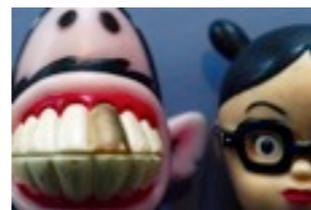


Focus group - 6/10/2009

# 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:

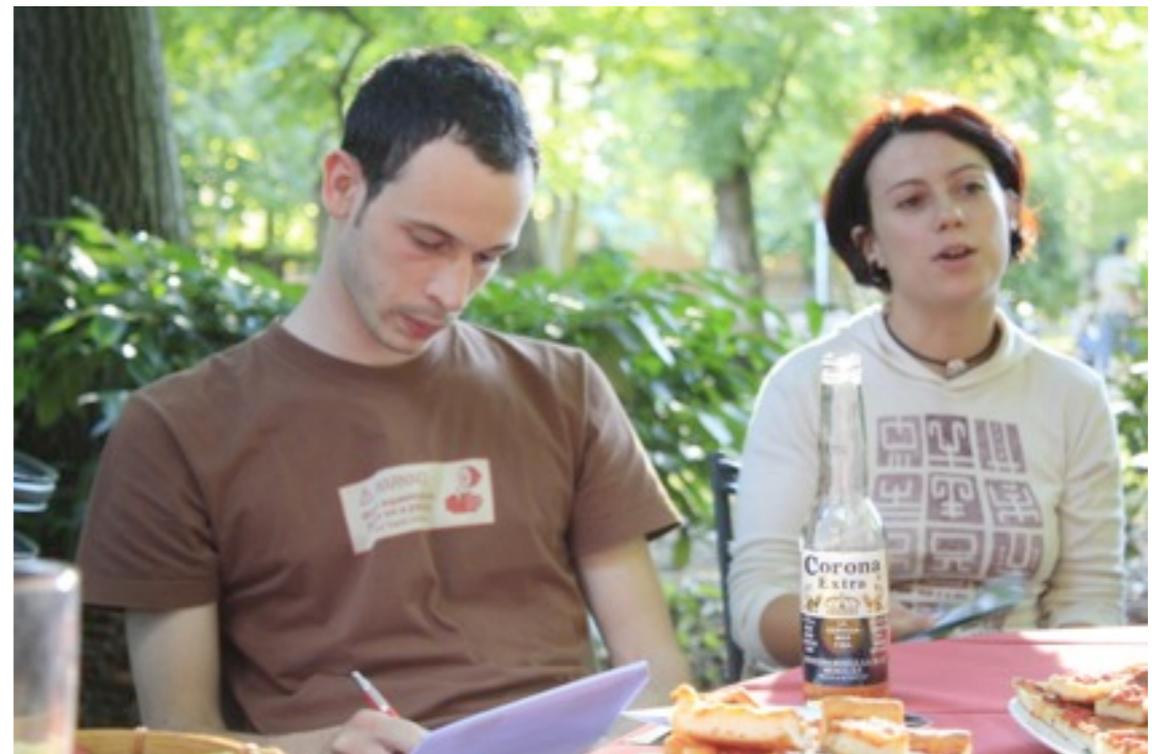
*“Modena ha tanti teatri, chi vuole appassionarsi al teatro qui ha veramente un'ottima scelta”*

