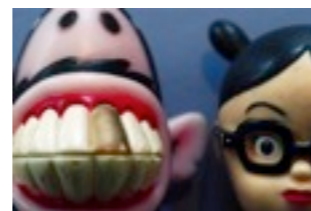


Focus group - 6/10/2009

Tempi duri per gli innovatori



Bensone, Modena

Modena funziona

Consolidata tradizione industriale
(meccanica impiantistica, agroalimentare, ceramica)

Imprenditorialità
(1 impresa ogni 10 abitanti)

Elevato benessere
(reddito pro-capite 27.000 euro + 9.000 rispetto a media nazionale)

Tasso di disoccupazione 3,2%
(metà rispetto alla media nazionale)

Alta qualità dei servizi culturali e sociali
offerti ai cittadini



... ma ha nuovi problemi per cui non ha strumenti

il contesto globale cambia rapidamente

abbiamo la sensazione che la nostra capacità di
innovazione e di resilienza si stia indebolendo

si vive di primati al passato remoto

può l'industria culturale e creativa
diventare una forza capace di rigenerare e dare nuova
linfa alla nostra economia e al nostro territorio?

diventare un driver anche per i settori
industriali manifatturieri?



Anche la scena creativa di Modena funziona

Fabio, Urbanblocks:

“Il mio rapporto con Modena è ottimo”

Michela, Teatro dei Venti:

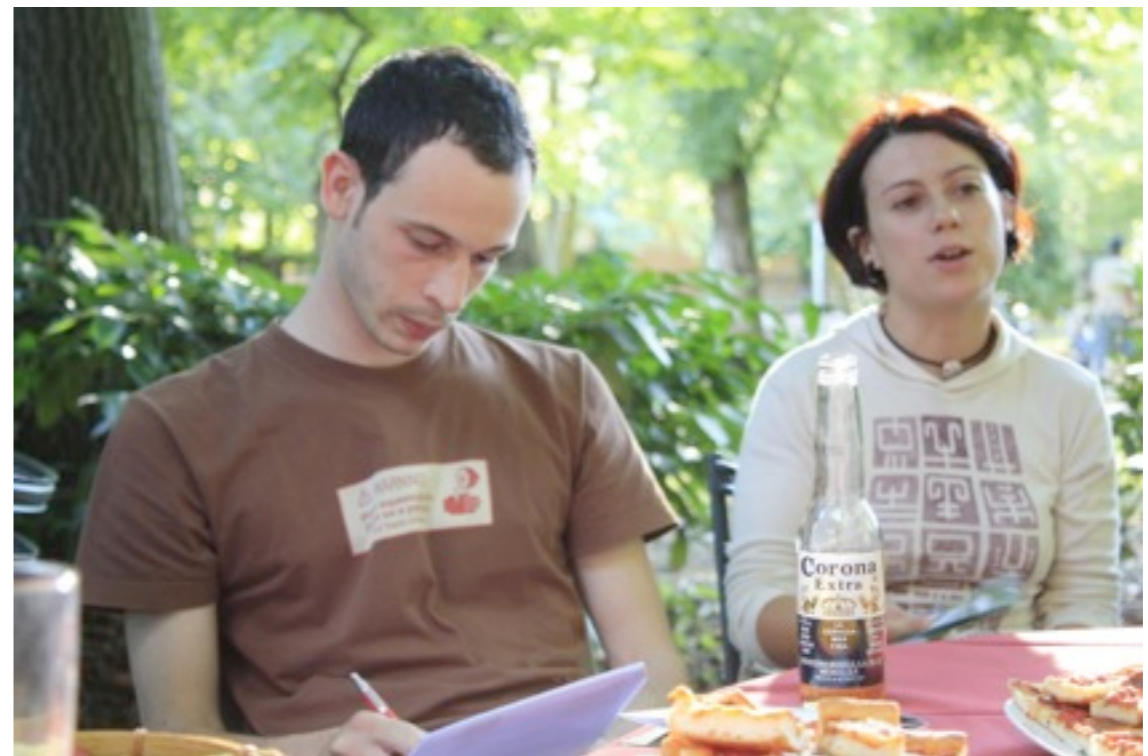
“Modena ha tanti teatri, chi vuole appassionarsi al teatro qui ha veramente un'ottima scelta”

Matteo, Melazeta:

“La qualità della vita qui è migliore.”

