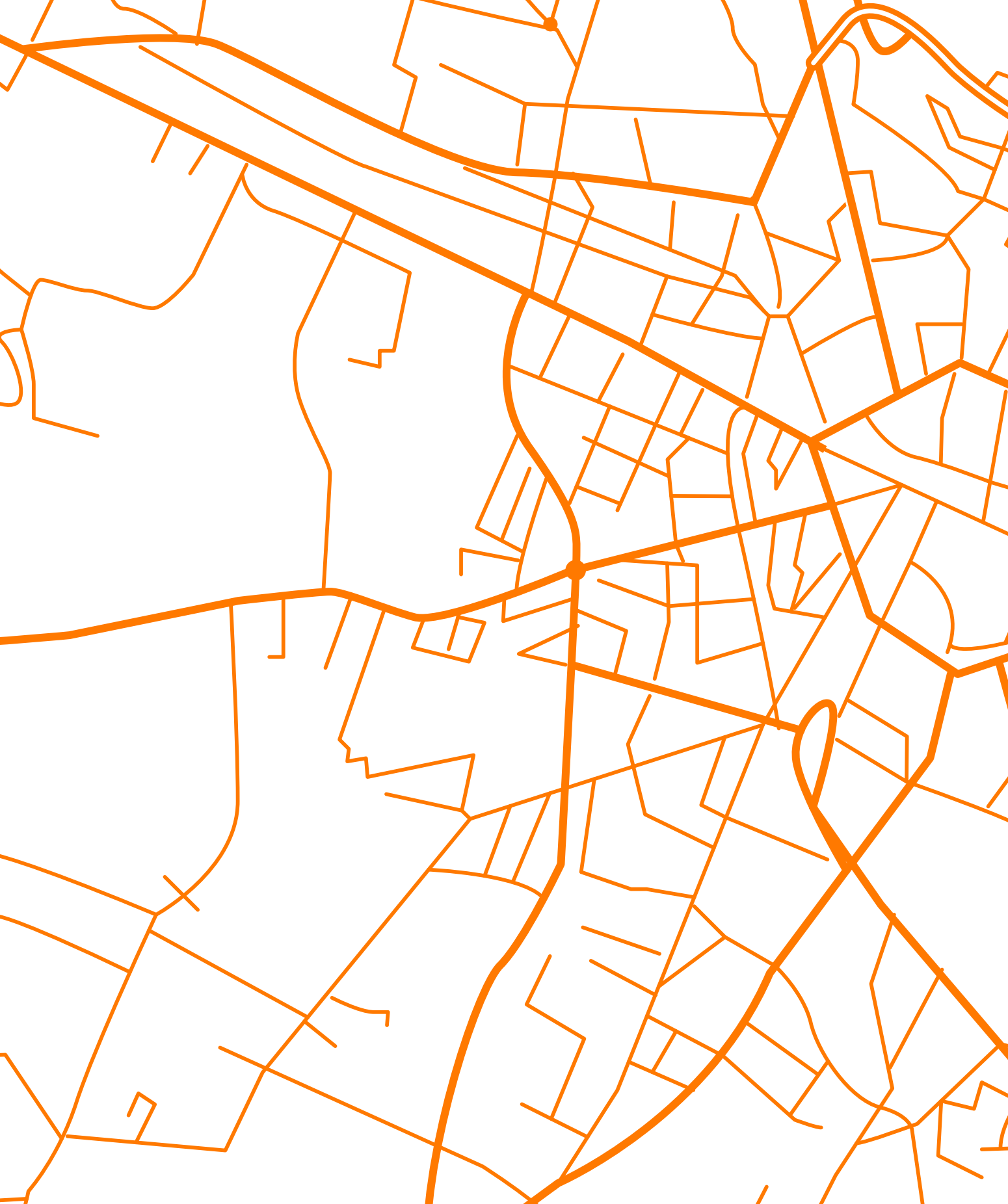




# Reggio Emilia città creativa

**Abstract**





UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI MODENA E REGGIO EMILIA

# Reggio Emilia città creativa

una ricerca  
sull'economia  
della cultura  
e le potenzialità  
del territorio

**Abstract**



COMUNE DI  
REGGIO EMILIA



Reggio Emilia  
città  
delle persone



Camera di Commercio  
Reggio Emilia

## **Reggio Emilia è un luogo di eccellenza.**

Un'affermazione vera, e non immodesta, perchè confermata dalle statistiche. Luogo di eccellenza in termini di qualità della vita, coesione sociale, tenuta e capacità di innovazione della sua economia, ma che oggi si trova di fronte - al pari di ogni altro sistema territoriale - ad una serie di sfide, a cominciare da quella di individuare il proprio posizionamento nella società della conoscenza.

I territori e le città del pianeta si trovano, come noto, in competizione per procurarsi risorse umane e finanziarie sempre più contese e finite, in competizione per attirare persone e finanziamenti. A giudizio di molti studiosi, nei prossimi 20-30 anni si configureranno, in tutto il mondo, pochi centri di eccellenza. Le grandi capitali dell'innovazione, ovvero i luoghi propulsori della crescita economica globale, saranno solamente le megalopoli e le grandi città internazionali come Londra, Shanghai, Tokyo, New York (grazie, in particolare, agli evidenti vantaggi dovuti ad ampie economie di scala e ad amplissimi bacini di utenza). Accanto a questi centri, se ne costituiranno altri a dimensione territoriale più ridotta, assimilabili a capitali regionali o provinciali e la nostra ambizione è, dunque, quella di candidare Reggio Emilia a diventare una di queste capitali provinciali.

Siamo a pieno titolo dentro questa corsa tra numerose città. Per competere, però, le caratteristiche prioritarie che qualificano un territorio o una città devono raggiungere autentici livelli di eccellenza.

È per questa ragione che negli ultimi anni la città e l'Amministrazione comunale hanno investito sulla qualità dei contenuti delle attività lavorative, anche di quelle più tradizionali, come elemento strategico in un sistema economico globale. Perché la capacità di competere si misura sempre più sulla possibilità di eccellere in termini di conoscenza, creatività ed innovazione.

Una città competitiva, infatti, investe sulla cultura, sulla formazione, sulla ricerca, sulla qualità e valorizzazione del capitale umano in termini di creatività e talento, elementi determinanti per il benessere economico e sociale e per il futuro di una società moderna. Ecco perché intendiamo valorizzare, al massimo e al meglio delle nostre possibilità, sia le forme più tradizionali e classiche dell'economia - che hanno saputo creare, sulla scorta del modello emiliano, un benessere diffuso e lavoro stabile - sia quelle più innovative dell'economia della conoscenza e della creatività.

