

ETRARTE

Udine **06/07** febbraio **2014**

BUSINESS

MEETSART

2

Seconda Edizione

dicembre 2013 - febbraio 2014

“Crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione”

Manifestazione internazionale dedicata ad arte e impresa

info:

www.businessmeetsart.it
www.associazionetrarte.it
Mob. +39 329 45 75 456
Mail: posta@businessmeetsart.it



Partner Culturali



Programma



Premio BMA

Un progetto di:



www.associazionetrarte.it



innovazionecreativa.it



www.briestcontemporanea.it

In convenzione con:



Assessorato alla Cultura

Con il contributo di:

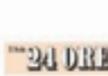


Provincia di Udine
Provincia di Udine

In collaborazione con:



Main supporter:



Media Partner:

Partner:



ASSOCIAZIONE
DI SERVIZI
LIGURIA
www.aibergi.udine.it

ASSOCIAZIONE
DI SERVIZI
LIGURIA

ASSOCIAZIONE
DI SERVIZI
LIGURIA

BUSINESS MEETS ART 2014

“Crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione”
Manifestazione internazionale dedicata ad arte e impresa

UDINE

06/07 febbraio 2014

Atti e contenuti multimediali

Seconda edizione della manifestazione

Copyright © 2014

ETRARTE

sito: www.businessmeetsart.it

email: posta@businessmeetsart.it

facebook: www.facebook.com/BusinessMeetsArt

twitter: @_bma2014 #BMA2014

BUSINESS MEETS ART 2014

Indice

Introduzione	pp 4-7
Capitolo 1: Approfondimento	pp 9-54
Capitolo 2: Convegno	pp 56-88
Capitolo 3: Incontri Tematici	pp 90-97
Capitolo 4: Premio Business Meets Art	pp 99-104
Capitolo 5: Contest Instagramers	pp 106-107
Capitolo 6: Note Biografiche	pp 109-114
Capitolo 7: Ringraziamenti	pp 116-117
Capitolo 8: Credits	pp 119-121

INDICE

Introduzione a cura di Federica Manaigo ed Elena Tammaro

1 Approfondimento

"Strumenti pratici di internazionalizzazione: i nuovi bandi europei fra cultura e innovazione creativa. Come fare ricerca e sviluppo attraverso design e creatività"

Relatori: Tommaso Bernardini, area Finanziamento alle Imprese, Friuli Innovazione; Elisabetta Bisaro, responsabile sviluppo internazionale, La Briqueterie - CDC du Val-de-Marne; Emanuele Giassi, Direzione centrale cultura, sport e solidarietà, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia; Elena Mengotti, Direzione centrale cultura, sport e solidarietà, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia; Giovanna Roiatti, socia fondatrice di IntraMoenia, di Donnecheguardanoalfuturo e di ExtraMoenia

2 Convegno

"Crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione"

Relatori: Barbara Abel, architetto e membro di Kreativwirtschaft Klagenfurt (Creative Industries Klagenfurt); Toshiyuki Kita, designer; Brigitte Kössner-Skoff, direttrice di Initiativen Wirtschaft für Kunst (Austrian Business Committee for the Arts); Alessandro Liani, CEO Video Systems; Marcello Smarrelli, direttore artistico della Fondazione Ermanno Casoli

Moderatrice: Monica Calcagno, professore associato di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia

3 Incontri tematici

1. "Arte&Impresa: strategie per i partenariati internazionali";
2. Interventi: Elke Beneke, project manager presso EB projektmanagement Villach; Renzo Taffarello, consulente della Fondazione la Fornace dell'Innovazione di Asolo; Tommaso Bernardini, area Finanziamento alle Imprese, Friuli Innovazione;
1. "Comunicare l'impresa attraverso l'arte". Blumm Prize: un premio internazionale per favorire l'incontro tra Arte Etica e Comunicazione;
2. Incontro con Gianfranco De Gregorio, senior project manager presso Pomilio Blumm;
3. Moderatore: Paolo Ermano, docente di Economia internazionale all'Università di Udine;

3.3 "Think different! Think creative! Fra responsabilità sociale d'impresa e innovazione". Premio Creaa per Business Meets Art: incontro con l'azienda vincitrice

Interventi: Andrea Viliotti e Roberto Cena di Asteria Multimedia

Moderatore: Stefano Salis, giornalista de Il Sole 24 Ore

4 Premio Business Meets Art

- 4.1 Presentazione dei progetti selezionati nella categoria Matching;
- 4.2 Consegna del Premio Creaa;

5 Contest Instagramers

6. Note biografiche relatori

7. Ringraziamenti

Galleria 2.1 - Business Meets Art 2013 - Galleria Completa Manifestazione



Introduzione

ETRARTE

Udine **06/07** febbraio **2014**

BUSINESS

MEETS ART

2

Seconda Edizione
dicembre 2013 - febbraio 2014

“Crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione”

Manifestazione internazionale dedicata ad arte e impresa

info:
www.businessmeetsart.it
www.associazionetrarte.it
Mob. +39 329 45 75 456
Mail: posta@businessmeetsart.it

#BMA2014

Partner Culturali

Programma

Premio BMA

Un progetto di:
ETRARTE
www.associazionetrarte.it

crea
innovazionecreativa.it

www.triesticontemporanea.it

In convenzione con:
REGIONE AUTONOMA DEL VENETO
Assessorato alla Cultura

Con il contributo di:
Provincia di Udine
Prodotto di Udine

In collaborazione con:
MUSEI
inco-net
interfer

Main supporter:
FACTORY DANCA MANGANO

Media Partner:
TAFTER
venezie post
30 DRE

Partner:
AA
Santo
UNDICI
Palma

Business Meets Art 2014

Introduzione

Tutto è iniziato, nella primavera del 2011, dalla consapevolezza che nell'intersezione fra impresa e cultura c'era molto di inesplorato, soprattutto nel nostro territorio e soprattutto dal punto di vista pratico. Dagli investimenti privati in cultura, alle possibilità di collaborazione fra arte e impresa, passando per l'economia e il marketing della cultura: ricchi nuclei tematici divenuti attuali, di cui però solo poche persone – per lo più accademici – sembravano prestare attenzione. Questo il solco in cui abbiamo cominciato a muoverci, cercando di portare anche in Friuli Venezia Giulia le discussioni e gli esperimenti del resto del mondo e – seppure non sempre innovative – del resto d'Italia.

Così è nato il progetto Business Meets Art, mutuando il nome da una precedente esperienza dell'associazione ETRARTE, realizzata in collaborazione con l'azienda Bernardi. Fino all'ottobre 2012, momento di realizzazione della prima edizione del convegno, molti vedevano in questo nostro progetto il voler indagare qualcosa di utopistico o comunque marginale, considerando la situazione di crisi economica che colpiva indistintamente organizzazioni culturali e azien-

de. Dal canto nostro, non avendo un ente di ricerca alle spalle, sapevamo di non poter dare grandi contributi teorici di rilievo, ma eravamo certe di avere davanti un sacco di "lavoro sul campo" in cui cimentarci. Dare spazio a dialogo, collaborazioni, scambi di contatti ed esperienze, creare situazioni ibride dove persone con formazioni differenti potessero incontrarsi, mettere in dubbio le divisioni settoriali e creare maggiore conoscenza su tutto quel che riguardava il connubio – per anni considerato "volgare" – fra business e arte.

Questi i nostri obiettivi.

A distanza di altri due anni quello che proviamo a fare non è mutato. Molti di questi temi sono diventati ancora più urgenti e un numero crescente di realtà si muovono sul nostro stesso terreno. Noi siamo cresciute, anagraficamente e professionalmente, iniziando ad avere una panoramica molto più chiara di quel che accade in Italia e in Europa. Siamo giunte così al pensare e organizzare la seconda edizione di quella che sembrava un'iniziativa irrealizzabile (solo vivendolo ci si rende conto che per tutti i nuovi progetti è così), accompagnata dalla nascita della nostra start-up: CREEA.

Nonostante possa sembrare banale, ringraziare tutti coloro che ci aiutano e sostengono è doveroso, e ancor più è doveroso farlo nei confronti di chi ci aiuta a pensare in grande e non è indulgente con i nostri limiti. Ovviamente di limiti ne abbiamo molti e la strada da percorrere per migliorare, sia dal punto di vista della ricerca che nella realizzazione delle iniziative, è ancora lunga. A questo proposito siamo sempre liete di poter ricevere opinioni, contributi e feedback da parte di tutti coloro che a vario titolo si sono avvicinati a Business Meets Art. L'indirizzo email, posta@businessmeetsart.it è attivo per questa finalità tutto l'anno.

Noi continuiamo a metterci tutto il nostro impegno, speriamo di continuare a crescere come abbiamo fatto muovendo questi primi passi.

Grazie per l'attenzione e buona lettura.

Federica Manaigo ed Elena Tammaro

Uno sguardo oltre frontiera

Dopo il grande successo della prima edizione, confermato dagli importanti consensi di pubblico e critica, la kermesse udinese dedicata ai rapporti possibili fra il mondo della cultura e quello del business ha fatto il bis aprendosi all'Europa. Nell'ultima edizione intitolata "Crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione", la manifestazione organizzata dall'associazione ETRARTE ha infatti spostato lo sguardo oltre frontiera (dalle vicine Austria e Slovenia fino in Giappone), nella convinzione che il confronto diretto con esperienze di successo vissute in altri paesi possa giovare alle imprese del nostro territorio e favorire la nascita di nuovi percorsi di collaborazione.

«La voglia e necessità di confrontarci con altre realtà si è estesa dal territorio nazionale a una sfera internazionale essendo ormai imprescindibile avere uno sguardo quanto più ampio possibile sulle esperienze più diverse» sottolinea Elena Tammaro, direttore artistico di ETRARTE. «Siamo convinti che le nuove testimonianze che abbiamo portato a Udine quest'anno possano essere best practices riconducibili e replicabili anche nella nostra dimensione».

«Innovazione, cultura e design possono essere determinanti per la competitività della

nostra regione rispetto agli scenari internazionali» afferma a sua volta Federica Manai-go, ideatrice del progetto Business Meets Art. «Dopo l'ottimo riscontro di pubblico ottenuto nel 2012 abbiamo pensato fosse importante ritornare sul tema del rapporto tra cultura e impresa con nuovi argomenti e nuove testimonianze. Il tema è molto sentito a livello nazionale e la nostra manifestazione rappresenta l'unico appuntamento pubblico nel Nord-Est dedicato esclusivamente a questa indagine».

Lo sguardo internazionale è solo una delle tante novità che hanno caratterizzato la seconda edizione della kermesse: proprio quest'anno, per esempio, ha preso il via il Premio Business Meets Art, un riconoscimento che intende valorizzare le best practices già in essere sul territorio. Grande spazio, inoltre, è stato dedicato alle possibilità offerte dai nuovi bandi europei 2014-2020, sia per quanto riguarda le imprese che i progetti culturali, e importante è stato il contributo del costituito Comitato Scientifico, che ha affiancato e coadiuvato il lavoro di ricerca. Altra novità, l'ampliamento delle collaborazioni sul territorio: da Friuli Innovazione, incubatore d'impresa udinese, ai Musei Civici di Udine; dalla Factory Banca di Manzano ai numerosi partner privati che hanno reso possibile la manifestazione.

Nota agli Atti

Le registrazioni degli incontri ospitati il 6 febbraio 2014 a Friuli Innovazione e il 7 in Sala Ajace sono state trascritte, sintetizzate dove necessario e talora integrate con precisazioni o testi forniti successivamente dai conferenzieri. L'obiettivo è stato non travisare il pensiero dei relatori e fornire una testimonianza il più possibile accurata e completa dello svolgimento e dei contenuti dei due appuntamenti. Gli atti proposti sono da intendersi quindi come una testimonianza sostanzialmente fedele degli incontri e, per quanto possibile, dell'interazione orale che li ha caratterizzati. Si precisa che solo nei casi di due relatrici – Barbara Abel e Brigitte Kössner-Skoff – non è stato possibile trascrivere l'audio: i contenuti dei loro interventi, pertanto, sono stati riproposti attraverso un testo inviato in seguito dalle stesse.

Capitolo 1

Approfondimento

“Strumenti pratici di internazionalizzazione: i nuovi bandi europei fra cultura e innovazione creativa. Come fare ricerca e sviluppo attraverso design e creatività”

Relatori: *Tommaso Bernardini*, area Finanziamento alle Imprese, Friuli Innovazione; *Elisabetta Bisaro*, responsabile sviluppo internazionale, La Briqueterie - CDC du Val-de-Marne; *Emanuele Giassi*, Direzione centrale cultura, sport e solidarietà, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia; *Elena Mengotti*, Direzione centrale cultura, sport e solidarietà, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia; *Giovanna Roiatti*, socia fondatrice di IntraMoenia, di Donnecheguardanoalfuturo e di ExtraMoenia

1 Approfondimento

"Strumenti pratici di internazionalizzazione: i nuovi bandi europei fra cultura e innovazione creativa. Come fare ricerca e sviluppo attraverso design e creatività"

La programmazione europea 2014-2020 rappresenta un'opportunità preziosa. La cultura è una piattaforma capace di interagire in modo innovativo con le dimensioni più varie della vita economica e sociale. Alcuni paesi europei stanno recependo rapidamente le nuove direttive e l'auspicio è che anche in Italia aumenti il numero dei progetti effettivamente portati a termine. L'appuntamento ospitato a Friuli Innovazione nel pomeriggio di giovedì 6 febbraio 2014 ha messo in evidenza quanto innovazione, cultura e design possano essere chiavi importanti nello sviluppo della competitività del territorio rispetto agli scenari internazionali.

Interventi:

[Tommaso Bernardini](#), area Finanziamento alle Imprese, Friuli Innovazione

[Elisabetta Bisaro](#), responsabile sviluppo internazionale, La Briqueterie - CDC du Val-de-Marne

[Emanuele Giassi](#), Direzione centrale cultura, sport e solidarietà, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

[Elena Mengotti](#), Direzione centrale cultura, sport e solidarietà, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

[Giovanna Roiatti](#), socia fondatrice di Intra-Moenia, di Donnecheguardanoalfuturo e di ExtraMoenia

Federica Manaigo

Oggi parleremo principalmente di bandi europei. Presento brevemente i relatori: abbiamo il dottor Emanuele Giassi della Direzione centrale cultura della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia che farà una panoramica generale sulle possibilità in ambito culturale e sugli strumenti messi a disposizione dalla Regione. A seguire la dottoressa Giovanna Roiatti, formatrice, consulente e libera professionista che ha seguito molti progetti: darà informazioni molto puntuali e suggerimenti che derivano anche dalla sua esperienza. Interverrà poi Elisabetta Bisaro che adesso vive in Francia, ma prima in Irlanda: ha un'esperienza come operatrice culturale e ci darà la sua testimonianza da un punto di vista interno. Successivamente parleremo di design e imprese e affronteremo i suggerimenti e gli strumenti che riguardano il settore privato. Tommaso Bernardini di Friuli Innovazione ci parlerà di Horizon 2020 mentre la dottoressa Elena Mengotti, sempre della Regione, ci parlerà del COSME. Avremo degli interventi di circa 15 minuti. Lascerei le domande alla fine. Vi invito a segnarvi curiosità, domande e quant'altro di modo che questo incontro possa essere un momento di confronto interessante e ognuno di voi torni a casa con qualcosa di utile.

Passo la parola al *dottor Giassi*.

Emanuele Giassi

Buongiorno a tutti. Sono Emanuele Giassi della Direzione centrale cultura, sport e solidarietà della Regione Friuli Venezia Giulia. In questa presentazione cercherò di sintetizzare quella che è stata la giornata del 27 gennaio, l'incontro che abbiamo tenuto a Udine nell'auditorium della sede della Regione, durante il quale è stata fatta una panoramica completa sui fondi comunitari per la cultura in particolare, con una sessione operativa pomeridiana più tecnica, sulle proposte di progetto.

I fondi comunitari si distinguono fondamentalmente in diretti e indiretti. I fondi diretti sono gestiti direttamente dall'Unione Europea, tramite le Direzioni competenti per materia, e hanno un obbligo di cofinanziamento da parte dei beneficiari abbastanza ampio, con una quota variabile che può andare dal 60% all'80%. Sulla progettazione non c'è, quindi, un finanziamento completo da parte della Comunità Europea. Vi è una maggiore competizione per accedere ai fondi diretti rispetto a quelli strutturali (a cui si accennerà successivamente), in quanto sono coinvolti tutti i 28 paesi dell'Unione Europea più i paesi EFTA e anche

quelli di vicinato. I progetti sono meno complessi rispetto ai fondi strutturali, perché si basano, per lo più, su reti o accordi e non hanno interventi infrastrutturali o in conto capitale. Il cofinanziamento dell'Unione Europea, inoltre, è comunque inferiore a quello erogato dai fondi FESR. Con i fondi diretti possiamo quindi avere anche progetti che possono arrivare a due milioni di euro, però il cofinanziamento non sarà mai al 100%: sarà inferiore rispetto ai fondi strutturali.

I fondi indiretti, che sono principalmente quelli strutturali, non sono erogati direttamente ai beneficiari, ma sono gestiti dalle autorità di gestione e si riferiscono ai contributi gestiti da autorità nazionali o regionali. Nel caso nostro è la Regione Friuli Venezia Giulia l'autorità di gestione dei fondi POR-FESR, in via di scrittura in questi giorni, tramite i programmi operativi, documenti che disciplinano le azioni da sviluppare con i fondi FESR. I fondi indiretti vengono integrati da risorse nazionali e regionali, allo scopo di attuare il principio di coesione economica e sociale. Ciò significa che una parte dei fondi FESR sono fondi puramente comunitari, più o meno l'85%; il restante 15% o è integrato da fondi nazionali, dal Fondo di Rotazione nazionale, o da fondi regionali, in modo da consentire ai beneficiari di raggiungere un contributo quasi al

100%. Le autorità nazionali, regionali e locali svolgono una funzione di mediazione rispetto alla Commissione Europea. Le autorità regionali, quindi, programmano direttamente gli interventi, emanano i bandi e gestiscono le risorse comunitarie. I grandi filoni dei finanziamenti diretti, con i programmi che possono interessare anche la cultura, sono:

REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

BUSINESS MEETS ARTS - UDINE 06.02.2014

FINANZIAMENTI DIRETTI:

Tipologia:

- **Istruzione, formazione e occupazione** (Erasmus+)
- **Cultura, creatività e audiovisivo** (Europa Creativa)
- **Ricerca e Innovazione** (Horizon 2020)
- **Competitività delle PMI** (Cosme)
- **Partecipazione civica e memoria europea** (Europa per i cittadini)
- **Ambiente** (Life 2014-2020)
- **Sanità** (Salute per la crescita 2014-2020)

Direzione Centrale Cultura, sport e solidarietà

- Erasmus+;
- Europa Creativa;
- Horizon 2020;
- COSME;
- Europa per i Cittadini, che ha anche un canale di finanziamento che può interessare le imprese culturali o comunque le attività culturali;
- Ambiente e Sanità: sono dei finanziamenti molto importanti però li ho messi in rosso perché più finalizzati ad ambiente (Life) e sanità (Salute per la crescita).