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

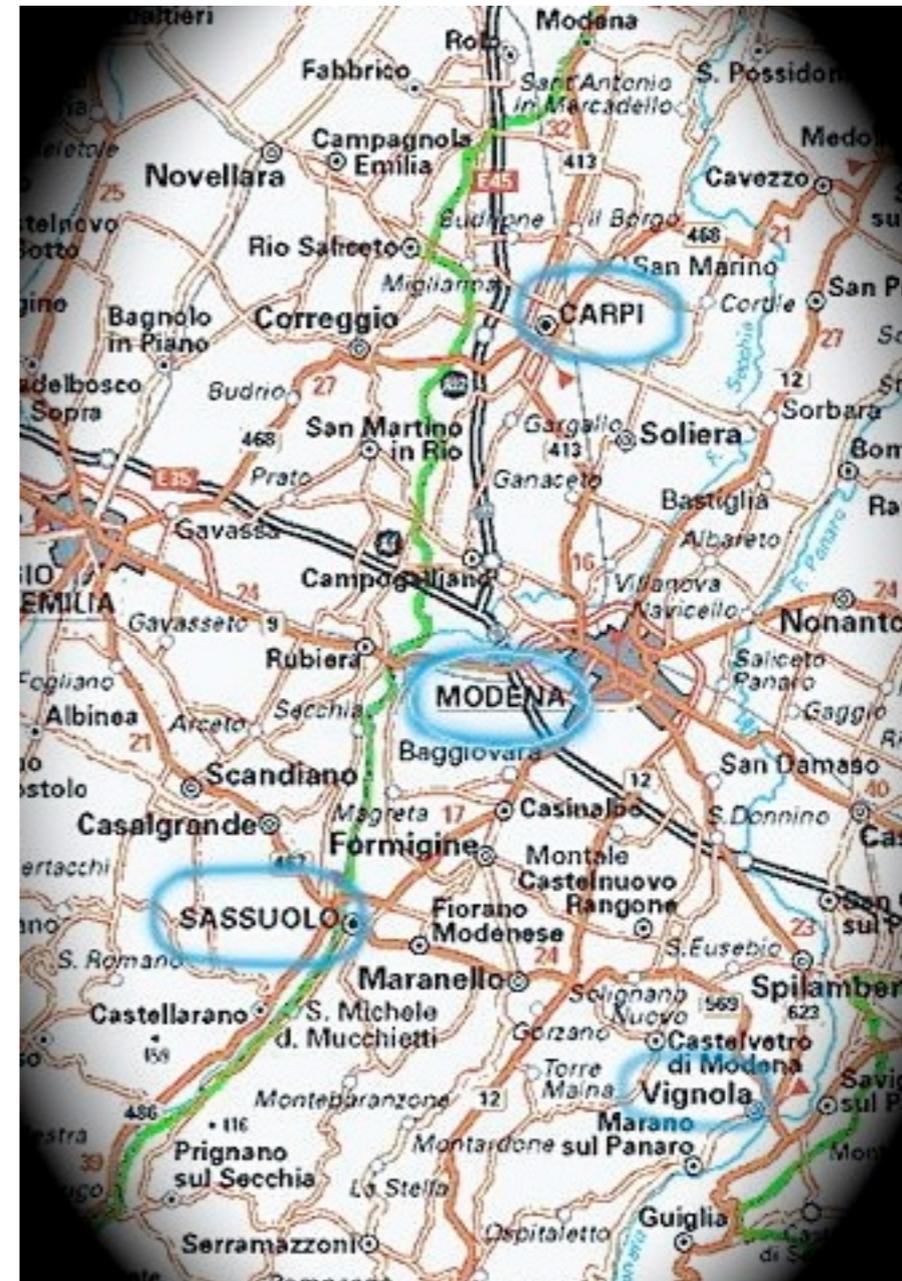
*l'Emilia è da sempre terra  
dell'associazionismo  
e della cooperazione,  
dei distretti industriali  
e del volontariato sociale...*