Per raggiungere questo ambizioso obiettivo abbiamo creato, in diversi settori, nuovi centri di ricerca e potenziato quelli già esistenti:

- 1. nel campo dell'educazione, con Reggio Children** (Centro Internazionale per la difesa e la promozione dei diritti e delle potenzialità dei bambini e delle bambine) che, dal 1994, anno della sua costituzione, svolge attività di ricerca, studio e sperimentazione sui temi dell'educazione e, in generale, dell'economia sociale, in stretta relazione con numerosi centri di ricerca. Con la sua attività di formazione, apprezzata e riconosciuta in tutto il mondo, Reggio Children contribuisce a qualificare una più avanzata professionalità e cultura degli insegnanti;
- 2. nella ricerca scientifica e sanitaria, grazie all'Arcispedale S. Maria Nuova** che ha recentemente ottenuto il riconoscimento di Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS) in Tecnologie avanzate e modelli assistenziali in oncologia. La qualifica è dovuta all'utilizzo di tecnologie di ultimissima generazione e alla presenza di dotazioni di importanti apparecchiature specialistiche che rendono particolarmente all'avanguardia la struttura ospedaliera e l'attività diagnostica e terapeutica svolta e che offriranno, in futuro, opportunità per i giovani ricercatori;
- 3. nei campi della meccatronica, dell'efficienza energetica e della sostenibilità delle costruzioni grazie ai Tecnopoli**, collocati nell'ambito dell'area delle ex-Reggiane, che si andranno ad inserire nel sistema regionale con il coordinamento scientifico dell'Università ed in stretto collegamento con altri luoghi della città, quali il Polo Fieristico, il Centro Malaguzzi e il Polo universitario del S. Lazzaro e che attireranno ricercatori di altissimo profilo;
- 4. nel campo delle energie rinnovabili, in cui nascerà a Reggio Emilia il laboratorio di ricerca della nuova multi-utility**, conseguente alla fusione tra Enia ed Iride. L'aggregazione sarà finalizzata al rafforzamento e allo sviluppo del settore energetico ed ambientale, con prospettive di miglioramento dell'efficienza e della qualità dei servizi (gas, energia elettrica, acqua, rifiuti). La multi-utility sarà anche il secondo operatore nazionale nel settore, leader nella cogenerazione (generazione simultanea in un unico processo di energia termica ed elettrica) e nel teleriscaldamento;
- 5. nel settore dell'economia della creatività, in collaborazione con l'Università di Modena e Reggio Emilia**, per scoprire e valorizzare la creatività come fattore di innovazione. Questa collaborazione, su cui mi soffermo, si è già concretizzata in una ricerca - sintetizzata in questo opuscolo - grazie alla quale possiamo oggi affermare

che Reggio Emilia è una città creativa, con centinaia di talenti che lavorano in questo nuovo settore della nostra economia, con un sistema di relazioni internazionali, con progetti e idee di grande valore artistico e professionale e con un valore stimato di circa 60 milioni di Euro. Per sostenere questo ambito economico abbiamo costituito un vero e proprio centro di ricerca "Opera", realizzato in collaborazione con l'Università che si occupa di economia della creatività e dei settori economici collegati all'utilizzo dei "new media" (nuovi mezzi di comunicazione). Il Centro collaborerà con realtà imprenditoriali e istituzionali e Università straniere e farà nascere il primo portale social network che consentirà a questi professionisti sia di relazionarsi tra di loro sia di collegarli in rete a livello internazionale con tutti coloro che lavorano all'interno di settori ad alto contenuto innovativo, creativo o simbolico (ad esempio, architettura, comunicazione, cultura etc.).

In questa pubblicazione presentiamo i principali risultati emersi dalla ricerca condotta in collaborazione con l'Università.

Questi centri di ricerca rappresentano un sistema strategico per la città, fatto non soltanto di competenze specifiche e univoche nel campo educativo, sanitario, della mecatronica, delle energie rinnovabili e delle nuove tecnologie, ma di risorse e conoscenze trasversali in ogni ambito di innovazione e sperimentazione. Tutto ciò avverrà solo se saremo capaci di costruire filiere produttive integrate.

Siamo una comunità etica, come abbiamo cercato di esemplificare con il marchio "Reggio città delle persone", nella quale ciascuno ha la possibilità di vivere la migliore vita per sé e di lavorare per renderla, giorno dopo giorno, più giusta.

E oggi vogliamo essere sempre più anche una città creativa di livello internazionale. Vogliamo essere una "Reggio nòva", come recita il nome che designerà le politiche pubbliche di sostegno e promozione di tutte le attività collegate all'economia della conoscenza e che costituiranno una sperimentazione assai originale per il nostro Paese. Un nome che peraltro richiama la rivista di cui nel 1885 il nostro Camillo Prampolini fu redattore: il solo foglio della storia del giornalismo italiano di idealità esplicitamente cooperative, frutto di una stagione politica di impareggiabile progressismo e innovazione, riallacciandoci alle nostre radici riformiste.

Come ho già avuto modo di dire in questa nuova stagione dell'economia globale pos-

siamo competere e possiamo farlo perché siamo una città che ha cura di se stessa, che ha cura di se stessa e dei suoi cittadini, perché abbiamo costruito nel corso degli anni una città con un forte senso di responsabilità nelle imprese e nei cittadini. Possiamo competere, dunque, a livello globale, perché abbiamo una fortissima identità fondata sul lavoro e sul talento, con una spiccata propensione all'iniziativa. Possiamo competere perché siamo una città aperta e interculturale, scelta tra l'altro come unica città italiana nel circuito europeo delle città interculturali. Possiamo competere perché siamo una città di riferimento importante nel campo dell'educazione prescolare. Possiamo competere perché abbiamo un modello di sviluppo importante, fondato su filiere di eccellenza, tra queste primariamente quelle della meccatronica e oggi dell'energia sostenibile e intelligente, quelle agro-alimentare e quella dei servizi alla persona e della salute.

## **Graziano Delrio**

Sindaco di Reggio Emilia

Era il 2000 quando venne approvata la cosiddetta **Strategia di Lisbona**, con l'obiettivo di fare dell'Unione Europea "l'economia della conoscenza più competitiva e dinamica del mondo, in grado di realizzare una crescita economica sostenibile con nuovi e migliori posti di lavoro e una maggiore coesione sociale".

