan exitosamente los mercados internacionales. Las exportaciones son una parte central de sus negocios.

Posibles estrategias:

- Definir un formato de exposición para presentar la excelencia en la artesanía, tanto la más tradicional, como aquella caracterizada por un alto contenido de innovación y diseño. De hecho, en estos tiempos de cambios drásticos en los mercados nacionales e internacionales, resulta esencial identificar potenciales mercados nicho que unan a empresas que comparten la alta calidad.

- Definir eventos y modelos para crear relaciones más estrechas y provechosas entre los productos artísticos y el turismo, para su beneficio mutuo.

- Fortalecer la posición de la artesanía Italiana en los mercados internacionales mediante la participación en exposiciones y ferias internacionales, analizando los principales mercados y los mercados emergentes en particular; desarrollando iniciativas para informar a las empresas y definiendo y experimentando con nuevas estrategias de mercado.

Un ejemplo: *la Galleria dell'Artigianato* (galería de artesanía)

El proyecto de la *Galleria dell'Artigianato*[2] Para más información: www.galleriartigianato.it está dirigido a empresas seleccionadas en base a un único criterio: la altísima calidad artística de su obra.

La *Galleria dell'Artigianato* está articulada en dos secciones: "experiencia y desarrollo evolutivo", que presenta las obras de artesanos toscanos que exploran nuevos caminos expresivos usando lenguajes y técnicas artísticas muy personales. La otra sección es "tradición de la artesanía", que muestra la excelencia de la artesanía cuya fuerza e inspiración proviene de la historia y tradición, acercando nuevamente elementos clásicos estilísticos.

Objetivos:

- Atraer o crear un mercado nicho específico para coleccionistas, puntos de venta especializados, galerías de arte y museos.

- Presentar la artesanía en ferias de exportación y exposiciones o eventos mediáticos como "embajadora" del *Made in Italy.*

- Presentar las mejores obras italianas al público general desde un punto de vista "educacional", comunicativo y comercial.

[1]Estas definiciones proceden de la Carta Internacional de Artesanía, firmada en París en enero del 2010 por CNA, Confartigianato Imprese y Ateliers d'Art de France.

[2]Para más información: www.galleriartigianato.it

Innovación en la artesanía: buenas prácticas europeas

Innovación, diseño y artesanía

Jordi Montaña

Profesor Catedrático de ESADE, URL.
Director de la Cátedra ESADE de Gestión del Diseño
jordi.montana@esade.edu

El proceso de producción artesanal en el que tradicionalmente se une producción y conceptualización en el mismo tiempo y lugar ha hecho que la innovación en la artesanía apareciese de forma lenta y a menudo de forma casual. En general podemos afirmar que en el proceso clásico de la artesanía la innovación ha sido una innovación de tipo incremental y sólo muy esporádicamente aparece una innovación radical para dar respuesta a alguna necesidad nueva y no existente anteriormente.

Es como consecuencia de la revolución industrial y la aparición de la industria cuando se separa la conceptualización del producto y su manufactura, cuando es preciso juzgar el producto antes de hacerlo, cuando se toman decisiones sobre intenciones y no sobre resultados, como ocurría con el proceso artesanal. Es cuando aparece el diseño industrial y es en este momento cuando se puede plantear hacer las cosas de forma distinta, y sobre todo, qué cosas nuevas se pueden hacer para solucionar necesidades no satisfechas e incluso anticiparse a ellas. El diseño como fuente de innovaciones no únicamente incrementales sino también como fuente continua de innovaciones radicales.

Se suele dividir a la artesanía en tres tipos: la artesanía productiva en la que están todos los oficios tradicionales; la artesanía de producto en la que se reproducen los objetos tradicionales y la artesanía creativa, lo que podemos llamar la nueva artesanía que se basa en las series cortas, objetos únicos, intervención manual y concepción de pequeña empresa.

La innovación, por definición, consiste en hacer cosas nuevas o hacer cosas ya existentes de manera distinta, aunque de forma más eficiente y eficaz, y que tengan éxito en el mercado. En principio, hacer algo nuevo está relativamente reñido con la artesanía tradicional que trata de repetir, aunque mejorando si es posible, aquello que se ha venido haciendo desde siempre. Pero la rapidez del cambio social y económico impone que la innovación sea necesaria en la artesanía. En toda clase de artesanía.

En la artesanía productiva se puede innovar planificando nuevas formas de intervención de los oficios tradicionales en la estructura industrial moderna, descubrir nuevas soluciones o adelantándose a las necesidades de profesionales de la arquitectura aportando el saber artesano. Un ejemplo de esto último puede ser el pabellón de España en Shanghái y el mimbre.

En el producto tradicional se puede innovar mediante nuevos diseños o rediseño de los productos actuales, mediante el *packaging* de productos tradicionales, con gestión de la marca o, incluso con la introducción de nuevas tecnologías de producción.

Pero es en la industria artesanal creativa donde la innovación puede ser el motor de su crecimiento buscando objetos híbridos entre el objeto tradicional y la producción industrial, siempre con la utilización del diseño como herramienta de conceptualización y planificación previa del producto. Donde la tecnología está al servicio del producto y no al contrario como sucedía en la artesanía tradicional.

En cualquier caso la innovación en la artesanía debe servir para satisfacer necesidades reales de la sociedad y de los consumidores y usuarios a base de una segmentación del mercado, con una imagen de los productos sólida y diferenciada, una gama de productos consistente y con calidad de uso y calidad formal, con marcas conocidas y notorias en su mercado, *packaging* funcional y adecuado a la marca, con una buena comercialización y una comunicación que refuerce los aspectos anteriores.

La economía creativa - un enfoque estratégico a escala nacional

Petra Tarjanne

Directora de programas Ministerio de Economía y Trabajo
Petra.Tarjanne@tem.fi

La economía creativa

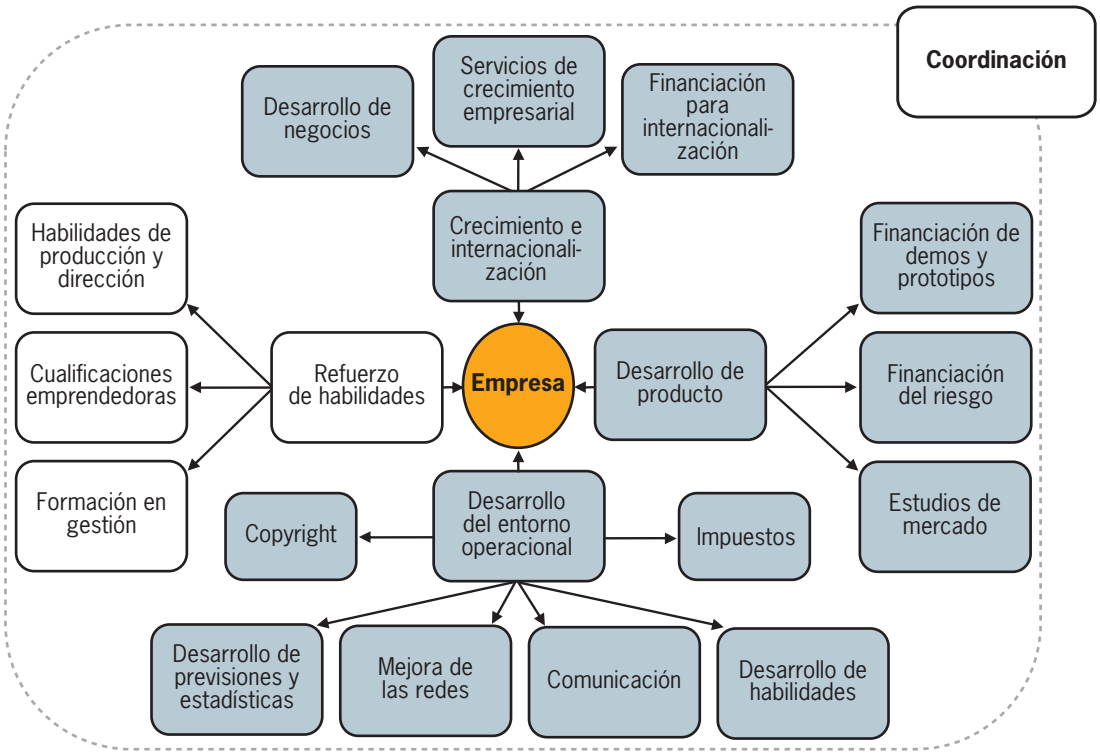
La economía creativa conforma una nueva relación entre la creatividad y la economía, dado que estimulan la parte económica del contenido creativo y de prácticas laborales de nuestra sociedad. Actualmente, se están produciendo cambios en las formas de trabajo y emprendeduría en las industrias creativas. Al mismo tiempo, los procesos relacionados con la cultura, los medios y el diseño están participando cada vez más en la esfera económica.

Este cambio de paradigma enriquece los bienes y servicios ofrecidos; y a su vez conlleva una mejora de la calidad de vida y del bienestar. Al mismo tiempo, supone un reto para las estructuras económicas existentes. La participación de creativos en el mundo empresarial genera nuevas oportunidades en ámbitos como la innovación, el crecimiento y la internacionalización, lo que puede mejorar la competitividad de Finlandia. El gobierno se ha fijado el objetivo de involucrar a empresas creativas en operaciones empresariales más extensivas y provechosas en el futuro, tanto en Finlandia como en los mercados internacionales.

Para conseguir este objetivo, el Ministerio de Economía y Trabajo ha establecido una estrategia de desarrollo para la economía creativa, a dos años, con el fin de:

- Desarrollar el entorno operacional para empresas creativas
- Usar de forma más eficiente el trabajo y la experiencia creativa en el mercado laboral
- Ayudar al desarrollo de nuevos productos y financiar modelos de evolución
- Proporcionar investigaciones e información visionaria para el futuro

Estrategia de desarrollo para empresas creativas:



Economía cretiva - principales retos

- Número creciente de empresas unipersonales
- Las empresas son pequeñas e incapaces de unirse en redes bajo objetivos comunes
- Baja tolerancia de riesgo
- Cambios rápidos en las redes de valores
- Necesidad de establecer modelos interacción ágiles para pequeñas empresas
- Las empresas globales tienen necesidades especiales

La estrategia de desarrollo para la economía creativa está basada en los cambios que se producen en el mercado. El negocio del sector se centra básicamente en el uso comercial de la propiedad intelectual. Las transacciones comerciales a menudo están relacionadas con el copyright, patentes o marcas comerciales. Los conceptos resultantes de estas nuevas combinaciones de bienes y servicios también son de gran importancia. Las empresas del sector creativo están relacionadas con casi todos los sectores industriales y de servicios, particularmente diseño, marketing, comunicación, producción audiovisual y publicación. Adicionalmente, muchas áreas de la economía creativa tradicional, tales como la música, danza y teatro, ganarán en importancia como resultado de las nuevas formas de servicios en turismo y bienestar, por ejemplo.

La innovación y el propio mercado actúan como estímulo de las empresas del sector creativo. Para mejorar la competitividad es importante identificar nuevos conceptos empresariales creados por empresas y explotarlos según la demanda y los usuarios. La estrategia de desarrollo para la economía creativa promocionará la economía creativa según estos cuatro objetivos:

1. Trabajadores creativos en el mercado laboral
El objetivo del proyecto es eliminar los obstáculos para emplear a trabajadores o con lo que se encuentran los autónomos que trabajen en áreas creativas, por ej. en temas de impuestos y seguridad salarial. Un sistema mejorado de contratación y de servicios de asesoramiento de expertos reducirá el tiempo de paro de los trabajadores y alargará su vida laboral. Se desarrollarán las capacidades de emprendeduría de los demandantes de empleo para mejorar sus oportunidades a la hora de trabajar por cuenta propia.

2. El entorno operativo contribuye a la emprendeduría y al crecimiento
Se desarrollarán habilidades empresariales y del entorno operativo para aquellas empresas y emprendedores que trabajen en el área creativa, precisamente en el área de negocio objeto de la emprendeduría. Los grupos destinatarios son pymes, redes empresariales y el sector de servicios empresariales, tanto público como privado. El proyecto desarrollará redes de expertos, creará incubadoras de empresas para “empresas creativas” en el ámbito nacional y mejorará las oportunidades para el crecimiento y la internacionalización de pymes en los sectores creativos.

3. Desarrollo de producto en la economía creativa
Las cadenas de valores han estado sometidas a grandes cambios en los mercados, por lo que ahora hay una gran demanda de habilidades y conocimientos específicos para el desarrollo del producto. La estrategia de desarrollo para la economía creativa creará herramientas para ayudar al sistema de servicios empresariales a determinar el potencial de mercado de las áreas creativas con el fin de flexibilizar sus instrumentos empresariales y financieros y acercarlos al sector creativo.

4. Economía creativa: previsiones e investigación
No existen datos fiables sobre el sector de la economía creativa, lo que dificulta su uso a aquellos que forman parte de él y a los políticos que toman las decisiones. El proyecto recopilará y analizará los datos existentes pero que han sido infrautilizados en el ámbito de la toma de decisiones y determinación de procesos. El desarrollo de redes de expertos traerá como resultado nuevos datos procedentes de investigaciones, además de recomendaciones para el desarrollo del entorno operativo de la economía creativa.

Para más información, visite nuestra página web en: www.tem.fi/creativeeconomy

Innovar la tradición: el paradigma del diseñador

Giulio Vinaccia

Diseñador y co-director - Integral Studio Vinaccia
giulio@vinaccia.it

La innovación es la base de nuestra era.

- Innovar antiguos productos
- Nuevos productos - nuevas tradiciones

Innovar la tradición no siempre es fácil…

No se trata únicamente de diseñar nuevas formas, es necesario entender el origen cultural y la técnica de cada pieza. Podemos innovar en muchas formas pero no debemos banalizar. Hay que tener en cuenta la contemporaneidad de la tradición.

La paradoja del mercadillo turístico

Hasta hace poco tiempo atrás se pensaba que la única interacción entre producción artesanal y el sistema turístico podía ser aquel que se producía en los mercadillos de suvenires situados cerca de los grandes hoteles: al tiempo que a los artesanos se les presentaba una nueva opción de comercialización, el comercio turístico encontraba una atracción de bajo costo para completar su oferta "exótica".

No importaba si a los artesanos se les sugería adaptar sus productos tradicionales al gusto de los nuevos y exigentes clientes, cambiando muchas veces su uso y técnicas constructivas, reduciendo, minimizando y simplificando sus contenidos simbólicos y carga natural. La posibilidad de crear una nueva dinámica económica en estas comunidades era suficiente para paliar cualquier duda o interrogación.

En realidad lo que ha pasado es que en muchos países, las comunidades artesanales, que al principio eran beneficiarias del desarrollo económico generado por el turismo, se han visto poco a poco desplazadas por nuevos productores de tipo semi-industrial, que han aprovechado el proceso de simplificación y descontextualización de los productos locales para imitarlos y reproducirlos y, al final substituirlos con otros productos en otros continentes a menores costes.

Esto produce extrañas visiones de la cultura "local" en las mentes del turista masivo: las jirafas habitan el Amazonas, la música reggae proviene de Senegal, los mayas poblaban Argentina, etc.

De lo local a lo global

En un mundo donde gustos, sabores, consumos y deseos parecen uniformizados, la propuesta de un modelo de vida universal parecería ser un fenómeno irreversible. Esta es la impresión inmediata que se tiene de la globalización: un fenómeno de estandarización de productos y sevicios que cobija los aspectos más visibles de la producción material e intelectual. Pero si observamos con atención podemos ver que la globaliozación no es un camino de una sola vía: como dice el sociólogo inglés Antohony Giddens "es un proceso que une localidades distantes permitiendo que eventos locales sean conocidos e imitados a millares de kilómetros de distancia y viceversa".

En este proceso entre lo local y lo global aparecen conexiones y posibilidades antes inimaginables el "glocal" se traduce así, con una perspectiva que exalta la capacidad de lo local–tradicional de ser competitivo en una dimensión global.

Esta constatacion abre una amplia gama de oportunidades para la produccion artesanal tradicional. Los artesanos, al estar inmersos en lo local poseen valores genuinos, propios de aquel ambiente donde actúan y por lo tanto se encuentran en condiciones de agregar a sus productos valores, imágenes y simbolos que los impregnan de una profunda "densidad cultural".

Utilizando el rico y vasto patrimonio cultural "local" de la artesanía, podremos transferir a los espacios y servicios turisticos la identidad, el alma que necesitan para diferenciarse de la comun oferta globalizada. Esto permitirá a los servicios turisticos "locales" posicionarse en mercados de alto valor, donde son muy apreciados los aspectos intangibles, singulares e inéditos de una cultura.

Pero para que ese proceso de caracterización local/regional se desarrolle es necesario que los productores artesanales sean dotados de nuevos instrumentos prácticos y metodológicos que permitan un apropiado traspaso de elementos tradicionales hacia la produccion contemporánea. "Es el relato que el propio objeto construye en la imaginacion de los consumidores, el que confiere la potencia diferenciadora y la impronta perdurable".

Deep National Egypt

Un ejemplo de lo expuesto lo hemos llevado a cabo en Egipto. Se trata del programa *Deep National Egypt*, en el que se desarrollaron las siguientes actividades:

- Trabajo de campo, para constatar los productos que se realizan.
- Un taller piloto de diseño, del que resultaron 120 piezas nuevas.
- Un estudio de mercado. La nueva colección de 120 se llevó a la feria Maison & Objet de París para comprobar su aceptación en el mercado internacional.
- Una asistencia de diseño específica para joyería y plata.

Artesanía contemporánea en la región de Flandes, Bélgica

Johan Valcke

Director - Design Flanders
Johan.Valcke@designvlaanderen.be

Presentación de Design Flanders

Objetivos

1. Promocionar:
   - el Diseño como un valor añadido para la economía
   - diseñadores en Flandes y en el extranjero
   - el Diseño como un instrumento de gestión para empresas
2. … porque,
   Design Flanders forma parte de la Agencia de Empresas de Flandes (*Agency Flanders Entreprise*) bajo la autoridad del Ministerio de Economía flamenco

Grupos objetivo

1. Diseñadores
   a. Cerámica, joyería, accesorios, vidrio, textil, mobiliario
   b. Diseño industrial
   c. Diseño gráfico
   d. Multimedia (diseño web)
2. Empresas de diseño y de productos
3. Público general

Políticas

- Referencia histórica al *Bauhaus*. Desde la exposición universal de 1958 en Bruselas, la primera tras la primera Guerra Mundial, la promoción de la artesanía contemporánea basada en el diseño ha sido integrada en las políticas gubernamentales.
- Desde 1964, la artesanía contemporánea ha sido impulsada desde los departamentos encargados de gestionar la artesanía de varias instituciones gubernamentales para pymes: ESIM (1964-1992), VIZO (1992-2006), VLAO (2006-2008) y ahora la Agencia de Empresas de Flandes (*Agency Flanders Entreprise*). En 2004, se cambió el nombre por DESIGN FLANDERS
- Design Flanders tiene ahora:
  - Un presupuesto aprox. de 1.500.000 euros.
  - Un equipo de 10 personas.
  - Se centra en el diseño. La ventaja es un mejor presupuesto.
  - Integración del diseño en la artesanía.

Cómo alcanzar las metas

1. Búsqueda de talentos entre artesanos y diseñadores:
   - Dos veces al año:
     - Selección en primavera.
     - Selección en otoño.
   - Por parte de un jurado profesional.
   - Resultados: aprox. 500 estudios en Flandes con 300 artesanos y 200 diseñadores.
   - Ventajas para los diseñadores seleccionados:
     - Subvenciones para exposiciones, ferias e iniciativas de promoción.
     - Artículo en *Kwintessens.*
     - Consultorías en temas económicos y subsidiarios.
     - Invitaciones a exposiciones y ferias.
     - *Ossenbloedrood* e-zine (Oxbloodred).

- Exposición en la galería de Design Flanders.

2. Exposiciones:
   - En la galería de Design Flanders: 5 exposiciones al año.
   - Kanselarijstraat 19, 1000 Bruselas, Bélgica,
   - Cerca de la estación central y la catedral de Saint-Michael.

3. Otras exposiciones:
   - En otros lugares que no sean la galería Design Flanders.
   - En Bélgica.
   - En el extranjero.

4. Los premios Henry van de Velde. Los ganadores del permio Henry van de Velde Awards reciben:
   - Un trofeo de plata diseñador y realizado por una orfebre flamenco (Helena Schepens).
   - Un certificado (*Brody Neuenschwander*).
   - 5.000€ (excepto el premio Henry van de Velde público que ascienda e 2.500€).

Situación de la artesanía contemporánea

Artesanos que trabajen como artistas: circuito de galerías.
- la mayoría de ellos
- no hay muchas galerías en Flandes, excepto para joyería

Artesanos que trabajen como diseñadores usando sus conocimientos de artesanía.
- más exitosos
- diseño para empresas

Etiqueta Henry van de Velde
Los ganadores del premio Henry van de Velde Label reciben:
- La posibilidad de usar una etiqueta de calidad en todas sus herramientas de comunicación.
- La oportunidad de exponer en un espacio del gobierno flamenco.
- El premio público 2010 se elegirá entre las etiquetas del premio 2010. El premio está dotado con 2.500€.