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.”*



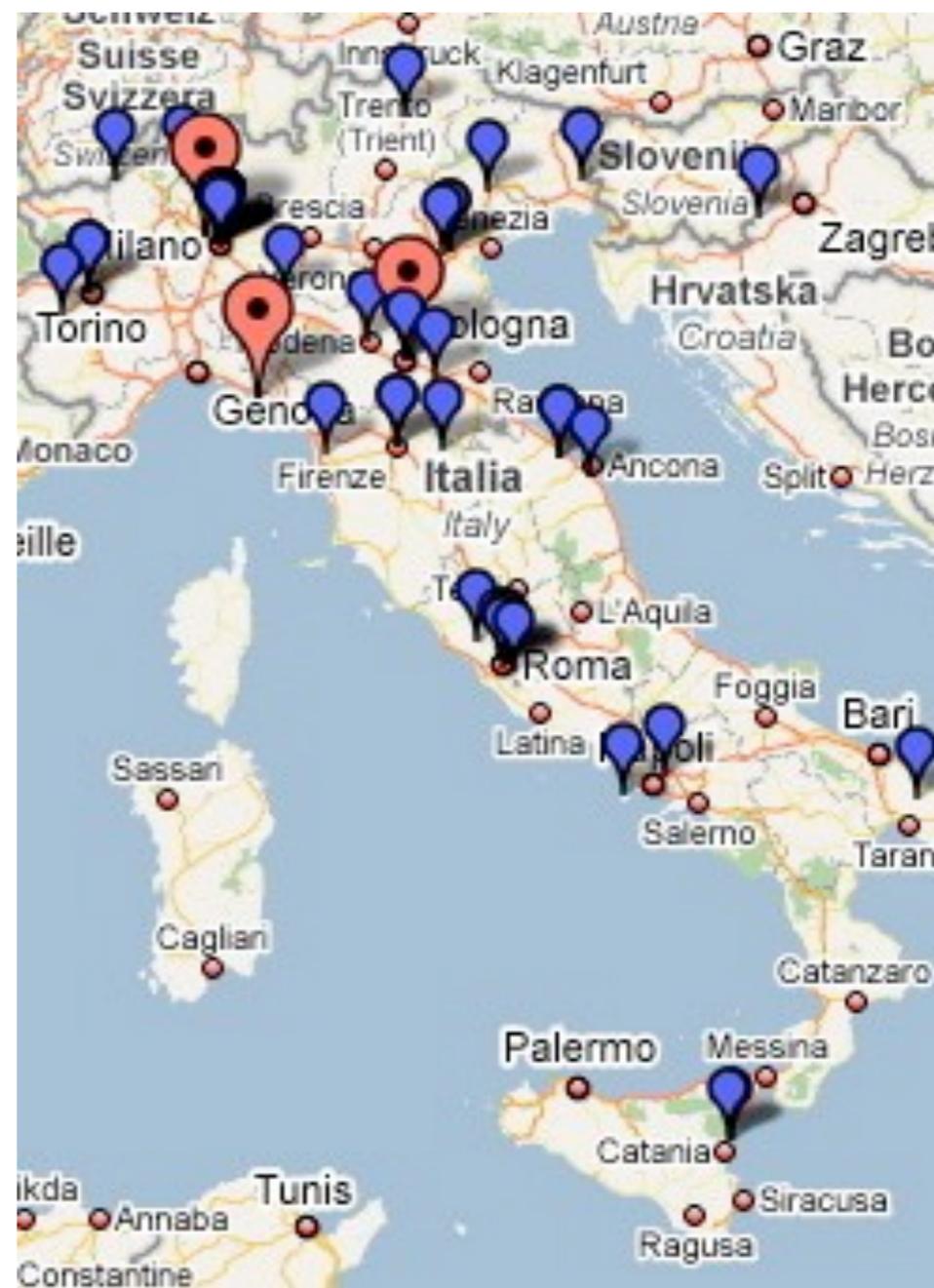
... oppure si ignora  
completamente il territorio per  
allacciare rapporti con i grandi  
centri di produzione

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.”*

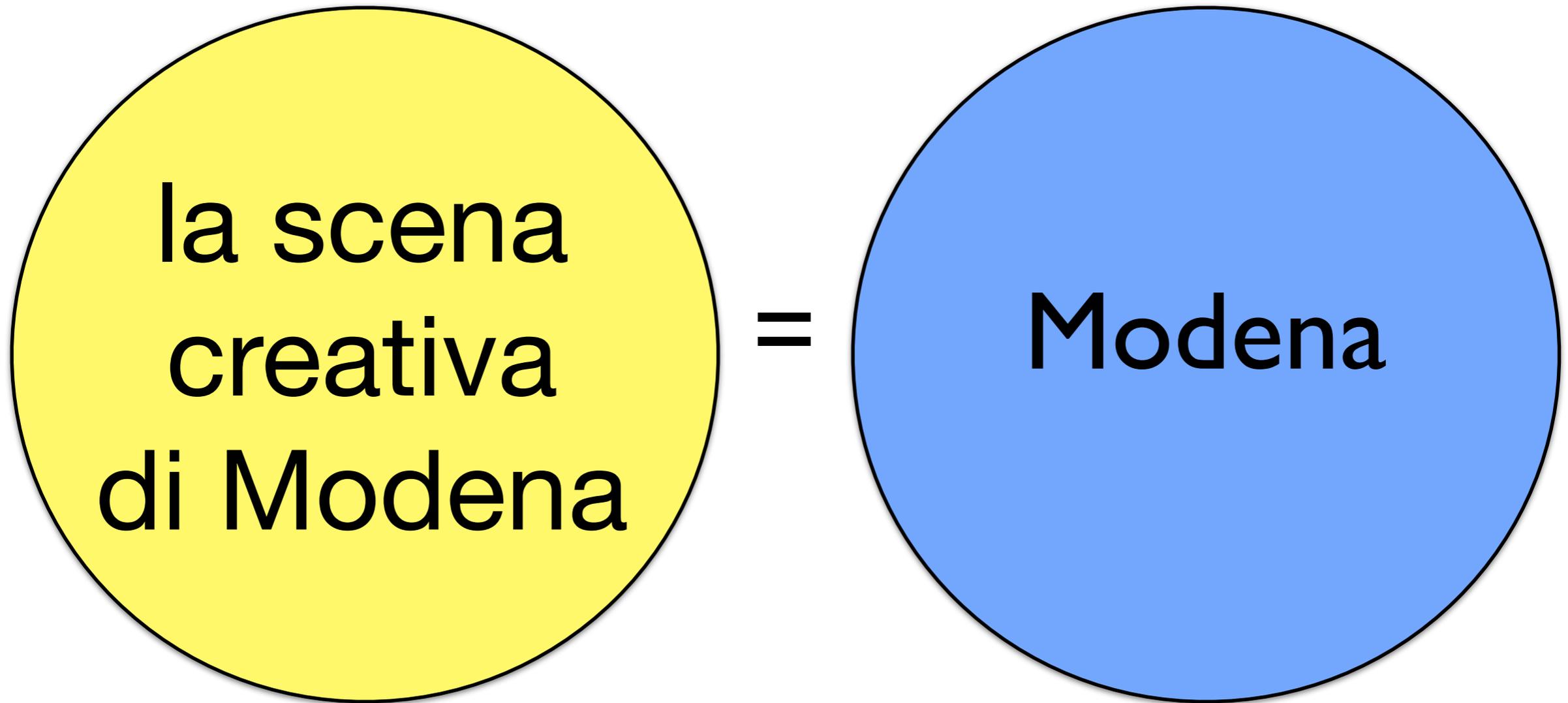
# L'innovatore è visto come un troublemaker