L'economia cognitiva, meglio conosciuta come economia della conoscenza, rappresenta dunque la nuova frontiera dell'economia ed è destinata ad essere una componente importante del futuro delle nostre società.

Reggio Emilia risponde in pieno a questo assunto, come ci conferma la ricerca su "Reggio Emilia città creativa", condotta da un gruppo di ricercatori dell'Università di Modena e Reggio Emilia promossa dal Comune con il contributo della Camera di commercio.

Che la nostra città sia ricca di talenti e di creatività non è una sorpresa per almeno due ragioni: essa è sede, tra l'altro, di importanti esperienze in questo senso note a livello internazionale. Reggio Emilia ha poi un tessuto produttivo caratterizzato da una forte presenza di piccole e piccolissime imprese: l'alta percentuale di lavoro autonomo è la dimostrazione di una città con un'elevata vocazione all'imprenditorialità che ben si presta allo sviluppo di attività creative.

I risultati della ricerca confermano poi la ricchezza di creatività e di ingegno della nostra comunità: esiste un tessuto ampio e significativo di talenti creativi, persone di tutte le età che hanno saputo trasformare le loro attitudini e abilità (nel campo dell'arte, della comunicazione e del design, nelle nuove tecnologie ma anche in attività tradizionali trasformate con un elevato tasso d'innovazione) in un lavoro, facendone la loro occupazione, a tempo parziale o totale. Persone che hanno trasformato le proprie conoscenze, il proprio modo di essere e il "saper fare" in una professione.

E' con grande soddisfazione, quindi, che rendiamo noti i risultati di tale ricerca che costituisce un passo in avanti nel percorso di innovazione della nostra comunità chiamata ad affrontare le sfide della modernità. Sfide che Reggio Emilia potrà vincere continuando a puntare sulla qualità e sull'innovazione delle produzioni, anche creative.

## **Enrico Bini**

Presidente Camera di Commercio di Reggio Emilia





**Creatività**  
*è unire elementi esistenti*  
**con connessioni nuove,**  
che siano utili.

Jules Henri Poincaré

**La ricerca**

# L'idea

## Fenomeni in atto

La ricerca "Reggio Emilia Città Creativa" trae ispirazione da due recenti fenomeni:

1. in molti paesi le **industrie creative** ricoprono una quota di produzione nazionale e di occupazione paragonabile a quella dei settori industriali e di servizi, producendo effetti rilevanti sulle dinamiche economiche e sociali. Questi temi sono ben illustrati nel celebre libro di Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, dove lo studioso americano sostiene l'idea che nei Paesi a capitalismo avanzato si stia assistendo all'**ascesa** della cosiddetta **classe creativa**.

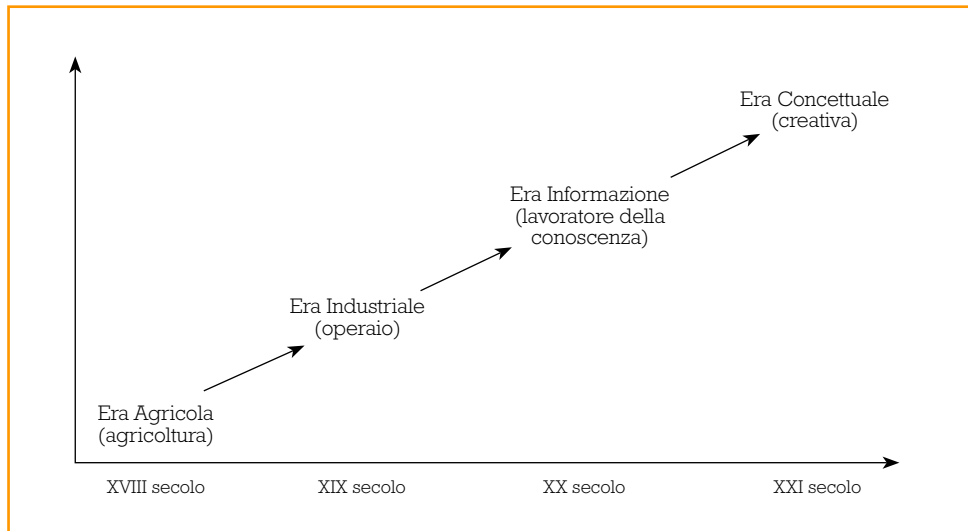
---

Le **industrie creative** sono da intendere in senso lato, in quanto costituite da un insieme eterogeneo di professioni che operano in diversi settori della conoscenza e che producono qualcosa di nuovo e utile nel normale svolgimento del proprio lavoro. Appartengono dunque a diversi settori, dall'editoria alla musica alle produzioni cinematografiche e televisive, dalla comunicazione alla moda ai video game alle arti visive (Hesmondhalg, 2002).

Le recenti evoluzioni dei sistemi economici occidentali hanno fatto emergere l'importanza della creatività come fattore strategico nella produzione di beni e servizi.

2. nell'attuale contesto, infatti, **la dimensione simbolica assume un peso centrale** nella determinazione del valore aggiunto dei prodotti, spingendo così verso una sempre maggiore integrazione tra catena del valore tradizionale e processi di generazione di significati identitariamente spendibili e associabili ai vari prodotti o servizi.

La creatività è la merce più ricercata nell'economia di oggi



## Ruolo del territorio

In questa prospettiva, giocano un ruolo decisivo i territori dove operano le organizzazioni appartenenti alle industrie creative, in quanto le città in grado di **valorizzare i propri talenti creativi** e di attrarne di nuovi registrano i maggiori tassi di innovazione e crescita economica.