Ferias
- En Bélgica: Interieur 2010, Courtrai, octubre 2010.
- En el extranjero: International Furniture Fair, Zona Tortona, Milán, 2010 y Eunique, Karlsruhe, 2010.

Ayudas
- Propósito: apoyar proyectos para la promoción del diseño.
- Cantidad: 150.000€ anuales: cantidades menores para individuos.
- Estrictamente para: diseñadores seleccionados, organizaciones que trabajen con diseñadores seleccionados, empresas que trabajen con diseñadores seleccionados.
- El 75% es para los artesanos.

Otras actividades
- Página web
- Revista trimestral (*Kwintessens*)
- Estudios
- Talleres (gestión del diseño y herramienta de eco-diseño con OVAM).
- Consultoría:
  - En cooperación y el apoyo de *Agentschap Ondernemen,*.
  - Económica (diseñadores, empresas, público general).
  - Mediación entre (empresas y diseñadores; distribuidores y diseñadores).
  - Contratos (en cooperación con *Design Center Antwerp*).
- Centro de documentación: archivos sobre diseñadores y empresas, librería multimedia.
- Cooperación internacional: ICSID, BEDA, WCC Europe, Instituto Coreano de Diseño, Design Management Institute, Icograda.
- Proyectos europeos: SEE-design y Organza.

El apoyo e impulse a la innovación en la artesanía irlandesa

Úna Parsons

Directora - Consejo de Artesanía de Irlanda
una@ccoi.ie

La artesanía en Irlanda

- La industria artesana en Irlanda
- El rol del Consejo de Artesanía de Irlanda
- Nuestros objetivos estratégicos
- La artesanía como una industria creativa e innovadora

Formando a la siguiente generación de artesanos

- 1º nivel: artesanía en el colegio
- 2º nivel: el reto del diseño
- 3º nivel: los futuros artesanos
- Promocionando las profesiones artesanas

Desarrollando canales de mercado

- Ejemplo – la exposición creativa de Irlanda (Ireland's Creative Expo)
- Isla creativa
- Irish Craft Portfolio
- COLLECT
- SOFA
- Galería nacional de artesanía (National Craft Gallery)

Desarrollando empresas artesanas

- Mentorización
- Desarrollo profesional continuo
- Formación en técnicas

Sensibilizando en artesanía

- Publicitación en los medios
- Alianzas estratégicas
- Turismo cultural
- Exposiciones
- WCC – Europe (consejo mundial de la artesanía, rama europea)
- 2011 año de la artesanía

Innovación en políticas públicas para el sector artesano: redes y otras formas de cooperación.

Euroart: la red pública europea de artesanía

Mercedes Valcárcel Dueñas

Coordinadora General
Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (Fundesarte)
mvalcarcel@fundesarte.org

LA IMPORTANCIA DE TRABAJAR EN RED

Trabajar en red tienes varias ventajas, entras las que cabe destacar que:

- Se trata de un canal de comunicación.
- Es un foro técnico.
- Sirve para el intercambio de opiniones y experiencias.
- Se caracteriza porque hace el trabajo más eficaz y eficiente.
- Aumenta la capacidad de trabajo.

FUNDESARTE Y LAS REDES DE ARTESANÍA

El objetivo que persigue Fundesarte a la hora de crear redes de artesanía, es crear un espacio de comunicación entre todos los centros que intervienen con el sector artesano de cada área geográfica.

Las redes que ha creado Fundesarte hasta la fecha son las siguientes:

- La red ibérica de centros de artesanía.
- La red iberoamericana de responsables de artesanía (RIRA).

Además, actualmente está trabajando para crear:

- La red Mediterránea de artesanía.
- La red europea de artesanía (Euroart).

A. Red ibérica de centros de artesanía

Creada en octubre de 2008, la red ibérica de centros de artesanía es una red sin personalidad jurídica coordinada por Fundesarte según lo acordado en el último encuentro en 2009.

El área objetivo de esta red es toda la Península Ibérica (España y Portugal). Se pueden adherir a esta red: centros de artesanía, centros de formación y cualificación relacionados con la artesanía y centros tecnológicos con relación expresa con la artesanía de España y Portugal, siempre y cuando sean entidades sin ánimo de lucro.

Hasta la fecha se han celebrado dos encuentros, el primero en Valladolid en 2008 y el segundo en Valencia en 2009, y está previsto el próximo en 2010 en Lugo. Actualmente hay 23 centros adheridos a esta red, entre los que se encuentran centros de Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Catalunya, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Valencia y Portugal.

En cada encuentro se invitan no sólo a los miembros adscritos, sino también a otros centros no adscritos y que formen parte del perfil requerido, y a los jefes de servicio con competencia en materia de artesanía, especialmente a los de aquellas comunidades autónomas que no tienen centros de artesanía. Aunque estos últimos en calidad de oyentes, con voz pero sin voto, puesto que disponen de sus propios foros de reunión y encuentro (como por ejemplo el Observatorio de la Artesanía).

B. Red Iberoamericana de Responsables de Artesanía (RIRA)

Creada en Méjico en julio de 2009, su área objetivo son los países de Iberoamérica. Fundesarte es la entidad coordinadora de esta red a la que pueden adherirse entidades públicas iberoamericanas con competencias en artesanía.

La visión de esta red es ser la entidad de referencia en Iberoamérica, así como un espacio de debate, información, intercambio de experiencias y evaluación, al mismo tiempo que una voz de alerta. Su objetivo es crear un espacio de comunicación entre todos los agentes públicos que intervienen en el sector artesano en sus respectivos países de Iberoamérica, para compartir experiencias y convenir estrategias de actuación conjunta en el sector de las artesanías.

El II encuentro se realizó en diciembre 2009 en Cuba, y hasta la fecha se han adherido 12 países: Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Uruguay. El próximo encuentro tendrá lugar en septiembre 2010.

C. Red Mediterránea de artesanía

Esta red se encuentra actualmente en pleno proceso de conformación, y su área objetivo son los países del Mediterráneo. Se pueden adherir las entidades públicas de los países del mediterráneo con competencias en artesanía.

D. Red europea de artesanía (Euroart)

El presente congreso pretende servir de plataforma para iniciar la construcción de Euroart, una red europea de artesanía. El objetivo es que se adhieran a ésta las administraciones con competencias en artesanía de los países de la Unión Europea.

Pueden participar en esta red pues, las entidades públicas de los países europeos con competencias en artesanía. El objetivo es “apoyar, promocionar y comunicar el sector artesano”. Los temas clave en los que hay que incidir son: formación, innovación, calidad y sostenibilidad, internacionalización, turismo, y comunicación y promoción.

La red empresarial europea: retos y oportunidades para la cooperación en Europa

Yannis Tsilibaris

Subdirector de la Unidad "Cooperación Empresarial y Redes de Apoyo"
DG Empresa e Industria, Comisión Europea
Yannis.Tsilibaris@ec.europa.eu

La red empresarial europea

El programa de competitividad e innovación (PCI) es una importante herramienta de la Agenda de Lisboa. Empezó en enero de 2008 y durará hasta 2014. Hay 4 direcciones generales implicadas: Energía, Información, Sociedades y Medio Ambiente.

Principales actividades:

- Instrumentos financieros (1 billón EUR)
- Red empresarial europea (0,75 billón EUR)

Las razones y necesidades para crear la red empresarial europea

- Para seguir promocionando la emprendeduría y la innovación ….
- …por la presión global que hay en el sector de bienes y servicios
- Para facilitar información sobre programas de la UE, nuevas oportunidades de negocio y nuevas altas tecnologías.
- Para combatir la fragmentación en el servicio de apoyo de proveedores:
- proximidad
- enfoque "no hay puerta errónea"

Una red única en 46 países

- Más de 3.150 expertos
- 581 organizaciones locales
- 23 millones de pymes
- 27 UE, 2 AEU
- Países candidatos
- Terceros países

La presencia de la red en Cataluña

- *Centre de Innovació i Desenvolupament Empresarial*
- Consorcio para la promoción de las exportaciones de Catalunya
- Cámara oficial de comercio, industria y navegación de Barcelona

Tipos de servicios

1. Información, retroalimentación, cooperación empresarial y servicios de internacionalización (47% del presupuesto).
2. Innovación, tecnología y servicios de transferencia de conocimiento (47% del presupuesto).
3. Servicios que promuevan la participación de pymes en el FP7 (6% del presupuesto) .

Objetivos

- Desarrollar empresas competitivas internacionalmente (acceso al mercado, colaboración transnacional, creación de alianzas).
- Estimular la innovación.
- Promocionar las políticas y los programas de la UE.

- Acercar la política de la UE a las empresas, en especial las pymes (Europa cerca de / escuchar a las pymes).
- Crear y promocionar una red integrada de pymes de excelencia.

Caso de éxito

Colaboración en un avance médico gracias a la ayuda de la red.

- Una empresa portuguesa, "ISA Healthcare Solutions", aplica una técnica pionera para monitorizar de forma remota a pacientes con apnea.
- El socio portugués de la red identifica e inserta su perfil tecnológico en la base de datos de cooperación de la red.
- El socio local de la red en la ciudad checa de Plzen contacta LENTE, una empresa local médica en busca de una tecnología de este tipo.
- ISA y LENTE inician conversaciones.
- Se firma un acuerdo de cooperación para introducir la técnica en el mercado checo.

Retos para cooperar

- "Reglas de juego" y roles claros para los socios.
- Trabajar en red significa "tejer redes", sinergias comunes y confianza.
- Integración e identidad corporativa conjunta.
- Complementariedades con los actores.
- Visión global.

La acción de la UNESCO en la artesanía

Denise Bax

Especialista de Programa Sección de las Industrias
Creativas para el Desarrollo - UNESCO
d.bax@unesco.org

Introducción

En los últimos años hemos podido observar un importante crecimiento del sector de la artesanía en el mundo, que ha dado paso a un mayor número de iniciativas. Para asegurar un desarrollo sostenible del sector, es indispensable aclarar y coordinar las acciones a nivel nacional e internacional. En este sentido, la UNESCO cuenta con una visión global del papel cultural, social y económico de la artesanía en la sociedad. La artesanía tiene un papel especial como representación de la cultura y de la identidad cultural de una comunidad. La misión de la UNESCO es precisamente ayudar a la promoción de la diversidad cultural y la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de 2005 "reconoce el derecho de los Estados a adoptar y mantener las políticas, medidas y mecanismos necesarios para la protección y el desarrollo de la diversidad cultural".

Programa de la UNESCO

Objetivo nº 1: Sensibilizar a las autoridades
Durante varios años, la UNESCO ha puesto en marcha una acción armoniosa, coherente y concertada, integrando actividades de formación, producción y promoción, e impulsando la cooperación entre organismos regionales, internacionales, gubernamentales y no-gubernamentales.

- **Armoniosa**: las numerosas encuestas, estudios y reuniones de expertos, hacen resaltar la necesidad de desarrollar una acción armoniosa, que integre los aspectos culturales, sociales y económicos de la producción artesanal.
- **Coherente**: implica una concepción mucho más amplia de los proyectos, capaz de integrar la formación, promoción y adaptación de la producción a las necesidades en plena evolución.
- **Concertada**: la concertación resulta indispensable tanto a nivel nacional como internacional. Es por esto, que hoy en día no sólo hay que responder con coherencia a las aspiraciones de los artesanos, sino llevar a cabo una racionalización de los programas y recursos.

Objetivo nº 2: formación y promoción de la excelencia
Un ejemplo de acción estratégica: el Programa de Reconocimiento de Excelencia UNESCO para la Artesanía. En el marco de esta estrategia, hemos realizado una serie de talleres a nivel regional y sub-regional que han sido vinculados posteriormente a la promoción internacional. De igual manera, la UNESCO ha realizado un esfuerzo sobresaliente para reconocer, promover y valorizar a los artesanos creadores, tanto a través del Premio UNESCO de Artesanía -creado hace 20 años- como del Reconocimiento de Excelencia UNESCO para la artesanía, establecido en el 2001.

Este último programa, estimula a los artesanos a producir objetos de calidad utilizando técnicas tradicionales de manera original, a fin de asegurar su permanencia y desarrollo sostenible en el mundo contemporáneo.

Los objetivos del programa son:

- Establecer estándares rigurosos de excelencia para los productos artesanales.
- Fomentar la innovación.
- Ofrecer servicios de capacitación y apoyo.
- Brindar nuevas oportunidades que aseguren el desarrollo sostenible de las empresas artesanales.

Me complace recordar aquí, la cooperación entre la UNESCO y la Fundación Española para la Innovación de la Artesanía, en lo que concierne al programa de Reconocimiento de Excelencia para América Latina. Dicho programa está dirigido a grupos de países y requiere de la participación de las distintas entidades implicadas en el sector de la artesanía.

Objetivo Nº 3: fomentar la concertación
En los últimos años la UNESCO ha mantenido una concertación permanente con una extensa red de centros e instituciones públicas, en lo referente a la ejecución de actividades conjuntas y complementarias en el sector de la artesanía. Con este objetivo, y desempeñando su función catalizadora y mediadora, la UNESCO ha establecido fuertes lazos de cooperación.

Las actividades del programa de artesanía de la UNESCO consisten en:

- Sensibilizar a las autoridades públicas y a los organismos internacionales sobre la importancia cultural, social y económica de la artesanía.
- Acopiar y armonizar datos sobre el sector.
- Reconocer a los artesanos.
- Valorizar la diversidad y riqueza de los productos artesanales mediante exposiciones temáticas en diversas ferias, como Maison&Objet, la feria de Florencia y la feria de París, entre otras.

Fórum Mundial de la UNESCO sobre Cultura e Industrias Culturales

"Creatividad, Innovación y Excelencia: De la Artesanía a la Industria del Diseño y de la Moda". Primera Edición / Villa Reale, Monza, Italia / 24, 25 y 26 de Septiembre de 2009. Esta primera edición del fórum, permitió reflexionar sobre los principales temas que competen a los artesanos, los responsables de la industria del diseño y de la moda y los representantes de los poderes públicos.

El propósito del fórum ha sido demostrar el potencial y dinamismo del sector, que ya no se mide sólo en términos de porcentaje del PIB, sino a través de su impacto y potencial para transformar las sociedades. El fórum ha sido y seguirá siendo, pieza clave en el esfuerzo de la UNESCO por impulsar a las industrias culturales a través de la creación de alianzas y la expansión de nuevas formas de cooperación para el desarrollo.

Conclusión

Los rápidos cambios del mundo contemporáneo plantean al sector artesanal un complejo sistema de mercado y medidas nacionales de protección. De esta forma, el gran reto de hoy consiste en lograr que las autoridades públicas, el sector privado y la sociedad civil tomen conciencia de que el sector artesanal no es sólo un elemento clave del patrimonio cultural, sino también un factor de desarrollo.

Para concluir, me gustaría enfatizar la necesidad de facilitar la transmisión de técnicas artesanales a los jóvenes, además de favorecer la promoción y comercialización de los productos para garantizar un nivel de ingresos y el reconocimiento del trabajo de los artesanos.

La rama europea del Consejo Mundial de la Artesanía: la organización de las asociaciones de artesanía europeas

Christina Beyer

Directora ejecutiva del Consejo Mundial de la Artesanía - Secretariado Europeo
christina.beyer@bundesverband-kunsthandwerk.de

Consejo Mundial de la Artesanía: objetivos y estructura

El Consejo Mundial de la Artesanía-Europa representa la parte europea en el Consejo Mundial de Artesanía. Éste fue fundado en 1964 y ha estado trabajando hasta ahora como una organización internacional, no-gubernamental y sin ánimo de lucro, con estatus consultivo ante la UNESCO. El Consejo Mundial de la Artesanía tiene representaciones regionales en África, Asia, América Latina y América del Norte. Sus principales objetivos son:

- Fortalecer la situación del sector artesano como parte vital de la vida económica y cultural.
- Promocionar una cierto sentido de hermandad entre los artesanos alrededor del mundo y ofrecerles apoyo, asesoramiento y ayuda.

Estos objetivos se llevan a cabo a través de una variedad de proyectos y actividades.

El Consejo Mundial de la Artesanía particularmente...

- Promociona la artesanía ligada al diseño y las artes aplicadas en Europa.
- Construye una red internacional de contactos en estas áreas de la artesanía.
- Recopila y difunde información a través de una amplia red de entidades miembro.
- Representa la artesanía en el ámbito internacional, oficial, político y administrativo.
- Promueve la artesanía como una actividad profesional que genera un trabajo de altísima calidad.
- Organiza asambleas, reuniones personales y talleres.
- Concede premios, como el Premio WCC-Europe para la artesanía contemporánea (anualmente desde el año 1992) y el Premio Europeo de las Artes Aplicadas (desde el año 2009, cada tres años en cooperación con WCC-Bélgica-Francófona, Design Flanders y el Ayuntamiento de Mons).
- Participa en destacadas ferias de artesanía con exposiciones especiales.
- Participa en programas de cooperación internacional de importancia para el sector artesano.
- Es el principal socio de EUNIQUE, la feria de artes aplicadas y diseño de Karlsruhe (Alemania).

Miembros

El Consejo Mundial de la Artesanía-Europa tiene en la actualidad miembros en 23 países europeos: entidades nacionales, miembros asociados, miembros individuales (o amigos de WCC-Europe) y socios patrocinadores.

La suscripción como miembro está calculada en cuatro grupos diferentes en base a la paridad del poder adquisitivo multiplicada por la población del país miembro. El consejo director del Consejo Mundial de la Artesanía-Europa está compuesto por seis miembros, elegidos en la asamblea general celebrada en Suiza (septiembre 2009). Los miembros del consejo son voluntarios. El consejo recibe el apoyo en administración del secretariado del WCC-Europe en Frankfurt Main (Alemania). El secretariado europeo corre a cargo de la asociación alemana de artesanía BK.

Las actividades

Dado el tiempo limitado para la presentación, destacaré tres proyectos:

- **El premio europeo de las artes aplicadas** como uno de los eventos europeos de mayor relevancia en el campo de las artes aplicadas que realza la importancia cultural de las artes y la artesanía en la sociedad actual.
- **EUNIQUE:** la feria europea de artes aplicadas y diseño es una oportunidad excelente para la promoción del desarrollo económico de profesionales en el área de las artes y la artesanía.

· **El premio WCC-Europe para la artesanía contemporánea** reconoce anualmente la labor de un artesano desde el año 1992, dotándolo de un sello de excelencia como vía de promoción del perfeccionamiento artístico.

Estos tres proyectos particularmente:

- Realzan la importancia cultural de las artes y la artesanía en la sociedad actual.
- Son un ejemplo de promoción del desarrollo económico y ofrecen a los artesanos por cuenta propia oportunidades para asegurar su sustento y el de sus familias.
- Reconocen la labor artística y ofrecen una vía a las galerías, periodistas, compradores para familiarizarse con jóvenes talentos y artistas ya establecidos (también contribuye a la promoción económica).

Debemos centrar una buena parte de nuestro trabajo en las necesidades económicas de los artesanos, de manera que está parte de la cultura sobreviva. De lo contrario, perderemos una manifestación cultural única e irremplazable. Aún así, debemos dejar claro que las artes y la artesanía tienen un estatus de bellas artes y de diseño industrial en nuestra cultura.

La importancia de las artes y la artesanía contemporánea en la sociedad actual

La artesanía artística significa:

- Combinar diseño contemporáneo y habilidades artesanas.
- Usar técnicas y materiales tradicionales.
- Involucrar personas en el proceso de producción, desde el diseño conceptual al la propia elaboración artesanal.

Este proceso de trabajo proporciona productos para nuestra vida cotidiana. Los artesanos desarrollan constantemente un estilo contemporáneo y crean obras artísticas desde sus pequeños talleres. Ofrecen una noción alternativa de trabajo en contraste a la producción industrial de masa; salvaguardan el patrimonio cultural y lo “traducen” a diseño contemporáneo. No deberíamos olvidar que en Europa más de cien mil artesanos forman parte de nuestras economías.

Temas latentes

A principios de año, el WCC-Europe realizó una encuesta entre sus miembros para conocer las cuestiones latentes en la artesanía en los países europeos. Nuestra vicepresidenta, Clare Twomey, resumió estos temas como sigue: 1. Identidad, 2. Definición, 3. Visibilidad, 4. Educación, 5. Apoyo gubernamental e iniciativas y 6. Representación.

El Consejo Mundial de la Artesanía-Europa es la organización que representa la artesanía contemporánea en Europa. Somos un socio potencial para todas las instituciones públicas y privadas que actúen en este campo. El WCC-Europe está abierto para debatir y formar alianzas con nuevos socios en cualquier direccion, asumiendo el rol como la organización profesional más representativa en la artesanía europea. Esperamos aumentar nuestra cooperación con organizaciones e instituciones.