- I finanziamenti indiretti si dividono in questi grandi fondi strutturali:
- FESR, fondo principale che finanzia anche la cooperazione territoriale, oltre al POR-FESR regionale;
- Fondo Sociale Europeo (FSE); per le attività di formazione e istruzione e per l'avviamento e inserimento lavorativo;
- FEASR, fondo per l'agricoltura;
- FEAMP, fondo per la pesca;
- Fondo di coesione, messo tra parentesi perché non interessa la regione Friuli Venezia Giulia ma è destinato alle aree in via di sviluppo.

Federica Manaigo

Le chiedo, perché magari non tutti lo sanno: qual è la differenza tra fondi diretti e indiretti?

Emanuele Giassi

La differenza fondamentale è che i fondi diretti vengono erogati direttamente dalla Commissione Europea, tramite le direzioni: c'è, quindi, un contatto diretto tra beneficiario o chi vuol partecipare a un bando e la DG, cioè la Direzione della Commissione Europea competente per materia.

Per i fondi indiretti il contributo è trasferito dalla Commissione Europea alla autorità di gestione, che nel nostro caso è la Regione Friuli Venezia Giulia, ed è l'autorità di gestione che gestisce indirettamente i fondi comunitari con propri bandi, basati sulle linee guida e delle azioni descritte nei POR. In questo momento il POR 2014-2020 non c'è ancora in quanto in via di redazione.

Passiamo a Europa Creativa, il nuovo programma comunitario 2014-2020 che sviluppa, implementa e ha alcune novità rispetto a Cultura 2007, il vecchio programma che finanziava interventi culturali. Abbiamo due macro obiettivi generali che, come per tutti gli altri programmi comunitari, individuano la materia e gli obiettivi principali che si dovrebbero raggiungere con i sette anni di Europa Creativa:



EUROPA CREATIVA 2014-2020

OBIETTIVI GENERALI

- Proteggere, sviluppare e promuovere la diversità culturale e linguistica europea nonché promuovere il patrimonio culturale dell'Europa
- **Rafforzare la competitività del settore culturale e creativo** per promuovere una **crescita economica** intelligente, sostenibile e inclusiva

OBIETTIVI SPECIFICI

- Sostenere la **capacità dei settori culturali e creativi europei di operare a livello transnazionale**
- Promuovere la circolazione transnazionale delle opere culturali e creative e degli operatori culturali nonché raggiungere nuovi e più ampi destinatari
- **Rafforzare la capacità finanziaria dei settori culturali e creativi**, in particolare delle PMI
- Supportare la cooperazione politica transnazionale al fine di favorire **innovazione, policy development, audience building** e nuovi modelli di **business**

Direzione Centrale Cultura, sport e solidarietà

- Proteggere, sviluppare e promuovere la diversità culturale e linguistica europea nonché promuovere il patrimonio culturale dell'Europa;
- Rafforzare la competitività del settore culturale e creativo per promuovere una crescita economica intelligente, sostenibile e inclusiva. "Crescita economica" perché è uno degli obiettivi di Europa Creativa 2014-2020 per le imprese culturali, cioè la cultura non solo finalizzata a un accrescimento interiore ma anche come attività economica nella progettazione.
- Gli obiettivi specifici elencati di seguito sono quelli inseriti nel programma e devono essere centrati da tutti i tipi di progettualità che verranno inserite nella programmazione:
- Sostenere la capacità dei settori culturali creativi europei di operare a livello transnazionale: questo è fondamentale perché si punta alla transnazionalità e allo

scambio di esperienze tra operatori culturali in tutta Europa;

- Promuovere la circolazione transnazionale delle opere culturali e creative e degli operatori culturali nonché raggiungere nuovi e più ampi destinatari: questo obiettivo specifico, oltre a puntare a uno scambio di opere culturali e creative quali mostre, attività varie e festival, è finalizzato anche all'implemento del cosiddetto audience development, argomento a parte che la Commissione Europea in questo momento ha a cuore, che significa raggiungere il maggior numero di popolazione in Europa per attrarla alla cultura. Da uno studio della Commissione Europea è emerso che il fruitore medio di cultura in Europa ha un'età media di sessant'anni, è di sesso femminile e ha una cultura medio-alta. L'obiettivo della Commissione Europea è raggiungere tutti gli altri destinatari che non si inseriscono in questa categoria. Questo verrà sviluppato anche tramite azioni di inserimento di piattaforme digitali piuttosto che l'utilizzo della banda larga e di nuove tecnologie per poter condividere le opere culturali;
- Rafforzare la capacità finanziaria dei settori culturali e creativi, in particolare delle PMI creative e culturali;

- Supportare la cooperazione politica transnazionale al fine di favorire innovazione, policy development, audience building e nuovi modelli di business per le imprese culturali e creative e gli operatori culturali.
- Europa Creativa si basa su tre filoni, detti strand:
 - Strand transettoriale;
 - Subprogramma Cultura, molto centrato sugli operatori culturali;
 - Subprogramma MEDIA, che interessa per lo più il settore audiovisivo, traduzioni e tutto quello che è tecnologia applicata alla cultura tramite l'audiovisivo.
- Le sfide di Europa Creativa sono finalizzate a questi obiettivi:
 - Lo spazio culturale molto frammentato della Comunità Europea dovrebbe, negli intendimenti di Europa Creativa, essere più compattato e superare certe barriere quali la lingua, la mobilità degli operatori e la dimensione dei mercati;
 - Raggiungere una competitività maggiore a livello mondiale da parte degli operatori culturali in Europa visto che la cultura a livello europeo è piuttosto inflazionata dalla cultura angloamericana. Si cerca di

ritornare alle proprie origini culturali europee;

- Digitalizzazione e accessibilità delle opere (si riferisce sempre al concetto di audience development a cui avevo accennato prima);
- Consentire alle piccole e medie imprese culturali e creative di ottenere un accesso al credito con gli istituti di credito in modo più agevole;
- Sviluppo del pubblico, che è una sfida trasversale.

Chi può accedere al programma Europa Creativa? I settori sono questi elencati SLIDE N. 14 e comprendono tutto ciò che attiene alla cultura e alla creatività. I soggetti che posso accedere ai programmi, che possono far domanda di finanziamento di contributo, sono professionisti, artisti, operatori culturali creativi e PMI attive nei settori culturali e creativi. Gli obiettivi sono quelli che abbiamo visto prima.

Il programma dura sette anni e vale 1,5 miliardi di euro. Può sembrare una cifra enorme, e lo è, però se parametrata su tutta l'Europa più gli altri stati che possono accedere al programma, vediamo che la dota-

zione finanziaria per sette anni è buona ma non infinita. Divisa in percentuale:

- filone MEDIA: 56%;
- filone Cultura: 31%;
- Strand transettoriale: 13% (fondo di garanzia, cooperazione ed Europe Desk, che è il punto di contatto per Europa Creativa in ogni stato).

I bandi sono aperti e scadono a marzo, con date variabili. Le scadenze sono già definite anche per il futuro. Non escludo che ce ne siano altre con scadenza novembre-dicembre, ma in questo momento a marzo, fino al 2020, avremo queste date. Se uno va a consultare il sito di Europa Creativa

<http://cultura.cedesk.beniculturali.it/>, troverà tutte le indicazioni, il manuale operativo e tutte le informazioni su come aderire, nonché le scadenze, la documentazione e tutto quello che c'è da fare per redigere un progetto che abbia buone possibilità di finanziamento e per poterlo presentare entro il 5, 12 o 19 marzo del 2015.

Ci sono due categorie di progetti di cooperazione su Europa Creativa. La prima comprende progetti di cooperazione più piccoli con un contributo massimo di 200 000 euro e un minimo di tre partner provenienti

da tre paesi diversi. La seconda ha invece un budget per cui si può richiedere fino a due milioni di euro, con sei partner provenienti da sei paesi diversi. Per entrambe le categorie la durata massima del progetto è di 48 mesi.

REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA BUSINESS MEETS ARTS - UDINE 06.02.2014

EUROPA CREATIVA
Cosa leggere in un bando

CRITERI DI AMMISSIBILITÀ FORMALE

Modalità di spedizione, tempi, firme e timbri (anche della banca)
Paesi ammissibili
Tipologia di enti/istituzioni ammissibili
Tipologia di costi
Tipologia di attività
Cofinanziamento
Durata del progetto
Capacità operativa e finanziaria

CRITERI DI ESCLUSIONE

Fallimento, liquidazione, amministrazione controllata
Condanna con sentenza passata in giudicato
Conflitto di interessi
Errori gravi in ambito professionale
Non in regola con pagamento tasse, imposte, contributi previdenziali e assistenziali
Frode, corruzione, partecipazione a organizzazioni criminali

APPLICATION FORM SCARICABILE ONLINE
+
DETAILED DESCRIPTION OF THE PROJECT
(MAXIMUM 40.000 CHARACTERS) IN WORD
FORMAT (DOC, DOCX, ODT) OR IN PDF
DOCUMENT (PDF)

Direzione Centrale Cultura, sport e solidarietà

Le indicazioni di massima su cosa leggere in un bando prima di incominciare a scrivere una scheda progetto sono, a mio avviso, molto importanti. I criteri di ammissibilità formale sono da leggere con molta attenzione perché disciplinano tutta la modalità di adesione al progetto. La Commissione Europea è inflessibile: in caso di ritardi, mancanza di un timbro, di una carta, o riguardo a qualsiasi variabile che non rispetti i criteri, il progetto – vista la competitività che si diceva prima – viene automaticamente escluso, praticamente non viene neanche letto. Per quanto riguarda i criteri di esclusione, soprattutto se il proponente è un'impresa o una PMI, bisogna stare attenti a tutte queste incombenze che saran-

no ben note, credo, a chi lavora in un'impresa.

Ci sono vari parametri su cosa il valutatore legge e valuta quando gli arriva una scheda progetto. Va tenuto presente che il valutatore in Commissione Europea è una persona che potrebbe venire da qualsiasi paese d'Europa e quasi sicuramente non sa nulla o quasi nulla della realtà del Friuli Venezia Giulia né del soggetto che propone un progetto: bisogna quindi essere chiari e rilevanti ai fini degli obiettivi del programma Europa Creativa che abbiamo visto prima. Bisogna essere attinenti a quello che la Commissione Europea vuole raggiungere in questi sette anni di programmazione. Vengono dati 35 punti come punteggio massimo attribuibile al progetto. Sulla qualità del contenuto i punti sono 25: dieci in meno. Il progetto deve essere innovativo e di qualità.

Per quanto riguarda la comunicazione e la diffusione (25 punti), la Commissione Europea, e anche la Regione per i fondi strutturali, ci tiene moltissimo che qualsiasi iniziativa sia pubblicizzata, che si sappia che l'Unione Europea fa qualcosa per i cittadini. Se uno fa delle attività finanziate dai fondi europei, ciò deve essere chiaro e visibile. C'è un protocollo di utilizzo dei loghi del-

la comunicazione che bisogna seguire pedissequamente.

La qualità del partenariato ha venti punti, meno rispetto agli altri ma è comunque un fattore importante: ogni partner deve provenire da paesi differenti e la sua esistenza nel partenariato deve avere un senso: il soggetto non dev'essere inserito solo perché fa punteggio avere un partner proveniente da un altro paese.

Domanda dal pubblico

Ma non da un'altra regione italiana?

Emanuele Giassi

Sì, anche, ma visto che il punteggio è parametrato sulla provenienza degli stati, ci possono essere anche più partner provenienti dallo stesso stato, però fa punteggio se ne hai altri provenienti da altri stati. In ogni bando, comunque, viene indicato quanti punti vengono dati per i paesi in via di adesione, per i paesi di vicinato, ecc.

Domanda dal pubblico

Entrambi possono chiedere nei propri paesi lo stesso finanziamento?

Emanuele Giassi

Questi sono finanziamenti che provengono direttamente dalla Commissione Europea, quindi alla fine viene fatto il partenariato che è un soggetto, un gruppo a sé, che chiede un finanziamento. La domanda di contributo viene fatta direttamente in Commissione Europea. Non sono fondi nazionali ma sono fondi europei. Possono essere integrati da fondi nazionali ma queste sono decisioni che appartengono a ogni stato e a ogni regione.

Quindi, suggerimenti:

1. non dare nulla per scontato, ovvio e risaputo. Leggere attentamente bando, programma e manuale di attuazione: può essere pesante, ma il manuale è fondamentale perché dura sette anni e contiene delle regole scritte e fissate che non vengono modificate (o almeno non credo che lo faranno). Questo è, quindi, un po' un vademecum per come si fa un progetto, come si presenta, si gestisce, si rendiconta e si chiude.

Domanda dal pubblico

Scusi, cosa vuol dire sette anni? Che se io chiedo un progetto lo devo prevedere di una tale durata?

Emanuele Giassi

Tutti i programmi comunitari durano sette anni: Europa Creativa va dal 2014 al 2020 e viene dato un budget da gestire in sette anni, vengono emanati tot bandi che potranno essere più o meno 14 o 15 bandi su Europa Creativa e ogni bando ha un budget che prevede un tot di soldi. Il progetto può durare al massimo 48 mesi. Poi, se ottiene un contributo e il progetto finisce in due anni e magari l'anno successivo vuole riproporre un progetto che si ricollega all'altro, può farlo, però comunque dev'essere un'altra iniziativa.

2. Essere chiari, concisi, esaurienti, richiamando quello che si era detto prima, il fatto che il valutatore non conosce assolutamente la realtà e quindi deve capire cosa si può fare con quel progetto.

3. Proporre progetti innovativi in cui deve trasparire un'effettiva collaborazione tra i partner di diversi paesi. Il valutatore deve vedere che c'è una collaborazione effettiva, una concertazione, tra i vari soggetti che propongono il progetto.

4. Muoversi per tempo per le scadenze.

5. Non sottovalutare gestione, rendicontazione e comunicazione, cioè tutte quelle procedure che consentono una buona gestione e rendicontazione. Questo perché viene dato, sì, un anticipo sull'erogazione dei fondi, però tutta la restante parte viene saldata a rendiconto. Se viene fatta una corretta rendicontazione, quindi, non si avranno problemi e le somme arriveranno in tempi relativamente brevi. In caso contrario, si può anche restare fuori di cassa.

Europa per i cittadini

<http://www.europacittadini.it> è un altro programma a gestione diretta che può interessare iniziative culturali. Ha come obiettivo generale il rafforzamento della memoria e l'accrescimento della capacità di partecipazione civica all'Unione Europea con due obiettivi specifici. Per quanto riguarda le azioni, viste le ricorrenze di questo settennio, saranno emanati bandi che riguarderanno il centenario della Grande Guerra, di

attualità anche in regione, il venticinquesimo della caduta del Muro di Berlino e il decimo anniversario dell'allargamento dell'Unione Europea all'Europa centrale e orientale. Altra azione su Europa per i cittadini riguarderà l'impegno democratico e la partecipazione civica, cioè la partecipazione attiva del cittadino a quello che è il processo democratico dell'Unione Europea.

Erasmus+

http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/index_it.htm è un altro programma a gestione diretta che interessa per lo più gli operatori culturali e riguarda lo scambio di buone pratiche e lo scambio della mobilità internazionale di studenti e insegnanti. Prevede anche finanziamenti per master congiunti a livello europeo e finanziamenti a dottorati di ricerca in materia umanistiche, tramite scambio transeuropeo di studenti e insegnanti. Erasmus+ si basa su tre azioni fondamentali, ma quello che mi preme di più sottolineare è che, se qualcuno ha fatto un Erasmus durante l'università, magari si immagina il programma come lo scambio di studenti, il finanziamento di borse di studio. Con questa nuova programmazione comunitaria c'è spazio anche per il settore culturale: si finanziano master universitari congiunti nel settore culturale umanistico, si formano gli addetti per le imprese culturali e manager culturali e si possono

fare degli accordi nell'ambito delle cosiddette "alleanze per la conoscenza" che puntano alla formazione di partenariati permanenti finalizzati allo scambio tra imprese culturali e creative e i centri di eccellenza come università e scuole di specializzazione. Sul sito di Erasmus+ è spiegato abbastanza dettagliatamente il meccanismo di queste "alleanze per la conoscenza".

Passando ai fondi strutturali che sono i finanziamenti indiretti, cioè quelli gestiti in questo caso dalla Regione, hanno come obiettivo principale la creazione per l'intero contesto regionale di un vantaggio competitivo durevole. I finanziamenti indiretti sono i fondi FESR e il FSE. Volevo soffermarmi principalmente sulla Cooperazione Territoriale, finanziata al 100% (all'85% dai fondi FESR e al restante 15% dai fondi nazionali). La Cooperazione Territoriale Europea si divide in tre grandi filoni:

- Transfrontaliera, per quello che riguarda da vicino la regione Friuli Venezia Giulia con i programmi Italia-Austria, Italia-Slovenia e Italia-Croazia;
- Transnazionale, con lo spazio alpino e adriatico-ionico;
- Interregionale, che è il vecchio Interreg IVC che finanzia scambi di esperienze e buone prassi.