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

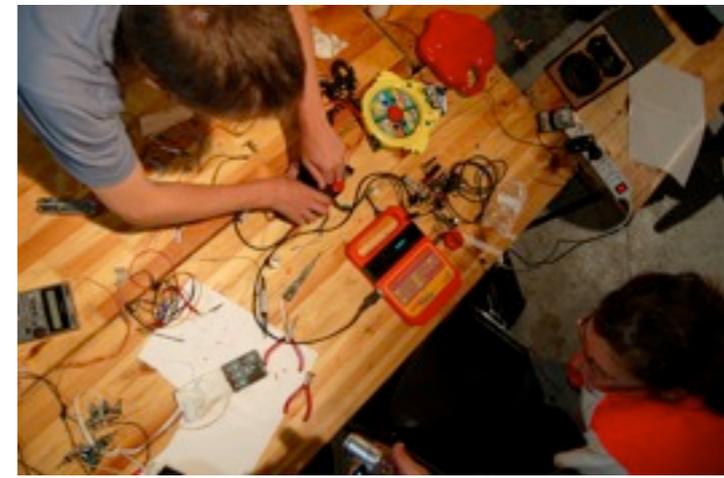
## Parte 3

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	- INFO ABOUT... - TO BRIDGE OVER THE WALL	MAKE IT EASY TO SEARCH CL GOALS
PROVIDE MODERN IS BASIC INTERNATIONAL NETWORK	- TO BE CONSTANTLY - ECONOMY'S UPDATED WITH INNOVATION - MARKET OF MARKET & DEMAND	- FIND OUT REASONS FOR PARTNER TO BE THE BANK - WHAT SERVICES FOR THEM?	CITIZENRY & MODERN PROMOTE INFO C. IDENTITY AT INT. LEVEL
TREASURE = INFO SYSTEM OF CREDIT → AND GOES INTO BACK "WHICH TARGET?"	WHO'S THE OWNER? BENCHMARKING	DESIGN A SIMPLE AND USEFUL SOFTWARE CREATE A SYSTEM OF RULES OF MOTIVATION AND PARTICIPATION	IT PROVIDES WHAT LOOKS FOR ECONOMIC SUCCESS FOR U.S. NEW LEVEL QUALITY @ IN C.L. "OBJECTIVE INFO" MATRIGN
MEMBERSHIP = NETWORK USING VIRTUAL CHANNEL	CLOSER LINKS BETWEEN TRADITIONAL & CULTURAL I.		FIRST VIRTUAL IN US/UK IN THE ENJOYMENT OF 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](http://www.progettokublai.net/cities)

[www.eucreativeindustries.eu](http://www.eucreativeindustries.eu)



grazie ;-)



che emozione cavalcare un maiale in Benseone