Por un escaparate europeo de los oficios artesanos

Marie-Hélène Frémont

Directora General del Instituto Nacional de Artesanía (INMA)
mh.fremont@eurosema.com

Desde hace 35 años, el Instituto Nacional de Artesanía (INMA), antiguamente la sociedad de apoyo a la artesanía (SEMA), asegura la promoción de la artesanía en Francia para favorecer su mantenimiento, valorización y transmisión a nuevas generaciones.

Hoy en día, el INMA, tutelado por el Ministerio de Cultura y Comunicación y por la Secretaría de Estado responsable de Comercio, Artesanía, Pequeñas y Medianas Empresas, Turismo, Servicios y Consumo, tiene cuatro nuevas misiones entre las cuales se encuentran:

- Promocionar la artesanía a nivel nacional e internacional.
- Explorar nuevos campos de desarrollo cultural en el campo de las artes plásticas, el diseño y la moda.

Estas misiones tienen por objeto apoyar la construcción de una comunidad europea cultural y política en varias etapas:

- Valorando la experiencia francesa y transfiriendo nuestros conocimientos a través de las principales acciones desarrolladas por el INMA tales como:
  - El inventario de oficios artesanos en colaboración con la UNESCO, por ejemplo.
  - La creación de un directorio on-line de oficios de todas las regiones francesas.
  - La creación de premios y distinciones como las de Maestro Artesano.
  - La organización de jornadas de artesanía, etc.
- Apoyando los intercambios culturales. Dado que éstos son los que garantizan la permanencia de los oficios artesanos transmitiendo las técnicas y desarrollando la creatividad.

Con el objetivo de dar mayor visibilidad a la artesanía, el INMA junto a sus socios europeos ha iniciado una reflexión colectiva sobre el posicionamiento del oficio artesano y su imagen. Junto con Fundesarte, el INMA ha sido seleccionado para el programa europeo Cultura 2007-2013 con el proyecto DREAM (Diseño, Búsqueda, Europa, Artesanía, Oficio) para desarrollar esta tarea.

El objetivo principal del proyecto es la elaboración de un “Escaparate europeo de Artesanía” a través de:

- La realización de un catálogo on-line de producción artesana europea de referencia por su anclaje territorial o su reconocida calidad.
- La realización en cada uno de los países participantes de una *master class* que aúne a estudiantes de artesanía y diseño.
- La organización de las “jornadas europeas de artesanía” que tendrán lugar el primer fin de semana de abril de 2011. Los objetivos son la difusión y la promoción de obras y artistas artesanos. Este evento está dividido en tres partes:
  - La apertura de los talleres al público.
  - La apertura de escuelas y centros de formación para los jóvenes.
  - La organización de exposiciones, conferencies, proyecciones de películas y mesas redondas.

Políticas públicas de apoyo a la artesanía en Portugal

Fernando Gaspar

Coordinador del Programa de Promoción de los Oficios y las Microempresas Artesanas (PPART)
Instituto de Empleo y Formación Profesional (IEFP)
fernando.gaspar@iefp.pt

El programa PPART y su integración en el IEFP

PPART fue creado en 1997, teniendo como objetivos principales la expansión, renovación y desarrollo de los oficios y las microempresas artesanas, cruzando la tradición con la modernidad y utilizando los instrumentos disponibles en materia de políticas de apoyo a las microempresas, el desarrollo local, el empleo, la educación y formación y la cultura.

En 2007, siguiendo el programa de reestructuración de la administración central del Estado, se integró en IEFP y se creó un comité asesor para los temas de PPART, que permite la participación de las diferentes entidades y partes interesadas en el desarrollo de este programa. Este comité se encarga de asesorar a los órganos de IEFP en temas de artesanía, es también un foro para debatir ideas y crear sinergias para el desarrollo del sector. Tiene la siguiente composición:

- Representantes de los Ministerios de Cultura, Educación, Agricultura y Desarrollo Rural, y Economía;
- Representante de la *Federação Portuguesa de Artes e Ofícios*;
- Representantes del *Centro de Formação Profissional do Artesanato* (CEARTE), del *Centro Regional de Artes Tradicionais* (CRAT), y de la *Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local* (ANIMAR);
- Representantes de los interlocutores sociales;
- Representantes de las regiones autónomas de Azores y Madeira.

Principales áreas de intervención del Instituto de Empleo y Formación Profesional bajo PPART

El estatuto del artesano y de la microempresa artesana

Una de las intervenciones principales del IEFP en el ámbito de PPART, es el tema administrativo y de regulación del sector mediante la emisión de los carnets de artesano y de talleres artesanales, así como la gestión del Registro Nacional de Artesanía. En la actualidad hay cerca de 2.000 talleres artesanos y más de 2.200 artesanos que integran el registro.

Estamos también colaborando con la Agencia Nacional para la Calificación en la actualización del Catálogo Nacional de Calificaciones, que hoy incluye 22 títulos en el ámbito de la artesanía.

La promoción de la artesanía

En el ámbito de la promoción de la artesanía y de sus actores principales, se están desarrollando un conjunto de iniciativas que intentan mejorar la imagen del sector entre el público y el mercado, así como fomentar la calidad y la innovación:

- **El Premio Nacional de Artesanía (PNA)**, convocado cada dos años. La última edición estuvo dedicado a los textiles. La siguiente edición (2011) tiene como tema central "Las Artes de la Casa". El premio se divide en dos categorías: artesanía tradicional y artesanía contemporánea (de innovación).

- **La participación en la Feria Internacional de Artesanía (FIA) Lisboa**, a través de la adquisición de 120 puestos para los artesanos portugueses y también en la producción y presentación de una exposición temática. En 2010, la exposición y su catálogo pusieron de relieve el tema "Las Edades de la construcción - técnicas tradicionales de construcción y su aplicación a la arquitectura contemporánea", centrado en la restauración y rehabilitación de edificios, y también de la nueva arquitectura.

- Apoyo financiero en la **organización de ferias de artesanía** (nacionales, regionales y locales), con el objetivo de apoyar la participación de los artesanos y facilitar la comercialización de los productos artesanales.

- Apoyo directo a la **participación de artesanos** en ferias de artesanía o ferias sectoriales.

Certificación de productos artesanales tradicionales

La certificación de productos artesanales tradicionales es un proyecto que permitirá su preservación y protección, además de contribuir al reconocimiento de estos productos en el mercado.

Estos productos son los que tienen una referencia geográfica, ya que se asocian al lugar dónde han sido producidos. Asimismo, tienen una importancia cultural reconocida, teniendo en cuenta la tradición de la actividad en el territorio, así como el significado simbólico y la capacidad de conferir una identidad propia.

No estamos hablando de folclore. Estamos hablando de productos de artesanía tradicional cargados de historia y simbolismo. En Portugal habrá entre 40 y 50 productos que entran dentro de esta tipología. La certificación implica el estudio de estas producciones, la preparación de los cuadernos de especificaciones que definan las características de los productos y las normas que deben cumplir, la definición de las zonas geográficas de producción y también las condiciones para la innovación que permitan innovar el producto sin comprometer su identidad.

En estos momentos estamos ultimando un proyecto de ley que creará este sistema nacional de calificación y certificación de la artesanía tradicional.

Por paradójico que pueda parecer, se trata de normalizar para diferenciar.

Y es un reto para este congreso: ¿por qué no desarrollar un sistema que, desde los sistemas de certificación nacionales, y como ocurre con los productos alimenticios tradicionales, puede garantizar la protección y promoción de la artesanía tradicional en Europa? Sería una contribución a la cultura, a la promoción de la diferencia y la diversidad que enriquece nuestra Europa,

Conclusiones

Jesús-Ángel Prieto

Profesor de la Escuela Massana
jesusangelprieto@gmail.com

A continuación se recogen las principales ideas que surgieron a lo largo del congreso:

- La artesanía artística es sinónimo de diversidad cultural.
- Es importante que sus empresas se vean reflejadas en la Small Business Act, y recibir sugerencias del sector para que así sea.
- Ámbitos importantes: formación, innovación (tanto en las nuevas tecnologías, como en la gestión y en la comercialización), internacionalización y cuidar la transferencia de conocimiento intergeneracional.
- La artesanía entra de lleno en las economías de la identidad, economías que no pueden ser deslocalizadas.
- Importante activar los procesos de aprendizaje (transferencia de conocimiento) dentro del taller: el aprendiz / emprendedor.
- El hondo mensaje humano y profesional que tiene la artesanía.
- El lujo es el tiempo, el conocimiento, la historia, la capacidad de disfrutar de la vida. Por ello el lujo no es frivolidad, es profundidad.
- Hay que buscar al consumidor que discierne: discerning consumer.
- Buscar los objetos compañeros.
- La artesanía encarna el retroprogreso, y es honesta culturalmente.
- Hace posible que el sentido del tacto se pueda ver.
- Los artesanos: pegados a la tierra, el oído pegado al suelo.
- La artesanía ha de estar al servicio de la humanización del hombre de hoy. Un hombre + un oficio (no al revés).
- Hemos sufrido, en los entornos educativos, una decadencia de la formación en artesanía a lo largo del siglo XX: la cultura del proyecto propia de la industrialización, y la conceptualización del arte nos han llevado a la desmaterialización de las escuelas.
- Ha habido una pérdida de prestigio del oficio. A nivel de los nuevos grados universitarios hemos de llegar al máximo nivel de excelencia e investigación.
- Hay que reinventar la artesanía: nuevas tecnologías, nuevos materiales, interdisciplinariedad, nuevos mercados, nueva gestión.
- Importante llevar bien los protocolos de calificación y los procesos de acreditación de los profesionales sin titulación académica. Ello debe permitir incorporarlos como docentes e investigadores en los máximos niveles de la formación universitaria.
- En los países nórdicos la mayoría de los artesanos tienen titulación universitaria y una formación artesanal.
- Hay problemas de alergia al mercado.
- Es interesante crear puntos de encuentro institucionales entre universidad, empresa y comercialización.
- El potencial artesano: buscar lo personal, lo local, lo diverso.
- Una artesanía no basada en el precio, sino en el concepto.

- Formación continua para conseguir artesanos con marca.
- La sostenibilidad como fuerza.
- La artesanía incorporada en la educación primaria y general: como metodología de crecimiento del niño, como habilidad generadora de autoestima.
- Fomentar la teoría y la crítica sobre la artesanía.
- Fomentar y reforzar la cooperación entre artesanos europeos, y en ese sentido simplificar los protocolos administrativos en las ayudas de la EU.
- Es necesario bajar el IVA al producto artesano.
- Hay que prestigiar el trabajo de los talleres artesanos, mostrar que son también un nicho de empleo y hacerlos atractivos a los jóvenes.
- Potenciar los programas de formación continua a nivel europeo.
- La artesanía ha de estar íntimamente ligada a la calidad.
- Entender los procesos de normalización (las normas ISO, etc.) como herramientas básicas de visibilización de la artesanía.
- Potenciar la marca local, no solo para el cliente turista sino porque hace aflorar el cliente vecino.
- La artesanía aporta un valor económico, cultural y social, pero tiene tres debilidades: su definición, su falta de estrategias, y su mala comunicación.
- El artesano se preocupa del cómo hacer, y poco del qué hacer. De ahí sale la otra idea: el artesano hace cosas, el diseñador las piensa. Es imposible avanzar sin sumar estas dos actitudes, por asunción en una sola persona (el diseñador/ hacedor, o el artesano / diseñador) o por maridajes en base a líneas de productos.
- La innovación pasa por la atención al mercado.
- El artesano es un empresario, y eso no es fácil.
- Economía de la creatividad, ahí es donde se debe posicionar la artesanía.
- Hemos de crear valor: innovación en el uso de la imagen digital, en los materiales, en el consumo sostenible.
- Hay que cambiar la percepción de la artesanía.
- Innovar la tradición no es fácil. Se trata de contemporaneizar sin cambiar la técnica ni los motivos. Y para innovar en la artesanía hay que meter las manos en la masa, con el artesano, haciendo que luego él siga con el proceso.
- Dar al talento joven la oportunidad de crecer. Artesanía integrada con el diseño, plataforma conjunta.
- La artesanía es cada vez más importante, y hemos de construir la próxima generación: introduciéndola en la escuela primaria, vinculándola con el diseño, con los futuros hacedores, y promoviendo carreras artesanas.
- Hemos de crear una red europea de instituciones que apoyan y trabajan con la artesanía; porque trabajar en red es vital.
- Red Ibérica de Centros de artesanía, Red Iberoamericana, Red Mediterránea, Red Europea.
- En los últimos años, desde la UNESCO, se ha visto un crecimiento del sector artesano. Pero hemos de ser rigurosos en los estándares de excelencia, en la innovación, ofreciendo capacitación y apoyo, y oportunidades para un desarrollo sostenible.
- Porque la artesanía es también un factor clave para el desarrollo de los países.
- Identidad, definición, visibilidad, educación, soporte de gestión, representación: necesidades para el sector artesano.
- Aparece un cierto miedo a perder el valor cultural.
  Hay que certificar la artesanía tradicional, no olvidar que la tradición es un manantial precioso para la innovación.

Declaración final

Las actividades artesanas contribuyen significativamente a la identidad colectiva, a la preservación del acervo cultural y a la riqueza etnológica.

La artesanía lleva intrínseco un valor económico, social y cultural.

- **Económico**: la artesanía es una **actividad económica generadora de riqueza**, que da empleo a miles de personas que combinan tradición y arte con un esfuerzo continuo para seguir presentes en un escenario económico que evoluciona a un ritmo acelerado.
- **Social**: ayuda a fijar la población en zonas rurales, contribuye al **desarrollo de la economía local** e impulsa otras actividades generadoras de riqueza y empleo, como el turismo y las actividades culturales.
- **Cultural**: las empresas artesanas son el fruto de una **tradición productiva y artística**. La artesanía contribuye a la labor de preservación del patrimonio etnológico y cultural.

Las empresas artesanas europeas, que en su mayoría tienen menos de 10 trabajadores, han sabido en los últimos años innovar, incorporar nuevos diseños y mejorar la calidad de sus productos para adaptarlos a las demandas y preferencias de un mercado cada vez más exigente y selectivo. También han sabido mejorar su gestión empresarial, utilizar las nuevas tecnologías en los procesos de promoción y comercialización, y mejorar la formación técnica de los artesanos que las componen.

Sin embargo, este proceso no se ha producido de forma global en todo el continente y aún queda camino por recorrer. Hay empresas artesanas que no han encontrado la vía para tener un negocio rentable porque no han sabido integrar estos factores de competitividad en sus estrategias empresariales.

Dadas estas particulares características que conforman el sector artesano (dimensión cultural, tamaño de las empresas, sistema productivo, trasfondo social) **desde la administración pública debe perfilarse un marco de acción conjunto a escala europea** para definir iniciativas que vayan en la misma dirección: **apoyar, promocionar y comunicar el sector artesano**.

Dichas iniciativas deben centrarse en seis pilares básicos:

1. **Formación**: la formación es el pilar fundamental del futuro de la artesanía. Es necesario ofrecer una formación completa que incluya periodos de prácticas profesionales en empresas, así como intercambios entre centros europeos. Asimismo, la formación continua para actualizar los conocimientos sobre técnicas y procesos productivos debe poder garantizarse para todos aquellos artistas artesanos que deseen seguir formándose.

2. **Innovación**: deben impulsarse procesos de innovación en la gestión de la empresa artesana de forma transversal, es decir, en toda su línea de actividad; desde la producción, pasando por la comunicación y el marketing, hasta el diseño y la adaptación del producto al gusto de los clientes. Las nuevas tecnologías son una de las herramientas básicas para acercar la innovación a la empresa artesana. En este proceso de acercamiento de la innovación al sector artesano es muy importante tener en cuenta sus especificidades.

3. **Calidad y sostenibilidad**: debe fomentarse una nueva cultura de sostenibilidad empresarial que aborde aspectos económicos, sociales y ambientales, promoviendo la responsabilidad social en las empresas para que implementen mejoras en los procesos de producción artesanales. La visibilidad de los productos artesanos depende de la calidad de la obra, el prestigio y la reputación de las personas que los crean, así como de la capacidad de comunicar todas estas características.

4. **Internacionalización**: la artesanía requiere proyectos de internacionalización adaptados a sus características. Es importante que los productos artesanos circulen por toda Europa y que sepamos comunicar la calidad, innovación y tradición de los productos artesanos europeos al resto del mundo.

5. **Turismo**: la artesanía está estrechamente ligada con el turismo. Hay que explotar la sinergia entre turismo y artesanía, por sus beneficios recíprocos. En definitiva, debe impulsarse una oferta turística amplia que incluya la artesanía como un valor añadido adicional.

6. **Comunicación y promoción**: ante la gran oferta de bienes que hay actualmente en el mercado el consumidor final no sabe reconocer los objetos artesanos. Por ello, es necesario impulsar una campaña de comunicación y promoción de las características de los productos artesanos. Hay que transmitir los valores que caracterizan las artesanías: “hecho a mano”, único, material noble, etc. Adicionalmente, se deben crear mensajes específicos para cada tipo de público, adaptados a la heterogeneidad de los potenciales consumidores.

Programme....69

Opening

- Estela Gallego Valdueza....71
- Sylvia Vlaeminck....72
- Luc Hendrickx....74
- Manuel González....75
- Josep Huguet i Biosca....76

Keynote speech

- How to promote excellence in crafts? The value of crafts....79

Challenges in education and training to ensure further growth and employment. Curricula definition and knowledge certification: what is the value of regulating artistic craft professions at the national level?

- Training in crafts: a seat on the train of the future....83
- The future of qualifications in the world of crafts training....85
- Educating artists in a business world - a balancing act....87
- Crafts in the European Higher Education Area: the Ceramics Degree....89
- The potential of crafts....91

Innovation through standardisation: the quality of craft products

- A new standard for marketing crafts products....95
- Standardisation in artistic crafts....97
- Standardisation as an innovative tool....99
- A sector marketing action: The Crafts of Galicia brand....100
- Assessing homogeneous groups of crafts firms: the case of Galleria dell'Artigianato....101

Innovation in crafts: European best practices.

- Innovation, design and crafts....105
- Creative economy - a strategic approach at the national level....106
- Innovating tradition: the paradigm of the designer....108
- Contemporary crafts in the region of Flanders, Belgium....110
- Supporting and Stimulating Innovation in Irish Craft....112

Innovation in public policies for the crafts sector: networks and other forms of cooperation.