- Le problematiche che la Regione Friuli Venezia Giulia affronterà nei prossimi sette anni tramite i fondi strutturali riguardano:
 - La carenza di fondi nazionali per investimenti per la cultura;
 - La necessità di interventi strutturali sui beni culturali;
 - Il prendere coscienza che il mondo culturale è in continua evoluzione e ha dei bisogni che probabilmente prima non venivano particolarmente considerati. In questo momento punteremo a centrare questo obiettivo finanziando dei progetti, si spera, innovativi sui fondi FESR, quindi fondi gestiti direttamente dalla Regione.
- Solo un minuto su quello che la Regione proporrà a breve sul Programma Operativo Regionale. Sono quattro azioni principali:
 - Creazione di un incubatore culturale che coinvolga gli incubatori già esistenti e i parchi scientifici, finalizzato alla promozione e creazione di imprese culturali e creative, cioè start up di imprese culturali;
 - Residenze teatrali, promosse sul modello delle residenze francesi, nell'ambito delle quali le compagnie teatrali gestiranno e utilizzeranno gli spazi pubblici messi a di-

sposizione dalla Regione per la creazione e la sperimentazione artistica. Saranno, cioè, dei luoghi di scambio in cui gli operatori e gli artisti potranno incontrarsi e pensare a nuove idee e iniziative varie. L'incubatore, sede delle residenze, diventerà un luogo di scambio di esperienze e collegamento di realtà legate alla produzione teatrale e artistica;

- Rinnovamento sale cinematografiche, che punta al rinnovamento della produzione cinematografica. Da quest'anno le nuove pellicole verranno prodotte solo su supporto digitale e quindi c'è la necessità che le sale che non hanno questa tecnologia possano dotarsi di supporti idonei alla proiezione;
- Gli accordi quadro, azione che si interseca con gli obiettivi di prima, soprattutto per quanto riguarda Villa Louise a Gorizia: si punterà a recuperare l'edificio per farlo diventare incubatore di imprese e residenze per artisti. Questi tre interventi – Villa Louise, castello e parco di Miramare e Villa Manin – molto probabilmente non verranno inseriti nella programmazione regionale dei fondi strutturali, ma stiamo cercando di inserirli in un altro canale di finanziamento con fondi nazionali.

Tornando a Europa Creativa, quindi, il programma è complesso ed è appena iniziato. C'è tempo fino al 2020: si può anche comodamente aspettare i prossimi bandi se non si ha un'idea, un progetto, già avviato e strutturato. Le scadenze ci sono e, quindi, le opportunità anche.

Federica Manaigo

Grazie. Passiamo ora la parola a Giovanna Roiatti.

Giovanna Roiatti

Mi occupo da più di dieci anni di progettazione e da otto anni di europrogettazione. Aiuto anche le associazioni no profit a progettare su fondi di qualsiasi tipo. Ci sono delle cose di base da sapere quando si comincia a progettare, che sono alcune di quelle che ha detto anche il collega della Regione: il fatto di partire dall'elenco dei risultati che si vogliono ottenere... una cosa a cui noi italiani non siamo abituati. L'Unione Europea ci spinge, e ci ha spinto già dalle passate programmazioni, a ragionare in termini prima di tutto di risultati: analizziamo, cioè, quello che abbiamo davanti e intorno e decidiamo dove vogliamo

arrivare. Il progetto sta in mezzo, tra il punto di partenza e il punto di arrivo che abbiamo descritto il più analiticamente possibile. Già questo è un lavoro enorme di tipo logico, razionale, un lavoro pesante ma anche meraviglioso perché ci porta a trasformare i nostri sogni in realtà molto concrete. Il mio primo insegnante di progettazione, un ingegnere molto serio, in abito grigio, diceva: «Il progetto è lo strumento per trasformare il sogno in cose fatte». Una definizione, secondo me, bellissima, che mi è rimasta dentro e che trovo adatta a qualsiasi contesto.

La richiesta che mi è stata fatta era dare delle informazioni molto tecniche su Creative Europe, però alcune di queste sono già state fornite dalla Regione. Possiamo anche addentrarci maggiormente su uno dei bandi, ma mi sembra anche giusto fare un discorso sulla cultura in generale perché io stessa mi sono domandata che cosa sia cultura oggi. Sono di una generazione che era giovane negli anni Settanta. Allora c'era questo slogan: "Meno ce n'è – di cultura – e più la si spalma, come la marmellata". Cultura oggi è tutto, sembra: c'è la cultura enologica, la cultura gastronomica (di cui le nostre tv sono piene), la cultura della passeggiata, la cultura della scarpe da ginnastica per la postura ideale, c'è la cultura bassa, c'è la cultura alta delle grandi istitu-

zioni. Ma la cultura che cos'è? I fondi e i finanziamenti devono riguardare tutti questi tipi di cultura? Oppure dobbiamo cominciare a distinguere? Personalmente non ho risposte, però recentemente ho letto un libro che mi ha portato a ragionare ulteriormente su queste tematiche e vi porto degli spunti, degli stimoli, in modo molto sintetico, sulle possibili relazioni esistenti tra cultura ed economia.

Io ho una formazione giuridica ed economica, sono presidente di un'associazione culturale e sono anche socia di una società di europrogettazione, ma l'idea che la cultura sia completamente asservita ad altre finalità non mi va del tutto bene: è figlia della libertà, della fantasia, mi pare. Per cui quando sento dire che la cultura deve portare turisti a tutti i costi, forse è un comprimerla in qualcosa che non è suo. È giusto fare dell'economia, anzi noi siamo qui a dare un contributo perché crediamo che si possa fare economia con la cultura, però senza eccessive forzature.

Ecco, vi passo questi stimoli, queste domande per come io le ho trovate, sperando che possano fare pensare e in modo molto libero:

TIPS

- Si può liberare la cultura da chi, con l'intento di difenderla, la soffoca?
- E' il prodotto che, facendo la sua comparsa sul mercato, a generare i propri consumatori?
- Marketing della cultura o didattica della cultura?

Queste sono tre domande. Non ci sono risposte: ognuno si dà le risposte che crede. In effetti ci sono dei soggetti che, con tutte le buone intenzioni (ma si dice che anche l'inferno ha le pareti foderate di buone intenzioni), vogliono difendere la cultura, ma in realtà la stanno soffocando. Si può togliere questa cappa sui fenomeni culturali?

Un'altra domanda molto importante, secondo me, è la seguente: voi sapete che nel mercato dei beni, molte volte, per il solo fatto che sia offerto un bene, un oggetto, grazie a campagne pubblicitarie, questo oggetto crea la sua domanda; è così anche per l'oggetto o il servizio di tipo culturale? È l'offerta che crea la domanda e non viceversa? O ci dev'essere una domanda da parte del pubblico perché sia offerto qualcosa?

Ancora. Venti anni fa si parlava di marketing della cultura, dieci anni fa di didattica della cultura: adesso di cosa parliamo?

TIPS: quanto sei d'accordo?

- Le istituzioni identificano il potere. Assorbono molto denaro pubblico: quanto più lo fanno più sono potenti
- Quanto più è stato investito denaro pubblico, tanto più l'istituzione è esonerata dalla pressione del pubblico
- Quando q/c viene promosso con vagonate di soldi questo qualcosa è buono
- Se si vuole essere come quelli che hanno successo, bisogna imitarne i comportamenti: l'oggetto d'arte diventa reliquia, "l'importante è esserci", si cerca una vicinanza magica e la magia nasce dal trovarsi tutti insieme in un luogo, non dall'opera d'arte in se stessa

Le istituzioni identificano il potere. Assorbono molto denaro pubblico, quindi quanto più lo fanno, più sono potenti. Però succede che quanto più è stato investito denaro pubblico, tanto più l'istituzione è esonerata dalla pressione del pubblico. Vi sembra vero che non ci si pone il problema di avere un pubblico? Ci si può benissimo riaggiungere alle finalità della Commissione Europea per quanto riguarda la diffusione della cultura, all'audience development: bisogna che tutti si pongano il fine dell'audience development, anche se stanno bene e hanno i soldi per sopravvivere.

Altra affermazione: quando qualcosa viene promosso con vagonate di soldi è automaticamente buono? Buono per chi? Secondo quali criteri? Per il fatto che ci sia la sovvenzione un progetto è buono? Voglio dire,

se un progetto viene finanziato e uno no, quello finanziato è veramente il migliore?

Si assiste poi a un'altra questione: l'oggetto come reliquia, l'evento culturale come qualcosa che conta, non per il fatto del valore in sé, ma per il fatto di essere lì insieme ad altri. C'è la magia di essere tutti insieme in quel determinato posto. Ma chissà quanti sono lì proprio perché gli interessa sentire l'opinione dell'ultimo autore piuttosto che...

È un po' di moda andare tutti nello stesso posto, nello stesso momento, moda anche di tipo culturale.



È vero anche che si è speso molto denaro pubblico con molta poca trasparenza per questione artistiche di scarso interesse generale. Continuiamo così in questi tempi di ristrettezze finanziarie economiche? Poi un'altra nota (mi accorgo che sono anche troppe per il tempo che abbiamo però poi ognuno di noi può approfondire, può pen-

sarci): c'è un baratro che separa la cultura seria dalla cultura di intrattenimento. Il responsabile del settore Cultura del New York Times ha detto che questa è una tragedia per l'Europa perché, «non occupandosi abbastanza di industrie creative, mercato e diversità etnica», l'Europa stessa «sta vivendo una grande stagnazione culturale». È una frase molto forte, però c'è un fondo di verità come per tanti altri aspetti del vivere oggi in Europa. C'è un essere rivolti più al passato che al futuro, con tutte le critiche che possiamo rivolgere alla cultura americana e anglosassone in genere.

Domanda dal pubblico

Non crede ci sia una relazione con la seconda affermazione?

Giovanna Roiatti

Sì è vero, infatti c'è questo baratro che separa e non è neanche una questione di soldi. Il fatto che siano spesi per un concerto 30, 40 o 50 euro vuol dire che, comunque, una certa capacità finanziaria c'è, ma un concerto pop è molto lontano dalla cultura con la C maiuscola. Non si può in qualche modo avvicinare questi mondi?

Oggi siamo di fronte a questo brusco risveglio: vengono tagliati i fondi e si impone la necessità, quindi, di risparmiare. Nelle istituzioni più grosse, pubbliche, si hanno i soldi solo per le spese correnti, quindi non si fa innovazione, non si crea la possibilità di avere partner nuovi. È chiaro che ci sono delle eccezioni: Udine è una di queste, credo, si pensi a quello che fa Casa Cavazzini, ecc. Diciamo, però, che è l'eccezione che conferma un po' la regola. Il pubblico oggi ha i soldi solo per sopravvivere e conservare se stesso, per le spese correnti. In più, quando la politica culturale comincia a risparmiare, comincia sempre dagli indipendenti, dalle briciole che dà alle associazioni culturali del territorio.

Quindi cosa si deve constatare? Che effettivamente esiste quello a cui il collega della Regione ha accennato prima, ovvero un continuo allontanamento sia dei giovani dalle istituzioni culturali sia delle classi sociali "basse". Quindi il consumatore medio di cultura in Europa è fotografato come "sessantenne, di genere femminile, con un alto reddito".

È chiaro che non si può andare avanti così e che deve essere fatto qualcosa: l'Unione Europea, infatti, fornisce i fondi per fare qualcosa di diverso, in modo che il pubbli-

co ritorni a una cultura il più aperta possibile.

Si è anche prodotto un pregiudizio per cui è libera solo la cultura sovvenzionata dallo Stato. È vero che sia libera solo quella libera dal mercato? Solo quella che è fatta vivere dal pubblico? Ciò ha provocato un po' di immobilità: le iniziative culturali difficilmente hanno avuto il coraggio di esporsi al vento del pubblico e dei suoi interessi.

Il rapporto tra arte ed economia... non si può certo contrapporre da una parte l'arte, il sublime, il bello, e, dall'altra, l'economia brutta, cattiva e triste: è abbastanza complesso questo rapporto tra economia della cultura, impresa e cultura. Federica ed Elena sono coraggiosissime ad affrontare questi temi. La domanda è questa: guadagnare con l'arte va contro l'arte?

Lasciamo stare il discorso dei privati, c'è un discorso di conflitto generazionale chiaramente. Perché i più giovani sono quelli che si devono muovere nel mercato e il conflitto è con chi invece si è accomodato sul sofà degli incentivi. Non sono parole mie. Però ci sono energie fresche che scorrazzano fuori e dobbiamo pensare che probabilmente qualcosa uscirà ed è da lì che parte questo rinnovamento.

VIDEO:

<https://www.youtube.com/watch?v=Up-FSQGBRJE&feature=youtu.be>

Traiamo qualche conclusione. Se non ci possono essere arte e cultura senza libertà, chi è che accende la miccia a questa libertà di fare cultura? È la fantasia, quindi ci servono politiche di incentivazione alla fantasia arricchendo le possibilità e le opportunità. L'idea della Regione di fare degli incubatori culturali e delle residenze teatrali con i POR dei prossimi anni rientra in questa esigenza di creare le condizioni per cui le giovani imprese culturali riescano a manifestarsi. Più che dare soldi è proprio questo da fare, cioè creare le condizioni normative, creare le condizioni di sussidiarietà (su cui torneremo fra un attimo). Adesso succede che il mondo della cultura è alla continua ricerca dei favori della politica e questo a mio avviso ha un prezzo incredibile.

Domanda dal pubblico

Si è politicizzato troppo la cultura?

Giovanna Roiatti

Si, ognuno ha i suoi protetti e i suoi protettori e andiamo avanti. Qualcuno non va

avanti, ovviamente, perché non tutti tirano per la giacca qualcun altro.

Ci sono delle novità, per esempio il crowdfunding che in Italia non è ancora sviluppato: crowdfunding vuol dire raccogliere fondi attraverso la Rete. Ha due vantaggi notevoli: divulga il progetto artistico prima che sia nato, perché è un lavoro in progress, e scardina il presupposto che il grande pubblico sia interessato solo alle banalità. Questo ce lo dicono i fatti perché anche grandi progetti sono finanziati con il crowdfunding.

Riguardo al creare i presupposti della libera manifestazione, può esserci una politica fiscale che premia con degli sgravi l'impegno dei mecenati. I musei stanno tentando, non so quanto faticosamente, di superare questa dimensione puramente espositiva e di aprirsi alle comunità e al territorio per diventare motori dello sviluppo artistico.

La sussidiarietà, di cui dicevo prima, vuol dire che pubblico e privato anche in campo culturale possono collaborare alla pari portando ognuno risorse, energie, passioni, entusiasmi, struttura e infrastrutture. Il settore pubblico può favorire e promuovere, ma basterebbe anche, delle volte, che non mettesse i bastoni tra le ruote.

Tutti questi spunti sono citazioni da un libro edito da Marsilio. Gli autori sono tedeschi (Haselbach, Klein e Opitz) e il titolo è Kulturinfarkt. Il libro riesamina queste problematiche e le possibilità di guarire da queste "malattie", chiamiamole così.

I programmi dell'Unione Europea e i bandi vanno proprio nella direzione indicata anche da questi autori così critici. Ne ha già parlato il collega, i bandi aperti sono quattro: quello sui progetti di cooperazione, quello sui network, quello sulle piattaforme e quello sulle traduzioni letterarie (se volete poi possiamo vedere il primo). Erasmus+, ne abbiamo parlato... e gli altri programmi che sono stati già accennati e che riguardano trasversalmente anche il settore culturale...

http://eacea.ec.europa.eu/index_en.php: questo è il portale, in aggiunta a quanto detto, da cui scaricare tutte le informazioni. I bandi che ci interessano sono gestiti da questa agenzia per l'istruzione, gli audiovisivi e la cultura (EACEA). Come vedete ci sono le finestre dedicate a Creative Europe, dove si trovano informazioni approfondite. L'Agenzia gestisce fondi diretti europei: Erasmus+, Creative Europe, Europe for Citizens, il mondo del volontariato, Eurydice.



Ultima cosa, qui ci sono tutti i bandi aperti sul subprogramma MEDIA, cioè tutte le call aperte che riguardano il cinema, l'industria creativa, con le scadenze molto vicine.

Federica Manaigo

Magari dopo ci dai qualche risposta su tutte le domande che ci hai posto! Come avete visto abbiamo scelto di presentare approcci molto diversi: abbiamo sentito la voce di un referente della Regione, poi di un consulente privato e adesso diamo la parola a una operatrice culturale. Il tema che stiamo trattando è molto vasto e complesso quindi potremmo stare qui a parlarne per giorni. Oggi facciamo una carrellata su diversi aspetti che ci sembravano interessanti, visto che ci affacciamo al nuovo settennato.

Elisabetta Bisaro

Mi chiamo Elisabetta Bisaro e mi occupo di progettazione europea e internazionale nell'abito della danza, una forma artistica che non avendo barriere di lingua, si presta molto bene a progetti di cooperazione. Un danzatore, se vuole fare questo mestiere come professionista, sa già che dovrà formarsi all'estero (soprattutto se italiano), e che lavorerà in molti paesi del mondo e soprattutto con un team che comprende persone di diverse nazionalità. Quindi, in qualche modo la mobilità è insita già in questa forma d'arte.

LA DANZA SI MUOVE
Progetti di cooperazione internazionale

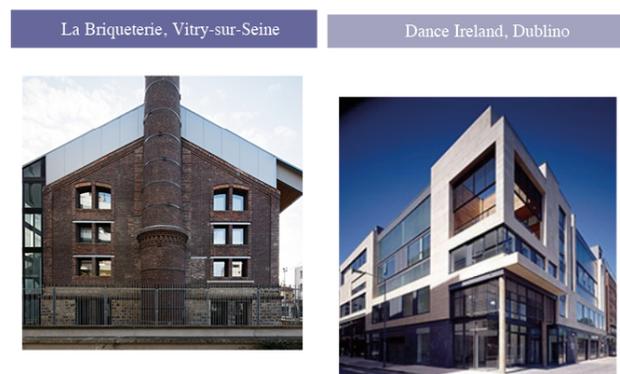


(Credit foto: ©The National Gallery, London)

Come prima immagine ho scelto la foto di un ultimo progetto di cooperazione europea a cui sto lavorando, che si chiama B-Project (Bosch Project)

<http://www.alabriqueterie.com/index.php/fr/european-attitude/b-project>, che ha portato la danza all'interno di vari musei in Europa. Qui siamo alla National Gallery a Londra, ottobre 2013. È la prima volta che la danza contemporanea entra in questo mu-

seo. È un progetto che seguo per la Briqueterie www.alabriqueterie.com, un centro di sviluppo coreografico a Vitry-sur-Seine, alle porte di Parigi, nella quale lavoro dal settembre 2013 in un ruolo che è stato creato ad hoc: un ruolo di progettazione europea per trasformare questo luogo in un polo coreografico europeo.