**La creatività non deve essere più concepita solo come una dote innata nel singolo, ma come un processo sociale influenzato anche dal contesto sociale, culturale ed economico**

Occorre passare da realtà caratterizzate dalla presenza di pochi geni individuali, che incarnano immagini e ranghi sociali di eccellenze creative difficilmente replicabili, ad altre in cui sia presente una classe creativa più diffusa in tutte le professioni. A tal fine, bisogna agire sulle caratteristiche del contesto urbano non solo in termini di servizi tradizionali (trasporti, amministrazione, sanità, ecc.), ma anche e soprattutto per sviluppare **un'offerta culturale ampia e variegata, in grado di fungere da magnete catalizzatore per i talenti creativi.**

## Reggio Emilia distretto creativo?

La realizzazione dei cosiddetti distretti creativi (creative clusters) permette di ottenere diverse ricadute positive, come testimoniano **numerosi casi di città** che recentemente hanno investito in tal senso per rilanciare la propria economia e la propria immagine. L'attuazione di tali politiche non è prerogativa delle sole città di grandi dimensioni (come Bilbao, Glasgow, Manchester), **ma anche di centri con una scala dimensionale più paragonabile a quella di Reggio Emilia.**

Le imprese possono trarre vantaggio dalla concentrazione del capitale umano

---

### CITTÀ DI MEDIE DIMENSIONI E DI GRANDE ECCELLENZA

#### Linz

Cittadina austriaca tra Vienna e Salisburgo, Linz (190 mila abitanti) era un tempo nota soltanto come polo siderurgico. Oggi è il terzo polo culturale dell'Austria e il principale centro nel campo della multimedialità e delle nuove tecnologie applicate alla cultura. Fattore trainante è stata l'introduzione del festival dedicato alla multimedialità Ars Electronica, che ha avuto un ruolo di catalizzatore del processo di ridefinizione della specializzazione produttiva della città. Un'iniziativa di eccellenza in un contesto culturale specifico, capace di creare un networking di qualità a livello globale e di attrarre periodicamente ricercatori e artisti nel campo delle nuove tecnologie.

#### Lund

Nata come piccolo centro culturale svedese, nel tempo Lund (74 mila abitanti) si è costruita la reputazione di "luogo di incontro per le persone", soprattutto in seguito al programma di riconversione del centro di ricerca. L'Università è la più grande della Svezia con 38.000 studenti iscritti ogni anno. Inoltre l'Ideon Science Park, nato nel 1983 come nuova area per l'insediamento di aziende basate sulla conoscenza e la scienza, è il più grande parco scientifico della Scandinavia e uno dei più vasti d'Europa. In esso le imprese possono perseguire i propri obiettivi usufruendo di una rete di società di servizi e di una serie di benefici garantiti dalle autorità locali. Grazie all'investimento sull'Università, Lund è oggi considerata uno dei principali centri della conoscenza di tutta la Scandinavia.

#### Lille

Nel 1998 Lille (200 mila abitanti) è stata candidata a Capitale della cultura 2004. In tale occasione, le attività progettate sono state pensate per tutta l'area metropolitana con l'intento di stabilire una nuova leadership basata sull'uso della cultura. Uno dei punti chiave degli interventi ha riguardato l'apertura e la gestione di 12 nuovi poli di attività culturale, per esempio attraverso la riconversione di edifici industriali o la concessione di incentivi alla partecipazione di artisti e residenti, anche grazie a facilitazioni residenziali. I risultati hanno superato anche le più ottimistiche aspettative: Lille, dando nelle sue scelte uguale importanza agli elementi tangibili e intangibili, ha puntato soprattutto sull'accumulazione di capitale sociale. Queste attenzioni, insieme con la creazione di un attento e complesso sistema di cooperative, hanno creato i presupposti per mantenere e continuare il progetto, anche dopo i termini originariamente stabiliti.

Su queste basi è stato avviato il progetto di ricerca "Reggio Emilia Città Creativa". La città si è posta come un ottimo candidato per la ricerca visto il **diffuso interesse dimostrato da Comune e privati sui temi della cultura**. I progetti avviati in questi anni, come Invito a, Fotografia Europea o le opere di Santiago Calatrava, danno al territorio una rilevanza culturale che trascende i confini cittadini. Inoltre, **il territorio reggiano è ricco di soggetti di assoluto rilievo che operano nel settore creativo** e della conoscenza veicolando produzioni e metodologie innovative.

La sensazione, però, è che si tratti di **una situazione frammentata** che non sempre riesce a coordinare in modo sinergico le proprie azioni.

# La metodologia

La ricerca si è articolata in tre fasi:

## Fase 1 - Intervista

Sono stati intervistati 27 testimoni privilegiati appartenenti a importanti istituzioni, aziende e organizzazioni operanti sul territorio. Queste interviste (condotte secondo il metodo Delphi) hanno permesso di **delineare un quadro di scenario su ciò che sta accadendo a Reggio Emilia**. La raccolta delle singole percezioni è stata utile per elaborare un quadro di visioni comuni che ha costituito il framework in cui ancorare le ipotesi di lavoro (verificate attraverso il confronto con alcuni esperti esterni).

---

### IL QUESTIONARIO

Le 45 domande del questionario somministrato agli intervistati erano divise in tre sezioni:

**a > socio demografica**

**b > capitale umano** (domande relative alla formazione, le esperienze professionali pregresse, gli eventuali premi o riconoscimenti ricevuti, etc.)

**c > capitale sociale** (domande finalizzate a mappare e misurare la struttura di relazioni e la frequenza di interazioni esistenti i soggetti individuati, oltre ai luoghi frequentati e ai legami sviluppati con soggetti esterni al contesto reggiano).

**27 testimoni > 45 domande > 305 soggetti intervistati**

## Fase 2 - Analisi di benchmark

È stata condotta una sistematica **analisi di casi nazionali e internazionali** al fine di comprendere le modalità con cui le linee strategiche descritte a livello teorico sono state tradotte in esperienze concrete (e relative problematiche).



## Fase 3 - Mappatura

Sono stati sottoposti a mappatura 305 soggetti che si occupano a vario titolo di arte, cultura e prodotti o servizi high-symbolic nel territorio. Quest'ultima fase ha costituito la parte più critica della ricerca in quanto era finalizzata a comprendere:

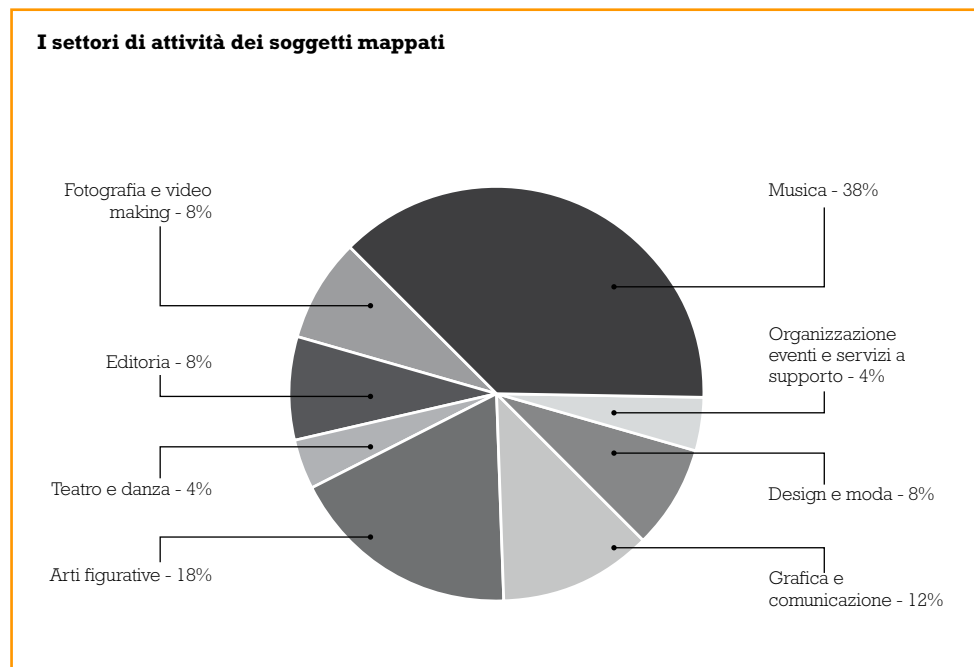
- > i **settori di specializzazione** di Reggio Emilia;
- > la **dislocazione geografica** delle diverse attività e attori;
- > l'**esistenza di dinamiche di "buzz"** e "contatti faccia-a-faccia";
- > la **struttura delle relazioni sociali** esistenti.

---

### LE TECNICHE DI ANALISI

Le informazioni sui soggetti da intervistare sono state recuperate attraverso la consultazione di banche dati di settore e di giornali locali e nazionali, le interviste a key informant, e il metodo snowball (che ha permesso di risalire a nuove persone e organizzazioni chiedendo di volta in volta alle persone intervistate).

I dati così raccolti sono stati elaborati con software statistici comunemente utilizzati nelle scienze sociali (SPSS e UCINET).



# La creatività a Reggio Emilia

## L'impatto economico

L'economia della cultura muove un **fatturato complessivo di oltre 60 milioni di euro**. Ma la stima, che non prende in considerazione le "grandi star", è certamente più bassa del reale impatto, in quanto solo il 50% degli intervistati ha fornito dati riguardanti il proprio fatturato.

## La forza dell'economia della cultura non si basa solo sul Pil, ma anche sul network generato

E. Currid

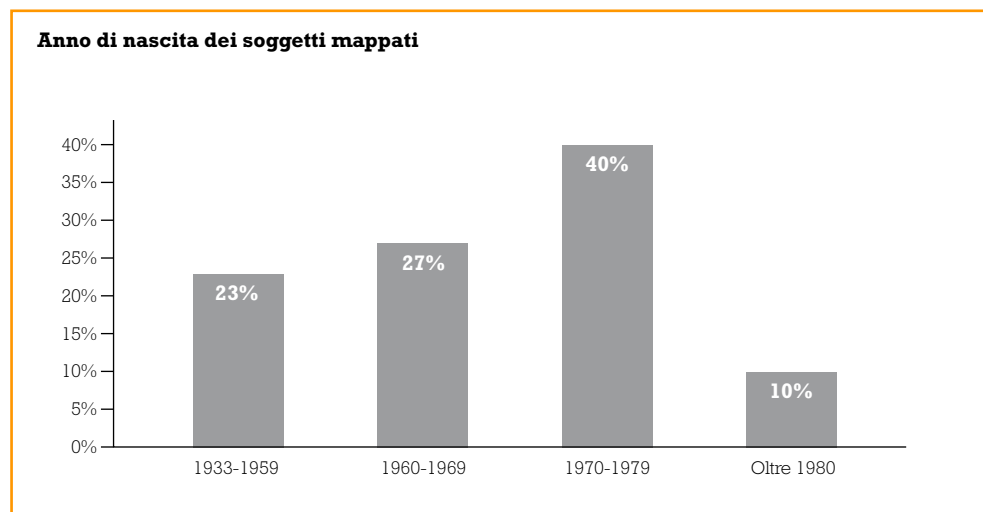
Currid, E. (2007), *The Warhol Economy, How Fashion, Art, and Music Drive New York City*, Princeton University Press.

Un elemento che ha guidato la ricerca è stato la volontà di far emergere come l'importanza dell'economia della cultura non debba essere pensata solo in termini di Pil generato, **ma anche del network che sviluppa** e nelle ricadute intangibili che genera per il territorio di riferimento (ad esempio la capacità di attrarre talenti che - anche se non direttamente coinvolti nelle industrie creative - sono influenzati nelle proprie decisioni di lavoro e di vita anche dalle caratteristiche del contesto socio-culturale).

A parte il valore strettamente economico, gli intervistati dimostrano di aver un elevato grado di legittimazione (spesso più forte all'esterno di Reggio Emilia), in quanto vincitori di numerosi premi, riconoscimenti, e inseriti in network rilevanti che li legano a importanti realtà nazionali ed internazionali.

## I creativi a Reggio Emilia: chi sono

**Giovane, autoctono e istruito:** questo è l'identikit del creativo di Reggio Emilia. Infatti il 50% dei creativi in città ha meno di 40 anni, nel 70% dei casi è originario di Reggio Emilia, mentre il 20% è laureato e il 40% ha frequentato corsi di specializzazione o alta formazione.



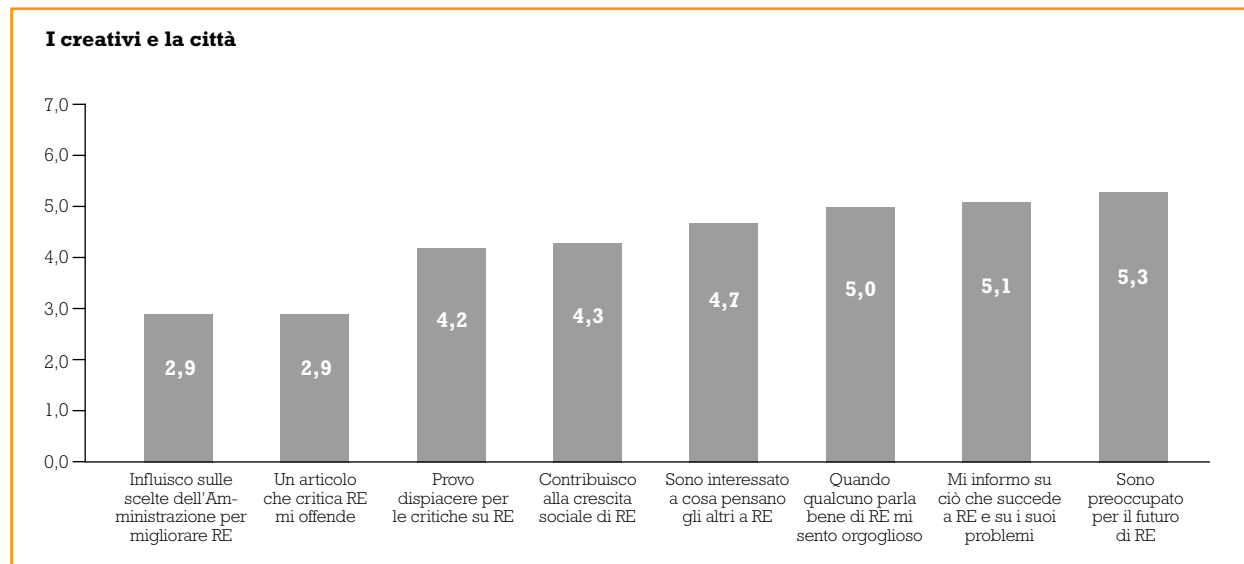
## La creatività dei singoli può influire profondamente sul contesto urbano