- Euroart: the European Public Crafts Network....115
- The Enterprise Europe Network: challenges and opportunities for cooperation in Europe....117
- UNESCO's actions in crafts....119
- World Crafts Council-Europe: the Organisation of European Crafts Associations....121
- Towards an European showcase for crafts trades....123
- Public policies for supporting crafts in Portugal....124

Conclusions....127

Closing Statement....129

June 3rd

08:30 **Accreditation**

09:00 **Inauguración**

- Estela Gallego Valdueza
  General Director, DG of SME Policy - Ministry of Industry, Tourism and Trade (Spain)
- Sylvia Vlaeminck
  Head of Unit, Crafts, small businesses, cooperatives and mutuals unit - DG Enterprise and Industry, European Commission
- Luc Hendrickx
  Director of Enterprise Policy and External Relations - European Association of Craft, Small and Medium-Sized Enterprises (UEAPME)
- Manuel González
  President – Spanish Crafts Organisation (Oficio y Arte), (Spain)
- Josep Huguet i Biosca
  Minister of Innovation, Universities and Enterprise - Autonomous Government of Catalonia (Spain)

09:30 Keynote speech: **How to promote excellence in crafts? The value of crafts.**

- Enrique Loewe
  President - Loewe Foundation (Spain)

10:15 Round table 1 - **Challenges in education and training to ensure further growth and employment. Curricula definition and knowledge certification: what is the value of regulating artistic craft professions at the national level?**

- Moderador: Félix Sanz
  Director - Regional Centre for Crafts of Castile and León (CEARCAL), (Spain):
  "Training in crafts: a seat on the train of the future"
- Virginia Casado
  Head of Scientific Healthcare Qualifications – National Institute for Qualifications (INCUAL) (Spain):
  "The future of qualifications in the world of crafts training"
- Bibbi Forsman
  Information Officer – Crafts Centre (Sweden):
  "Educating artists in a business world - a balancing act"
- Mª Luisa Martínez Díaz
  Director - Higher Institute for Artistic Education of Valencia, (Spain):
  "Crafts in the European Higher Education Area: the Ceramics Degree"
- Antonio Altarriba
  Arts Manager (Finland):
  "The potential of crafts"

11:45 **Coffee break**

10:15 Round table 2 - **Innovation through standardisation: the quality of craft products**

- Moderadora: Sandra Theulé
  Public Affairs Manager – Ateliers d'Art (France):
  "A new standard for marketing crafts products"
- Daniel Massó,
  Head of the Chemistry and Fuels Unit, Standardisation Division - Spanish Association for Standardisation and Certification (AENOR), (Spain):
  "Standardisation in artistic crafts"
- Andreea Gulacsi
  Directora del Programa de Innovación - Comité Europeo de Normalización y de Normalización Electrotécnica (CEN-CENELEC):
  "Standardisation as an innovative tool"
- Manuel González
  President – Spanish Artisans Organisation (Oficio y arte), (Spain):
  "A sector marketing action: The Crafts of Galicia brand"
- Elisa Guidi
  General Coordinator - Centre for Artistic and Traditional Tuscan Crafts (Artex), (Italy):
  "Assessing homogeneous groups of crafts firms: the case of Galleria dell'Artigianato"

13:45 **Lunch**

15:00 Round table 3 - **Innovation in crafts: European best practices.**

- Moderator: Jordi Montaña
  Director of the ESADE Chair of Design Management. ESADE Business School. Universitat Ramon Llull. (Spain):
  "Innovation, design and crafts"
  - Petra Tarjanne
    Programme Director – Ministry of Economy and Employment (Finland):
    "Creative economy - a strategic approach at the national level"
  - Rosy Greenless
    Director – Crafts Council (United Kingdom):
    "Craft matters"
  - Giulio Vinaccia
    Designer and Co-Director – Integral Studio Vinaccia (Italy):
    "Innovating tradition: the paradigm of the designer"
  - Johan Valcke
    Director – Design Vlandeeren (Belgium):
    "Contemporary crafts in the region of Flanders, Belgium"
  - Úna Parsons
    Director – Crafts Council (Ireland):
    "Supporting and Stimulating Innovation in Irish Craft"

16:30 Round table 4 - **Innovation in public policies for the crafts sector: networks and other forms of cooperation.**

- Moderator: Mercedes Valcárcel
  General Coordinator – Spanish Foundation for Innovation in Crafts, (Fundesarte), (Spain):
  "Euroart: the European Public Crafts Network"
  - Yannis Tsilibaris
    Deputy Head of the Business Cooperation and Support Network Unit - DG Enterprise and Industry, European Commission: **"The Enterprise Europe Network: challenges and opportunities for cooperation in Europe"**
  - Denise Bax
    Specialist of the Arts, Crafts and Design Section – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO): **"UNESCO's actions in crafts"**
  - Christine Beyer
    Executive Manager – World Crafts Council-Europe (WCC-Europe), (Germany):
    "World Crafts Council-Europe: the Organisation of European Crafts Associations"
  - Marie-Hélène Frémont
    Director - Crafts Promotion Society (SEMA), (France):
    "Towards an European showcase for crafts trades"
  - Fernando Gaspar
    Coordinator, Program for the Promotion of Crafts and Small Businesses (PPART) - Employment and Vocational Training Institute (IEFP) (Portugal): **"Public policies for supporting crafts in Portugal"**

18:00 **Conclusions / Closing**

- Chair: Jesús Ángel Prieto, Professor at the Massana Art and Design Center, (Spain)
  - Félix Sanz, moderator table 1.
  - Sandra Theulé, moderator table 2.
  - Jordi Montaña, moderator table 3.
  - Mercedes Valcárcel, moderator table 4.

June 4th

10:00 **Guided tour** (optional) to the main cultural and historic buildings related to the crafts sector in the city of Barcelona.

Opening

Estela Gallego Valdueza

General Director of Policy for Small and Medium-Sized Enterprises
Ministry of Industry, Tourism and Trade

During her intervention, the General Director for Small and Medium-Sized Enterprises underscored the importance of dedicating these seminars to debate on the status and prospects of firms in the crafts sector at the start of the economic recovery Europe is facing at the start of this new decade. She also highlighted the growing influence of the crafts sector in the development of emerging sectors, such as cultural, rural and culinary tourism.

Ms. Gallego then presented Ms. Silvia Vlaeminck, Head of the European Commission's Directorate-General of Enterprise and Industry's Crafts, Small Businesses, Cooperatives and Mutuals Unit. The European Crafts Congress was made possible within the framework of the Spanish presidency, thanks to financial support from the European Commission.

After, Ms. Gallego introduced Mr. Luc Hendrickx, Director of Enterprise Policy and External Relations in the European Association of Craft, Small and Medium-Sized Enterprises (UEAPME) took the floor. Mr. Hendrickx spoke on behalf of European crafts SMEs.

Mr. Manuel González, President of the Spanish Artisans Association (Oficio y arte) then spoke on behalf of the Spanish crafts sector,.

Lastly, Ms. Gallego presented Mr. Josep Huguet i Biosca, the Catalan Government's Minister for Innovation, Universities and Enterprise, who closed the inaugural event.

Sylvia Vlaeminck

Head of Unit - Promotion of SMEs Competitiveness
Crafts, Small Businesses, Cooperatives and Mutuals
European Commission: Enterprise and Industry Directorate-General

Good morning,

I am pleased to represent the Commission at this conference organised within the context of the Spanish presidency of the EU. I would like to start by thanking you for proposing this event and also for the organisational work you have carried out!

We are happy to co-fund this conference, which is also taking place within the framework of SME week[1]: bringing together events under one umbrella gives them more visibility and reaches more SMEs.

Artistic crafts are very important in all European countries. The European Unions' motto "united in diversity" is reflected by the diversity demonstrated by artistic crafts.

Artistic crafts are linked to the territory and history and play a role in tourism. They are directly linked to our cultural heritage; however, they are not only related to our past, but are also important for our future.

The challenges that will be addressed in this conference have been carefully selected: from training and quality, to innovation and cooperation. I congratulate the organisers for the interesting programme. Moreover, our programme today is practical and this approach is very welcome. I am convinced that we will exchange many interesting good practices today. It may also lead to new ideas for actions and cooperation.

I dare say we are fairly conversant with the main problems Small and Medium sized Enterprises (SMEs) are confronted with. In 2007, we organised a conference on crafts and small businesses. The conclusions of that conference were important inputs in the Small Business Act (SBA)[2] for Europe, which was adopted in 2008.

The SBA's main objective is to improve SMEs' business environments and anchor the "Think small first" principle in all policy actions. Numerous actions were included in the SBA at the European, national and regional levels. The Commission in itself can take certain initiatives, but it also invites Member States to take action as well.

Of course the SBA is ambitious and it would not be realistic to say that everything has been done! We will have to continue working for a long time. And we have to monitor progress. We do so through the SME Performance Review[3], which we are about to launch on our website: it gives a picture of SMEs at the European and national levels, including national SME policies. I invite you to have a look at your country, since there is a lot of interesting information on our national Fact Sheets[4].

We have just launched a review of the SBA for the end of this year. The objective is not to start all over again. The principles will remain the same, but we want to make sure we keep the SBA on the agenda and would also like to link it to the EU's new policy framework for 2020[5].

This conference is timely, since all input will be very welcome. Although I am convinced that the measures targeting SMEs and craft and small businesses - more broadly defined - are also relevant for artistic crafts, specific suggestions will be appreciated. And this is actually my most important message today.

I would now like to quickly mention some of the work we do in addition to our political coordination within the SBA framework: access to finance is a major challenge for small businesses and we invest a large part of our resources in trying to improve access to loans and venture capital. We also invest heavily in the Enterprise Europe Network[6], our network for business support with a special focus on access to markets and business cooperation.

Currently, we are funding a pilot project for learning purposes between "old" entrepreneurs and "new" ones: the Erasmus for young entrepreneurs[7].

It encourages graduates and new or young entrepreneurs to go abroad for a maximum of six months and learn successful business techniques and how to run a business from an experienced entrepreneur. This may have very practical impacts on innovation in small businesses. You can find more information on our website[8].

I will be very happy to answers questions now and during the conference as well.

Thank you for your interest!

[1]http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/sme-week/index_es.htm
[2]http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:es:PDF
[3]http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm
[4]http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/index_en.htm
[5]http://ec.europa.eu/eu2020/index_en.htm
[6]http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm
[7]http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=es
[8]http://ec.europa.eu/eu2020/index_en.htm

Luc Hendrickx

Director of Enterprise Policy and External Relations, European Association of Craft, Small and Medium-Sized Enterprises (UEAPME)

UEAPME is the employers' organisation that represents the interests of European crafts, trades and SMEs at the EU level. The UEAPME is a recognised European Social Partner. It is a not-for-profit and non-partisan organisation.

As the European SME and Crafts umbrella organisation, the UEAPME incorporates 85 member organisations from 34 countries and consists in national cross-sectorial SME federations, European branch federations and other associate members that support the SME family. The UEAPME represents more than 12 million enterprises that employ around 55 million people across Europe (www.ueapme.com).

First of all, I would like to congratulate the Spanish Foundation for Innovation in Crafts for organising this conference and would also to thank them and the Spanish presidency for inviting the UEAPME here today.

SMEs and crafts constitute more than 99.9% of all enterprises in the European Union. They are not only the engine of the European economy, but are also characterised by their diversity.

It makes no sense to debate a definition of SMEs and crafts in general or artistic crafts in particular. We should look to what unites them. Artistic crafts have to deal with the same challenges faced by other SMEs.

To mention only a few: late payments and enterprise transfer.

Small enterprises suffer greatly from the long payment delays imposed on them by large enterprises or public authorities. The European Parliament is currently discussing a recasting of the European directive and the UEAPME urges the Spanish presidency to respect the parliamentary vote, since it sets clear time limits for both governments and businesses.

Thousands of economically sound small and medium-sized enterprises disappear every year because they fail to overcome the difficulties involved in the transfer of ownership. Each year, approximately 690,000 enterprises in the European Union providing 2.8 million jobs face the problem of transfers to a new owner. This is also a serious problem for artistic crafts especially in the realm of knowledge transfers.

Nevertheless, artistic crafts have specific needs that require special attention. Training is a first key concern, followed by innovation, which must be defined in a broader manner to reflect the specific way in which artistic crafts innovate. Innovation cannot be seen merely as the result of R&D, but rather as a combination of all stakeholders acting in the right environment. Intellectual property rights must be better protected, financing for innovative actions must be secured and the ties between science and business must be strengthened.

A broad definition of innovation is required, including not only high-tech but also mid- and low-tech as well as non-technological innovation, which is the most frequent in SMEs. There is a clear need for a better understanding of how innovation takes place in small businesses and how to involve "sleeping innovators" in the process. Moreover, all policy programmes and funding opportunities for innovation must be open to small businesses, simplified and made SME-friendlier, if need be. Finally, better innovation support services and more counselling opportunities must be provided.

A final concern is internationalisation; the longstanding tradition for the sector's cross-border commerce must be maintained and further developed.

Manuel González Arias

President of Oficio y arte,
the Spanish Artisans Association

On behalf of the artisans of Spain, I wish to welcome all the participants from other countries, as well as all the representatives of institutions and associations in Spain.

I sincerely congratulate the European Commission, Ministry of Industry, Tourism and Trade and Catalan Government for their initiative in holding this interesting Congress, which will surely be very useful to our industry.

As a unique sector, contemporary European arts and crafts need unique public attention.

We need strategies to promote contemporary crafts in Europe, both in the domestic market and abroad.

We need active policies to promote a "European identity" in the realm of contemporary crafts.

We must work to create an alliance, an agreement between public and private institutions to act in this field.

We need to improve the diagnosis of problems and potential as an innovative and socially desirable productive sector and work together to design activities that promote our progress.

We must be able to catalyse the **identity of European Contemporary Crafts** as a "brand", so that it is perceived by the public in the EU, but also and especially by markets in other countries.

In short, we need "**organisation**" in regards to managing our interests; to achieve this, we must be able to count on the efficient support and collaboration of the European Commission, in addition to backing by public institutions in each country.

A few years ago, an exhibition entitled "*USA Crafts Today*", which was promoted by the United States, toured Europe. This is just one example, but our hope is that activities such as an exhibition entitled "*European Crafts Today*" will soon be able to travel all around the world.

Crafts in the European Union should be recognised as an active part of the culture and creative industries. Crafts enterprises in the E.U. need to participate in programmes designed for the creative industries sector, which been recognised by Community institutions as one of the most promising productive sectors and one in which the E.U. should make efforts to boost competitiveness.

We hope that this Congress will lay the groundwork for launching a new dynamic of cooperation between the European organisations and institutions related to crafts.

A new dynamic of concerted actions and exchange useful for crafts enterprises in Europe.

Josep Huguet i Biosca

Minister for Innovation, Universities and Enterprise
Catalan Government

Director of Policy for Small and Medium Enterprises (Ms. Estela Gallego), Director of the Craft, Small Enterprises, Cooperatives and Mutuals unit of the European Commission's DG Enterprise and Industry (Ms. Sílvia Vlaeminck); Director of the Enterprise Policy of the European Association of Crafts, Small and Medium-Sized Enterprises (Mr. Luc Hendricks), President of the Spanish Artisans Organisation (Mr. Manuel González); Director of Artesania de Catalunya (Ms. Gemma Amat); authorities; ladies and gentlemen.

Good morning, everyone. Welcome to the "Tradition, Innovation and Sustainability: Support by the Public Administration" European Crafts Congress.

It gives me great pleasure to participate in the inauguration of the "Tradition, Innovation and Sustainability: Support by the Public Administration" European Crafts Congress, which we have the honour of hosting in Barcelona this year.

According to a study by the Ministry entitled "*The Spanish crafts sector in statistical and documentary sources*", there are more than 92,000 companies and professional artisans in Spain, with Catalonia's 21% leading the pack.

In terms of jobs, the 2007 Active Population Survey shows that 201,000 persons in the country are related to crafts; 44,000 of these - 22.2% of the total – are located in Catalonia.

These data as a whole indicate that Catalonia leads the crafts sector at the national level by number of professional artisans, businesses and jobs and is foremost in a major group that also includes Madrid, Valencia and Andalusia.

None of this is a coincidence...

The first reason is that Catalonia's long history, ancient language, culture and rich traditions have made a wide-ranging diversity in crafts possible.

The second reason is the committed involvement of the many people who have provided continuity to all forms of crafts through their constant work. The artisans of Catalonia, and all those who preceded them, have kept the flame kindled many centuries ago burning.

Thus, it is the Catalan Government's duty to support the crafts produced within its borders.

To this end, it has created Artesania Catalunya, an agency that accredits, informs and promotes authenticity in Catalan crafts. It exists to enhance crafts' value by harnessing the potential of their output, consolidating contemporaneity in the trade and catering to artisans' interests.

Artesania Catalunya has a central space in Barcelona's Ciutat Vella district to attend to artisans and serve as a cultural and commercial showcase for crafts. On next June 30, the first registered craft shop in Catalonia will be inaugurated there.

Artesanía Catalunya also has an ambitious plan for the next few years to strengthen the sector and provide it with new elements to ensure its growth and future.

The main bases of this plan are:

- Promotion
- Training
- Improving management from the business standpoint
- Creating new products (tourism, identity - *Empremtes de Catalunya*)
- Strengthening sales and distribution channels (professional, international and local fairs, sales outlets, etc.)

The following are also highly relevant:

- Incorporating new technologies
- Recovering and innovating the crafts trade (*Oficis Singulars*, *Disseny* and ICT)
- Supporting artisan associations
- Disseminating the cultural values of Catalan crafts
- Other

There is still a long way to go, yet we know what our objective is; this is very helpful and allows us to be optimistic. Sector cooperation with the government is now bearing fruit and we hope that the seeds that have been planted begin to bloom in upcoming years.

My best wishes for a successful Congress; I also wish to thank all those who made it possible. I hope you enjoy your stay in Barcelona.

Thank you very much!

Keynote speech

How to promote excellence in crafts? The value of crafts

Enrique Loewe

President - Fundación Loewe

We live in uncertain times: globalisation, materialism, inhumanization, conflicts ... lack of control.

Perhaps this explains the resurgence of crafts ....They always reappear in times of great social changes (e.g. Arts & Crafts).

Crafts are now making a comeback under different perspectives ... because above all, crafts are diversity.

Crafts has been one of Loewe's banner activities from its inception, but now major luxury companies are beginning to demand the value of crafts, e.g., in promotional campaigns for Hermes, Louis Vuitton, etc., to the point in which Bob Chavez, CEO of Hermes USA, said in an article on the future of luxury: "Hermes isn't about trendy. It isn't even a fashion house. We are a house of craftsmanship."

One part of society demands a safe haven based on revitalizing values that are crumbling. Thus, the restitution of an identity based on tradition with local roots and the recovery of the emotional value of hand-designed objects by craftsmen who have accumulated the know-how of a thousand years are the standard of the sophisticated and glamorous crafts demanded by luxury firms. The excellence, sophistication and exclusivity of custom handmade products as a symbol of ostentation.

A new luxury is emerging that avoids ostentation and seeks the new roots of its identity in nuances (the luxury of the connoisseur), immediacy (the luxury of time) and experience (experiential luxury). This innovative luxury has a clear artisanal vocation, yet demands a concept of crafts that is more open to the future; it draws on tradition to reinterpret it, on our roots to update it and manual skills as a source of emotional creativity to explore new imageries. That is the true role of craftsmanship and luxury in our society: a glimpse of new imageries when current ones are depleted, contributing to the changing times.

The craftsmanship demanded by this new luxury links the past to the future through a dialogue of tradition with new technologies, new materials and new challenges in society. And its traits of identity are based on excellence. Yet, not just the excellence of a well-crafted product, but also super-excellence to generate a vital, emotional experience to help us pinpoint the new social trends that are beginning to permeate the world of luxury: eco-luxury and solidary luxury.

From this perspective, and considering the role of education, excellence is not achieved only by training highly skilled manual workers. The role of creativity and mastery of communication within a social perspective are the other pillars on which the excellence of the new crafts rests.

Challenges in education and training to ensure further growth and employment. Curricula definition and knowledge certification: what is the value of regulating artistic craft professions at the national level?

Training in crafts: a seat on the train of the future

Félix Sanz

The Regional Crafts Centre of Castile and Leon (CEARCAL)
direccion@cearcal.com

TRAINING IN THE CRAFTS TRADES IN SPAIN
Where are we coming from?

Training in the arts has evolved over the centuries from oral transmission within the family realm to guild structures or the first formal regularisation in this field, which in Spain took place in the nineteenth century. Yet, the objective has always been the same: training crafts workers capable of achieving excellence in the practice of the trade.

The concept of the crafts trades until the nineteenth century must also be properly contextualised, because until that time the output of craft studios did not necessarily have the "artistic" considerations we have been attributing to it for the past 150 years; instead, the trade was more closely linked to the notion of technical perfection in creating a horse-drawn carriage, a fresco painting in a church or a tapestry.

The fracture in training

During the nineteenth century, a number of initiatives were launched in Spain that attempted to respond to the new post-Industrial Revolution production panorama. This lasted until 1919, when arts and trades schools ended up being definitively separated from industrial schools; non-university crafts trades were relegated to a long pilgrimage of decline that lasted practically throughout the entire twentieth century. Only at the end of the last century was awareness raised about the important link between traditional industry and design and non-industrial production models for the crafts trades.

Where are we now? Informal training

The end of the twentieth century in Spain saw an overhaul in craft trades curricula, which has been completed with the first undergraduate qualifications within the framework of the Bologna Process. This has definitively placed training in the crafts trades on the same level as other European university degrees.

This whole confusing educational journey during the past two centuries resulted in the emergence of multiple training offers outside formal educational channels that have endeavoured to provide young people excluded from official itineraries with an alternative to regulated systems. This model and its variants began to spread and is still offered today by many public institutions and entities whose diplomas have no educational recognition. And as if this were not enough, in recent years, we must add to it the entities that - under the name of on-going vocational training - have created an entire training repertoire that attempts to meet sector professionals' demands for knowledge, which stems from gaps inherited from an education system that was distant from the production and commercial reality of crafts for most of its history.

Recognition of experience

Thus, on one hand, we have the involvement of young professional artisans who come from various formal training cycles and on the other hand, we find a large number of not-so-young professionals who came to the crafts trades from non-formal training or a family heritage; they are largely self-taught and now have no official recognition of the professional skills they have acquired over many years of practicing their profession. Besides undermining many professionals' self-esteem, this lack of recognition directly affects the master artisan's social recognition, creating an image of low-skilled workers that at no time corresponds with the reality of their knowledge and capacities.

Professional certifications in the arts and crafts

The approval of the Qualifications and Vocational Training Act in Spain in 2002 has generated significant expectations in the crafts sector, since its development opens the door to demands for the professional recognition of all workers who could not access formal education for various reasons; in the case of the arts and crafts, this accounts for a very high percentage of artisans. Furthermore, the National Catalogue of Professional Qualifications has finally recognised a professional family of its own for the arts and crafts.

LIFELONG TRAINING TO "REINVENT CRAFTS"

A new model for crafts?

Yet, all this "fine-tuning" of crafts should not be interpreted as the end of a journey, but rather as an opportunity for us to take our places at the starting line to the future. It is precisely now when we must reinvent what we understand as crafts. Given the technological and social changes experienced in the past 25 years, the models most public institutions and many professional organisations have followed in Spain and parts of Europe to understand the craft trades have become totally obsolete and have little to do with the reality of production, professional profiles or customer demands. If the twentieth century served to bury nineteenth-century notions of the "fine arts" definitively by eliminating academic models that limited creativity, today we are forced to free ourselves from bias and prejudice as regards the evolution the crafts trades themselves are now undergoing.