Antonio, Cooperativa Il Girasole:

“Si lavora molto bene con l'amministrazione comunale, c'è un rapporto molto diretto”



si collabora molto e volentieri

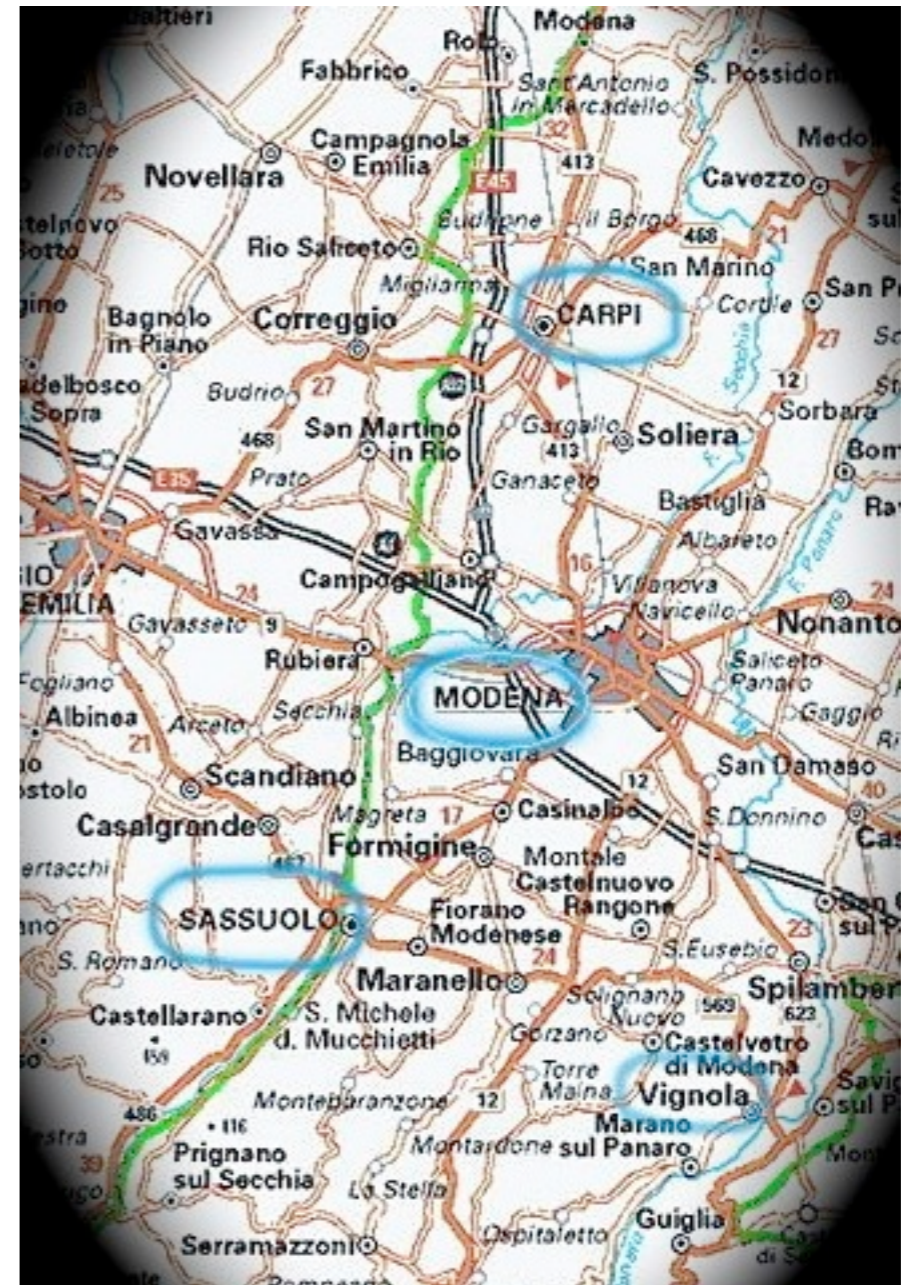
*l'Emilia è da sempre terra
dell'associazionismo
e della cooperazione,
dei distretti industriali
e del volontariato sociale...*



ma spesso ci si accontenta di
servire una clientela locale,
un po' periferica

Matteo, CriticalCity:

*“Il problema qui è che magari tu fai
un prodotto che anche i rapporti
personali che hai non richiedono, le
aziende che ci sono qui intorno non
hanno bisogno di quello che tu puoi
offrire.”*



... oppure si ignora
completamente il territorio per
allacciare rapporti con i grandi
centri di produzione

Matteo, Melazeta:

*“Noi a Modena non abbiamo mai avuto mercato
[...]. Principalmente perché non ci ha mai
interessato, ci siamo sempre interessati a
progetti grossi, anche dal punto di vista delle
idee.”*

Fabio, ADA:

*“Tutto quello che fai è sovradimensionato per
Modena, Non è la piazza in cui esprimerti, non
ha quel tasso di imprevedibilità o di capacità di
assorbimento necessari.”*



Ne risulta un calo dell'ambizione

Alice, Amigdala:

“I creativi di Modena mi sembrano poco creativi, molto adagiati.”

Mattia, Fuse Creative Lab:

“Penso che qua a Modena si perda troppo tempo a cercare di salvare qualcosa che ormai è destinato a morire e si guarda poco al futuro.”



La città non sempre risponde bene alle novità

Valerio, Stoff:

Modena è molto 'fighina' [...]. Fai fatica a muovere la gente, a farle fare cose diverse.”

Ennio, Bensone:

“E’ una città stupidamente ripiegata su sé stessa [...] Quando hanno fatto la notte bianca io ero l'unico aperto qua.”

Matteo, Melazeta:

“Per esempio se penso a tutto l'ambito ceramico, non abbiamo mai avuto nessun tipo di feeling con loro.”

Roberto&Francesco, Togostudio:

“A Modena se non fai qualcosa relativo al maiale o ai soliti settori fai fatica.”

Mattia, Fuse Creative Lab:

“con tutto il rispetto penso che a Modena siano ancora troppo fermi sulle piastrelle che a mio modesto parere hanno già dato abbastanza [...]”



Annalisa, Studio Castorri:

“C’è molto immobilismo dal punto di vista culturale. Essendo una città piccola è difficile capire il “diverso” e con diverso non intendo solo l'immigrato, intendo qualsiasi cosa nuova, in tutti i campi.”