Per quanto riguarda invece gli aspetti più prettamente economici si è evidenziata:

- > imprenditorialità diffusa: prevalgono i singoli professionisti o le organizzazioni di piccole dimensioni;
- > indipendenza economica: il 64% si sostiene con l'attività culturale; viene sfatata l'idea del creativo che svolge lavori non pertinenti per mantenere la sua attività culturale. In realtà anche chi non si autosostiene completamente svolge lavori in contesti professionali coerenti dove utilizza media e tecniche utili per lo svolgimento dell'attività creativa.

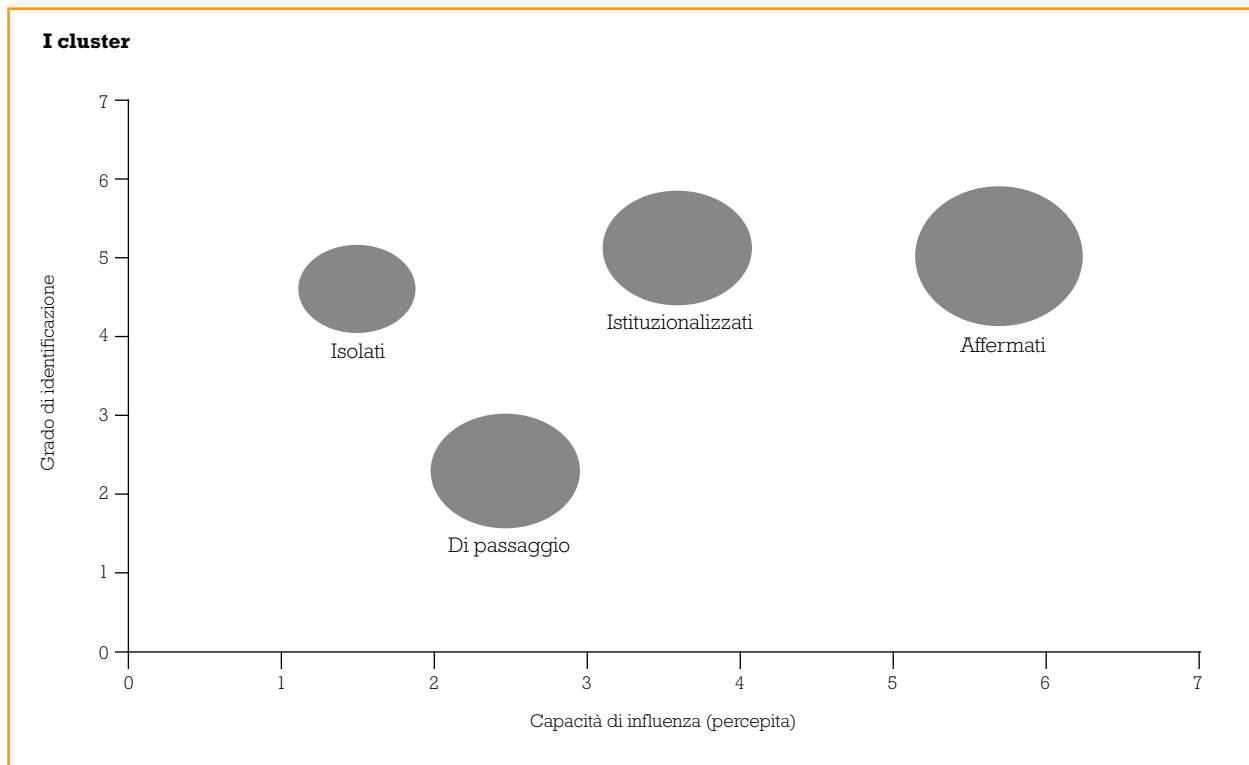
## I creativi e la città

I creativi di Reggio Emilia hanno un **forte legame con la città** e un sentimento di identificazione con essa, ma la maggior parte di loro ritiene di avere poca influenza sulle scelte dell'Amministrazione.



Incrocando il grado di identificazione con la città e la capacità di influenza percepita, è stata condotta una cluster analysis che ha individuato **4 diversi gruppi di soggetti**:

- > **Creativi di passaggio**: sono giovani (55% ha meno di 40 anni), in buona parte non originari di Reggio Emilia (38%), si mantengono con l'attività artistica e hanno sia un basso livello di identificazione che di capacità di influenza percepita;
- > **Creativi isolati**: sono nati a Reggio Emilia (79%), nel 61% dei casi si mantengono con l'attività artistica, hanno un alto livello di identificazione ma una bassa capacità di influenza percepita (infatti occupano posizioni meno centrali nel network);
- > **Creativi affermati**: sono adulti (58% ha più di 40 anni), in maggioranza reggiani (73%), si mantengono con l'attività artistica/culturale e hanno sia un alto livello di identificazione che di capacità di influenza percepita;
- > **Creativi istituzionalizzati**: sono giovani (56% ha meno di 40 anni), nati a Reggio Emilia (76%), hanno un alto livello di identificazione ma una minore capacità di influenza percepita.