New techniques, new technologies

Without a doubt, we must overcome the old concepts that weigh us down as a sector. "Handmade" crafts must be overtaken by non-industrial, craft production mechanisms that make use of all the technological resources at our disposal to ensure excellent quality and survival in the current consumer system. The ultimate goal of any productive activity is profitability and continuity over time, which is attained by improving products and enhancing their value added; this can only be achieved by increasing the capacity for competition. Thus, the sector must adapt to handling 3D software programs and using three-dimensional printers, CNC milling machines, digital weaving, lasers and any other tool that can be incorporated into the production processes in craft studios and ensure their survival over time.

New materials, new trades

Furthermore, the appearance of new materials is not a foreign occurrence in crafts. These new materials with physical characteristics that were unthinkable only 20 years ago should be seen as a great opportunity to enhance our capacity to offer new products. The incorporation of such materials should not be viewed as a threat, but rather as an incentive to investigate new techniques for processing and use and - why not? – they should also serve to expand the repertoire of art trades. It would be absurd not to include handling new materials in training activities because they are not traditional. Not only absurd, but futile, since studios will end up using any material that allows them to enhance their competitiveness, no matter what.

New markets

Crafts firms' potential allows us to be present in all productive sectors, covering gaps in demand that industry in general cannot attain for reasons of profitability or flexibility. Yet, craft studios must also be trained in business management to meet these challenges. This training must allow them to handle projects and financing and must allow us to understand that management is a tool and not an impossible barrier to cross. Despite the threats all around us, today crafts are situated in fine starting positions to tackle the future with a large dose of optimism.

The future of qualifications in the world of crafts training

Virginia Casado

Head of the Health Sciences Qualifications Service
National Institute for Qualifications (INCUAL)
virginia.casado@educacion.es

Purposes of the Organic Law 5/2002 of 19 June on Qualifications and Vocational Training:

- To regulate a comprehensive system of vocational training, qualifications and accreditation that responds effectively and transparently to social and economic demands.
- To promote lifelong education and training by adjusting to different expectations and personal and professional situations.
- To foster free movement in the labour market.

Professional Qualification: A professional skills set with a significance for employment that can be acquired through modular training or other types of training and professional experience.

Professional Competence: The knowledge and capabilities that allow professional activities to be performed in accordance with production and job requirements.

Royal Decree 1128/2003, which regulates the National Catalogue of Professional Qualifications, establishes twenty-six professional families defined as a series of qualifications that meet affinity criteria for professional competence and five levels of qualification.

Level 1: Competence in a reduced series of relatively simple job activities that correspond to standardised processes, with limited theoretical knowledge and practical skills to be applied.

Level 2: Competence in a series of well-defined professional activities with the ability to use the tools and techniques involved, which mainly concerns a work performance that can be autonomous within the limits of these techniques. It requires knowledge of the technical and scientific foundations of its activities and the capacities to understand and apply the process.

Level 3: Competence in a series of professional activities that require mastery of diverse techniques and can be performed autonomously, involving responsibility for coordinating and supervising technical and specialised work. It requires knowledge of the technical and scientific foundations of its activities and the evaluation of factors in the process and their economic repercussions.

Level 4: Competence in a wide range of complex professional activities performed in a wide variety of contexts that require conjugating variables of a technical, scientific, economic and organisational nature in order to plan actions and define and develop projects, processes, products or services.

Level 5: Competence in a wide range of highly complex professional activities performed in a diverse, often unpredictable variety of contexts involving planning actions or devising products, processes or services. High degree of personal autonomy. Frequent responsibility in the allocation of resources, analysis, diagnosis, design, planning, implementation and evaluation.

Furthermore, Law 5/2002 provides that professional qualifications and certificates will be constituted by the professional training offers cited in the Catalogue of Professional Qualifications, which are official and valid throughout the country and shall be issued by the competent authorities. Public administrations must guarantee the coordination of these vocational training offers with the clear goal of providing a response to qualification needs and optimising the use of public resources. Through the corresponding department, the Ministry of Education is responsible for defining and implementing education on the one hand, in the arts - music, dance and visual arts and design -and on the other hand, in theatre.

In conclusion, Royal Decree 1224/2009 of 17 July recognises professional competences acquired through work experience.

These regulations are based on Article 8 of Law 5/2002 concerning the recognition, evaluation, accreditation and registration of professional qualifications, which states that:

- The evaluation and accreditation of professional competences acquired through work experience or non-formal training shall respect the National Catalogue of Professional Qualifications and criteria shall be developed that ensure the reliability, objectivity and technical rigor of evaluation in all cases.
- When the qualifications covered in a vocational diploma or professional certificate are not complete, the recognition of professional competences thus evaluated must be completed through a cumulative, partial accreditation in order to, if necessary, complete training that leads to obtaining the corresponding certificate or diploma.

The process of evaluating and accrediting professional competences is defined as the series of measures aimed at evaluating and recognising competences acquired through work experience or non-formal training.

The following are considered the goals of the evaluation and accreditation procedure:

- To evaluate professional competences acquired through work experience and other non-official training through common procedures and methodologies that guarantee the validity, reliability, objectivity and technical rigor of the evaluation.
- To accredit professional competences officially, promoting their value in order to facilitate both insertion and integration into the work force and free movement in the labour market, as well as personal and professional progression.
- To facilitate lifelong learning and additions to professional qualifications by providing opportunities for obtaining cumulative, partial accreditation in order to complete training aimed at obtaining the relevant vocational training diploma or professional certificate.

As in the field of training, the reference for evaluation and accreditation are the competence units in the National Catalogue of Professional Qualifications that are included in professional diplomas and/or professional certificates.

In order to evaluate professional competence in a particular competence unit, the professional achievements, performance criteria and professional context included in each one shall be taken as referents, according to the criteria provided in the relevant evidence guidelines. Each competence unit will be the minimum unit of accreditation. To carry out this accreditation process, support instruments have been generated and are to be developed jointly by the Ministry of Education, the Ministry of Labour and Immigration and Autonomous Communities, which enables the optimisation of the procedure and ensures its homogeneity and reliability.

The instruments to be considered are:

- A procedural handbook that will include a guide for candidates and guides for advisers and evaluators.
- Self-assessment questionnaires on the competence units.
- Evidence guides to the competence unit as technical support for the evaluation process.

This procedure began with the development of these instruments related to qualifications linked to the Law on Dependence and early childhood education.

The data presented here are developed and expanded at https://www.educacion.es/iceextranet.

Educating artists in a business world - a balancing act

Bibbi Forsman

Information Officer - KHVC Konsthantverkscentrum
bibbi@konsthantverkscentrum.se

My name is Bibbi Forsman. I am a part-time ceramics artist and employee at KHVC, the Crafts Center, which promotes Swedish craft artists' work. My perspective is from both positions. I will be speaking about the balancing act craft artists must perform to keep their feet steady when treading the commercial path.

KHVC represents contemporary craft artists; traditional craft is represented by *Nämnden för hemslöjdsfrågor/NFH*. Most KHVC members have a 3 or 5-year university degree from schools in Stockholm and Gothenburg, often preceded by one or two years of preparatory art studies.

So, one can say we are artistically well-educated.

Swedish craft artists stand in the crossroads between visual arts, handicraft and design. We have had long debates about the identity of the crafts. Where does it belong? Where shall we situate it?

The education perspective is above all artistic, which gives students the right and opportunity to define their own identities. Whatever direction the work takes, the effort to express an individual artistic standpoint is crucial.

This gives a high level of quality to the work, but doesn't make it easy to communicate to the surrounding world. The craft artists in my generation have had trouble viewing their work as businesses. For fear of being tainted, artists do not dare to cross the line into the world of business. The fear of losing credibility is strong and sometimes very sound, yet it also hinders us from recognising business opportunities.

Historically, the education system has borne no responsibility for the craft artist's survival after their studies. At the same time, craft artists were not fully allowed into the world of the fine arts. Their logistics for showcasing work were not open to craft artists.

Craft artists have created their own ways. One successful tradition from the political era of the 1970s is forming cooperatives in which groups of craft artists shape their own shops and showrooms and invite other artists to exhibit work that communicates the idea of crafts that closely correspond with their own. Swedish craft artists put in an enormous amount of effort into running these shops and craft galleries. They are both a way of selling work as well as a professional and social platform.

As time has passed, some younger craft artists feel less at home in this cooperative environment. They are more open to showing their work at trade fairs, on the Internet and in other openly commercial arenas. The challenge is to make an artistic statement that isn't drowned out by the others surrounding it and find business partners and arenas that allow artistic integrity while garnering commercial success. And there are not many.

Not very much time is set aside within the basic education system to discuss these questions and train the commercial mind. The need for knowledge in these matters often comes as a surprise directly after graduation. There are quite a few options for catching up. There are several postgraduate programmes that develop the commercial potential for artists' work and incubator schemes in which a handful of interested artists can investigate possibilities in a protected environment.

One very good example is the *Drivhuset/The Green House* offices in Gothenburg and several other university cities. This is a meeting point between the university, trade and industry and graduate students setting up their business. The exam can be way back in time. Drivhuset offers free counselling and meetings over a period of time with a business coach to make a plan and follow it up. It organizes short, affordable evening courses in specific sales and marketing topics such as how to write a press release and how to create a good website.

Why do I like Drivhuset so much? Because it provides individuals with practical tools at a time when they are receptive and can understand their needs. The courses are easy to attend even for a busy craft artist without much money. They also allow artists to create a possible network with others in the same situation in other fields. And they don't interfere with or corrupt the artist's identity, but rather strengthen it and allows artists to communicate their special qualities.

Schools are now tending to be more open to several practices. A craft artist can have different identities for different occasions. One day, he or she might sell a collection of work at a local art fair, apply for a show at a museum the day afterwards and again work on a commission for a public space on the following, not to mention the teaching done in between. Nowadays, students are given a limited education in business awareness.

Government support for the cultural industries is shrinking, which leads to a higher degree of self-sufficiency. Craft artists must navigate uncharted waters to find new sources of income. Visitors must become customers and maintaining artistic quality and skills during this process is of the utmost importance.

The crafts industry and other cultural industries are facing very challenging maths in the future. Most work in our day is rationalised with the help of new techniques. Craft artists' work is made by hand, as is opera singers'. Time itself is the most expensive factor. The price tag for a handmade piece will rise at the same pace as everything else is produced more quickly.

So, how high can you price a coffee mug? It must be handmade or it loses its artisanal value. And that is another balancing act to perform.

Crafts in the European Higher Education Area: the Ceramics Degree

Mª Luisa Martínez Díaz

Director - Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas (Valencia)
martinez_carrui@gva.es

Crafts education

Education and crafts are inseparable concepts and a discussion of crafts education necessarily includes the ways in which knowledge has been transmitted by artisans. The crafts trades were originally passed on directly in workshops. Subsequently, during the transition to the industrial society (and depending on the trade), guilds opened the first schools. However, this caused a mismatch between education and learning, which is highly personalised and requires many hours of dedication.

Education in arts and crafts schools was primarily based on formalisation and stylization through drawing and geometry, step-by-step techniques and a hierarchy that echoed the apprentice, official, and master craftsman structure. The emergence of expressive artists (the inheritance of Romanticism and new behaviours in pictorial abstraction) and new project-based teachings related to new kinds of design (graphic and industrial) diminished the learning processes of trades in the schools themselves. And this has been joined by the dematerialisation of art through conceptual art and the emergence of new media: photography, video and digital processes.

The Ceramics Degree

Studies in ceramics in Spain have a long tradition and important cultural legacy, especially vis-à-vis Hispanic-Muslim pottery, traces of which would exert a powerful influence on the development of the arts in the country. Ceramics are inseparable from the evolution in the concepts and works of contemporary art. They have a two-fold, industrial and artistic role underlying their structure and the different curricula that were approved during the twentieth century. Currently, the new European Higher Education Area, launched on the basis of the 1999 Bologna Declaration, places higher arts education in a new framework that involves changes of an organisational and curriculum-based nature. Last May 14, the Royal Decree establishing the structure and basic content of Advanced Fine Arts Studies was approved; it can now be said in the strongest terms that ceramics studies in Spain - the Ceramics Degree - are now fully integrated as advanced education in the education system.

In Valencia, we are currently developing a decree to approve a study programme that will allow interested students to enrol in the Ceramics Degree as of next October. The new specialties we have designed for this new degree are "Science and ceramics technology" and "Art in ceramics". These specialties configure specific professional profiles that constitute a flexible core closely adapted to the real demands of the business contexts of ceramic production. From the perspective of the EHEA, these study programmes are being developed with a clearly professionalising orientation, i.e., professional profiles are being used to define the competences students need to acquire to adequately perform the tasks associated to them. The profile of the Undergraduate Fine Arts Degree is a qualified professional capable of understanding, planning and solving the formal, functional, technical, socio-economic and production problems that may arise in the exercise of professional activities and adapting to the evolution of technological, industrial, aesthetic concepts and socio-cultural processes. After completing their studies, students will have acquired the competences in the plastic arts that will enable them to function in today's society, so that both ceramics and glass-making are activities that encompass artistic creativity and technology and are capable of creating a high level of industrial output without sacrificing the expressive and creative values of art.

Furthermore, the full integration of ceramics in the European Higher Education Area is being achieved not only through the Fine Arts Degree, but also by enabling our students to access post-graduate studies. In fact, the specific Master's and Doctoral programmes in ceramics - which we are now organising in the Community of Valencia - will allow us to complete the journey to reach the maximum level that exists in our educational system for any area of knowledge.

Hence, we are promoting specialisation of a professional as well as research-based nature, thus contributing to the self-generation of knowledge and innovation and with their transfer to society and especially SMEs, of the competitiveness and efficiency needed to achieve the maximum social well-being.

Higher Ceramics Schools

Ceramics degree programmes are taught in Advanced Ceramics Schools, which as graduate schools must have a high degree of autonomy in areas related to organisation, pedagogy, operations, management and participation.

In Spain, there two advanced ceramics schools, both of which are located in the Community of Valencia: the Escuela Superior de Cerámica in Manises (Valencia), which was founded in 1921, and the Escuela Superior de Cerámica in La Alcora (Castellón), which was founded in 2005. Both schools are attached to the Instituto Superior de Enseñanzas Artísticas de la Comunidad Valenciana (ISEACV), an entity created by the Valencian Government in 2007 to develop in an autonomous regime the series of competences in higher art education programmes that corresponds to the Valencian Government.

Here at the ISEACV, we are currently carrying out all the work that will allow advanced art education to be organised in coordination with the European Higher Education Area.

Conclusion

In short, the Spanish education system, together with the organisational model we are developing in the Community of Valencia through the ISEACV, situates arts education, including ceramics, in the European Higher Education Area.

Yet, changes are still to come... and this is in our hands. Firstly, we must secure societal consideration for these studies and make sure that the citizens - students - that having a vocation, ability and interest in this education are not diminished in their choice because these studies are undervalued by society and erroneously considered to be of a lower rank.
Secondly, quality must be made visible by its projection in society so that professionals in education and crafts have - so that you have - the prestige and social recognition they deserve.

Thus, we assume the challenge involved in providing quality training to support academic excellence, based on research that incorporates new technologies in order to transfer their knowledge and actively collaborate with professionals and society in recovering crafts as a rising star.

The potential of crafts

Antonio Altarriba

Expert in crafts
antonio.altarriba@pp.inet.fi

Looking at the objects around us - buildings, streets, squares and gardens, cafes and restaurants, markets and galleries, craft centres and neighbourhoods - we see tradition and innovation. One good example of tradition and innovation is the new cuisine that is even being paraded in the temples of art (Ferran Adrià at Dokumenta).

Today, we prefer individuality over the mass; we seek the personal over the anonymous, local flavour over global. The potential European artisan has his fortress against global anonymity precisely in this flow. Its capacity for innovation, diversity and the local stamp exalts crafts.

There are industrial products whose origin does not matter to us, but rather their prestige is the draw and we do not purchase them because they are American, Finnish, Swedish or Japanese, but because of their brand's universal symbol of quality, design and technology.

The key to the future lies in training

Finland / Europe cannot compete with low-cost products. The future of the country / continent lies in education, research and on-going training. The contemporary artisan, like the new chef, masters technique and spreads his wings on the winds of innovation. Conversant with new technologies, the contemporary artisan knows how to work on a team to produce unique products or small series, be it to promote his or her creations or share studio costs.

Creation generates jobs (ten per cent of the inhabitants of Helsinki work directly or indirectly in creative work). Heavy industry is automated or has moved to countries with low labour costs. The new Finnish / European economy increasingly relies on creation, research and innovation and this is where crafts have tremendous potential.

I have been co-organising international events in contemporary ceramics and jewellery since 1987 and until late last year, I had the chance to follow artisans' lives, their training, their work, their victories and their defeats close-up from the National Arts Council of Finland and the Regional Council.

One brief example is the small school of jewellery at the Saimaa University of Applied Sciences, which has been co-organising international workshops, congresses and exhibitions in collaboration with public and private institutions. The school has activated international cooperation and experimentation and created the KORU (jewel in Finnish) events, which now symbolises an important international meeting point for new creation in the world of contemporary jewellery.

Each year, the school invites professors from over the world to give lectures or workshops. It promotes student exchanges to create networks. Not long ago, in the mid-1990s, the school of jewellery had no choice but to strive to be a pioneer or it would have succumbed, as did the school of fabric at the same university. Those fabric professors did not commit to innovation in time and the university's directors shut it down.

Contemporary artisans' training will be lifelong and they must continue to shape their profiles after basic training. Once in the artisan's studio, they will be kept current through post-educational training organised by universities / training schools, artisans guilds or other institutions supported by the administration to tackle on-going training. Thus, whether public or private institutions, the challenge of innovation in European crafts is a priority goal and, like new cuisine, it is not based on price, but rather on concepts. Contemporary artisans have endless possibilities and products with their own personalities to create a new kind of craft with a name of its own. New cuisine does not compete with cheap, fast food; artisans do not compete with global mass manufacturing, but with the provision of unique products.

The challenge to the administration lies in lifelong training for artisans so that European artisans with personality, artisans with a brand, can be achieved.

Public institutions

If we analyse the global panorama of the musical arts, we realize that their institutional support is massive compared with crafts. Music has a distribution infrastructure and a major promotional network of experts and critics who write and discuss it. Crafts infrastructure is improving, yet still has a long way to go before it has secured the institutional support music enjoys. Crafts must seek new ways to act. We need more centres, galleries and museums devoted to crafts. We need more experts in promotion, critics who write about crafts.

Sustainable development

Artisans live in harmony with the environment; their production cannot be compared with industrial production and their visions are sustainable. Humanity has come a long way; artisans delivered an environment with solvable problems to the Industrial Revolution. The environment of engineers and great economists is still an unknown.

A few practical views

Training and public support are important tools for the future of European crafts. Crafts generate employment. I conclude my presentation with a few points that may help promote crafts in each European country.

- Include the subject of crafts in basic general education across the entire European Union. Schools could also sponsor artisans.
- Lower the VAT on crafts as far as possible.
- Fund more centres for disseminating crafts at the local, regional and national levels.
- Foster cooperation and innovation among European artisans; sponser prizes and competitions.
- Encourage awards for crafts critics.
- Foster a system of subsidies for managers and promoters in charge of international craft fairs and exhibitions.
- Organise lifelong training for artisans and a homogeneous degree throughout the EU.
- Enhance the value of the human resources in each country.
- Visions must be put into practice.

Innovation through standardisation: the quality of craft products

A new standard for marketing crafts products

Sandra Theulé

Public Affairs Manager - Ateliers d'Art (France)
sandra.theule@ateliersdart.com

The "Talents" concept involves a special location:

- Investment in an emblematic spot in the center of Paris
- Near luxury hotels
- The business district
- Leading department stores
- An area very popular with tourists

Four targets:

- Consumers
- Tourists
- Professionals
- Purchasing departments and buyers

A specially studied concept:

- A store-gallery-showroom concept
- Specially developed scenography
- A segmented collection of select products: jewelry, textiles, lamps and decorations
- Frequent rotation of unique pieces and small series
- Marketing of exclusive products

Up-market service:

- Well-trained staff
- Fast service after sales
- Shipping department
- Luxury packaging
- Customer loyalty program
- Tailor-made models for consumers
- Sourcing for professionals

A strong sales & marketing policy:

- Several big events during the year:
  - Theme exhibitions
  - Young Creators competition
  - Presentation of summer and winter collections to the press
- Private evening events
- Breakfasts for buyers from big-name stores abroad

A strong and unique image:

- Three to four press days per year with a pre-publication "trend book"
- Deals with national and international television channels
- A federating theme with several different shops
- Advertising in home decoration magazines

Results:

- Significant press coverage (over 350 references in 1½ years)
- TV shows
- Regional promotion under development
- Creation of corners in shopping centers
- Sales up 40% in two years.
- Development of marketing strategy to export the TALENTS-AAF brand

The potential of crafts

Daniel Massó Aguado

Head of the Chemistry and Fuels Department
Standardisation Directorate, AENOR
dmasso@aenor.es

What is AENOR?