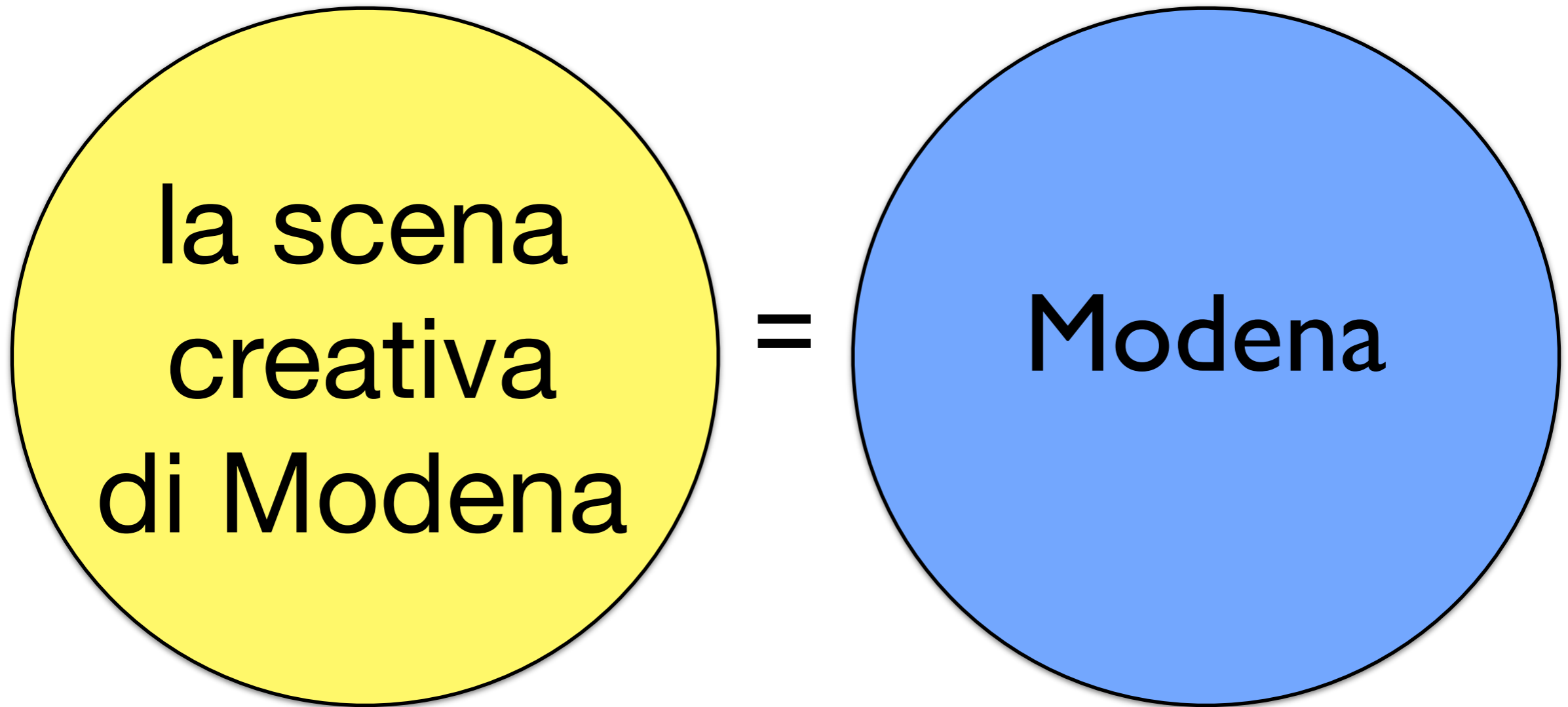
L'innovatore è visto come un troublemaker

Filippo, Juta:

“Abbiamo avuto anche episodi di sabotaggio, ci hanno messo il silicone alle porte, hanno sparso mangime per piccioni sui tavoli durante l'aperitivo, ci hanno fatto trovare sacchi pieni di escrementi.”



Conclusione:





**I creativi non prosperano negli
ambienti conservatori!**

Parte 2

Per una ideologia dell'innovazione

Questo quadro può essere sereno e solare, oppure claustrofobico e soffocante. Dipende da come guardi.



Alla città conviene avere
una voce che spinge
l'innovazione verso il
centro dell'agenda

**Un'alleanza
tra innovatori,
i creativi
ma anche altri?**





L'innovazione è un'ideologia



“Assaltiamo la
Ghirlandina!” - Fabio, Ada

L'innovazione è un'ideologia

Parte 3

Che fare?