(Credits: foto la Briqueterie © Luc Boegly; foto Dance Ireland ©Dance Ireland)

Come vedete è un bell'esempio di architettura industriale, una ex fabbrica di mattoni dove vi lavoravano per lo più italiani. Dismessa per tanti anni, è stata acquisita dalla regione e trasformata, con l'aiuto dello Stato, in un centro di ricerca, di produzione e diffusione della danza, soprattutto contemporanea. Ci sono undici centri di sviluppo coreografico in Francia e la loro missione è quella di promuovere la cultura della danza in tutte le sue forme, sia per i professionisti sia per gli amatori. A destra, c'è Dance Ireland – la DanceHouse

www.danceireland.ie, che è la struttura in cui ho iniziato a occuparmi di progetti europei. È uno spazio pensato e costruito ad hoc per la danza, grazie a una joint venture tra l'Arts Council, la municipalità e un imprenditore privato responsabile dei lavori di risanamento dell'area in cui si trova DanceHouse, che per chi ha letto Joyce è la vecchia Monto, la zona a luci rosse di Dublino. Qui ho iniziato a occuparmi di progettazione internazionale nel 2006. C'era un edificio ma non c'era un programma: bisognava costruire ex novo un programma di supporto coreografico per la scena irlandese, scena che è molto piccola in un paese che si vede isolato. Siamo partiti cercando di tessere relazioni con organizzazioni all'estero. Abbiamo iniziato a fare progetti di scambio bilaterali con New York, con l'Inghilterra, la Scozia e la Francia.

Il primo progetto che abbiamo creato è l'International Artist Exchange, un progetto di residenze incrociate. Noi in Irlanda ospitavamo degli artisti in residenza dalla Francia e la Francia accoglieva degli artisti irlandesi. Grazie a questi primi progetti si sono rafforzati i rapporti con alcune strutture internazionali, tra cui il CDC - Le Pacifique a Grenoble, nel sud della Francia, con il quale abbiamo scritto il primo progetto finanziato dell'Unione Europea attraverso il Leonardo Lifelong Learning Programme, il Pro-

gramma di Apprendimento Permanente. Un progetto piccolo, assieme a cinque paesi: piccolo soprattutto per quanto riguarda il budget, finanziato tra l'altro al 100% dal programma Leonardo.

Questo progetto era destinato a dieci artisti emergenti: l'idea centrale era quella di offrire loro un periodo di formazione nelle cinque strutture facenti parte il progetto. Un processo, quindi, di apprendimento per gli artisti ma anche per i partner. Uno dei pro dei progetti di cooperazione è l'apprendimento, l'essere esposti a dei modelli di lavoro diversi dal proprio e anche a contesti culturali, sociali, diversi.

Nel mentre Dance Ireland entrava in una rete europea che comprende la maggior parte delle case della danza, l'European Dancehouse Network

www.ednetwork.eu. Per "case della danza" si intende quelle strutture che hanno come missione quella di promuovere la danza. Di solito hanno una fascia di programma dedicata al supporto coreografico per artisti professionisti (e quindi danno supporto per la ricerca, per la produzione, per la tournée) e una parte dedicata al pubblico (con corsi in molte discipline corporee). Questa rete comprende strutture molto diverse: si va da una grande dance hou-

se come Tanzhaus Düsseldorf o la Biennale di Lione, con il budget per la danza più grande al mondo, a strutture molto piccole o ancora in fieri. L'idea è quella di aiutarsi a vicenda e, quindi, di poter lavorare su un progetto ambizioso offrendo quello che ciascuno ha a disposizione.

Modul-dance www.modul-dance.eu è un progetto quinquennale all'interno del programma Cultura 2007-2013, finanziato al 50% dall'Unione Europea. Questo a oggi è il progetto di danza con il budget più alto finora stanziato dall'Europa (più di quattro milioni di euro spalmati su cinque anni). Finisce a ottobre di quest'anno e comprende 16 paesi europei. Si chiama Modul-dance perché riproduce i vari moduli che costituiscono le diverse fasi di creazione di un progetto artistico: ricerca, residenza, produzione e presentazione. L'idea è che, dietro a ogni progetto coreografico, ci siano almeno quattro case della danza. La nostra a Dublino poteva offrire spazi: noi offrivamo agli artisti lo spazio per i momenti di ricerca e residenza. Lione offriva la possibilità di coprodurre lo spettacolo, Mercat de Les Flors a Barcellona lo presentava. All'interno del progetto siamo riusciti a sostenere una cinquantina di coreografi, l'equivalente di 400 artisti.

In contemporanea abbiamo iniziato a lavorare su un progetto di collaborazione un po' più piccolo di due anni che si chiama E-Motional 2011-2013

<http://e-motional.eu/>: il primo progetto dove il leader era un'organizzazione di un paese dell'est, la Romania. Il progetto ha coinvolto altri cinque paesi, tutti alla periferia dell'Europa geograficamente: l'Irlanda, la Lettonia, Cipro, l'Inghilterra e la Turchia come paese associato. Un progetto per artisti ma anche per operatori. Era la prima volta che si utilizzavano dei fondi europei per sostenere non soltanto l'attività artistica, ma anche per formare degli operatori in paesi dove manca una professionalizzazione di questo mestiere.

Prima di partire dall'Irlanda ho iniziato a lavorare a un progetto che si chiama Léim www.leimproject.eu, che in irlandese significa "salto", pensato solo per gli operatori. È un leadership programme biennale volto a individuare, coltivare e investire nella prossima generazione di operatori culturali nella danza contemporanea, vale a dire curatori, programmatori e manager. Un innovativo programma di ricerca-azione, che offre ai partecipanti specifiche e preziose esperienze sul campo, in organizzazioni con un alto grado di competenza nel campo della danza, sia nel proprio paese che a livello

europeo (Germania, Italia, Irlanda, Cipro e Spagna). Il programma mira a costruire una comunità a livello europeo di operatori della cultura in grado di giocare più ruoli in diverse organizzazioni orizzontali (multi-players) e stimolare il loro sviluppo creativo attraverso lo scambio e l'interazione con le istituzioni, gli artisti e le comunità al di fuori del contesto culturale abituale in cui operano.

A settembre ho cominciato a lavorare alla Briqueterie, che aveva già in corso un progetto che si chiama Métamorphoses www.alabriqueterie.com/index.php/fr/european-attitude/metamorphoses con altri due paesi, il Belgio e la Polonia. È un progetto di cooperazione biennale di 400 000 euro (con un finanziamento del 50% da parte dell'Unione Europea), attorno alla trasformazione dei luoghi. La Briqueterie era una fabbrica, Zamek Centre è un castello che doveva ospitare il bureau di Hitler durante la Seconda Guerra Mondiale, les Briggittines è una chiesa sconsacrata. I progetti artistici selezionati attraverso una call ruotano attorno a temi forti come il lavoro, il potere e il sacro.

Nello stesso tempo abbiamo iniziato un progetto che si chiama Migrant Bodies www.alabriqueterie.com/index.php/fr/european-attitude/migrant-bodies, guidato da

un partner italiano, il CSC di Bassano del Grappa: un progetto di collaborazione biennale coi paesi terzi, che include in questo caso il Canada (con due città: Vancouver e Montreal). Migrant Bodies intende utilizzare strumenti artistici e culturali per aprire una riflessione civile sulle migrazioni, l'impatto culturale e le differenze che portano con sé, viste come fonte di valori e di ricchezza sia per le società europee che canadesi. Il progetto prevede il coinvolgimento di 16 artisti (6 coreografi/danzatori, 5 scrittori, 5 artisti visivi) di 3 paesi europei (Italia, Francia, Croazia) e di 2 province canadesi (Quèbec e British Columbia). Ampio spazio è dedicato all'interazione con un pubblico diverso. Ogni partner crea un programma ad hoc per cercare di mettere in relazione l'artistico e gli artisti con le comunità di migranti, le associazioni che lavorano in questo settore, le università. Quindi stiamo cercando di lavorare su un piano che non è puramente artistico, di aprire la ricerca a diversi settori della società.

L'ultimo progetto è B-Project, con cui ho aperto la mia presentazione. Pur non essendo finanziato dall'Unione Europea, si tratta comunque di un progetto di cooperazione europea. Lo finanzia la fondazione olandese Jheronimus Bosch 500 Foundation www.bosch500.nl/en/home, costituita per celebrare i 500 anni della morte del fa-

moso pittore fiammingo. Questo piccolo progetto ha portato la danza all'interno dei musei a Vienna, a Londra e al Louvre, con cui stiamo cercando di aprire una collaborazione, per riuscire a portarvi i cinque progetti artistici che vengono sviluppati all'interno di questo progetto nel 2015, quindi l'anno prima dei grandi festeggiamenti in onore di Jheronimus Bosch.

Federica Manaigo

Grazie Elisabetta, adesso facciamo un altro salto con Tommaso Bernardini di Friuli Innovazione che ci parlerà soprattutto di design e del programma Horizon 2020.

Tommaso Bernardini

Buonasera a tutti. Lavoro per Friuli Innovazione e mi occupo in particolare dell'area Finanziamento alle Imprese. Parleremo di come creatività e design possono collaborare con ricerca e sviluppo, intese in senso tecnologico. Innanzitutto vi farò una breve presentazione su Friuli Innovazione, poi andrò un po' più nel dettaglio nella tematica, per finire su Horizon 2020, questo nuovo programma europeo per ricerca e innovazione.



Friuli Innovazione

www.friulinnovazione.it è un centro di ricerca e trasferimento tecnologico. Nella slide, sulla sinistra, vedete i nostri soci, quindi: il mondo della ricerca con l'Università degli Studi di Udine, il mondo industriale con Confindustria e la Camera di Commercio, per poi passare ad amministrazioni pubbliche, come Comune e Provincia di Udine, e anche il mondo bancario.

Quello che facciamo è rappresentato nella parte centrale della slide:

- Trasferimento tecnologico (inteso come favorire la collaborazione tra ricerca e impresa);
- Finanziamento alle imprese (legato al supporto per accedere a finanziamenti regionali ed europei);
- Fare impresa (cioè supportare chi ha un'idea imprenditoriale a costituire effettivamente la propria impresa);

- Insediamiento (che è la parte di gestione degli spazi al Parco Scientifico e Tecnologico Luigi Danieli di Udine).

All'interno dell'area Finanziamento alle Imprese, in cui lavoro io, c'è anche lo sportello APRE Udine: APRE è l'Agenzia per la Promozione della Ricerca Europea

www.apre.it, un'associazione nazionale che vuole favorire la partecipazione italiana ai programmi europei di ricerca, sviluppo e innovazione. Opera attraverso una serie di sportelli che sono dislocati su tutto il territorio nazionale e che poi operano in stretto contatto con i National Contact Point [www.apre.it/ricerca-europea/vii-programma-a-quadro/ncp-\(punti-di-contatto-nazionale\)](http://www.apre.it/ricerca-europea/vii-programma-a-quadro/ncp-(punti-di-contatto-nazionale))

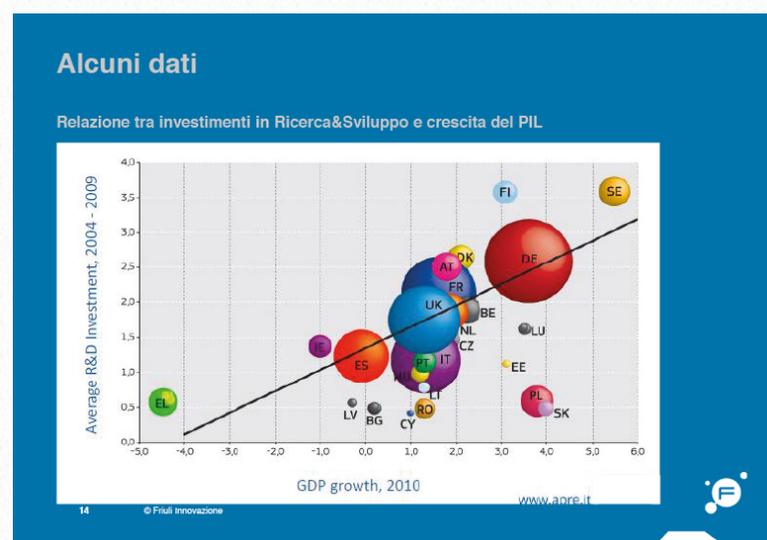
(i Punti di Contatto Nazionale) presso APRE Roma. Nella nostra regione ci sono due sportelli: uno qui al Parco e uno a Trieste, presso AREA Science Park.

Che cosa facciamo e chi può rivolgersi a noi? Fondamentalmente seguiamo e supportiamo chi ha un'idea innovativa, dalla fase iniziale (quindi capire che strumento di finanziamento ci può essere a disposizione), per passare all'analisi della documentazione, poi alla fase più concreta di ricerca partner e al supporto alla scrittura e revisione del progetto vero e proprio.

Questo lo possiamo fare perché noi stessi partecipiamo a progetti europei, nazionali e regionali: abbiamo a disposizione una serie di contatti diretti con enti simili a noi e abbiamo esperienza, oltre che nella scrittura, anche nella gestione di varie tipologie di progetti.

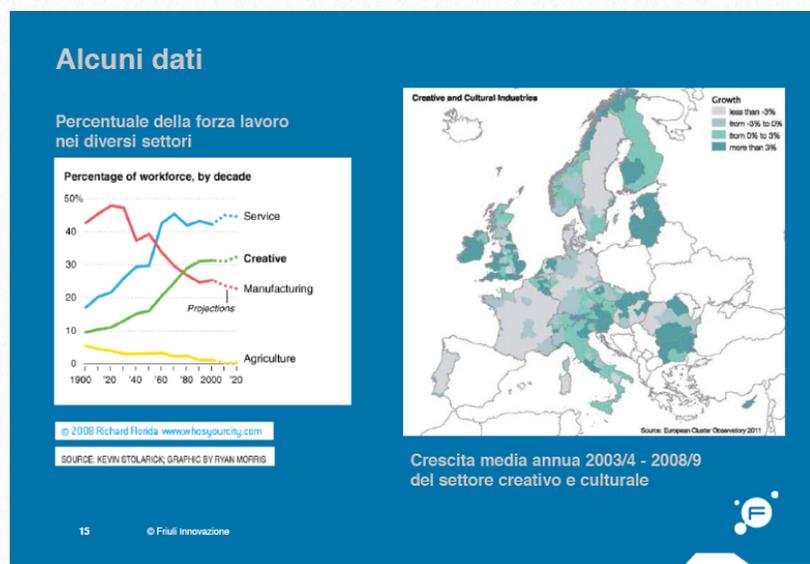
La nostra attività di sportello è legata soprattutto all'aspetto informativo sui programmi europei, attraverso e-mail, help line telefonica, incontri, una newsletter mensile ed eventi di presentazione delle opportunità di finanziamento.

Passiamo ora alla tematica del mio intervento, quindi come fare ricerca e sviluppo attraverso design e creatività.



Nel grafico viene rappresentata la relazione tra la crescita del PIL e gli investimenti in ricerca e sviluppo. Come vedete i paesi che più investono in ricerca e sviluppo sono anche quelli che hanno la crescita del PIL più alta. In questo caso l'Italia si trova

in una posizione non proprio buona, nel senso che ha una percentuale di investimento abbastanza bassa e questo si lega anche alla crescita del PIL.



Nel grafico a sinistra si vede l'andamento della forza lavoro nell'ultimo secolo, come si è spostata: si vede come l'industria creativa sia partita da circa il 10% per crescere poi oltre il 30%. Al contrario il manifatturiero è sceso. La cartina a destra rappresenta la crescita media annua del settore creativo e culturale nelle varie regioni: anche in questo caso emerge come, ad esempio per l'Italia e per altri paesi, la crescita di questi settori sia risultata importante.

Alla luce di queste considerazioni c'è una certa tendenza a livello europeo a considerare gli aspetti culturali e creativi come un potenziale da supportare: c'è ad esempio un Libro verde del 2010

http://ec.europa.eu/green-papers/index_it.htm in cui viene espresso, già nel titolo, il concetto secondo cui, se l'Europa vuole

restare competitiva, deve creare le condizioni propizie per il fiorire della creatività e dell'innovazione. Creatività e innovazione, quindi, iniziano a diventare degli elementi che possono cooperare per un obiettivo generale di crescita economica e sociale. Viene rilevato come le imprese creative siano spesso imprese altamente innovative con grande potenziale economico e come queste imprese creative abbiano anche un ruolo cruciale nello sviluppo della società dell'informazione, quindi un impatto che magari potrebbe non essere considerato così immediato.

Nel 2012 è stato divulgato un altro documento della Commissione Europea intitolato "Valorizzare i settori culturali e creativi per favorire la crescita e l'occupazione nell'Unione Europea"

http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/com537_it.pdf: anche in questo caso viene messo in risalto

come l'innovazione è sempre più trainata da fattori non solo tecnologici, ma anche legati a creatività e design, e l'aspetto importante di questi ecosistemi creativi sta nella qualità e diversità delle interazioni tra settori e attori diversi (in qualche modo, quindi, una contaminazione tra diversi aspetti).

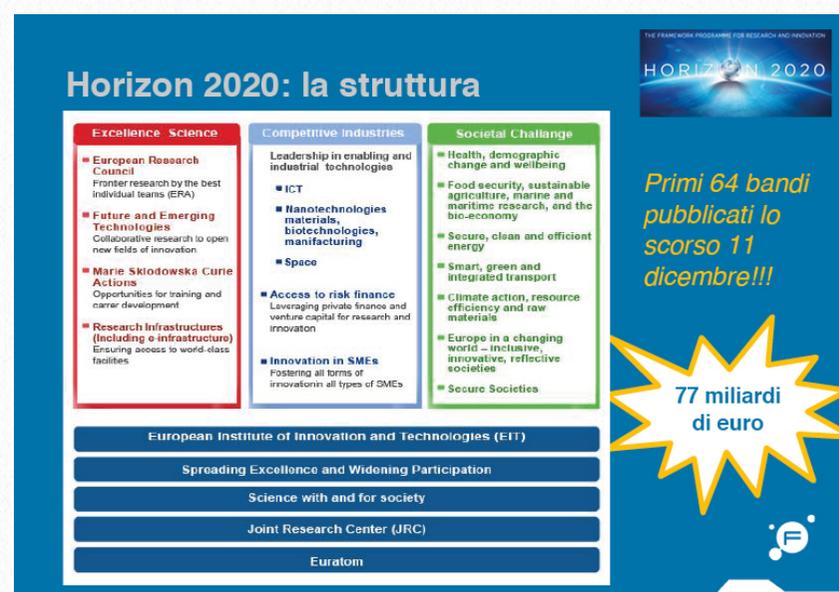
Infine, c'è un documento dell'anno scorso della Commissione Europea

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/design/design-swd-2013-380_en.pdf legato più al design, quindi a come tutte le forme di innovazione debbano essere finanziate. In particolar modo il design viene riconosciuto come una disciplina critica in questo senso in quanto può favorire la trasformazione delle idee in prodotti, e facilitare la trasformazione da idee, magari solamente tecnologiche, effettivamente in prodotti e servizi spendibili sul mercato. In qualche modo viene incoraggiato il fatto che il design sia strumento di innovazione e che diventi uno strumento complementare a quelle che sono le attività di ricerca e sviluppo tecnologico intese in senso tradizionale.