- An independent, not-for-profit, private association recognised in the national, EU and international spheres
- Multisectorial S+C activities
- Member of the European and international standardisation agencies (CEN-CLC, and ISO/IEC, respectively)
- Legally recognised as Spain's (only) standardisation agency
- Nearly 200 active standardisation committees
- More than 28,000 published standards

This isn't standardised!

Standardisation means reaching agreements

Principles of standardisation:

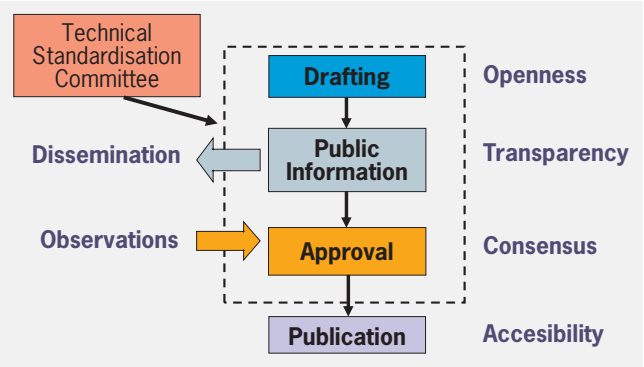
- Common language
- Technological development
- Administrative support

Standardisation is:

- Technical specification
- Voluntary
- Accessible to the public
- Formulated by consensus among stakeholders
- Within a recognised body
- Based on experience and technological development

Standards are drafted in Technical Standardisation Committees, usually made up of a president, vice president, secretary, representatives, AENOR, consumers and users, the administration, laboratories and research centres.

How are UNE standards developed?



Standardisation of crafts products

UNE standards for artisan products:

At the Spanish level:

- UNE 400901: fired clay crafts figures for nativity scenes.
- UNE 400902: decorative ceramic products. Non-glazed, fired clay garden items. Freezing and thawing tests.
- UNE 40605: bobbin lace. General characteristics and testing methods.

Other countries:

- Colombian, Peruvian standards, etc.
- French woodworking standards

Focus of standardisation for crafts products:
There are a number of possible focuses: the production process or results can be standardised or the focus can be mixed.

At present, there are three active work groups:

- Decorative ceramic products
- Jet
- Knives

Additional considerations

- "Innovative" topics (and even patents) can be included.
- Standards are "alive" and must be reviewed and updated.
- There can be various implications in standardised documents (they can be mandatory if the Administration issues them or the market requires them).
- Standards do not have to be certifiable (most of them are not).

Conclusions

- To standardise, one must have…. a good dose of patience.
- Almost everything can be standardised, if agreement exists.
- Standardisation is a useful tool, if used properly.

Standardisation as an innovative tool

Andreaa Gulacsi

Programme Manager for Innovation
European Committee for Electrotechnical Standardization (CENELEC)
agulacsi@cencenelec.eu

The Standardization Process

European Standards are based on a consensus, which reflects the economic and social interests of 31 CEN and CENELEC Member Countries channelled through their National Standards Bodies (CEN NSBs)/National Electrotechnical Committees (CENELEC NCs). Most standards are initiated by industry. Other standardisation projects can come from consumers, small and medium-sized enterprises or associations, to name some other sources.

In addition, many standards are developed to support European legislation. "Reference to standards" within a legislative text is viewed as a more effective means of ensuring that products meet the essential health and safety requirements of legislation than drafting detailed laws. This allows both processes to support each other, without causing a slowdown.

Besides European Standards, CEN and CENELEC produce other reference documents, which can be developed quickly and easily: Technical Specifications, Technical Reports, and Workshop Agreements.

Who participates?

Standards are driven by business and drafted by technical experts in the field. In building European consensus, industry, trade federations, public authorities, academia and NGO representatives are invited to contribute to the standardisation process. It is this open participation, which accounts for the strength of European standardisation.

How to participate?

The route for participating in the development of European Standards is through national members (NSBs/NCs). They send balanced delegations to represent the concerned interests in a standardisation project. European trade associations and interest groups – representing environmentalists, consumers, trade unions, as well as small and medium-sized enterprises, amongst others – also have the opportunity to contribute to the development of a standard.

Why participate?

Participation in the process allows a stakeholder to anticipate changes to standards in his sector as well as have a say in the content. A manufacturer wishing to participate in the CEN or CENELEC process contacts his NSB/NC, either directly or through a trade association. Through the National Standards Body or National Committee, the manufacturer can become involved in a national "mirror committee", which is responsible for developing the national position on a particular standard and presenting this position to the relevant CEN Technical Committee/CENELEC Technical Body. It may also be possible to become a member of the national delegation of the CEN Technical Committee/CENELEC Technical Body, or to be nominated to serve as a technical expert in one of the Working Groups.

For more information on how SMEs can participate in standardisation, go to www.cen.eu/go/sme or www.cenelec.eu/go/sme

A sector marketing action: The Crafts of Galicia brand

Manuel González Arias

President of Oficio y arte,
the Spanish Artisans Association
mgonzalez@oficioyarte.org

On behalf of the artisans of Spain, I wish to welcome all the participants from other countries, as well as all the representatives of institutions and associations in Spain.

I sincerely congratulate the European Commission, Ministry of Industry, Tourism and Trade and Catalan Government for their initiative in holding this interesting Congress, which will surely be very useful to our industry.

As a unique sector, contemporary European arts and crafts need unique public attention.

We need strategies to promote contemporary crafts in Europe, both in the domestic market and abroad.

We need active policies to promote a "European identity" in the realm of contemporary crafts.

We must work to create an alliance, an agreement between public and private institutions to act in this field.

We need to improve the diagnosis of problems and potential as an innovative and socially desirable productive sector and work together to design activities that promote our progress.

We must be able to catalyse the **identity of European Contemporary Crafts** as a "brand", so that it is perceived by the public in the EU, but also and especially by markets in other countries.

In short, we need "**organisation**" in regards to managing our interests; to achieve this, we must be able to count on the efficient support and collaboration of the European Commission, in addition to backing by public institutions in each country.

A few years ago, an exhibition entitled "*USA Crafts Today*", which was promoted by the United States, toured Europe. This is just one example, but our hope is that activities such as an exhibition entitled "*European Crafts Today*" will soon be able to travel all around the world.

Crafts in the European Union should be recognised as an active part of the culture and creative industries. Crafts enterprises in the E.U. need to participate in programmes designed for the creative industries sector, which been recognised by Community institutions as one of the most promising productive sectors and one in which the E.U. should make efforts to boost competitiveness.

We hope that this Congress will lay the groundwork for launching a new dynamic of cooperation between the European organisations and institutions related to crafts.

A new dynamic of concerted actions and exchange useful for crafts enterprises in Europe.

Assessing homogeneous groups of crafts firms: the case of Galleria dell'Artigianato

Elisa Guidi

General Coordinator
Centre for Artistic and Traditional Tuscan Crafts (Artex)
e.guidi@artex.firenze.it

CRAFTS VALUES[1]

These definitions have been borrowed from the International Charter of Artistic Craftsmanship, signed in Paris in January 2010 by CNA, Confartigianato Imprese and Ateliers d'Art de France.

Economic value

Artistic craftsmanship is a key economic and productive resource: a widespread productive network, made up of small companies, workshops and SME's that are deeply rooted in their local territory and constitute a not inconsiderable part of the economic value created by the manufacturing sectors.

Cultural value
Artistic craftsmanship is a unique cultural heritage and has been expression of society throughout the ages: a repository of material and immaterial knowledge rooted in local territories.

Social value
Artistic craftsmanship contains a "social value" created through interacting with the economy and society of its local areas, the community and the surrounding environment.

CRAFTS' CRITICAL POINTS

Definition
Crafts is a non-homogeneous sector which includes different-sized companies (ranging from individual companies to SMEs) that employ a variety of materials and styles.

Strategies
Artistic craftsmanship is a sector with unique characteristics that requires customized projects.

Communication
The sector is not clearly identified by the final consumer. Top quality artistic products have every right to be included in the "refined" and conceptual luxury category, which seeks values that go beyond appearance and brand.

Outline of company typologies:

- Top-level companies that draw their strength and inspiration from the past. They propose classical styles and use traditional techniques;
- Craftsmen – artists who translate production and cultural traditions into new artistic expressions, creating essentially unique pieces of the highest value;
- Craftsmen whose markets are mainly local and whose products are sold directly in workshops. They are closely tied to their territories;
- Companies of different sizes that successfully tackle international markets. Exports are one of the main parts of their business.

Possible strategies:

- Defining an exhibition format to present excellence in artistic crafts, both those in traditional styles and those with a high content of innovation and design. In fact, in this time of dramatic changes in national and international markets, identifying potential new niche markets that connect companies sharing a very high quality level is essential;
- Defining events and models to create closer, profitable relationships between artistic products and the tourism sector to their mutual benefit;
- Strengthening the position of Italian artistic and traditional crafts in international markets through participating in international trade fairs and exhibitions; analysing main markets, emerging markets in particular; undertaking initiatives to inform companies; and defining and experimenting with new marketing strategies.

AN EXAMPLE: The Galleria dell'Artigianato (Crafts Gallery)

The Galleria dell'Artigianato[2] For further information: www.galleriartigianato.it project is aimed at companies selected on the basis of one sole criterion: the very high artistic level of their output.

The Galleria dell'Artigianato is articulated in two sections: "Experience and Evolution Research", which presents works by Tuscan artisans that explore new expressive paths using very personal artistic languages and techniques. The other section is "The Tradition of Craftsmanship", which shows the excellence of handicrafts that draw strength and inspiration from history and tradition, re-approaching classic stylistic elements.

Goals:

- To attract or create a niche market made up of collectors, specialized retailers, art galleries and museums;
- To present artistic crafts in trade fairs, exhibitions and/or media events as the "ambassador" of *Made in Italy;*
- To present the best of Italian artistic productions to the general public from an "educational", communication and commercial perspective.

[1]These definitions have been borrowed from the International Charter of Artistic Craftsmanship, signed in Paris in January 2010 by CNA, Confartigianato Imprese and Ateliers d'Art de France.

[2]For further information: www.galleriartigianato.it

Innovation in crafts: European best practices

Innovation, design and crafts

Jordi Montaña

University Professor at ESADE, URL.
Director of the ESADE Chair of Design Management
jordi.montana@esade.edu

The production process in crafts, which combines traditionally production and conceptualisation in the same time and place, has made innovation in crafts appear slowly and often by chance. In general, it can be said that innovation has been incremental in the classic crafts process and radical innovation has only very occasionally appeared in response to some new and not previously existing need.

The conceptualisation of products and their manufacture began to be separated as a result of the industrial revolution and the emergence of industry, when it was necessary to judge a product before creating it, when decisions were based on intentions and not results, as was true of the crafts process. That is when industrial design appeared and at this point it became possible to consider doing things differently and above all, to consider which new things could be done to address unmet needs and even anticipate them. Design as a source of not only incremental innovation, but also as a continuing source of radical innovation.

Crafts are usually divided into three types: crafts production that includes all traditional handicraft trades, product crafts that reproduce traditional objects and creative crafts, what we can call new crafts, which is based on limited series, unique objects, manual intervention and the concept of small enterprises.

By definition, innovation consists in doing new things or do existing things differently - albeit more efficiently and effectively - and succeeding in the market. In principle, doing something new is relatively at odds with traditional crafts, which endeavours to repeat, although improving if possible, what has been done in a certain way from the beginning of time. Yet the swift pace of social and economic change dictates that innovation is needed in crafts. In all kinds of crafts.

In crafts production, innovation can take the shape of planning new ways for traditional trades to intervene in the modern industrial structure, discovering new solutions and anticipating the needs of architecture professionals by providing the know-how that characterises crafts. One example is Spain's pavilion in Shanghai and wicker.

Innovation can be achieved in traditional products through new designs or redesigning existing products, through packaging traditional products, through brand management and even through the introduction of new production technologies.

Yet, the creative craft industry is where innovation can be the driver of growth by seeking objects that are hybrids between traditional and industrial production and always use design as a tool for a product's conceptualization and advance planning. Where technology serves the product and not the other way around, as was true of traditional crafts.

In any case, innovation in crafts must serve to meet the real needs of society, consumers and users based on market segmentation with a solid and differentiated product image, a consistent range of products with top quality in use and formal quality, brands that are well known in their own markets, functional packaging appropriate to the brand, good marketing and communication that enhances the above aspects.

Creative economy - a strategic approach at the national level

Petra Tarjanne

Programme Director - Ministry of Economy and Employment
Petra.Tarjanne@tem.fi

Creative economy

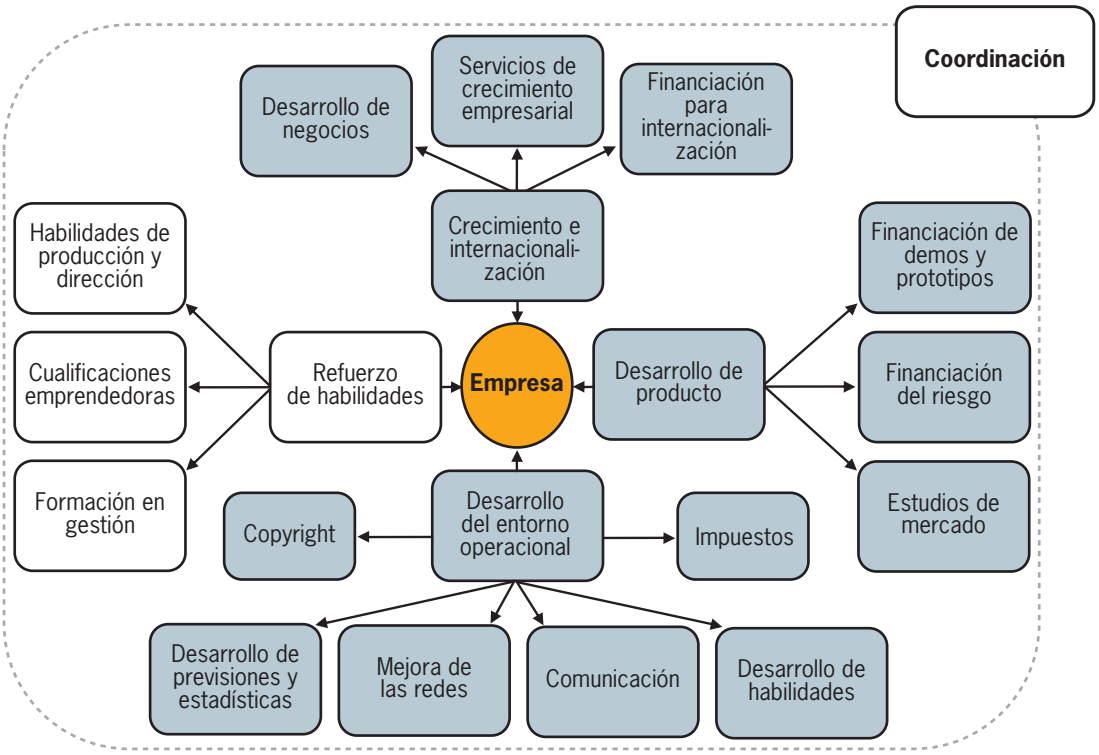
The creative economy means a new relationship between creativity and the economy that boosts the economic drive applied to creative content and work practices in our societies. Changes are taking place in the forms of work and entrepreneurship in the creative industries. At the same time, processes related to cultural and media content and design are increasingly finding their way into the economic sphere.

This paradigm shift enriches the service and product environment, which enhances the quality of life and well-being. But it also challenges existing economic structures. Using creative expertise in business creates a wealth of opportunities for innovation, growth and internationalisation, which can improve Finland's competitiveness. The Government has set a goal to involve creative enterprises in more extensive and profitable business operations in the future, both in Finland and in international markets.

In order to achieve this goal, the Ministry of Employment and the Economy has established a two-year Development Strategy for the Creative Economy, in order to:

- develop the operating environment for creative enterprises
- Usar de forma más eficiente el trabajo y la experiencia creativa en el mercado laboral
- help new product development and financing models evolve
- produce research and visionary information on the future

Development strategy for creative enterprises:



Creative economy - main challenges

- Growing number of one-person businesses
- Companies are small and unable to network for common goals
- Low risk tolerance
- Quick changes in the value networks
- Need for agile networking models for small companies
- Born global businesses have special needs

The Development Strategy for the Creative Economy approaches its mission on the basis of the changes that occur in the market. Business in the sector is largely based on the commercial use of intellectual property. Business transactions often concern copyright, patents or trademarks. The concepts that result from new combinations of services and commodities are also increasing in importance. Business in the creative sector dovetails with almost all industrial and service sectors, particularly design, marketing communications, audio-visual production and publishing. Furthermore, many traditional creative economy fields, such as music, dance and theatre, will become more important as a result of new forms of services in tourism and wellbeing, for example.

Business in the creative sector is innovation- and market-driven, thus often putting it at the cutting edge of change. It is important for improved competitiveness to identify new business concepts created by companies and exploit them on a demand-driven and user-driven basis. The Development Strategy for the Creative Economy will promote the creative economy by setting four targets:

1. Creative workers in the labour market
The aim of the project is to eliminate obstacles to employment for employees and the self-employed who work in creative fields, e.g. in the areas of taxation and income security. Improved recruitment and expert advisory services will reduce the amount of time during which people are unemployed and will lengthen careers. Jobseekers' entrepreneurial skills will also be developed to enhance their opportunities for self-employment.

2. Operating environment conducive to entrepreneurship and growth
The business expertise and operating environment of businesses and entrepreneurs working in creative fields will be developed in the entrepreneurship target area. The target groups are SMEs, business networks and the public and private business service sector. The project will develop networks of experts, establish business incubators for Creative Companies at the national level and improve opportunities for growth and internationalisation for SMEs in creative fields.

3. Product development in the creative economy
Value chains have undergone major changes in markets and there is an increasing need for more refined skills and expertise in product development. The Development Strategy for the Creative Economy will produce tools to help the business service system determine the market potential of creative fields and make its service and financial instruments more flexible and more supportive of business in the creative sector.

4. Creative economy: forecasts and research
Research data on the field of the creative economy is somewhat dispersed, which makes it difficult for sector stakeholders and political decision-makers to use. The project will compile and analyse data that has already been collected, but is underutilised at the conclusive and procedural level. Research data will be produced and established and recommendations for the development of the creative economy's operating environment will be put forward as a result of the development of adviser networks.

For additional information, visit our website at www.tem.fi/creativeeconomy

Innovating tradition: the paradigm of the designer

Giulio Vinaccia

Designer and co-director - Integral Studio Vinaccia
giulio@vinaccia.it

Innovation is the basis of our era.

- Innovating ancient products
- New products - new traditions

Innovating tradition is not always easy…

Innovation is not only about designing new forms; it is necessary to understand the cultural background and technique behind each piece. We can innovate in many ways, yet we must not trivialize. We must keep tradition's contemporaneity in mind.

The paradox of the tourist street market

Until a short time ago, it was thought that the only interaction between crafts production and tourism could be the one that took place in souvenir markets located near major hotels: while artisans were presented with a new commercial option, the tourist trade encountered a low cost attraction to complete its "exotic" offer.

It didn't matter if artisans were pressured to adapt their traditional products to the tastes of new and demanding customers and often change these products' use and construction techniques, reducing, minimising and simplifying their symbolic content and natural charge. The possibility of creating a new economic dynamic in these communities was enough to palliate any doubt or question.

What actually happened is that in many countries, the crafts communities that were at first beneficiaries of the economic development generated by tourism were gradually displaced by new semi-industrial producers that took advantage of the decontextualisation and simplification process local products underwent to imitate, reproduce and eventually replace them with other, less expensive products from other continents.

This has led to strange visions of "local" culture in the minds of the mass tourist: giraffes live in the Amazon, reggae music comes from Senegal, the Mayans inhabited Argentina and others.

From local to global

In a world in which tastes, flavours, consumption and desires seem standardised, the proposal of a universal life model appears to be irreversible. This is the immediate impression globalisation is making: a phenomenon of standardised products and services that covers the most visible aspects of material and intellectual production. Yet, if we look carefully, we can see that globalization is not a road with only one lane; as English sociologist Anthony Giddens says, it is a process "which link[s] distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa".

Hitherto unimaginable connections and possibilities appear in this process between the local and global; the "glocal" can be translated thus, with a perspective that exalts the capacity of the local and traditional to be competitive globally.

This opens up a wide range of opportunities for traditional crafts production. Being immersed in the local, artisans have genuine values typical of the setting in which they operate and therefore are able to add value, images and symbols to their products that endow them with a deep "cultural density".

Using the rich and vast cultural "local" heritage of crafts, we can transfer the identity, the soul that they need to differentiate themselves from the common globalised offer for tourist spaces and services. It will allow "local" tourist services to position themselves in high value markets, in which a culture's intangible, unique and unusual aspects are highly valued.