## Le esigenze e i desideri

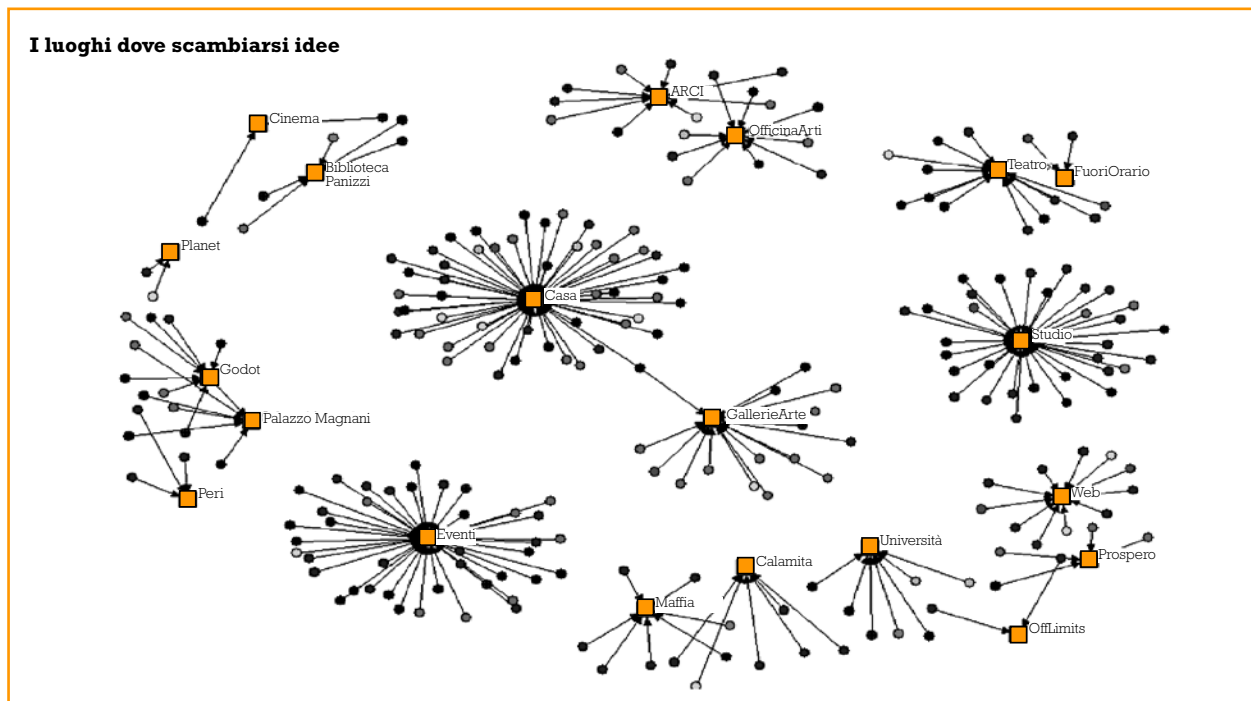
A seconda del cluster di appartenenza, le esigenze dei creativi sono diverse. Tutti auspicano un **miglioramento dell'offerta di corsi** professionalizzanti e manageriali. I creativi isolati e i creativi di passaggio credono che **un rafforzamento del network locale possa favorire le possibilità di contatto** con altre persone in ambito artistico/culturale. I creativi istituzionalizzati e i creativi isolati cercano **maggiori occasioni per aumentare la propria visibilità**, mentre gli affermati sarebbero appagati da incontri per raccontare la propria esperienza.

# I creativi prediligono i luoghi dove scambiarsi idee è facile

## Il network

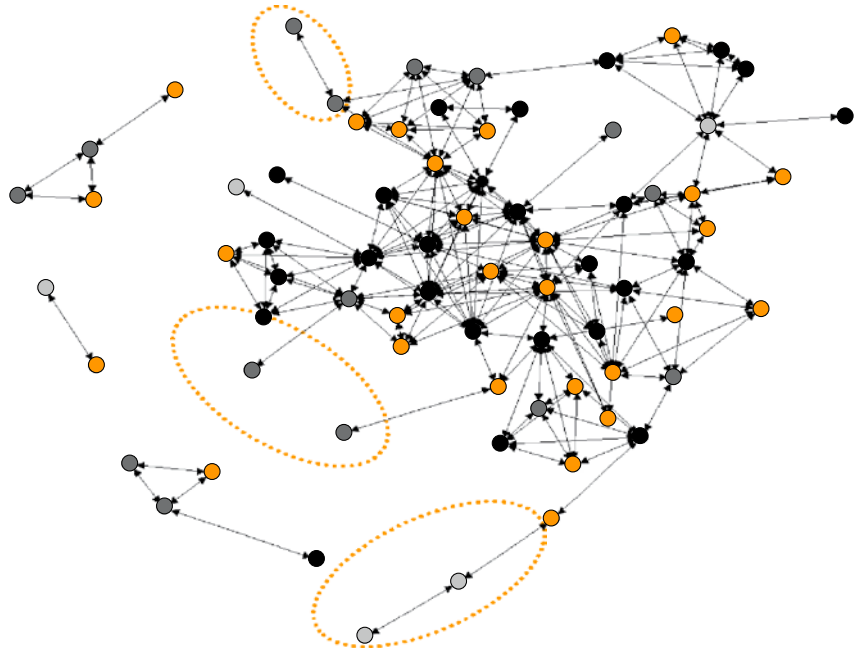
La struttura relazionale che contraddistingue la scena creativa reggiana presenta le seguenti caratteristiche:

- > **scarsa visibilità dei luoghi dove i creativi si incontrano e si scambiano le idee:** prevalgono luoghi privati (ad esempio le case di amici) o luoghi difficilmente accessibili a chi proviene da fuori;
- > **disomogeneità nella rete** delle collaborazioni: a rapporti densi in alcuni settori si affiancano rapporti deboli in altri;
- > **poche connessioni** per alcuni cluster (i creativi isolati e i creativi di passaggio);
- > **poca connettività:** la contaminazione tra settori distinti avviene solo tra pochi gruppi isolati.