In questo filone si colloca anche Horizon <http://www.ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/home>, il nuovo programma europeo per la ricerca e lo sviluppo, in quanto strumento operativo di Europa 2020, la strategia europea per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva. Horizon recepisce i documenti presentati poco fa in cui si vuole favorire sempre di più il connubio tra innovazione tecnologica e altre tipologie di innovazione.

Horizon ha una disponibilità finanziaria di quasi 80 miliardi di euro e raggruppa in un unico programma tutti quelli che precedentemente

erano i programmi a favore di ricerca e innovazione in Europa, in un'ottica di semplificazione delle regole di partecipazione. Horizon inoltre opererà in stretta correlazione con la Politica di Coesione europea, quindi con le politiche regionali, e punterà ad affrontare le sfide sociali che l'Europa dovrà affrontare nel futuro. Altro aspetto importante, andrà a supportare l'intera catena del valore: non solo la ricerca di base, quindi, ma anche lo sviluppo e l'innovazione, e l'innovazione verrà finanziata in tutte le sue forme.



Questa è brevemente la struttura del programma. Ci sono tre pilastri principali: il primo è legato alla ricerca di base, in particolare è dedicato a centri di ricerca e università; il secondo è legato più alla competitività delle industrie, quindi con un focus sul settore industriale e un particolare focus sulle PMI; il terzo è legato alle sfide sociali, quindi progetti che devono andare a risolvere in maniera trasversale delle particolari

sfide (si va dalla sicurezza, all'energia e così via).

Sotto ci sono altri cinque sottoprogrammi trasversali ai tre pilastri che si occupano di aspetti specifici.

I primi bandi sono già stati pubblicati a dicembre e nel corso dei prossimi anni ne usciranno molti altri.

Alcuni aspetti tecnici su chi può partecipare al programma: fondamentalmente qualsiasi soggetto giuridico stabilito in uno stato membro associato o anche in paesi terzi.

Da Horizon la novità è la partecipazione dei soggetti giuridici anche sprovvisti di personalità giuridica (si fa riferimento, ad esempio, alle associazioni no profit), purché ci sia comunque una responsabilità contrattuale e finanziaria da parte dei rappresentanti legali. Essendo un programma europeo c'è la regola classica della collaborazione tra più soggetti provenienti da diversi stati, con alcune eccezioni in cui è permessa la partecipazione di un solo soggetto.

Alcune indicazioni sulle forme di finanziamento all'interno di Horizon. Ho indicato le tre principali, quelle che possono interessare di più le imprese:

- **Research and Innovation Action:** sono progetti di ricerca e sviluppo veri e propri. Si va quindi a finanziare ricerca, sviluppo tecnologico, prototipazione e così via. Le percentuali di finanziamento sono elevate: 100% per i costi diretti, 25% per i costi indiretti;
- **Innovation Action:** azione legata ad aspetti più vicini al mercato, meno di ricerca, quindi sviluppo dei test, prototipi e così via. La percentuale di finanziamento diretto si abbassa al 70% tranne che per gli enti no profit, per i quali rimane sempre al 100%;
- **Strumento per le PMI:** lo presento nel dettaglio perché è una novità e può essere di particolare interesse. Con questo strumento si vuole coprire l'intero ciclo di vita di un'idea. Nella prima fase viene finanziato lo studio di fattibilità (l'impresa capisce se effettivamente la propria idea ha un valore dal punto di vista tecnologico, commerciale ed economico), c'è poi una fase di sviluppo dal punto di vista di progetto di ricerca e sviluppo e poi una terza fase di supporto alla commercializzazione.

Horizon 2020: lo strumento per le PMI

Fasi	Fase 1 - Studio di fattibilità	Fase 2 - Progetto di ricerca e sviluppo	Fase 3 - Commercializzazione
Contributo	Forfettario pari a 50.000 euro	Tra 0,5 e 3,5 milioni di euro, pari al 70% dei costi del progetto	No contributo: servizi di supporto (es. networking, accesso al credito)
Durata progetto	6 mesi circa	Tra 12 e 24 mesi	/
Presentazione	18/06/2014 24/09/2014 17/12/2014	09/10/2014 17/12/2014	/

Fonte: APRE
28 © Friuli Innovazione

La prima fase ha un contributo forfettario di 50 000 euro per la realizzazione dello studio di fattibilità e il progetto dura circa sei mesi. Nella seconda fase, in cui c'è il progetto di ricerca vera e proprio, il contributo sale in termini quantitativi: da mezzo milione a 3,5 milioni di euro, con una percentuale di finanziamento del 70% e una durata che è tra uno e due anni. Nella terza fase non ci sono contributi bensì una serie di servizi a supporto della commercializzazione (networking, accesso al credito e così via).

In basso, nella tabella, ci sono le scadenze per le singole fasi. Come vedete, sono ripetute nel corso dell'anno. Qui sono indicate quelle del 2014. Nel 2015 ci sarà stessa la stessa cadenza.

Ora vedremo come si intende supportare le industrie creative e il design all'interno di Horizon 2020 prevalentemente dedicato alla ricerca tecnologica. Vi citerò alcuni ban-

di che sono usciti o che usciranno nel prossimo anno.

La misura Research and Innovation Staff Exchange (RISE)

<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/calls/h2020-msca-rise-2014.html> è legata al

primo pilastro, quindi alle azioni Marie Curie per la mobilità dei ricercatori. Anche in questo sottoprogramma si parla della necessità che, in qualche modo, ci sia lo scambio tra ricerca e innovazione. Particolare importanza viene data alla creatività, al fatto che le idee creative diventino effettivamente prodotti e servizi altrettanto innovativi.

Passando al secondo pilastro, quello legato più all'ambito industriale, c'è il topic (Call for Nanotechnologies, Advanced Materials and Production

<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/2513-nmp-18-2014.html>) nell'ambito

delle nanotecnologie e nuovi materiali. In questo caso il topic specifico parla di materiali che siano sviluppati a favore del settore delle industrie creative, quindi con un approccio basato sul design che aiuti la competitività e il successo delle industrie creative europee legate all'ambito manifatturiero. Sono elencati i settori che potrebbero essere interessati: si parte da artigianato,

mobili, gioielleria, quindi è molto ampio come concetto. L'obiettivo è avere materiali innovativi che possano essere utilizzati nel settore delle industrie creative.

Passando a un'altra tematica, siamo nell'ambito ICT, quindi informatico, e anche qui c'è un topic specifico di ricerca legato al supporto e alla crescita di industrie creative. Qui viene rilevato come sia sempre più importante che le imprese, soprattutto le PMI, nell'ambito creativo utilizzino strumenti ICT nella propria attività. I progetti presentati su questo topic (ICT 2014 - Information and Communications Technologies <http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/89-ict-18-2014.html>) dovranno quindi favorire l'utilizzo da parte delle PMI creative di soluzioni ICT innovative.

Altro topic (ICT 2014 - Information and Communications Technologies http://ec.europa.eu/research/participants/portal/doc/call/h2020/common/1587758-05i_ict_wp_2014-2015_en.pdf), sempre legato all'informatica: anche qui si parla di tecnologie per le industrie creative, quindi la necessità che i contenuti creati abbiano sempre di più un aspetto creativo e che ci sia collaborazione nell'ambito della creazione di contenuti digitali e nell'ambito delle industrie creative e dei media.

Infine anche in un ambito molto tecnologico come quello dell'interazione tra computer e uomo (ICT 2014 - Information and Communications Technologies <http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/91-ict-22-2014.html>) viene in qualche modo fatto rientrare l'aspetto creativo in quanto visto come elemento che favorisce l'interfaccia tra uomo e computer.

Ancora un altro bando legato in questo caso allo strumento PMI che si aprirà il prossimo anno (Horizon 2020 dedicated SME Instrument – Phase 1 2015 <http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/2553-inso-10-2015-1.html>). Anche in questo caso viene sottolineata l'importanza di andare oltre le tradizionali barriere e quindi inglobare e favorire la nascita di servizi e industrie creative nuove anche attraverso nuovi modelli di business.

Un ultimo accenno a uno dei sottoprogrammi di Horizon – Scienze with and for Society – un bando <http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/2423-seac-1-2014.html> in cui si punta a favorire l'attrazione da parte delle carriere scientifiche per i giovani. Viene ripreso sempre l'aspetto secondo cui creatività e

competitività devono andare di pari passo e la scienza deve sempre di più rafforzare il legame con l'ambito artistico e creativo.

SLIDE 37 Questo è il portale dell'Unione Europea attraverso il quale si può accedere ai bandi Horizon. È stato creato uno strumento attraverso il quale, inserendo dei termini chiave, è possibile ottenere i bandi che contengono quei termini, per cui si può capire in quali bandi un soggetto, una impresa, potrebbe rientrare.

Io ho concluso. Vi lascio i miei riferimenti e quelli della dottoressa Romina Kocina, che è la responsabile dello sportello APRE. Siamo chiaramente a disposizione per ulteriori informazioni e approfondimenti su queste tematiche.

Federica Manaigo

Abbiamo ancora un intervento. La giornata è lunga e densa: speriamo che possa comunque essere utile per tutti. Lascio ora la parola alla dottoressa Mengotti.

Elena Mengotti

Buonasera a tutti, sono Elena Mengotti, lavoro alla Direzione cultura del Friuli Venezia Giulia. In questa breve presentazione sarà illustrato il programma COSME, che affronta anche il tema del difficile rapporto tra impresa e cultura.

Il programma COSME perché? A livello di Unione Europea le PMI, che sono il target del programma, rappresentano il 99% delle imprese. Offrono due su tre posti di lavoro del settore privato, garantiscono il 67% dei posti di lavoro, e contribuiscono al 58% del valore aggiunto totale creato dalle imprese nell'Unione Europea. Quindi in un momento di crisi economica, per l'Unione Europea una delle priorità è la crescita e le PMI sono uno dei principali motori di sviluppo economico e di integrazione sociale.

Il programma COSME deriva dal precedente programma CIP per il periodo 2007-2013 e nasce con quattro obiettivi:

- Migliorare le condizioni per la competitività delle imprese dell'Unione Europea attraverso delle azioni di sensibilizzazione, dei convegni, degli eventi ma anche attività di sviluppo delle politiche degli attori regionali, locali e nazionali, e sviluppo di attività anche turistiche e di nuovi concetti di business;

- Promozione dell'imprenditorialità attraverso un programma specifico, che si chiama Erasmus per giovani imprenditori e che prevede lo scambio all'interno dell'Unione (e dei paesi che poi vedremo nell'area programma) di giovani imprenditori, quindi esperienze lavorative;
- Migliorare l'accesso ai finanziamenti delle PMI perché, sebbene abbiamo visto che i numeri delle PMI sono molto significativi, c'è anche una forte criticità, ovvero una difficoltà per le PMI di accesso al credito;
- Migliorare l'accesso ai finanziamenti e ai mercati attraverso specifici fondi, strumenti di garanzia per le imprese gestiti dalla Banca Europea per gli Investimenti.

Il programma COSME a chi si rivolge? Alle PMI, agli imprenditori ma anche ai professionisti (attraverso l'utilizzo di una rete della quale vedremo più tardi la natura), alle organizzazioni rappresentative degli imprenditori e dei professionisti, alle amministrazioni regionali e nazionali che riceveranno strumenti per attuare riforme volte al miglioramento e alla semplificazione del contesto per il business e agli intermediari finanziari.

L'area programma comprende i 28 paesi dell'Unione, i paesi potenziali candidati, i

paesi candidati, i paesi dell'area del bacino del Mediterraneo e i paesi EFTA/SEE.

Il programma COSME ha una dotazione finanziaria di 2,3 miliardi di euro per il periodo 2014-2020 e ha forti interazioni con Horizon 2020. Entrambi hanno lo stesso obiettivo: COSME attraverso il sostegno ad azioni orizzontali, Horizon attraverso finanziamenti diretti per progetti di innovazione (come prima ci spiegava Tommaso).

La rete, che è l'Enterprise Europe Network <http://een.ec.europa.eu/> di cui vi dicevo prima, supporta entrambi i programmi ma COSME nasce per l'esigenza sentita dall'Unione Europea di dare un programma specifico per le PMI e i professionisti per evidenziare la loro importanza strategica sia politica che economica. Dicevamo che deriva dal precedente programma CIP: molti degli strumenti del CIP della passata programmazione sono convogliati in Horizon 2020 e l'elemento di competitività su COSME (per questo 2,3 miliardi di euro che però si vanno a sommare a parte di quelli di Horizon 2020).

Uno degli strumenti principali per dare attuazione al COSME è la rete Enterprise Europe Network, un insieme di soggetti all'interno dei paesi dell'area programma che si uniscono attraverso questa rete e forniscono

no servizi di consulenza per le imprese, supportano la creazione di collaborazioni trans frontaliere tra imprese e rappresentano un canale di comunicazione tra le PMI e l'Unione Europea. Molte volte viene lamentata una distanza delle istituzioni comunitarie rispetto al tessuto economico e sociale pertanto questa rete tende a favorire i contatti.

Enterprise Europe Network aiuta quindi le PMI a:

- sfruttare le opportunità offerte dal mercato europeo;
- tende a supportare canali di internazionalizzazione, quindi a sviluppare le attività delle PMI, anche culturali, in nuovi mercati;
- trasferimento di tecnologia;
- supportare l'accesso ai finanziamenti;
- fornire anche consulenza legale sia su come si scrive un progetto sia su dove trovare alcune normative comunitarie e alcuni finanziamenti specifici;
- fornire servizi di informazione in generale anche sui diritti di proprietà intellettuale o sui brevetti all'interno dell'Unione Europea.

Il bando per l'istituzione della rete (perché è un bando pubblico che fa nascere la rete per ogni periodo di programmazione) è uscito di recente – il 22 gennaio 2014 – e la call scade il 15 maggio. Mette a disposizione 336 milioni di euro per progetti specifici (93 milioni nei primi due anni). Chi può aderire alla rete? Organizzazioni pubbliche o private. La rete nel periodo 2007-2013 aveva come componenti 600 organizzazioni partner, che venivano da 53 paesi dell'area programma. Visto il grande numero di imprese interessate e di soggetti aderenti alla rete, i partecipanti hanno deciso di strutturarsi in 17 gruppi di settori: tra questi il settore delle industrie creative, il settore del tessile e della moda e il settore del patrimonio turistico e culturale.

In Italia come si è strutturata la rete? Suddividendosi in cinque consorzi. Il consorzio di riferimento per la nostra Regione era il Friend Europe <http://www.friendeurope.it>. Nel sito Internet <http://een.ec.europa.eu> potete andare a consultare le azioni nella precedente programmazione. I partner erano nove ed erano tra gli altri Informest Consulting, l'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Trieste, quella di Udine e quella di Pordenone, Veneto Innovazione, Trentino Sviluppo, in rappresentanza delle regioni rappresentate nel consorzio.

Ma veniamo di nuovo al programma CO-SME. Abbiamo visto la rete come strumento di attuazione del programma. Un altro elemento importante è che COSME si struttura sulla base di programmi di lavoro. Quello del 2014 è appena uscito e ha una dotazione di 275 milioni di euro. Dà una forte priorità all'internazionalizzazione delle imprese, soprattutto punta molto alla promozione turistica e quindi alla cultura in chiave turistica. Dieci milioni sono dedicati alla promozione dell'imprenditoria, 25 milioni alla semplificazione delle regole amministrative (quindi alla riduzione degli oneri burocratici).

Dopo queste premesse generali, ho pensato che fosse utile portare qualche esempio di progetti che possono essere presentati all'interno di COSME. Nel precedente periodo di programmazione, ho selezionato due iniziative finanziate, che vi illustro oggi, una più piccola e una un po' più grande, per poter comprendere cosa si può fare nel campo della cultura e della creatività. Un primo esempio di idea progettuale finanziata è il progetto presentato per il rinnovamento dei locali della The Dance School, una scuola di danza di Barcellona. Attraverso una unione tra la Banca Europea per gli Investimenti e la spagnola MicroBank è stato costituito un fondo per l'accesso al microcredito delle PMI ed è

stato finanziato questo prestito di 25 000 euro, quindi un ammontare contenuto, attraverso il quale è stata avviata la scuola di danza dopo il rinnovamento dei locali di proprietà della scuola. Un altro esempio, di dimensione finanziaria più importante (il prestito ammonta infatti a 2,9 milioni di euro), è il progetto che è stato sviluppato attraverso la rete Enterprise Europe Network che ha messo in contatto il museo di storia di una regione del sud della Bulgaria con dei professionisti che aderivano alla rete e una società di ICT spagnola, Trilogic. Attraverso questo progetto sono state create le immagini bi e tridimensionali della collezione del museo e grazie a questo non solo il museo è stato messo online, quindi la fruibilità delle opere è stata possibile attraverso Internet, ma sono state create anche nuove applicazioni per gli smartphone e quindi c'è stata la possibilità di organizzare anche mostre interattive.

Federica Manaigo

Possiamo dire cosa si intende per prestito garantito?

Elena Mengotti

Sono stati istituiti dei fondi per il finanziamento di prestiti a tassi estremamente agevolati nei quali non venivano chieste garanzie reali. Quindi si mettono insieme fondi di istituti di credito nazionali e fondi della Banca Europea per gli Investimenti (questo almeno fino alla passata programmazione, ritengo che avverrà anche entro quest'anno per la nuova programmazione) e quindi c'è sempre il cofinanziamento da parte dell'istituto nazionale.