Yet, to develop this local/regional process, crafts producers must be endowed with new practical and methodologies tools that allow traditional elements to be appropriately transferred to contemporary production. "It's the tale that the article itself builds in consumers' imagination that confers the differentiating power and lasting impression."

Deep National Egypt

We have implemented an example of the above in Egypt - the *Deep National Egypt* programme - which includes the following activities:

- Fieldwork, to verify the products being made
- A pilot design workshop that generated 120 new pieces.
- Market research. The new collection of 120 pieces was on display during the Maison & Objet trade fair in Paris to verify their acceptance by the international market.
- Specific design assistance for silver jewellery and jewellery in general.

Contemporary crafts in the region of Flanders, Belgium

Johan Valcke

Director - Design Vlandeeren
Johan.Valcke@designvlaanderen.be

Presentación de Design Flanders

Objectives

1. To promote
   - design as added value for the economy
   - designers in Flanders and abroad
   - design as management instrument for companies
2. … because
   Design Flanders is part of the Agency Flanders Enterprise under the authority of the Flemish Minister of Economy

Target groups

1. Designers
   a. Ceramics, jewelry, accessories, glass, textile, furniture
   b. Industrial design
   c. Graphic design
   d. Multimedia (web design)
2. Design and product companies
3. Public at large

Policy

- Historical reference to the Bauhaus. Since the 1958 World Exhibition in Brussels, the first after WW II, the promotion of contemporary design-led crafts has been integrated into governmental policy.
- Since 1964, contemporary crafts have been fostered by the crafts departments of several governmental institutions working for SME's: ESIM (1964-1992), VIZO (1992-2006), VLAO (2006-2008) and now the Agency Flanders Entreprise. In 2004, we renamed that department DESIGN FLANDERS
- Design Flanders has now:
  - Budget of approx. 1,500,000 euros
  - Staff of 10 people
  - Focus on design: advantage: better budget
  - Integration of design-led crafts

How to achieve the policy

1. Talent scouting of craftspeople and designers
   - Twice a year
     - Spring selections
     - Autumn selections
   - By a professional jury of peers
   - Results in: approx. 500 studios in Flanders with 300 craftspeople and 200 designers
   - Advantages for selected designers:
     - Grants for exhibitions, fairs and promotional initiatives
     - Article in *Kwintessens*
     - Consultancy on economic and subsidiary matters
     - Invitations for exhibitions and fairs
     - *Ossenbloedrood* e-zine (Oxbloodred)
     - Exhibition in the Design Flanders Gallery

2. Exhibitions
   - In the Design Flanders Gallery: 5 exhibitions a year
   - Kanselarijstraat 19, 1000 Brussels, Belgium
   - Near the Central Station and Saint-Michael's Cathedral

3. Ad hoc exhibitions
   - In locations other than the Design Flanders Gallery
   - In Belgium
   - Abroad

4. The Henry van de Velde Awards The winners of the Henry van de Velde Awards receive:
   - A silver trophy designed and handmade by a Flemish silversmith (Helena Schepens)
   - A certificate (Brody Neuenschwander)
   - € 5.000 (except the Henry van de Velde Public Award, €2,500)

Status of contemporary crafts

Craftspeople working as artists: gallery circuit.
- most of them
- not many galleries in Flanders, except for jewellery

Craftspeople working as designers using their crafts skills
- more succesful
- design for companies

Henry van de Velde Labels
The winners of the Henry van de Velde Label receive:
- A quality label they are allowed to use in all their communication tools
- An exhibition in the Flemish Government's exhibition space
- The 2010 HVDV Public Award will be chosen from the 2010 HVDV Labels. The Award is € 2,500.

Fairs
- In Belgium: Interieur 2010, Courtrai, October 2010
- Abroad: International Furniture Fair, Zona Tortona, Milano, 2010 and Eunique, Karlsruhe, 2010

Grants
- Purpose: to support projects for design promotion
- Amount: €150,000 yearly: smaller projects for individuals.
- Strictly for: selected designers, organizations working with selected designers, companies working with selected designers
- 75% goes to craftspeople

Otras actividades

- Website
- Quarterly magazine (*Kwintessens*)
- Studies
- Workshops (Design Management and ECO-Design tool with OVAM)
- Consultancy
  - In cooperation with and with the support of the Agentschap Ondernemen Accounts Managers
  - Economic (designers, companies, public at large)
  - Mediation between (companies and designers; distributors and designers)
  - Contracts (in cooperation with Design Center Antwerp)
- Documentation centre: files on designers and companies and multimedia library
- International cooperations: ICSID, BEDA, WCC Europe, Korean Institute for Design Promotion, the Design Management Institute, Icograda
- European projects: SEE-design and Organza

Supporting and Stimulating Innovation in Irish Craft

Úna Parsons

Chief Executive - Crafts Council of Ireland
una@ccoi.ie

Craft in Ireland

- The Irish Craft Industry
- The Role of Crafts Council of Ireland
- Our Strategic Objectives
- Craft as a Creative & Innovative Industry

Building the next generation of makers

- 1st level: Craft in the Classroom
- 2nd level: Design Challenge
- 3rd level: Future Makers
- Promoting careers in craft

Developing Market Channels

- Showcase - Ireland's Creative Expo
- Creative Island
- Irish Craft Portfolio
- COLLECT
- SOFA
- National Craft Gallery

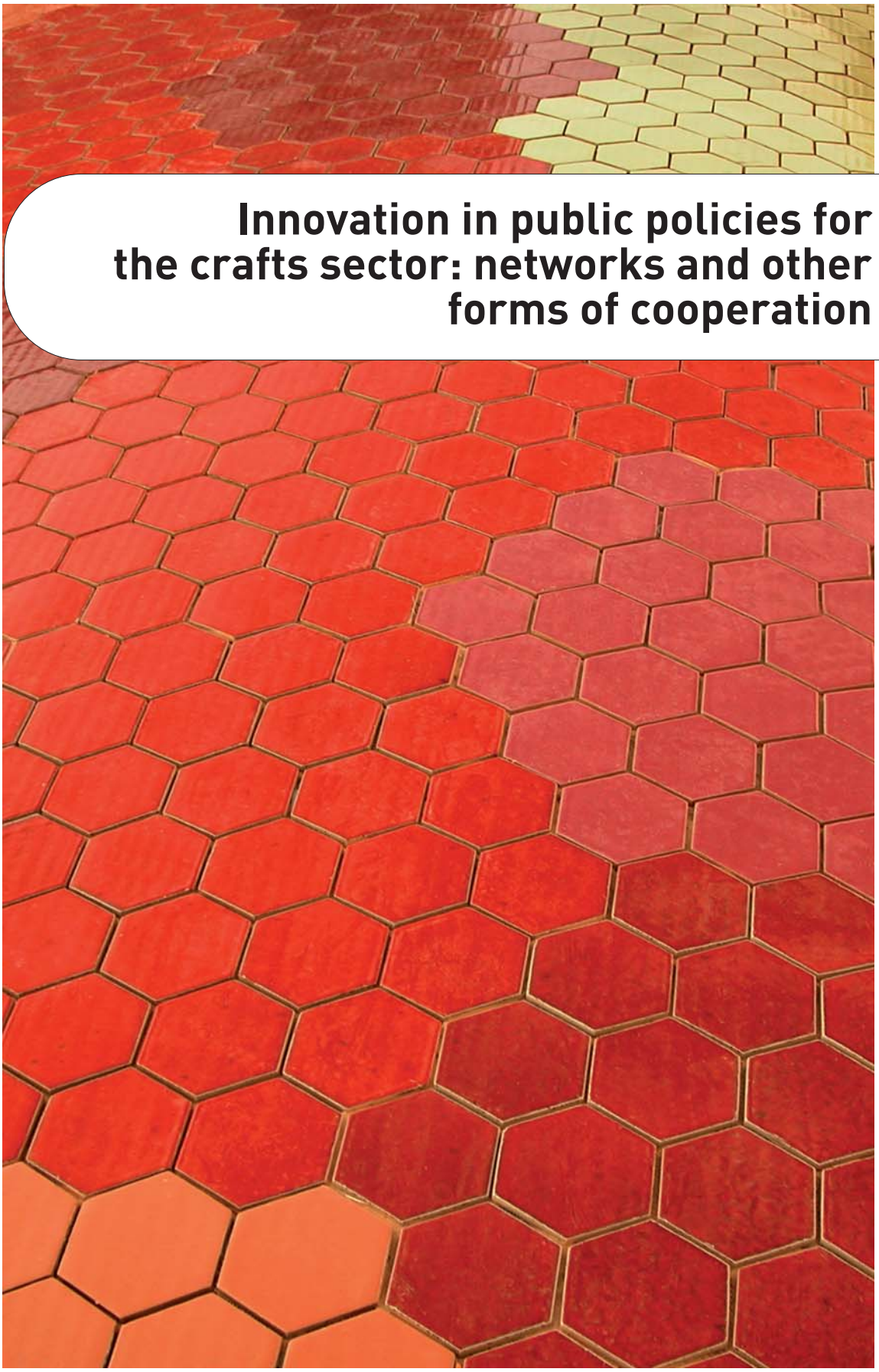
Developing Craft Enterprises

- Mentoring
- Continuous Professional Development
- Skills Training

Raising Awareness of Craft

- Media Exposure
- Strategic Partnerships
- Cultural Tourism
- Exhibitions
- WCC - Europe
- 2011 Year of Craft

Innovation in public policies for the crafts sector: networks and other forms of cooperation



Euroart: the European public crafts network

Mercedes Valcárcel Dueñas

General Coordinator
Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (Fundesarte)
mvalcarcel@fundesarte.org

THE IMPORTANCE OF NETWORKING

Networking has several advantages, most notably:

- It is a communication channel.
- It is a technical forum.
- It allows for the exchange of opinions and experiences.
- It is characterised by making work more effective and efficient.
- It boosts work capacity.

FUNDESARTE AND CRAFTS NETWORKS

The objective Fundesarte pursues when creating crafts networks is to create a space for communication between all the centres involved in the crafts sector in each geographical area.

The networks Fundesarte has created to date are:

- The Iberian crafts centre network
- The Ibero-American network for heads of crafts (RAIR)

Furthermore, it is currently working to create:

- The Mediterranean crafts network
- The European crafts network (Euroarte)

A. The Iberian crafts centre network

Created in October 2008, the Iberian crafts centre network is a network without legal personality coordinated by Fundesarte, as agreed at the latest meeting in 2009.

This network's target area is the entire Iberian Peninsula (Spain and Portugal) and the following are eligible to join it: craft centres, schools for craft-related training and skills and technology centres expressly related to crafts in Spain and Portugal, provided they are not-for-profit entities.

To date there have been two meetings, the first in Valladolid in 2008 and the second in Valencia in 2009, and the next one is scheduled for Lugo in 2010. Currently, there are 23 centres attached to the network, from Andalusia, Aragon, Asturias, the Balearics, the Canaries, Castile-La Mancha, Castile and Leon, Catalonia, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Valencia and Portugal.

Not only are attached members invited to each meeting, but also other centres outside the network that have the required profile, as well as department heads with competences in crafts, especially in regions with no craft schools. The latter act as observers with speaking privileges but no voting rights, since they have their own forums for meetings and encounters (such as the Crafts Observatory).

B. The Ibero-American network for heads of crafts (RIRA)

Created in Mexico in July 2009, the RIRA targets Latin American countries. Fundesarte is the coordinating body for the network, which public entities with competences in Latin America crafts can join.

This network's vision is to be the framework of reference in Latin America, as well as a space for discussion, information, exchange of experiences, evaluation and a warning voice. It aims to create a space for communication among all the public authorities involved in the crafts sector in Latin American countries so that experiences can be shared and strategies for joint action in the crafts sector agreed upon.

The second Meeting was held in December 2009 in Cuba and 12 countries had joined by that time: Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Panama, Paraguay, Peru, the Dominican Republic and Uruguay. The next meeting is slated for September 2010.

C. The Mediterranean Crafts Network

This network is currently being formed and its target area encompasses Mediterranean countries. Public institutions from Mediterranean countries with competences in crafts can join.

D. The European Crafts Network (Euroarte)

This congress will provide a platform to start constructing Euroarte, a European crafts network. The objective is for administrations in EU countries with competences in crafts to join.

Public agencies from European countries with competences in crafts can participate in this network. The aim is to "support, promote and publicise the crafts sector". The key topics to be stressed are: education, innovation, quality, sustainability, globalisation, tourism, and communication and promotion.

The Enterprise Europe Network: challenges and opportunities for cooperation in Europe

Yannis Tsilibaris

Deputy Head of the Business Cooperation and Support Network Unit
DG Enterprise and Industry, European Commission
Yannis.Tsilibaris@ec.europa.eu

The Enterprise Europe Network

The Competitiveness and Innovation Programme (CIP) is an important tool from the Lisbon Agenda. It started on January 2008 and will last until 2014. There are 4 Directorates General involved: Enterprise, Energy, Information Society and Environment.

Main activities:

- nancial instruments (EUR 1 bn)
- Enterprise Europe Network (EUR 0.75 bn)

The reason and need for creating the Enterprise Europe Network

- To further promote entrepreneurship & innovation….
- …because of global pressure on products and services
- To provide information on EU programmes, new business opportunities and new high technologies
- To fight fragmentation in the support service supply
- Proximity
- "No-wrong-door" approach

A unique network in 46 countries

- 3150+ experts
- 581 local organisations
- 23 mio SMEs
- 27 EU-27, 2 EEA
- Candidate countries
- Third Countries

The Network's presence in Catalonia

- Centre de Innovació i Desenvolupament Empresarial
- Consortium for the Trade Promotion of Catalonia
- Barcelona Official Chamber of Commerce, Industry and Navigation

Types of service

1. Information, feedback, business cooperation and internationalization services (47% of the budget)
2. Innovation, technology and knowledge transfer services (47% of the budget)
3. Services encouraging the participation of SMES in FP7 (6% of the budget)

Objectives

- To develop internationally competitive companies (market access, transnational collaboration, partnership building).
- To stimulate innovation.
- To promote EU policies and programmes.
- To connect companies, particularly SMEs, to EU policy making (Europe close to / listening to SMEs).
- To build and promote an integrated network of SMEs for excellence.

Success story

Collaboration on a medical breakthrough with the Network's help.

- A Portuguese company, "ISA Healthcare Solutions", pioneers a device to remotely monitor sleep apnoea patients.
- The Portuguese EEN partner identifies and inserts its technology profile in the Networks' cooperation database.
- The local EEN partner in the Czech city of Plzen contacts LENTE, a local medical spin-off seeking such a technology.
- ISA and LENTE start talks.
- A cooperation agreement to introduce the device to the CZ market is signed.

Challenges for cooperation and networking

- Clear 'rules of the game' and roles of the partners.
- Networking means 'net-weaving', mutual synergies and trust.
- Integration and common corporate identity.
- Complementarities to other actors.
- Global vision.

UNESCO's action in crafts

Denise Bax

Specialist in UNESCO's Section of Creative Industries for Development
d.bax@unesco.org

Introduction

In recent years, we have been able to see significant growth in the crafts sector all over the world, which has given way to a greater number of initiatives. To ensure the sector's sustainable development, it is essential to clarify and coordinate actions at the national and international levels. In this regard, UNESCO has a global vision of crafts' cultural, social and economic role in society. Crafts play a special part as a community's representation of culture and cultural identity. UNESCO's mission is precisely to help promote cultural diversity and the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions 2005 "reaffirm[s] the sovereign rights of States to maintain, adopt and implement policies and measures that they deem appropriate for the protection and promotion of the diversity of cultural expressions on their territory".

UNESCO's Programme

Objective No. 1: To Raise the Authorities' Awareness
For many years, UNESCO has been implementing concerted, coherent and harmonious action, integrating training, production and promotion activities and encouraging cooperation between regional, international, governmental and non-governmental bodies.

- **Harmonious**: The many surveys, studies and meetings among experts highlight the need to develop harmonious action that integrate the economic, social and cultural aspects of crafts production.
- **Coherent**: This involves a much broader conception of projects, capable of integrating training, promotion and the adaptation of production to evolving needs.
- **Concerted**: Concerted efforts are indispensable at both the national and international level. That is why not only must there be a coherent response to artisans' aspirations today, but there must also be a rationalisation of programmes and resources as well.

Objective No. 2: To Train and Promote Excellence
One example of a strategic action: UNESCO's Award of Excellence for Handicrafts programme. Under this strategy, a series of workshops were conducted at the regional and sub-regional levels and linked subsequently to international promotion. Similarly, UNESCO has made outstanding efforts to recognise, promote and enhance the value of handicrafts producers, both through the UNESCO Crafts Prize, created 20 years ago, and the UNESCO Award of Excellence for Handicrafts, established in 2001.

The latter programme encourages artisans to produce quality items by using traditional techniques in an original manner to ensure their permanence and sustainable development in the contemporary world.

The program's objectives are:

- To establish rigorous standards of excellence for handicrafts
- To promote innovation.
- To provide training and support services
- To provide new opportunities to ensure the sustainable development of crafts enterprises

I am please to recall here the cooperation between UNESCO and the Fundación Española para la Innovación de la Artesanía in regard to the Recognition of Excellence programme for Latin America. This programme targets groups of countries and requires the participation of the different entities involved in the handicrafts sector.

Objective No. 3: To Promote Concerted Efforts

In recent years, UNESCO has maintained on-going, concerted efforts with an extensive network of public institutions and schools regarding the implementation of joint and complementary activities in the handicrafts sector. With this objective, and in its role as a driving force and facilitator, UNESCO has established strong ties of cooperation.

The activities in the UNESCO Crafts Programme consist in:

- Raising awareness among public authorities and international agencies on the cultural, social and economic importance of crafts
- Collecting and harmonising data on the sector
- Recognising craft producers
- Enhancing the diversity and wealth of craft products through thematic exhibitions at various fairs, such as Maison & Objet and the international crafts fairs in Florence and Paris, among others.

UNESCO World Forum on Culture and Cultural Industries

"Creativity, Innovation and Excellence: From Crafts to the Design and Fashion Industries". The First Edition / Villa Reale, Monza, Italia / September 24 to 26, 2009. This first year of this Forum provided an opportunity to reflect on the major issues that concern crafts producers, heads of the design and fashion industry and representatives of public authorities.

The Forum's mission was to demonstrate the sector's potential and dynamism, which is not measured only in terms of percentage of GDP, but also its impact and potential to transform societies. The Forum has been and will remain a key part of UNESCO's efforts to boost cultural industries through creating partnerships and expanding new forms of cooperation for development.

Conclusion

The swift changes in the contemporary world means a complex market system and national protection measures for the crafts sector. Thus, the great challenge today is to ensure that public authorities, the private sector and civil society become aware of the crafts sector not only as a key element of cultural heritage, but also as a factor in development.

In conclusion, I would like to emphasise the need to facilitate the transmission of craft skills to young people in addition to encourage the promotion and marketing of products to ensure a level of income and recognition for crafts producers' work.

World Crafts Council-Europe - The Organisation of European Crafts Associations

Christina Beyer

Executive Manager World Crafts Council - Europe Secretariat
christina.beyer@bundesverband-kunsthandwerk.de

World Crafts Council - Aims and Structure

The **World Crafts Council-Europe** forms the European Part of the World Crafts Council. The World Crafts Council was founded in 1964 and has been working until now as an international, non-governmental, non-profit organisation with consultative status at UNESCO. In addition to WCC-Europe, the World Crafts Council has regional branches in Africa, Asia, Latin America and North America.

Its general objective is:

- To strengthen the status of crafts as a vital part of cultural and economic life.
- To promote a sense of fellowship among the craftspeople of the world and to offer them encouragement, help and advice.

These aims will be put into effect by a variety of projects and activities.

The World Crafts Council-Europe particularly...

- Promotes the design-led crafts and applied arts in Europe.
- Builds up an international network of contacts in these craft fields.
- Collects and spreads information across a large network of member entities.
- Represents crafts at international, official, political and administrative levels.
- Fosters crafts as a professional activity producing work of the highest quality.
- Organises assemblies, personal meetings and workshops.
- Gives prizes, such as the WCC-Europe Award for Contemporary Crafts (annually since 1992) and the European Prize for Applied Arts (since 2009 tri-annually in co-operation with WCC-Belgium-Francophone, Design Flanders and the City of Mons).
- Participates in important craft fairs with special exhibitions.
- Joins international co-operation programmes of importance to the crafts sector.
- Is the Main Partner of EUNIQUE – arts and crafts, the European Fair for Applied Arts + Design in Karlsruhe/Germany.

Members

The World Crafts Council-Europe presently has members in 23 European countries: The National Entities, The Associate Members, The Individual Members (or Friends of WCC-Europe) and The Sponsor Membership.

The membership subscription is calculated in four different groups, according to Purchasing Power Parity multiplied by the population of the member country. The Board of World Crafts Council-Europe is composed of six members as elected at the general assembly in Switzerland (since September 2009). The Board members work voluntarily. The board is supported administratively by the WCC-Europe Secretariat in Frankfurt am Main (Germany). The European Secretariat is hosted by "BK - German Crafts Association".