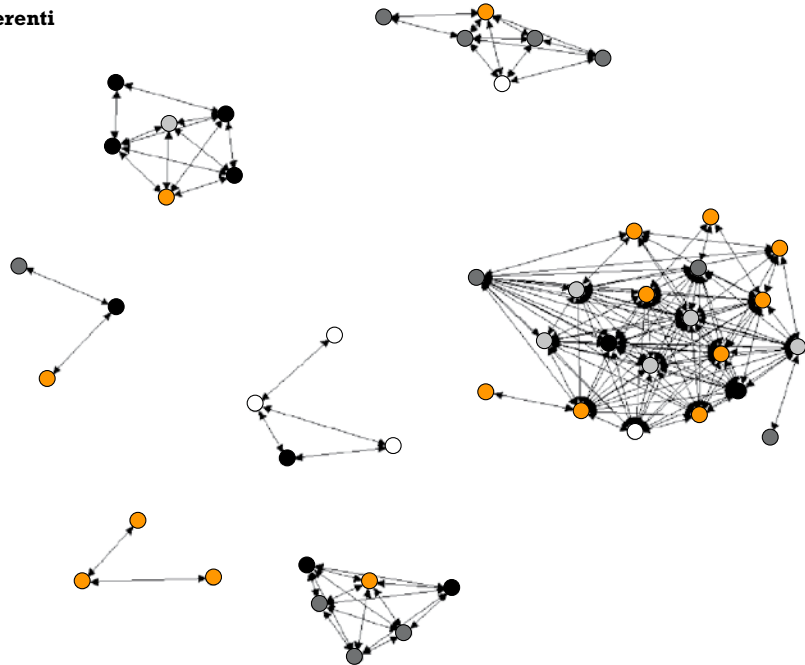
### Le collaborazioni

- Affermati
- Istituzionalizzati
- Isolati
- Di passaggio



### Le collaborazioni tra settori differenti

- Musica e discografia
- Cinema e Video
- Comunicazione
- Grafica e Web Design
- Altri



# Il futuro

La ricerca condotta è stata una **ricerca-azione**: non si è limitata all'analisi della situazione esistente e all'individuazione delle possibili **linee d'azione**, ma ha anche individuato una serie di **azioni concrete**.

## Linee d'azione

- > attivazione di corsi professionalizzanti a carattere culturale/artistico e manageriale
- > apertura a scelte culturali maggiormente innovative e di frontiera
- > maggiore apertura verso richieste specifiche provenienti dal tessuto artistico reggiano più giovane, allo scopo di favorirne il coinvolgimento a tutti i livelli
- > sostegno e rafforzamento dei network professionali attraverso l'apertura di canali di contatto con realtà italiane ed estere
- > sviluppo del network creativo reggiano, favorendo i contatti tra operatori di diverse aree al fine di permettere maggiore contaminazione e condivisione.

---

### NEW MEDIA: LA NUOVA FRONTIERA DELL'ECONOMIA REGGIANA

L'analisi ha evidenziato l'elevato potenziale che i nuovi media hanno a Reggio Emilia, perché:

- > coinvolgono eccellenze appartenenti a settori diversi
- > sono il trait d'union che accomuna l'innovazione delle realtà d'eccellenza
- > garantiscono maggiore potenzialità di contaminazione e sinergie con il mondo imprenditoriale, sia per la filiera creativa sia per quella più tradizionale
- > sono un carattere distintivo rispetto a realtà urbane limitrofe

Oltre ai professionisti legati ai nuovi media esiste un cluster di artisti multimediali, soggetti che usano gli strumenti multimediali sia per la propria attività commerciale e che per l'attività artistica. Tale caratteristica è di fondamentale importanza, perché facilita le commistioni fra arte e business: l'attività commerciale aiuta i soggetti ad avvicinarsi al mondo imprenditoriale, mentre la componente artistica aiuta tali soggetti a innovare l'uso delle tecnologie. Del resto i vincitori dei premi più prestigiosi di arte multimediale sono professionisti che usano strumenti di graphic design o video design per l'attività commerciale, ma con gli stessi strumenti producono opere d'arte esposte in importanti musei.



## Azioni concrete

Negli ultimi mesi sono state attuate alcune azioni centrate sulla partnership Comune di Reggio Emilia – Università di Modena e Reggio Emilia. Queste azioni hanno portato alla creazione di:

- > **OPERA**, un **centro di ricerca** dell'Università di Modena e Reggio Emilia dedicato alle industrie creative e all'innovazione
- > **corsi** sul tema del management dei nuovi media
- > **incontri** sul tema dell'innovazione e dei nuovi media a cui hanno partecipato importanti realtà nazionali e internazionali, in collaborazione con il programma Spinner 2013
- > **progetti di collaborazione** con aziende e istituzioni locali sul tema dei social media
- > partecipazione della città di Reggio Emilia al **progetto dell'Unione Europea URBACT Creative Cities**
- > partecipazione a **EICI-European Interest Group on Creativity and Innovation**
- > **realizzazione del sito internet** che raccolga i soggetti reggiani operanti nel campo delle creative industries
- > avvio di **progetti di collaborazione con aziende e istituzioni internazionali** sul tema dei social media e delle creative industries.

---

### OPERA

OPERA è un centro di ricerca dell'Università di Modena e Reggio Emilia. Il suo obiettivo è di studiare sia gli aspetti organizzativi e manageriali peculiari delle industrie creative, sia i processi creativi e innovativi nelle organizzazioni che operano nei settori più tradizionali. OPERA intende attivare rapporti proficui di collaborazione sia con soggetti locali sia con realtà internazionali d'eccellenza, al fine di avviare progetti di ricerca applicata e di formazione finalizzati a rendere Reggio Emilia una realtà d'eccellenza a livello internazionale. Un'altra area di interesse di OPERA riguarderà la realizzazione di ricerche applicate rispetto al tema dei **nuovi media** e dei **social media**.

## Reggio Emilia città creativa

una ricerca a cura di:



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI MODENA E REGGIO EMILIA

promossa da:



in collaborazione con:



## Il team di ricerca

### Responsabile Scientifico

Fabrizio Montanari, Università di Modena e Reggio Emilia

### Coordinatore Progetto

Nicola Bigi, Università di Modena e Reggio Emilia

### Staff Di Progettazione

Nicola Bigi, Università di Modena e Reggio Emilia

Luca Fantini, Comune di Reggio Emilia

Giordano Gasparini, Comune di Reggio Emilia

Claudio Lacetera, Microsophia Associazione Culturale

Fabrizio Montanari, Università di Modena e Reggio Emilia

Massimiliano Panarari, Comune di Reggio Emilia

Alberto Vecchi, Camera di Commercio di Reggio Emilia

### Comitato Scientifico

Emanuele Bompan, University of Wisconsin

Santi Furnari, Università Bocconi

Edoardo Gallo, University of Oxford

Silvia Grappi, Università di Modena e Reggio Emilia

Lorenzo Mizzau, Università di Bologna

Federico Riboldazzi, Università di Bologna

### Collaboratori

Giulia Battilani

Eliana Boccadamo

Elena Codeluppi

Antonella Epifanio

Marianna Notarangelo

Nicola Sezzi

Alessandro Verzella

### Credits

Hic Adv

Netribe