Tutto questo in estrema sintesi. Vi lascio i riferimenti ai siti del:

programma precedente CIP

(<http://ec.europa.eu/cip/>);

programma COSME attuale

(<http://ec.europa.eu/cip/cosme/>);

Enterprise Europe Network

(<http://een.ec.europa.eu/>);

sulle quali trovate anche gli estremi della call che scade a maggio e dove ci sono alcune faq e numerose informazioni. Grazie per l'attenzione.

Federica Manaigo

Adesso, se avete voglia di fermarvi ancora un po', non molto, possiamo fare alcune domande visto che abbiamo dei professionisti che si occupano di programmazione europea, finanziamenti, progettazione.

Domanda dal pubblico

Per il primo relatore, riguardo ai finanziamenti diretti e indiretti: uno esclude l'altro? Se si ha in mente un progetto molto articolato, come interagiscono questi aiuti?

Emanuele Giassi

Prima di presentare un progetto e la propria idea è fondamentale individuare il bando giusto. L'integrazione tra fondi esiste, però tra fondi strutturali e fondi diretti a volte è molto difficile, perché per i fondi strutturali parliamo di iniziative regionali, di cooperazione transfrontaliera, di finanziamenti per altri tipi di attività rispetto a quello che può essere percepito come contenuto dei finanziamenti diretti. Se faccio un progetto culturale di danza su Europa Creativa, sarà più complicato trovare un contributo su un fondo strutturale, perché il programma operativo su cui si basa il fondo

strutturale molto difficilmente prevederà finanziamenti per un progetto sulla danza.

Federica Manaigo

Per poter accedere a un programma europeo devo rivolgermi a un consulente? Cosa faccio: studio tutti i siti e ci perdo un mese, prendo una persona che si occupa solo di quello o secondo voi, un po' alla volta, riusciremo ad avere più confidenza con questi strumenti?

Emanuele Giassi

Intanto bisogna avere molta pazienza! In genere l'amministrazione pubblica può fornire un'indicazione su dove, magari, presentare una proposta di progetto, ma non fornisce un servizio di scrittura del progetto (anche perché non sarebbe fattibile). Stiamo riflettendo su come la Direzione cultura può dare un supporto se non altro generale agli operatori.

Domanda dal pubblico

In merito a un'eventuale apertura di uno sportello regionale, credo che sarebbe importante – se non necessaria – per riuscire a puntare verso un futuro migliore e per la realizzazione dei progetti, perché si rischia di spendere e disperdere molte energie. Un preciso sito di riferimento, un preciso sportello, credo che sarebbe positivo anche in una dinamica economica della Regione stessa perché più associazioni, imprese, ricevono fondi europei, meno la Regione si sente obbligata a eventuali finanziamenti. Questa è la mia proposta utopica.

Emanuele Giassi

Idealmente una delle finalità principali è cominciare a creare un sistema, una rete, tra gli operatori, in modo tale che un operatore non presenti un progetto identico a un altro, magari sullo stesso canale di finanziamento, non sapendo che i due stanno facendo la stessa cosa. Cerchiamo, quindi, lentamente di convogliare un po' le associazioni e le realtà culturali verso tematiche ben precise. Il pomeriggio del 27 gennaio, infatti, abbiamo deciso appositamente di dividere in dieci tematiche principali e raggruppare le proposte di progetto arrivate,

in modo tale da sistematizzare un po' l'attività culturale in regione.

Elisabetta Bisaro

Prima di pensare al progetto pensate ai partner. Nel 90% dei casi il successo di un progetto dipende da chi vi scegliete come compagni di viaggio per almeno due anni. Questo è fondamentale.

Secondo consiglio che viene dalla mia esperienza (parlo di finanziamenti diretti, quindi di programma Cultura): il primo progetto sarebbe meglio non farlo come leader di progetto, ma come coorganizzatore o come associato, in modo tale che vi associate a qualcuno che ha già un po' di esperienza, perché i progetti europei sono piuttosto pesanti dal punto di vista amministrativo. È un modo per imparare a lavorare, imparare le buone pratiche e sviluppare un progetto in maniera indipendente.

Giovanna Roiatti

Concordo completamente con quanto detto. Certo che il soggetto più preparato per progettare sarebbe proprio quello che sa dove vuole andare la sua organizzazione, perché ovviamente sa il passato, sa cosa

si sta facendo e che cosa si potrà fare, sa quali sono il bilancio e le risorse umane. Certo che i progetti europei richiedono una dose di tecnica per cui si trovano poche persone ancora. Non è che con un corso anche intensivo di europrogettazione, magari pagato tantissimo a Roma o a Milano, si riesca a progettare, insomma. Poi non sono più i tempi delle passate programmazioni.

Ricordo che nel 2005 scrissi cinque progetti per cinque scuole diverse, transfrontaliere, e furono tutti finanziati (poi i presidi non mi vollero più molto bene perché si trovarono dentro alla burocrazia regionale!). È un mestiere, insomma, che può dare molte soddisfazioni ma anche molte frustrazioni quando non si capisce bene dove vuole andare l'organizzazione. Comunque se ne vedono di tutti i colori rispetto alla preparazione per rispondere a bandi europei. Mi è arrivata, l'altro giorno, un'associazione a cui ho dato una consulenza gratuita (sono anche consulente del Centro Servizi al Volontariato per cui ci sono le consulenze gratuite) la quale aveva mandato sette persone pagando 500-600 euro a testa più tutte le trasferte, i viaggi, eccetera a fare un corso a Roma, compresi il presidente e vicepresidente, e a domanda qualsiasi (partnership, obiettivo, risultato, ecc.) non sapevano dove girarsi, quindi: cosa avranno imparato?

Federica Manaigo

Da chi vengono fatti questi corsi di formazione?

Giovanna Roiatti

Da gente seria e da gente meno seria, ovviamente. Quest'associazione, poi, era convinta che l'attestato che le avrebbe rilasciato l'organizzazione avrebbe avuto valore legale. Ma legale per cosa? Non serve a niente un attestato di europrogettazione: serve il saper progettare!

Domanda dal pubblico

Volevo avvisare che il Comune di San Giorgio di Nogaro ha deciso di aprire uno sportello gratuito per imprese, associazioni, enti no profit, dove diamo informazioni e aiutiamo le persone a capire come partecipare in modo ottimale ai programmi di finanziamento. Se la Regione vuole ampliare questo progetto, quindi... siamo a disposizione!

Federica Manaigo

Abbiamo parlato di imprese creative: non ho ancora capito se c'è un'interpretazione univoca a livello europeo di questo termine perché a volte si parla di programmi che

includono anche le associazioni no profit, che nella legislazione italiana non sono imprese. A volte è chiaro che si parla di progetti, programmi, che si rivolgono al design, alla moda, all'editoria, a delle cose che sono fortemente imprese e in altri casi l'accezione è più ampia. Personalmente continuo ad avere un po' di difficoltà a inquadrare questa definizione: a livello europeo quando si parla di imprese creative, cosa si intende?

Tommaso Bernardini

Nei vari documenti c'è una definizione di imprese creative, legata più che altro, però, a cosa si intende per creatività. Per esempio in Horizon l'impresa è intesa come normalmente un'impresa italiana. Però ci può essere la possibilità che i bandi siano aperti non solo alle imprese ma anche a chi non ha personalità giuridica, quindi anche associazioni che non sono imprese. Per ciascun programma bisogna capire bene cosa si intende, dal punto di vista legale, per imprese creative.

Domanda dal pubblico

Un'associazione culturale di nuova costituzione può partecipare a qualche fondo o progetto europeo?

Emanuele Giassi

In genere bisogna comunque guardare il bando, i requisiti. Non c'è una risposta generale a questa domanda. Per il sottoprogramma Cultura ad esempio possono partecipare tutti gli operatori (pubblici e privati) che operano nel settore culturale e creativo da almeno due anni e che hanno la sede legale in uno dei paesi partecipanti al programma Europa Creativa.

Giovanna Roiatti

A proposito del discorso sulle persone giuridiche, l'Italia distingue tra persone fisiche e persone giuridiche. In Europa, invece, si parla di soggetti di diritto e quindi un'associazione che non ha personalità giuridica è un soggetto di diritto per l'Europa e può rispondere. La mia associazione, per esempio, ha partecipato a due partnership Erasmus della passata programmazione: non abbiamo personalità giuridica ma abbiamo potuto rispondere come soggetto perché l'associazione ha un bilancio e una vita passata (si trattava di almeno due anni dalla costituzione). Comunque la prima cosa da fare con un bando è controllare se si è tra i soggetti ammissibili, se si hanno le caratteristiche per rispondere, perché altrimenti non lo si legge neppure.

Elena Tamaro

Questi strumenti economici messi a disposizione dall'Europa verranno recepiti dal nostro paese, dalle nostre banche? Si sa qualcosa? C'è qualche istituzione bancaria che si è fatta avanti? Perché anche solo i bandi regionali creano un problema, nel senso che si fa rendicontazione dopo, si fanno dei fidi, ci si espone per certe cifre. Poi, quando si fa un bando europeo la questione cambia, anche la banca potrebbe darti un no quando hai avuto un sì dall'Europa e questo è un rischio da mettere in conto. Quali sono gli strumenti per evitare di trovarsi con un bando vinto e non poterlo realizzare?

Elena Mengotti

Per quanto riguarda il programma COSME, quindi proprio per le PMI e gli imprenditori, il programma istituirà dei fondi per l'accesso al credito, quindi dei prestiti a tassi agevolati senza richieste di garanzie a copertura dei prestiti, quindi nemmeno garanzie reali, e sicuramente gli istituti di credito italiani aderiranno come hanno aderito in precedenza. Dipende anche dall'ammontare del cofinanziamento richiesto: normalmente sono sempre istituti di credito abbastanza importanti perché si parla di cofinanzia-

mento del 40% da parte dell'istituto nazionale. Nella passata programmazione alcuni istituti di credito italiani importanti hanno assolutamente garantito il cofinanziamento e hanno presentato dei progetti sul precedente programma CIP.

Elena Tammaro

Grazie. Ne ho accennato alla nostra banca di riferimento che probabilmente non ne aveva mai sentito parlare, perché sono cascati dalle nuvole. Ho cercato un po' su Internet ma evidentemente ancora non è partito nulla per il prossimo settennio.

Elena Mengotti

C'è il programma di lavoro per il 2014: sono circa 80 pagine ma sono molto schematiche quindi anche di facile comprensione, dove ci sono i primi interventi quindi soprattutto a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese per i nuovi mercati. All'interno del programma non è ancora definito lo strumento per l'accesso al credito ma vi consiglio di consultare il sito periodicamente (magari possiamo rimanere a disposizione per aggiornamenti): uscirà sicuramente nel corso dell'anno una prima call

per l'istituzione degli strumenti. Vi consiglio anche di accedere al sito della BEI perché molte volte i fondi sono gestiti anche dalla Commissione alla Banca Europea degli Investimenti per istituire questi strumenti finanziari.

Domanda dal pubblico

Abbiamo sentito parlare di grossi progetti, molto burocratese, aziende, design, ma l'artista dove sta in tutti questi progetti? Stiamo parlando di utilizzare l'arte e la cultura ma coloro che producono veramente arte e cultura non ci sono in questi progetti. Fanno già fatica a produrre in situazione di crisi. L'artista qui dove lo mettiamo? Che vantaggi ha? Come può abbinarsi? Ci vogliono delle consulenze?

Federica Manaigo

Vorrei illustrare la nostra visione come organizzatori prima di lasciare la parola ai relatori. Noi cerchiamo di approfondire diversi aspetti: l'economia della cultura, la sostenibilità dei progetti culturali, il potenziale imprenditoriale delle figure professionali formatesi in un ambito artistico. È molto va-

sta come tematica e molto controversa, ma in qualche modo questa manifestazione nasce per colmare un gap: l'obiettivo è puntare l'attenzione su argomenti che secondo noi sono un po' scoperti nel dibattito culturale nel nostro territorio. Oggi parliamo di progettazione europea, focalizzarsi sul singolo artista è una dimensione troppo ristretta, necessariamente deve essere un'associazione di artisti o un ente culturale un po' strutturato a potersi affacciare a questa prospettiva. Questo è il taglio che abbiamo pensato di dare alla manifestazione, non possiamo dare in questa sede strumenti pratici di sopravvivenza per il singolo artista, esistono altre realtà che se ne occupano.

Elisabetta Bisaro

In uno dei progetti che abbiamo fatto, guidato dalla Romania, il partner rumeno è un artista che ha creato una fondazione. Ha la sua compagnia artistica ma anche delle capacità manageriali che gli permettono di articolare un progetto europeo ambizioso. Qui si è parlato di vari tipi di programmi, io parlo del programma Cultura che è quello in qualche modo più artistico. In base alla mia esperienza posso dire che i progetti culturali offrono grandi potenzialità soprat-

tutto ad artisti giovani perché li espongono a contesti e a strutture molto diverse da quelle in cui di solito lavorano, permettono loro di crearsi una propria rete di altri artisti e di strutture che possono essere interessate al lavoro dell'artista, quindi una volta finito il progetto europeo possono essere sostenuti a livello artistico da un partner o da qualcuno che hanno conosciuto attraverso il progetto artistico. C'è una ricaduta positiva che va al di là del singolo progetto europeo. Una cosa importante è pensare a lungo termine. Il progetto europeo è un primo mattone, io devo pensare che fra dieci anni mi porterà a costruire una rete e una struttura che ha un valore per il contesto in cui l'artista si trova. Sconsiglio di pensare a un progetto europeo solo come a una fonte di finanziamento. Il progetto europeo porta ad altri progetti, a tessere legami a livello europeo ma anche sul territorio: è molto importante. I progetti che ho fatto in Irlanda hanno dato la possibilità a una città relativamente piccola di entrare in un network europeo: è qualcosa di importante e valorizzante per il contesto locale.

Giovanna Roiatti

Aggiungo solo quest'idea dell'apertura e delle opportunità che dà questa visione a

lungo termine e l'apertura verso chi fa le cose in modo differente o chi pensa differente. È qui il surplus che viene dalla progettazione europea.

Domanda dal pubblico

Ma quindi, tornando sempre al presunto artista o a più artisti: devono cercare già loro un primo partner che può essere un'associazione che a sua volta può accedere a queste opportunità... Questo è il percorso?

Giovanna Roiatti

Le persone fisiche sono escluse tutte. Parliamo sempre di gruppi di interesse organizzati o in associazioni o in enti profit o in enti pubblici. Come consulente mi sento chiedere spesso: «mi servono tot soldi». Ma non sono mica un fundraiser! Se ti servono solo i soldi, vai da un fundraiser o ti organizzi con gli sponsor, con le banche, ecc. Io ti posso inquadrare in un programma europeo con un bando europeo, e se vuoi progettiamo insieme, ma altro non c'è. Non ha senso usare i programmi europei per avere soldi. Non esiste, non esiste proprio.

Domanda dal pubblico

Una domanda perché ci è poco chiaro il meccanismo: noi siamo una piccola associazione iscritta alla Camera di Commercio. Il nostro lavoro è fare teatro. Noi punteremo all'Europa per avere un volano di sviluppo aziendale anche per portarci a contatto con l'Europa (anche perché, al di là che ci possa piacere; diventa sempre più una necessità: l'Italia sta diventando decisamente stretta per tutte le forme di imprenditorialità). Solo, ci chiediamo: se facciamo un progetto da 200 000 euro, dobbiamo fare un debito da 200 000 euro che non ci copre nessuno? Noi siamo una realtà che produce e lavoriamo però non abbiamo una riserva economica, quindi come ci si mette in moto? O siamo già franati in partenza? Il problema è che se per fare soldi devo avere soldi, non ci arriverò mai. L'obiettivo non è tanto far soldi: è dare dignitoso sviluppo a un'azienda, che altrimenti di questi tempi implode.

Giovanna Roiatti

Nessuno di noi ha parlato del cofinanziamento in kind che sarebbe quello che l'organizzazione o le organizzazioni partner mettono a disposizione per la realizzazione del progetto in termini non cash, non di sol-

di, ma di giornate uomo o posti fisici, valori che non sono proprio soldi. A novembre, ad esempio, abbiamo presentato per una cooperativa friulana un grosso progetto insieme al CNR di Roma. Tutto il cofinanziamento era in kind, quindi nessuno caccierà fuori mai un euro prima.

Federica Manaigo

Però forse la domanda è la stessa di Elena di prima. Anche relativamente ai soldi che eventualmente posso avere dall'Unione Europea o da un altro soggetto pubblico, devo anticiparli no? Almeno una parte, l'IVA di solito sta fuori, se non sbaglio....

Commento dal pubblico

Se ti danno 20.000 euro di finanziamento, tu devi prima spenderli, poi giustificarli e poi forse te li danno!

Giovanna Roiatti

Non è così, non è così sempre.

Elisabetta Bisaro

I progetti che siamo riusciti a fare, finanziati dal programma Cultura, prevedono un finanziamento a livello nazionale, regionale o municipale pari al 50%.

Federica Manaigo

Al di là del cofinanziamento, la parte di finanziamento vero e proprio che io ricevo, la ricevo in anticipo?

Elisabetta Bisaro

Il 70% l'Europa lo dà in anticipo al leader del progetto (parlo sempre per il programma Cultura). Una volta che l'Unione Europea approva un progetto, il leader del progetto riceve il 70% di cofinanziamento nel giro di poche settimane successive alla firma del contratto. Questo 70% viene ridistribuito tra tutti i partner del progetto; il restante 30% lo si riceve una volta che il progetto è stato rendicontato e tutte le spese sono state approvate. Il che vuol dire che puoi ricevere il 30% o puoi non ricevere il 30% se non hai rendicontato le spese eleggibili per l'Europa.

Giovanna Roiatti

Posso fare un altro esempio: le learning partnerships, dove ti danno l'80% subito e il 20% a saldo. Tra l'altro non devi neanche portare la documentazione delle spese: devi solo conservarle.

Elisabetta Bisaro

Il Lifelong Learning è più flessibile, è finanziato al 100% e non c'è tutta quella parte amministrativa piuttosto pesante prevista dal programma Cultura, per cui è molto più semplice giustificare anche le spese. In genere si giustificano gli spostamenti perché i progetti di Lifelong Learning Programme prevedono delle mobilità, mentre per i progetti del programma Cultura bisogna giustificare ogni singola spesa: sono molto più complessi dal punto di vista delle rendicontazioni.

