



Intervista alla ceramista Ivana Antonini delle ceramiche d'arte Dolfi, che ha realizzato le riproduzioni dei manufatti in maiolica che compaiono nel gioco PROSPERITY.

Un tempo l'artigiano lavorava nella sua bottega ed era concentrato nel realizzare oggetti di qualità che potessero incontrare l'interesse dei compratori.

Oggi il suo mondo è completamente cambiato. Lo sa bene Ivana Antonini delle Ceramiche D'Arte Dolfi che si è trovata un giorno a produrre oggetti in ceramica per il videogioco Prosperity, un prodotto della società EGA disponibile per Iphone, Android e Web.

Il gioco è ambientato nel 1434 e riproduce la vita nel Medioevo in un ipotetico castello del centro Italia.

**Ivana, la ceramica dal reale al virtuale. Questo contatto con la società EGA è stato per te una sorpresa?**

La società che produce il gioco a dire il vero mi ha contattato grazie al web, visitando il sito internet della Strada della ceramica. Per il gioco avevano la necessità di riproduzioni di manufatti medioevali e nella presentazione della mia attività ho scritto che propongo anche questo genere di oggetti. Un giorno sono venuti a trovarmi e mi hanno proposto di lavorare per loro.

Quello con la società EGA non è l'unico contatto "speciale" che ho avuto grazie al sito e ai video della Strada della ceramica: più o meno nello stesso periodo mi hanno chiesto di realizzare delle opere in ceramica per un film che stava girando un famoso regista italiano.

Non riuscendo a seguire bene entrambe le attività ho passato il contatto a un altro ceramista della Strada.

**Quale è stato il tuo impegno e il tuo coinvolgimento nella realizzazione del videogioco?**

Il team che ha progettato e realizzato il gioco è composto da circa 15 persone.

Oltre a me sono stati contattati anche altri artigiani che lavorano diversi materiali; la ceramica è stata scelta per la rilevanza che aveva in epoca medioevale.

In pratica, da come ho potuto capire, gli oggetti vengono concessi per avanzare di livello, ma ci sono persone che hanno espresso interessamento per i pezzi che ho prodotto e li hanno richiesti, in particolare dall'America.

### **Che effetto ti ha fatto intraprendere questa nuova avventura?**

Sono sempre stata profondamente scettica nei confronti dei nuovi media e del web. Per me la ceramica deve essere vista, toccata, ammirata. Mi sono dovuta ricredere. Proprio grazie al sito internet della Strada della ceramica ho avuto la possibilità di entrare in contatto con nuove realtà e soggetti diversi. In passato per cercare nuovi compratori partecipavamo a esposizioni importanti, spesso con costi elevati.

Il web ha semplificato molto i meccanismi di relazione e scambio.

### **Ivana, ma come vanno gli affari?**

[Sospiro e faccia perplessa...]

La crisi è lunga, strutturale. Non si parla di mancanza di idee o di una stagnazione momentanea: da anni manca il denaro, si è ridotta la capacità di acquisto.

Se in un primo momento sono state interessate le persone meno abbienti, ora la crisi riguarda anche il ceto alto, coloro che tradizionalmente spendono per comprare oggetti d'arte. Le persone hanno paura e si è ridotta la loro propensione all'acquisto.

È necessario trovare nuove soluzioni.

### **Lavori maggiormente con il mercato estero o con il mercato interno?**

Sono due approcci diversi. Con il mercato interno l'interazione è continua: grazie a una relazione diretta con i rivenditori adattiamo gli oggetti e la produzione anche in base alle richieste degli acquirenti.

Gli stranieri vengono in Italia vogliono vedere oggetti di qualità e se sono di loro gradimento li acquistano. Hanno fiducia nella nostra creatività.

Qualche anno fa c'è stato un ridimensionamento della presenza di compratori stranieri che a causa della crisi hanno provato ad andare a cercare manufatti nei paesi dove costavano molto meno.

Oggi assistiamo al loro ritorno: hanno constatato la bassa qualità di altre produzioni e quindi sono tornati a cercare oggetti di valore.

Per fortuna, perché in questo momento sono, invece, gli italiani a comprare meno.

**Oltre alle iniziative promosse dalla Strada della ceramica, ci sono altri progetti a cui hai aderito e che hanno avuto esito positivo?**

È molto interessante l'idea promossa da Artex "TuscanyHome"; si tratta di un progetto che si sviluppa nel lungo periodo. In pratica selezionano artigiani italiani, con loro creano un catalogo virtuale che poi vanno a proporre a rivenditori americani, situati in borghi o comunque in zone diverse dai grandi centri cittadini.

I compratori individuano i prodotti a cui sono interessati e arrivano in Italia per incontrare i diversi produttori. Da questa relazione possono scaturire primi contatti o veri e propri scambi commerciali.

**Strada della ceramica e Artex sono soggetti pubblici. Possiamo dire che in qualche modo c'è un sostegno del pubblico alla produzione tradizionale?**

Gli aiuti non bastano mai. C'è anche da mettere in evidenza la difficoltà delle realtà più piccole ad accedere a questi servizi. Poi rimango convinta che in parte sia necessario continuare a partecipare alle fiere di settore, a portare la ceramica all'estero, a mostrarla ai compratori importanti.

A Montelupo penso che sia necessario lavorare per rafforzare il ruolo del Museo della ceramica e della tradizione. Assistiamo a una costante decrescita dei ceramisti che operano in città. È vero che è colpa della crisi, ma anche di una mancanza di affezione da parte delle generazioni più giovani.

Sono stati attivati corsi, quasi interamente finanziati, presso la scuola della ceramica e tirocini nelle aziende: i partecipanti provengono in maggioranza da altre zone della Toscana, se non dall'estero.

Credo che con piccole iniziative semplici dovremmo invitare i bambini a riscoprire la storia della loro città e ad appassionarsi alla produzione ceramica.

Mi viene in mente ad esempio di promuovere laboratori presso il Museo della ceramica tenuti dai produttori aderenti alla Strada. Siamo 17 ditte e credo che con un minimo sforzo potremmo dare la nostra

disponibilità e poi parliamoci chiaro: gente chiama gente.