piccole cose dal forte valore simbolico



Spazi creativi



Eventi



Servizi



piccole cose dal forte valore simbolico

1. THE IDEA

1) RELIABILITY? The core idea

Core idea	Goals	Activities	Why this project?
GIVING INFO TO CL	- GIVE CL TOOLS TO FIND INFO - TO BRIDGE OVER THE WALL	- TO BRING OPEN-ENDED INFO ABOUT LOCAL ECONOMY, SERVICES, EDUCATION, OPPORTUNITIES	MAKE IT EASY TO SEARCH CL GOALS IDENTITY & HISTORY PROMOTE INFO C. IDENTITY AT INT. LEVEL
PROVIDE MODERN IS DIGITAL INTERNATIONAL NETWORK	- TO BE CONSTANTLY UPDATED WITH PHENOMENON OF MARKET & DEMAND	COLLECT & ANALYZE DATA ABOUT LEADER	IT PROVIDES WHAT LOOKS FOR ECONOMIC SUCCESS FOR CL
TREASURE = INFO SYSTEM OF CREDIT -> AND GOES INTO BACK "WHICH TARGET?"	WHO'S THE OWNER? BENCHMARKING	- FIND OUT REASONS FOR PARTNER TO BE THE BANK - WHAT SERVICES FOR THEM?	NEW LEVEL QUALITY @ IN C.L. "OBJECTIVE INFO" MATRIGN
MEMBERSHIP = NETWORK USING VIRTUAL CHANNEL	CLOSER LINKS BETWEEN TRADITIONAL & CULTURAL I.	DESIGN A SIMPLE AND USEFUL SOFTWARE CREATE A SYSTEM OF RULES OF MOTIVATION AND PARTICIPATION	FIRST VIRTUAL IN USE IN C.L. ENCOURAGE CREATIVITY IN DESIGN ROMA 2008



Per fortuna le idee non mancano!

la futura riqualificazione del
Villaggio Artigiano

Modena Ciappino Festival
/ Modena Hacker Festival

Consorzio Creativi
Indipendenti

Banca delle opportunità

Core idea	Goals	Activities	Why this project?
GIVING INFO TO CL...	- GIVE CL TOOLS TO...	- TO BRING OPEN...	MAKE IT EASY...
PROVIDE MODENA IS...	- TO BRING INFO...	- INFO ABOUT...	TO SEARCH CL...
PROVIDE MODENA IS...	- TO BRING INFO...	- INFO ABOUT...	CITIZENRY IN MODENA...
PROVIDE MODENA IS...	- TO BRING INFO...	- INFO ABOUT...	PROMOTE TO C...
PROVIDE MODENA IS...	- TO BRING INFO...	- INFO ABOUT...	AT INT. LEVEL...
TREASURE = INFO...	WHO'S THE OWNER?	- FIND OUT REASONS...	IT PROVIDES WHAT...
SYSTEM OF CREDIT...	BOOCHHAKING?	- FIND OUT REASONS...	TOOLS FOR ECONOMIC...
→ AND GO INTO BACK...		- FIND OUT REASONS...	SUCCESS TOOLS...
"WHICH TARGET?"		- FIND OUT REASONS...	NEW LEVEL...
MEMBERSHIP =...	CLOSER LINKS...	- FIND OUT REASONS...	QUALITY WITH CL...
NETWORK USING...	BETWEEN TRADITIONAL...	- FIND OUT REASONS...	"OBJECTIVE INFO"...
VIRTUAL CHANNEL	E CULTURAL ?	- FIND OUT REASONS...	MAPS...
		DESIGN A...	FIRST VIRTUAL...
		SIMPLE AND USEFUL...	IN WHICH IN...
		SOFTWARE...	TO...
		CREATE A SYSTEM...	ENCOURAGE...
		OF RULES OF MOTIVATION...	CREATIVITY IN DESIGN...
		AND PARTICIPATION...	NONA ZONA...

spazio per il coworking

momenti/luoghi di incontro
e networking per creativi
(eventi, conferenze, progetti, etc.)

video che racconti storie di
creativi / scena creativa

assalto alla Ghirlandina!

catalogo/mappatura dei
creativi modenesi

partecipazione e org.
eventi/festival
(Periferico, notte bianca)

market delle idee /
polo creativo

formazione
(sugli aspetti imprenditoriali)

guerrilla creative action /
agopuntura urbana



Per fortuna le idee non mancano!

- **Da progettare ora, realizzare nel 2010**

- **Da progettare ora, realizzare nel 2010**
- **In collaborazione Comune/creativi**

- Da progettare ora, realizzare nel 2010
- In collaborazione Comune/creativi
- Il Comune fa un (piccolo) investimento, voi ci mettete tempo e testa

www.progettokublai.net/cities

www.eucreativeindustries.eu



grazie ;-)



che emozione cavalcare un maiale in Benseone