Domanda dal pubblico

Riguardo alle sponsorizzazioni tecniche, vengono riconosciute oppure no?

Federica Manaigo

È un problema molto sentito in regione. Io presento, mettiamo, un progetto che vale 100, la Regione mi dà 70. Devo dimostrare di avere speso 100, quindi il 30% di cofinanziamento. Per quel 30% devo avere o fondi propri oppure altri fondi privati che però devono essere fondi. Se quindi ho uno sponsor tecnico che, invece di darmi i soldi in mano, mi dà un servizio che vale tot e che mi fa una carta con su scritto che mi ha dato il servizio stesso e che quindi partecipa al progetto, questo a oggi in Italia non è rendicontabile. E questo è un dramma, perché molto spesso è facile trovare dei partner tecnici piuttosto che dei finanziatori in denaro (hanno anche interesse perché si promuovono). Attualmente non c'è nessun modo di dimostrarlo, quindi la domanda è proprio se l'Europa li ammette.

Elisabetta Bisaro

Il bando cultura prevede i cosiddetti costi indiretti. Se io ho una struttura per cui ho delle spese di gestione, posso giustificarne una percentuale. Con il programma Cultura 2007-2013 i costi indiretti ammontavano al 10% del totale di spesa del progetto, con il programma Creative Europe non so

se la percentuale è cambiata. Le spese di staff sono anche giustificabili: se ho tre persone che lavorano al progetto e vengono regolarmente retribuite, la loro paga deve essere giustificata e rientra all'interno del contributo in kind. Con gli sponsor tecnici è un po' più complicato; bisogna evitare rischi di ambiguità relativi al subcontracting.

Domanda dal pubblico

Riguardo al B-Project, è stato molto complesso interagire e collaborare con grandi istituzioni come la National Gallery?

Elisabetta Bisaro

Una delle ricadute positive di un progetto europeo è il fatto che dà una grande visibilità. Siamo riusciti ad entrare alla National Gallery tramite vari interlocutori. Quello che sta succedendo ora è che, grazie al fatto che siamo entrati alla National Gallery, Euronews – che è un canale televisivo – ha filmato l'ultimo periodo di residenza degli artisti alla Briqueterie, seguendoli in una visita guidata al Louvre che avevamo organizzato. Questo ha suscitato l'interesse del Dipartimento di Comunicazione del Louvre nei confronti del progetto e in due settimane la responsabile ci ha contattato per sa-

perne di più. Quindi diciamo che da cosa nasce cosa: avere il supporto dell'Europa dà sicuramente visibilità e porta ai partner altri partner o partner in settori diversi.

Stiamo anche cercando di aprire i progetti artistici a settori diversi. Il progetto culturale deve riuscire a lasciare un'impronta non soltanto sul gruppo artistico o sulla piccola nicchia culturale che va a teatro, che è sempre andata e sempre ci andrà: è importante portarlo a una comunità più grande, quella che di solito non sa cosa sia un progetto artistico, e farlo senza banalizzare il lato artistico, favorendo il dialogo con mondi diversi. Nel B-Project, ad esempio, abbiamo dato la possibilità agli artisti di fare delle presentazioni in luoghi pubblici o in un museo per una durata di 3-4 ore. La gente che passa nel museo o in strada in quelle ore si trova di fronte a un evento artistico senza doverlo pagare e quindi fra quelle centinaia di persone che assistono all'evento ci sono magari due persone che dicono «ah interessante, vado al prossimo evento o cerco informazioni». È un modo indiretto per cercare di coinvolgere un pubblico che non è più solo quello degli addetti ai lavori.

Gli artisti del nostro progetto hanno incontrato esperti da tutti i settori: a Venezia, per esempio, hanno incontrato un gruppo di restauratori e avuto l'onore di partecipare a una cena a tema; in Olanda hanno incontrato un esperto nell'uso delle droghe ai tem-

pi di Bosch. Sono stati nutriti da tanti punti di vista e questo credo stimoli la creatività e una partecipazione diversa dell'artista, così come dei partner e del pubblico.

Uno dei partner con cui collaboriamo è il Comune di Bassano, che al momento ha in piedi sette progetti europei. Prendo loro come riferimento perché Bassano è un paese piccolo eppure il lavoro che stanno facendo a livello internazionale è ammirevole. Secondo me bisogna cambiare mentalità in ambito culturale. Spesso qui si lavora uno contro l'altro, c'è questa idea: "Faccio il mio progetto artistico, fatto il progetto ne faccio un altro. Non vado a vedermi gli altri, non costruisco una rete". È importante lavorare non solo per il proprio progetto artistico ma anche per il contesto e per la propria forma artistica. Se io lavoro per la danza, devo lavorare perché la danza possa crescere nel contesto e territorio in cui mi trovo. Credo che sia importante, soprattutto in questo momento, far dialogare l'artistico con tutto il resto. La cultura inoltre genera introiti economici: se io porto cinque artisti a fare un progetto in Francia, mi arrivano venti persone che stanno tre notti in albergo, che vanno a mangiare per tre giorni in ristoranti. Creo un'economia attorno a un progetto artistico. La cultura ha bisogno di investimenti ma genera investimenti.

Domanda dal pubblico

Volevo chiedere alla dottoressa Bisaro come ha iniziato e quali sono stati i suoi primi progetti come artistic program manager...

Elisabetta Bisaro

Non vengo dall'ambito artistico. Ho studiato a Trieste alla Scuola Superiore di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori. Mentre studiavo, iniziai a occuparmi di teatro e danza. Alla fine del mio percorso di studi ottenni una borsa di stage dall'ERDISU per fare un'esperienza di lavoro all'estero. Volevo provare a fare un'esperienza professionalizzante nell'ambito artistico in Irlanda, il paese dove avevo sempre voluto andare. Sarei dovuta rimanere sei mesi e invece sono rimasta dieci anni! I primi progetti li ho fatti a Dance Ireland. Ho iniziato con progetti di scambio e da questi sono passata a progetti di cooperazione europea.

Federica Manaigo

Grazie a tutti.

Indietro

Immagine 4.4
Tommaso Bernardini



Immagine 4.6
Giovanna Roiatti



Immagine 4.8
Elisabetta Bisaro



Immagine 4.5
Emanuele Giassi



Immagine 4.7
Elena Mengotti



Capitolo 2

Convegno

"Crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione"

Nell'incontro ospitato venerdì 7 febbraio 2014 in Sala Ajace sono state messe a confronto eccellenze internazionali sul tema dell'innovazione e internazionalizzazione attraverso progetti culturali e creatività. Dal Giappone all'Austria, passando per l'Italia, per discutere del futuro della competitività fra impresa, arte e design.

Interventi istituzionali:

Vincenzo Martines, *consigliere regionale, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia*

Francesca Musto, *assessore alla Cultura, Provincia di Udine*

Federico Pirone, *assessore alla Cultura, Comune di Udine*

Relatori:

Barbara Abel, *architetto e membro di Kreativwirtschaft Klagenfurt (Creative Industries Klagenfurt)*

Toshiyuki Kita, *designer*

Brigitte Kössner-Skoff, *direttrice di Initiativen Wirtschaft für Kunst (Austrian Business Committee for the Arts)*

Alessandro Liani, *CEO Video Systems*

Marcello Smarrelli, *direttore artistico della Fondazione Ermanno Casoli*

Moderatrice: Monica Calcagno, *professore associato di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia*

Federica Manaigo

Buongiorno a tutti, grazie per essere qui. Sono Federica Manaigo e assieme a me c'è Elena Tammaro: facciamo parte dell'associazione ETRARTE e siamo le ideatrici di questo progetto, iniziato due anni fa. Non avremmo mai immaginato che continuasse, di fare una prima edizione e poi una seconda, quindi siamo particolarmente contente. Nella scorsa edizione ci eravamo concentrate su un confronto sul panorama nazionale. Quest'anno, invece, guardiamo oltre i nostri confini: ieri abbiamo fatto un approfondimento sui bandi europei, oggi parleremo di crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione.

Prima di introdurvi i nostri relatori, passo la parola a Elena e poi alle autorità presenti, grazie.

Elena Tammaro

Questo convegno si realizza grazie al sostegno di ETRARTE ma, soprattutto, grazie a una fitta rete di partner. Oggi abbiamo con noi le istituzioni ad augurarci una buona giornata e dei lavori fruttuosi. Vorrei invitare Vincenzo Martines, consigliere regionale del Friuli Venezia Giulia, a portarci il suo messaggio.

Vincenzo Martines

Grazie e buongiorno. Un saluto a voi, alle autorità e ai relatori presenti. Grazie a tutti di essere qui a Udine oggi.

Non vorrei prenderla molto da lontano, però al Premio Nonino ho sentito Michel Serres, il filosofo che in un suo libro dice che questi non sono tempi perfetti e che i giovani stanno ridefinendo il tema del sapere. Lo dice perché immagina che ormai il web ci metta a disposizione il sapere e le informazioni in modo diffuso e facilmente reperibile. La conseguenza sembra essere che gli strumenti appannaggio in particolare delle nuove generazioni, liberati dal vincolo della ricerca della sapienza, sono l'intuito, l'istinto, l'invenzione, cioè quei meccanismi propri di ogni individuo, donna e uomo, che ci permettono di reinterpretare la realtà, e reinterpretare la realtà significa anche, ovviamente, fare cultura.

Se non capisco male, l'idea che avete avuto (non a caso è di persone giovani) è mettere in relazione le ottime pratiche che ci sono in giro per l'Europa e anche molto vicino alla nostra regione, per comprendere qual è lo sforzo che gli altri stanno facendo, per aiutarci a interpretare nuovamente il modo con cui viviamo, perché questo è

l'unico modo che abbiamo per cercare di tirarci fuori da un crisi profonda.

Noi amministratori regionali sappiamo molto bene cosa vuol dire concretamente confrontarsi con la realtà. Come sapete, viviamo momenti in cui ci sono operai e lavoratori che stanno a casa, stanno a casa con le loro famiglie, non hanno sostanze per i propri figli. Eppure anche noi in Friuli Venezia Giulia immaginiamo di dover investire, anche se le risorse ormai non sono quelle di un tempo, proprio sui settori come la cultura perché lì sappiamo, e finisco come ho iniziato, che forse possiamo reinterpretare, reinventare meccanismi e modalità che ci permettono di leggere in maniera innovativa le nostre relazioni e quindi anche gli aspetti dell'economia, dello sviluppo. Incrociare privato e pubblico ormai è una specie di mantra che seguiamo tutti.

Se questo è il quadro di riferimento, quindi, sono contento di portarvi il saluto della Regione Friuli Venezia Giulia, che è molto attenta a queste iniziative. Sono contento, inoltre, che l'iniziativa si svolga nella mia città, perciò vi ringrazio e vi auguro buon lavoro.

Elena Tammaro

Grazie. Adesso vorrei chiamare la dottoressa Francesca Musto, assessore alla Cultura della Provincia di Udine.

Francesca Musto

Grazie per l'invito. Vi porto il saluto del presidente Fontanini e dell'amministrazione provinciale tutta. Siamo qui per parlare di una cosa importante: crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione. Ho buttato giù qualche riflessione pensando proprio a voi.

Lo sviluppo economico e la crisi globale con cui dobbiamo confrontarci in maniera sempre più pressante impongono riflessioni profonde. Lo scenario macroeconomico nel quale le aziende di oggi si trovano a operare e a competere, i cambiamenti sempre più veloci nel mondo del lavoro, della produzione, dell'approccio al consumo, non possono non vedere nell'incontro tra cultura e impresa un nodo cruciale in un'ottica progettuale. L'arte e la cultura, in tutte le loro forme, hanno sempre accompagnato l'umanità nel suo cammino, esprimendone le esigenze, le aspirazione e soprattutto la tensione al cambiamento. Mai come og-

gi queste tensioni trovano spazio nella realtà urbanizzata.

La moderna tecnologia ha fatto crollare il concetto di tempo e di spazio nelle relazioni umane come mai finora. La crisi economica seguita alla crescita esponenziale degli ultimi decenni ci impone in maniera cruciale, soprattutto per il nostro paese, una riflessione sulle prospettive, sulle direzioni che il sistema Italia e il sistema di tutti i paesi devono percorrere per mantenere e rinnovare la loro competitività. E di questo sistema, di questa rete, tutti noi siamo, dobbiamo essere, primari protagonisti a tutti i livelli. Istituzioni, imprese, mondo universitario, pubblico, privato, tutti devono essere nodo di collegamento di una rete sinergica che assume un significato più forte in un momento in cui la razionalizzazione delle risorse impone scelte a volte drammatiche. I livelli di coinvolgimento e di collaborazione tra imprese e cultura diventano agente strategico, strumento e pratica creativa, valore aggiunto in un nuovo percorso che vede la rinnovata centralità dell'individuo e dei suoi valori nel complesso economico.

Ripartire, quindi, mettendo al centro la persona, l'uomo nel suo significato più alto, e la cultura come espressione essenziale della sua creatività nella relazione dell'altro di-

venta chiave, secondo me, cruciale e di volta di un nuovo percorso di crescita di tutti noi, che deve essere condiviso, consapevole e soprattutto sostenibile per l'intera umanità. Quindi grazie e buon lavoro.

Elena Tammaro

Federico Pirone, assessore alla Cultura del Comune di Udine, che ci ha seguito in diverse avventure.

Federico Pirone

Grazie Elena. Buongiorno a tutte e tutti e un saluto ai relatori che interverranno oggi, questa mattina e nel corso di tutta la giornata perché il programma pensato da ETRARTE è iniziato ieri ma si concluderà stasera con la prima edizione di un premio a Casa Cavazzini. Voglio ringraziarvi, e non voglio farlo in termini banali o scontati, perché siete un'associazione ambiziosa e che ha cercato in questi anni di approcciarsi anche a una materia complessa e difficile qual è quella della cultura in termini laici, assolutamente non fanatici ed estremamente pragmatici. Questo è importante anche per le istituzioni, per Comune, Provincia e Regione, che sono impegnate in una ridefi-

nizione anche del ruolo complessivo che oggi coinvolge tutti noi nel rapporto pubblico-privato, nella gestione dei finanziamenti, nella condivisione di progettualità. E questa ambizione credo sia utile perché ci porta anche nella nostra città ad assaporare un respiro di carattere europeo.

Leggevo proprio un'indagine dell'ISTAT sugli aspetti della vita quotidiana delle persone. Molto importante è il valore che attribuiamo alle cose: valore affettivo, simbolico, economico e progettuale. Ecco, la cultura oggi, anche rispetto ad altri paesi in Europa, è estremamente bassa nella classifica: circa il 28% delle persone nel 2011 era stato in un museo. Evidentemente non basta avere un patrimonio: occorre anche saperlo comunicare, saperlo mettere in relazione con la domanda di crescita sociale, economica, propria di questo paese. Allora io vi ringrazio perché credo che attraverso questo appuntamento queste domande ce le si ponga in una prospettiva laica e corale, e da parte dell'amministrazione comunale c'è tutto l'interesse ad ascoltarvi e a capire anche quali risposte usciranno da questo appuntamento. Quindi grazie e auguri di buon lavoro.

Elena Tammaro

Ringrazio il dottor Biscione e la dottoressa Gransinigh che ci hanno seguito in questo percorso. Come dicevo prima, il progetto è nato insieme all'associazione ma abbiamo trovato e dialogato con moltissimi partner che ci hanno permesso di realizzare questo evento, anche vivendo il centro storico della nostra città in diverse location. Adesso passo la parola a Federica.

Federica Manaigo

Vi chiedo ancora un po' di pazienza, perché vorrei ringraziare – è importante farlo – le persone che ci aiutano: tutti i membri dell'associazione ETRARTE, i volontari presenti, i nostri partner della rete culturale nonché, oltre alle istituzioni (Regione, Provincia e Comune che sono qui presenti), anche altre realtà come Friuli Innovazione, la Factory Banca di Manzano, l'Associazione Albergatori Udinesi e tutti i partner indicati nel volantino. Avere delle collaborazioni sul territorio è fondamentale, è un arricchimento ed è anche uno degli obiettivi delle nostre manifestazioni: quindi sinceramente grazie.

Adesso vado a presentarvi brevemente i relatori di oggi e lascio loro la parola. La

moderatrice è Monica Calcagno, professore associato all'Università Ca' Foscari di Venezia. Poi c'è Brigitte Kössner-Skoff, direttrice di Austrian Business Committee for the Arts; Barbara Abel, architetto e membro di Creative Industries di Klagenfurt; Alessandro Liani, CEO di Video Systems; Toshiyuki Kita, designer, che siamo molto onorati di avere qui; Marcello Smarrelli, direttore artistico della Fondazione Ermanno Casoli. Grazie a tutti. Ci saranno dei brevi interventi, poi una fase di domande o dibattito.

Monica Calcagno

Sono molto lieta di partecipare a questo incontro in un territorio che guarda con interesse al rapporto tra business e arte, tra economia e cultura, tra management e impresa. Un rapporto di cui si parla molto in relazione alle promesse di uno sviluppo economico e sociale. Come è stato detto in precedenza nella fase dei saluti, è vero che siamo in un periodo di profonda crisi che richiede probabilmente il ricorso a modelli nuovi, profondamente diversi da quelli utilizzati fino a oggi. Tali modelli richiedono che in questo specifico ambito di incontro – in queste "terre di mezzo" in cui l'economia e l'arte si avvicinano e si incontrano

perché trovano reciprocamente degli elementi di interesse, di scambio e approfondimento – bisogna che ci sia, credo, un rispetto da una parte per le pratiche e i linguaggi che ciascuno di questi ambiti si porta e nello stesso tempo, da parte dell'arte e della cultura, un trovare un terreno fertile, un incontro, con il mondo delle imprese che avviene, secondo me, ben oltre la classica sponsorship o il classico finanziamento: può trovare spazio all'interno di, magari, piccoli progetti di collaborazione che possano aiutare i soggetti che vi collaborano a trovare soluzioni innovative per i propri processi, per i propri prodotti o per le proprie strategie di comunicazione. Per fare questo bisogna non pensare solamente a spazi fisici dove provare ma anche a processi da fare insieme. Spesso, purtroppo, si pensa che avere uno spazio fisico sia già abbastanza. Sì, è una condizione che può esserci, ma ci sono in realtà tanti spazi che possono trovare un uso diverso, che sono già disponibili, e invece c'è bisogno di lanciare dei processi, che possono essere anche dei piccoli processi, che devono trovare uno spazio di sperimentazione dove, per esempio, le imprese possono imparare ad avere anche il coraggio di sperimentare senza vedere necessariamente uno sbocco produttivo nel breve termine. La sperimentazione ha bisogno di avere spazi per l'errore, per scelte diverse, per

più tempo in modo tale da trovare una soluzione nuova e veramente innovativa rispetto a quelle che sono state seguite in passato.