The activities

Due to the limited time for this presentation I would like to point out three of our major projects only. I would like to introduce to:

- **The European Prize for Applied Arts** as one of the most important European events in the fields of applied arts that underlines the cultural significance of arts and crafts in the present-day society.

- **The EUNIQUE arts & crafts** – the European trade fair for applied arts and design as an excellent opportunity for the promotion of economic development for makers in the fields of arts and crafts.
- **The WCC-Europe award for contemporary crafts** that has been honouring a craftsperson each year since 1992 and thus endowing a seal of excellence as a way to promote and recommend further artistic improvement.

These three projects particularly:

- Underline the cultural significance of arts and crafts in today's society.
- Demonstrate the promotion of economic development and afford self-employed people opportunities to secure their livelihoods and that of their families.
- Honour outstanding artistic work to give galleries, journalist and buyers the opportunity to become familiar with young talents and established artists (which also promotes economic development).

We must focus an essential part of our work on craftspeople's economic needs so that this part of our culture will survive. Otherwise, we will lose a unique and irreplaceable cultural achievement. Nevertheless, we must also make clear that arts and crafts have a status as fine arts and industrial design in our culture.

Importance of contemporary arts and crafts in today's society

Artistic craftsmanship means:

- Combining contemporary design and artisan skills
- Using traditional techniques and materials
- Involving humans during the production from conceptual design to the workmanship by the artist's own hand.

This process of working and reflecting creates products for our daily life. Craftspeople in their small studios are constantly developing a contemporary style and creating artistic pieces. They provide an alternative notion of work in contrast to industrial mass production; they save cultural heritage and "translate" it into contemporary design. We should not forget that all over Europe more than one hundred thousand craftspeople are part of our economies.

Burning questions

At the beginning of this year, the WCC-Europe conducted a survey amongst member entities to learn more about the burning questions of crafts in the several European countries. Our Vice-President, Clare Twomey, has summarised the issues as follows: 1. Identity, 2. Definition, 3. Visibility, 4. Education, 5. Government support and initiatives and 6. Representation.

The World Crafts Council-Europe is the organisation that represents contemporary crafts in Europe. We are a potential partner for all public and private institutions acting in this field. The WCC-Europe is open for discussions and partnership in any direction and to assuming the role as the most representative professional organisation existing in the field of European Crafts. We look forward to increasing co-operation among organisations and institutions.

Towards an European showcase for crafts trades

Marie-Hélène Frémont

Chair - Crafts Promotion Society (SEMA)
mh.fremont@eurosema.com

For 35 years, the National Institute of the Arts and Crafts Trades (INMA), formerly SEMA, Society for the Promotion of the Arts and Crafts Trades, has ensured the promotion of these trades in France, in order to sustain their durability, showcase them and hand them on to younger generations.

Today, INMA has been placed under the supervision of both the Ministry of Culture and Communication and the State Department of Trade, Craftsmanship, Small and Medium Enterprises, Tourism and the Protection of Consumers, and has been assigned four main objectives that include:

- Developing the promotion of arts and crafts trades both nationally and internationally.
- Investigating new opportunities for cultural development in the visual arts, design and fashion.

These assignments are meant to support the construction of a cultural and political European community in several ways:

- By highlighting French expertise and handing down our knowhow through the INMA's main actions, which include:
  - a survey of rare arts and crafts trades in partnership with UNESCO.
  - the establishment of an online directory of the arts and crafts trades throughout the French Regions
  - the coining of awards and titles such as "*les Maitres d'Art*" (masters of art)
  - the organisation of arts and crafts workshops, etc…
- By supporting cultural exchanges, since this will ensure the durability of the arts and crafts trades by passing on techniques and developing creativity.

In the prospect of improving the readability of arts and crafts trades, the INMA and its partners have started reflecting together about the trades' new positioning and image. The INMA has been selected with FundesArt to carry on this task within the 2007-2013 European Culture DREAM (Design, Research, Europe, Art, trades) programme.

The project is framed as the production of "a showcase for arts and crafts trades" by:

- Creating an online catalogue of European crafts production significant either by territorial anchorage or acknowledged quality.
- Launching a Master Class within each partner country by combining students' skills in craftsmanship and design.
- Organising European arts and crafts workshops that will take place on the first weekend of April in 2011. The objectives are to disseminate and promote craft productions and artisans. This event is divided into three parts:
  - Opening studios to the public.
  - Opening schools and training centres for the young.
  - Organising exhibitions, conferences, film projections and round-tables.

Public policies for supporting crafts in Portugal

Fernando Gaspar

Coordinator of the Programme to Promote the Crafts Trades and Micro-Enterprises (PPART)
Institute of Employment and Vocational Training (IEFP)
fernando.gaspar@iefp.pt

The PPART programme and its integration into the IEFP

Created in 1997, the PPART's main objectives are to expand, renovate and develop craft trades and micro-enterprises, blending tradition with modernity and using the support policy instruments available to micro-enterprises, local development, employment, education and training, and culture.

In 2007, in keeping with the central State's administrative restructuring programme, the PPART became part of the IEFP and an advisory committee was created for PPART issues that allow different organizations and stakeholders to take part in developing this programme. The committee, which is responsible for advising IEFP agencies on issues related to crafts, is also a forum for discussing ideas and creating synergies for developing the sector. It is made up of the following:

- Representatives of the Ministries of Culture, Education, Agriculture and Rural Development, and Economics.
- A representative of the Federação Portuguesa *de Artes e Ofícios*.
- Representatives of the *Centro de Formação Profissional do Artesanato* (CEARTE), del *Centro Regional de Artes Tradicionais* (ARCT), and the *Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local* (ANIMA).
- Representatives of social interlocutors.
- Representatives of the autonomous regions of the Azores and Madeira.

Main intervention areas of the Institute of Employment and Vocational Training under the PPART

The status of crafts producers and crafts microenterprises

One of the main interventions developed by the IEFP within the PPART's scope is sector regulation and administration through issuing cards for crafts producers and craft workshops, as well as managing the National Crafts Register. There are currently approximately 2,000 craft workshops and more than 2,200 crafts producers inscribed in the registry.

The IEFP also collaborates with the National Qualifications Agency in updating the National Qualifications Catalogue, which now includes 22 diplomas in the field of crafts.

Promoting crafts

In the field of promoting crafts and its main stakeholders, we are developing a series of initiatives intended to enhance the sector's image among the public and the market, as well as foster quality and innovation:

- **The National Crafts Award,** convened every other year. The last edition was devoted to textiles. The upcoming edition (2011) will focus on "Home Arts". The awards are divided into two categories: traditional crafts and contemporary crafts (innovation).

- **Participation in the International Crafts Fair in Lisbon** through the acquisition of 120 stands for Portuguese crafts producer as well as the production and presentation of a themed exhibition. In 2010, the exhibition and catalogue featured the theme "The Ages of Construction - Traditional Construction Techniques and their Application to Contemporary Architecture", which focused on restoring and rehabilitating buildings and new architecture.

- Apoyo financiero en la **organización de ferias de artesanía** (nacionales, regionales y locales), con el objetivo de apoyar la participación de los artesanos y facilitar la comercialización de los productos artesanales.

- Direct support for crafts producers' participation in crafts fairs and trade fairs.

Certification of traditional crafts products

Certifying traditional crafts is a project that will enable their preservation and protection and contribute to these products' recognition in the market.

Certified traditional crafts products have a geographical reference, since they are associated to the place where they are produced. Likewise, they have a recognized cultural importance, taking into account the tradition of crafts in the territory, as well as the symbolic meaning and capacity to confer an identity of their own.

We are not talking about folklore, but instead traditional crafts steeped in history and symbolism. In Portugal, there will be between 40 and 50 products that fall within this category. Certification involves studying these products, preparing specifications books that define their characteristics and standards to be met, defining geographical areas of production and conditions for innovation so that these products can be innovative without compromising their identity.

We are currently putting the final touches on a draft law that will create a national system for the qualification and certification of traditional crafts.

Paradoxical as it may seem, the goal is to standardise in order to differentiate.

And this is a challenge facing this congress: Why not develop a system that can ensure the protection and promotion of traditional European crafts on the basis of national certification schemes, as is true of traditional food products? This would make a contribution to culture, to promoting the differences and diversity that enriches our Europe and would demonstrate the quality of traditional crafts across Europe's many regions.

Conclusions

Jesús-Ángel Prieto

Professor of the Massana School
jesusangelprieto@gmail.com

Below are the main ideas that emerged during the congress:

- Artistic crafts are synonymous with cultural diversity. It is important that these companies are reflected in the Small Business Act, and receive suggestions from the industry to achieve this.
- Important areas: education, innovation (both in new technologies as well as management and marketing), internationalization and care for the transfer of knowledge between generations.
- Crafts are a full element of identity economies, economies that cannot be outsourced.
- It is important to activate learning processes (knowledge transfer) in the workshop: apprentice/entrepreneur.
- The deep human and professional message that is crafts.
- Luxury is time, knowledge, history, the capacity to enjoy life. Thus, luxury is not frivolous; it is depth.
- We must look for discerning consumers.
- Find companion items.
- Crafts are retroprogress incarnate and are culturally honest.
- Crafts make it possible to see the sense of touch.
- Artisans: close to the land, ear to the ground.
- Crafts must serve to humanize contemporary humankind. A person + a trade (not vice versa).
- In educational settings, we have witnessed a decline in crafts training during the twentieth century: the culture of the very project of industrialization and the concept of art have led to the dematerialization of schools.
- There has been a loss of prestige as regards the trade. We must reach the highest level of excellence and research at the level of new college degrees.
- We must reinvent crafts: new technologies, new materials, interdisciplinarity, new markets, new management.
- It is important to properly design the qualification protocols and accreditation processes for professionals without academic qualifications. This must allow them to be incorporated as teachers and researchers at the highest levels of university education.
- In Nordic countries, most artisans have an education in crafts and university degrees.
- There are problems of being “allergic” to the market.
- Creating institutional points of contact between universities, business and marketing is of interest.
- Crafts potential: seeking the personal, the local and the diverse.
- Crafts not based on price, but rather on the concept.
- Continuous education to achieve “branded” artisans.
- Sustainability as a strength.
- Crafts incorporated in the primary and general education: as a methodology of children’s growth, as skills that generate self-esteem.
- Theory and critique of crafts must be fostered.
- Promote and strengthen cooperation between European craftspeople must be fostered and reinforced and in this sense, administrative protocols in EU aid must be simplified.

- The VAT on crafts products needs to be lowered.
- The prestige of work from crafts workshops must be enhanced, to show that they are a niche of employment and make them attractive to young people.
- The potential of continuing education programs at the European level needs to be harnessed.
- Crafts must be closely linked to quality.
- Standardisation (ISO, etc.) processes must be understood as basic tools to make crafts more visible.
- Local brands must be strengthened, not just for the tourist market, but because it brings out neighbour clients.
- Crafts contribute economic, cultural and social value, yet have three weaknesses: their definition, lack of strategies and poor communication.
- Crafts are overly concerned with the "how" and not the "what". Hence the other idea: crafts artists do things; designers conceive them. It is impossible to advance without adding these two attitudes together to be assumed by one sole (the designer/maker or the artisan/designer) or maridajes based on product lines.
- Innovation includes attention to the market.
- Artisans are entrepreneurs and that is not easy.
- Economics of creativity, this is where crafts should be positioned.
- We need to create value: innovative use of digital imaging, materials, sustainable consumption.
- We must change the perception of crafts.
- Innovating tradition is not easy. The idea is to make crafts contemporary without changing techniques or motives. And to innovate crafts, one must get one's hands dirty, with the craftsperson, ensuring that he/she carries on with the process.
- Young talent must be given the opportunity to grow. Crafts integrated with design, joint platform.
- Crafts are increasingly important, and we must build the next generation by introducing crafts in primary school linking it with design, with future makers, artisans and promoting crafts careers.
- We need to create a European network of institutions that support and work with crafts, because networking is vital.
- Iberian Network of Crafts Centres, Latin American Network, Mediterranean Network, European Network.
- In recent years, UNESCO has noted growth in the crafts sector. Yet, we must be rigorous in the standards of excellence, in innovation, offering training and support and opportunities for sustainable development.
- Because crafts are also a key factor for developing countries.
- Identity, definition, visibility, education, management support, representation: needs of the crafts sector.
- A certain fear of losing cultural value has appeared.
- Traditional crafts must be certified, not forgetting that tradition is a precious resource for innovation.

Closing Statement

Crafts contribute significantly to collective identity and the preservation of cultural heritage and ethnological wealth.

Crafts have intrinsic economic, social and cultural value.

- **Economic**: crafts are a **wealth-generating economic activity** that employs thousands of people who blend tradition and art with ongoing efforts to continue being a presence in a swiftly-evolving economic scene.
- **Social:** crafts help secure the population in rural areas, contribute to **local economic development** and galvanise other activities such as tourism and cultural activities that generate wealth and employment.
- **Cultural**: craft enterprises are the result of a **productive and artistic tradition**. Crafts help preserve cultural and ethnological heritage.

In recent years, European craft firms, most of which have fewer than 10 workers, have been able to innovate, incorporate new designs and improve the quality of their products to adapt them to the demands and preferences of an increasingly demanding and selective market. They have also successfully improved their business management processes by using new technologies for promotion and marketing and developing artisans' technical training.

However, this process has not been consistent throughout the continent and a long road lies ahead. Some crafts firms have not found a way to make their businesses profitable because they have not managed to integrate these competitive factors into their business strategies.

Given the particular characteristics that make up the crafts sector (its cultural dimension, business size, production system and social background), **public administrations should formulate a framework for joint action at the European level** to define parallel initiatives **to support, promote and publicise the crafts sector**.

These initiatives should be based on six fundamental pillars:

1. **Training**: Training is the backbone of the future of crafts. Comprehensive training, including internships in companies, and exchanges between European schools should be arranged. Furthermore, ongoing education to keep up-to-date on techniques and production processes should be guaranteed for all artisans who wish to continue furthering their training.

2. **Innovation**: Innovative processes should be promoted across all aspects of managing crafts firms, i.e., throughout the entire chain of activities from production to design and adapting products to suit customers' tastes, including communication and marketing. New technologies are crucial to introducing innovation into crafts companies. Taking into account the crafts sector's specificities is key during this process.

3. **Quality and sustainability**: A new culture of entrepreneurial sustainability that addresses economic, social and environmental issues should be fostered and corporate social responsibility should be promoted to improve the production processes involved in crafts. The visibility of artisanal products depends on the quality of work and prestige and reputation of the creators, as well as the ability to communicate all these features.

4. **Globalisation**: Crafts need projects for globalisation that are tailored to their features. It is important for artisan products to circulate throughout Europe and that we communicate the quality, innovation and tradition of European-made products to the rest of the world.

5. **Tourism**: Crafts are closely linked to tourism. We must exploit the synergy between tourism and crafts to their mutual benefit. In short, a wide-ranging tourist offer that includes crafts as additional value added should be fostered.

6. **Communication and promotion**: The wide range of goods currently on the market makes it hard for end consumers to recognise craft items. Therefore, a media campaign to promote the features of craft products should be promoted. We must transmit the values that characterise crafts: handmade, unique, fine materials, etc. We must also create specific messages for each type of audience and adapt them to potential consumers' heterogeneity.

Créditos

Dirección y coordinación editorial
Fundación Española para la Innovación de la Artesanía
Laura Miguel

Imagen gráfica
Artesania Catalunya

Maquetación
Marcosgpunto

Fotografías
Gebedsvlaggen
de Martine Gyselbrecht, (pág. 17)
Fotografía de: Lieven Herreman

Joyas de la Raspa (pág. 29)
Fotografía de: Pablo Orcajo

The Change in the Mode of Needing
(As endless as is my love)
de Maria Vuorinen (pág. 39)
Fotografía de: Maria Vuorinen

Cubierta del Mercado de Santa Caterina (Barcelona)
de Cerámica Cumella S.L. (pág. 49)
Fotografía de: Cerámica Cumella S.L.

Documento disponible en:
www.fundesarte.org/congresos

Credits

Directorship and coordination
Fundación Española para la Innovación de la Artesanía
Laura Miguel

Graphic design
Artesania Catalunya

Layout
Marcosgpunto

Pictures
Gebedsvlaggen
from Martine Gyselbrecht, (page 81)
Picture: Lieven Herreman

Joyas de la Raspa (page 93)
Picture: Pablo Orcajo

The Change in the Mode of Needing
(As endless as is my love)
from Maria Vuorinen (page 103)
Picture: Maria Vuorinen

Roof of the *Santa Caterina* Market (Barcelona)
from Cerámica Cumella S.L. (page 113)
Picture: Cerámica Cumella S.L.

Document available at:
www.fundesarte.org/congresos

Patrocinan
Sponsors

eu 2010.es

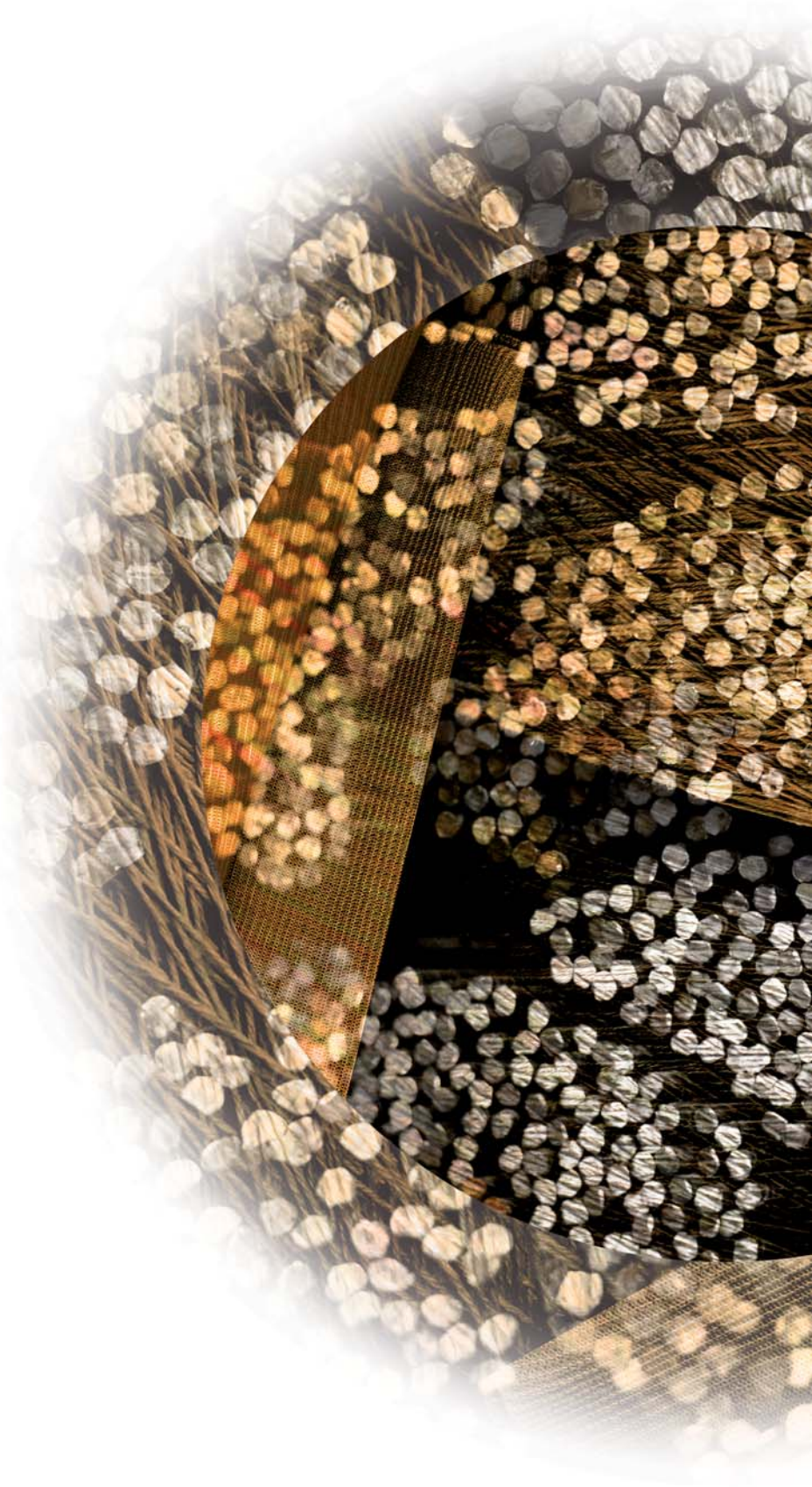
Comisión Europea
Empresa e Industria

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Organiza
Organization

Fundación Española
para la Innovación
de la Artesanía

Colabora
Collaboration

Artesania
Catalunya

SEMANA EUROPEA
DE LAS PYME 2010
¡Fabricando Empresas de Éxito!