Credo che il collegamento tra arte, economia e mondo delle imprese esista, che sia spesso stato dimenticato e abbandonato dal nostro stesso paese. Un collegamento che vede l'arte che comunica attraverso le grazie del design, del lavoro artigianale, con il mondo della professione manifatturiera. Noi in questo abbiamo tantissime cose da dire, per esempio dal punto di vista del rapporto tra arte e artigianato, poco battute, poco presidiate, quasi con la paura di mettere insieme questi temi, arte e artigianato, quando in realtà l'artigianato è una competenza e un'area di lavoro molto vicina all'arte perché in qualche modo può avvicinare l'arte alla produzione manifatturiera.

Ecco io mi fermo qui. Queste sono le riflessioni che mi sono venute a partire dal titolo e osservando le cose che vengono dal loro background. Lascio spazio ai nostri relatori, che ringrazio.

Brigitte Kössner-Skoff

(Trascrizione audio non possibile. Si riporta, tradotto, uno scritto inviato dalla relatrice)

Negli ultimi anni la sponsorizzazione di arte e cultura si sta definendo come un nuovo strumento per il marketing e la comunicazione, affermandosi sempre di più sia nel settore economico che in quello culturale.

In questa fase di sfida economica è sempre più interessante per le imprese integrare il lavoro artistico nelle proprie aziende. In questo modo si sviluppano nuove forme di sponsorizzazione che da un lato rendono lo sponsor originale, dall'altra lo sponsor si distingue rispetto alla concorrenza. Inoltre, si aprono nuove possibilità di sviluppo anche per l'arte. In futuro si manterrà la richiesta di partenariati armoniosi tra economia e arte e anche di manifestazioni culturali sempre più particolari e coinvolgenti. Progetti culturali originali, organizzati strategicamente, sono importanti tanto quanto la loro realizzazione in modo professionale e in stretta collaborazione con l'impresa. Nuovi prodotti e servizi innovativi richiedono ai giorni nostri idee e percorsi nuovi nella "relazione tra economia e arte".

Arte & Cultura nell'impresa diventano sempre più importanti come strumenti di marketing e comunicazione.

A differenza del classico mecenatismo, nelle nuove forme di sponsorizzazione sono in primo piano strategie per raggiungere scopi economici e comunicativi da parte delle imprese.

Uno sviluppo simile si ritrova nella storia austriaca. Banche e assicurazioni erano i classici sponsor di arte e cultura. Nel corso degli anni Ottanta sempre più grosse imprese private si interessarono al finanziamento privato di arte e cultura. La forma di finanziamento più popolare era la "sovvenzione a inaffiatoio", cioè budget senza un'assegnazione fissa. Ad esempio, se un artista richiedeva una somma al momento giusto era più facile ricevere un aiuto economico per redigere un catalogo. Al giorno d'oggi non avanza niente di un budget.

Ora la sponsorizzazione viene gestita in base a principi strategici che hanno come scopo l'economicità e l'efficienza. La sponsorizzazione in Austria viene usata sempre di più come strumento strategico per il brand management. L'incorporamento della sponsorizzazione nel progetto di Corporate – Citizenship delle imprese è importante tanto quando il raggiungimento di traguardi economici quali la fidelizzazione e

l'acquisizione di nuovi clienti. Anche le piccole e medie imprese sponsorizzano sempre di più arte e cultura. Chiaramente i budget sono ridotti, ma queste imprese si dimostrano esemplari per il loro impegno personale e il sostegno in termini di prestazioni in natura oppure grazie al trasferimento di sapere e competenze quali strumenti per la realizzazione delle idee degli artisti.

Arte e cultura sono rinati in Austria. Tra il 1989 e il 2013 il volume degli investimenti nel settore è aumentato di circa sette volte. Iniziativa Economia per l'Arte stima che nell'economia austriaca si investono circa 50 milioni di euro, ma una buona parte della sponsorizzazione avviene in forma di beni in natura e trasferimento di conoscenza e competenze.

Uno studio di Iniziativa Economia per l'Arte ha preso in considerazione oltre 500 delle più grandi imprese austriache e ha mostrato che il 71% delle TOP 500- imprese dell'Austria sponsorizzano: 48% sport, 43% arte, 41% sociale, 18% ricerca e 16% ambiente. Nel settore artistico: arte figurativa 27%, musica 25%, arte performativa 21%, letteratura 8%, film/foto 8%, architettura/design 7%, nuovi media 6%. Come si sponsorizza? La maggior parte delle imprese TOP 500 sponsorizzano con denaro (91%), ma anche con beni in natura (65%),

servizi (24%) e, come già detto, con il trasferimento di conoscenza e competenze. Il 71% delle imprese decide assieme all'artista sponsorizzato come deve avvenire la sponsorizzazione. Il 62% dei partecipanti allo studio coinvolge regolarmente il personale nella realizzazione delle attività di sponsorizzazione.

Il comitato indipendente Iniziativa Economia per l'Arte assieme a ORF [N.d.T.: la televisione di stato austriaca] ha assegnato nel 2013 per la 25esima volta il premio per la sponsorizzazione dell'Arte. Nel 2013 si sono candidate 163 imprese per un totale di 213 progetti.

Il MAECENAS 2013 è stato assegnato nelle seguenti categorie:

- Migliore sponsorizzazione d'arte "Piccole e medie imprese",
- Migliore sponsorizzazione d'arte "Progetto/grande impresa" e
- Migliore sponsorizzazione d'arte "Impegno di sponsorizzazione a lungo termine"
- "Maecenas Olio-premio del pubblico" e
- menzione particolare: "Maecententum"

I progetti presentati per il MAECENAS 2013 sono stati finanziati per una somma di 19 milioni di Euro. Il 50% circa dei progetti si sono candidati senza specificare il budget. Ulteriori 24 milioni di euro sono stati investiti nell'ambito della conservazione dei beni culturali e nella costituzione di collezioni d'arte. A partire dal 2000 sono stati presentati progetti per un totale di 136 milioni di euro.

2700 imprese, 3900 progetti, sono stati presentati nelle 25 edizioni del premio austriaco.

Iniziativa Economia per l'Arte (IWK) <http://www.iwk.at> è un'associazione indipendente di imprese e attori economici che vede il suo compito nell'indicare e realizzare le vie del successo grazie alla collaborazione tra economia e arte. Questa unione è stata fondata nel 1987 con il nome "Business Committees for the Arts" e si è velocemente trasformata in un forum attivo e informativo la cui presenza e le cui strategie sono molto apprezzate dai rappresentanti dell'economia, cultura, stampa e politica. IWK desidera incoraggiare l'economia nella pratica della sponsorizzazione artistica e culturale e rendere questa pratica continuativa e duratura nel tempo. IWK si impegna affinché in futuro si sviluppi un'accettazione sempre maggiore per la sponso-

rizzazione della cultura sia nell'economia che nella pubblicità. IWK, inoltre, desidera rendere l'Austria un luogo per la cultura e creare maggiore attenzione all'arte e alla cultura quali fattori economici.

In futuro lo stato non potrà sottrarsi alla crescente offerta artistica e culturale. La richiesta di maggiori sponsorizzazioni statali si sta facendo sempre più forte. In questo ambito devono però essere create le condizioni legali per rendere la sponsorizzazione uno strumento sempre più interessante per l'economia. Da anni l'IWK perora la causa per una maggiore trasparenza legislativa nei provvedimenti riguardanti la sponsorizzazione per la deducibilità delle donazioni, la deducibilità degli acquisti di opere d'arte, e attualmente anche per la revisione delle leggi anticorruzione. La trasparenza legislativa nei decreti/provvedimenti per la sponsorizzazione è sempre più importante. I provvedimenti legislativi del 1987 dichiarano che le attività culturali possono essere dedotte dalle tasse solo se sono accessibili a un numeroso gruppo di persone o se sono rese pubbliche. In quale forma le piccole e medie imprese possono avere un impatto sull'opinione pubblica è sicuramente una scelta legata alla discrezionalità del singolo. Le donazioni sono dichiarabili e deducibili quali spese d'esercizio solo se una organizzazione è stata scelta dalla lista uffi-

ciale del Ministero delle Finanze. Nel § 4, par. 4 Z 5 e 6 del codice per l'imposta sui redditi del 1988 sono nominate come enti soggetti alla elargizione le università, le accademie di belle arti, la Biblioteca Nazionale Austriaca o i musei nazionali, dal 2002 anche i musei privati. Inoltre possono essere dedotte le donazioni che hanno come scopo la ricerca scientifica.

Monica Calcagno

Adesso passo la parola a Barbara Abel per il secondo intervento.

Barbara Abel

(Trascrizione audio non possibile. Si riporta, tradotto, uno scritto inviato dalla relatrice)

La creatività è diventata in Europa negli ultimi anni un fattore economico molto importante, soprattutto per la sua rilevanza nell'innovazione. In Austria si contano circa 40 000 imprese che lavorano in quest'ambito, un'impresa ogni dieci (nei settori: architettura, design, musica, drammaturgia e attività artistiche, radio e TV, software e videogiochi, case editrici, film e video art, pubblicità, biblioteche, musei).

Apertura, consenso e apprezzamento del lavoro creativo sono le condizioni che permettono lo svilupparsi di un ambiente economico fecondo e originale. La città di Klagenfurt ha accolto l'economia creativa e pone consapevolmente l'accento sulle imprese impegnate in tale settore a Klagenfurt, le sostiene e le mette in rete.

Il CoWorking Space Hafen11 è stato aperto nell'autunno del 2011. In seguito, nel dicembre 2013, ha aperto la Anlegestelle in cui si trovano sei scrivanie: cinque sono sponsorizzate e occupate da persone fisse, mentre una è disponibile per progetti temporanei. Inoltre c'è un pop-up store. Imprenditrici e imprenditori di diversi settori condividono gli open space nella Tarviser Straße e nella Linsengasse. La città finanzia i posti di lavoro nei primi tre anni.

Il portale Kreativwirtschaft-Klagenfurt www.kreativwirtschaft-klagenfurt.at serve a informare e a mettere in contatto tra loro i protagonisti dell'economia creativa, che sono invitati a creare un profilo gratuito. C'è, inoltre, una newsletter mensile con informazioni su cultura ed economia creativa.

Hafen11

www.kreativwirtschaft-klagenfurt.at/hafen11-coworking-space-klagenfurt è il primo

CoWorking Space dedicato all'industria creativa che la città di Klagenfurt finanzia dal 2011. Lo spazio è stato concepito dallo studio di architettura "alpenpendler" (arch. Barbara e arch. Christoph Abel) e si trova nell'edificio storico del porto sul Lend [N.d.T.: il Lend è un canale del Wörthersee che si trova a Klagenfurt]. In circa 200 m² lavorano undici imprese creative negli ambiti cinema, fotografia, relazioni pubbliche, stampa 3D, media, architettura, urbanistica, cultura, graphic design. Indirizzo: Hafen11 Tarviser Straße (Porto sulla Lend), Klagenfurt.

La Anlegestelle

www.kreativwirtschaft-klagenfurt.at/anlegestelle-coworking-space-2 è stata aperta nel 2013 ed è il secondo CoWorking Space della città di Klagenfurt. Qui si trovano cinque posti fissi e uno temporaneo, che si può affittare per 75 euro a settimana.

Sul sito

www.kreativwirtschaft-klagenfurt.at si trovano gli appuntamenti dell'Hafen11 e della Anlegestelle, l'incontro mensile creativo "nachderarbeit", videoconferenze con "Creativ Wirtschaft Austria" [N.d.T.: rete nazionale dell'industria creativa], incontri di informazione riguardo a finanziamenti, feste creative e la possibilità di affittare la scrivania temporanea e il pop-up store.

Nel nuovo negozio temporaneo nella Anlegestelle c'è la possibilità di presentare e vendere per un mese prodotti dell'industria creativa quali oggetti di design, mobili, gioielli, moda, ecc. Qui si può ammirare e acquistare oggetti di design prodotti nella regione. Ogni mese un nuovo prodotto. Costi: 200 euro (IVA esclusa) al mese.

Il team di Kreativwirtschaft Klagenfurt cura il programma e si occupa del marketing.

In tutta la Carinzia vengono aperti spazi che traggono ispirazione dall'Hafen11. Questi spazi sostengono l'economia creativa e sono sia privati che pubblici.

Monica Calcagno

Grazie. Io passerei, a questo punto, la parola ad Alessandro Liani, per parlare di innovazione.

Alessandro Liani

Buongiorno a tutti. Video Systems www.videosystems.it/Home.aspx è una realtà nata una ventina di anni fa da un'idea di mio padre che mi ha coinvolto fin dalla fondazione. Nel 2004 lui è mancato e ho preso in mano io l'azienda. Oggi

siamo una ventina di giovani (l'età media in Video Systems è di circa trent'anni). Sviluppiamo elettronica e software per l'acquisizione e l'elaborazione dell'immagine. Siamo partiti dal settore fotografico e delle arti grafiche, ci siamo poi spostati nel settore industriale che oggi rappresenta il nostro mercato principale. Abbiamo diverse collaborazioni a livello mondiale con università e centri di ricerca e questo siamo riusciti a ottenerlo dopo vent'anni di lavoro e continuo reinvestimento degli utili in attività di ricerca e sviluppo. I nostri settori principali sono il controllo qualità nel settore siderurgico e il controllo qualità nella produzione di vetro cavo.

Nel 2010 abbiamo cominciato un progetto di collaborazione con lo IAAD www.iaad.it, scuola di design industriale di Torino, per lo sviluppo di nuove tecnologie per tutti i giorni. Abbiamo deciso di prendere il know-how che avevamo sviluppato nel settore industriale e abbiamo voluto portarlo nella vita quotidiana. Il primo progetto di design è veramente partito nel 2007, anno in cui abbiamo sviluppato delle macchine per il controllo qualità nel settore del vetro. Ci siamo detti: "Perché dobbiamo obbligare le persone a lavorare in luoghi sporchi e brutti quando c'è la possibilità di avere nelle nostre fabbriche, anche in quelle più pesanti, elementi di abbellimento; di rendere

la vita migliore agli operatori?". Per il design delle macchine, inoltre, in questi anni abbiamo investito moltissimo sull'interazione uomo-macchina, cercando di sviluppare una serie di interfacce utente che semplifichino la vita degli operatori.

Nel 2010 ha preso il via il progetto che oggi sta all'interno del brand Parson www.parson.it (quindi abbiamo creato un brand per questa nuova idea). Siamo partiti dal paradigma dell'Internet delle cose, che adesso sta andando molto di moda (nel 2010 c'erano i primi sentori di questa pervasività della tecnologia nella vita di tutti i giorni). Abbiamo dato a una ventina di ragazzi dello IAAD, che stavano sviluppando la tesi, il tema di rivisitare le telecamere di videosorveglianza. Le telecamere che vediamo tutti i giorni sinceramente le vediamo abbastanza brutte, anche perché quando è nata la videosorveglianza lo scopo era un po' intimidatorio (dovevamo sapere di essere controllati). Oggigiorno sappiamo che siamo controllati in ogni momento, non solo dalle telecamere ma anche da dispositivi di qualsiasi genere, e quindi l'effetto intimidatorio secondo me sta venendo meno. Ai ragazzi non abbiamo dato il tema di nascondere l'oggetto, bensì il tema di renderlo un oggetto di design centrale all'ambiente in cui veniva messo.

Questi ragazzi hanno lavorato un anno alle tesi e sinceramente mi hanno stupito perché sono uscite idee di ogni tipo, cose veramente impensabili che hanno messo in difficoltà anche i nostri ingegneri sul come sviluppare l'elettronica che avrebbe dovuto finire nei dispositivi pensati con questi design molto innovativi. Alla fine dell'anno accademico abbiamo scelto il lavoro di Eleonora Trevisanutto che è partita da dei concetti legati alla street art e a quelli che sono dei movimenti critici su come oggi stiamo vivendo le città. Ha voluto in qualche modo riportare la natura in città. Queste sono telecamere di videosorveglianza, o meglio telecamere intelligenti pensate per la videosorveglianza e non solo, quindi ci siamo mossi anche dal punto di vista del concetto di smart city, di città intelligente. Possono avere delle applicazioni che vengono caricate su richiesta e su questo stiamo creando anche una community di sviluppo open di software per questo tipo di dispositivi.

Eleonora è partita dal concetto della techno-natura, non volendo imitare completamente la natura, e quindi ha cercato di dare un tono scherzoso all'oggetto. L'abbiamo pensato per le grandi città, per i borghi storici, quindi abbiamo sviluppato anche degli animaletti che sono sì visibili e riconoscibili ma un po' più anonimi (come la co-

lomba, il gufo), abbiamo pensato ai parchi giochi, ai luoghi di villeggiatura e ai parchi all'interno delle case. Stiamo sviluppando delle nuove linee in cui stiamo anche affrontando il discorso della multisensorialità: alla vista stiamo cercando di introdurre nuovi sensi che possono essere l'udito, l'olfatto. Stiamo sviluppando delle linee di design dedicate più ad ambienti indoor che outdoor. Per noi, in azienda, questo è stato un grosso passo culturale e di sviluppo. Partire da un oggetto che ci vincola in termini di volumi e di posizione delle schede elettroniche, ci ha permesso di andare a studiare in modo più approfondito le tecnologie che stavamo utilizzando. Ci siamo accorti che stavamo facendo degli errori, che c'era modo di migliorare. Quindi abbiamo dato grossa importanza al risparmio energetico, alla riduzione del calore che le nostre elettroniche sviluppavano.

L'anno scorso ho avuto la fortuna di confrontarmi a Cupertino con degli ingegneri della Apple. Mi hanno spiegato che questo è quello che è successo a loro vent'anni fa. Il fatto, cioè, di abbinare il design all'alta tecnologia gli ha permesso di sviluppare nei decenni gli oggetti che oggi teniamo in mano, che sono piccolissimi pur avendo un'altissima potenza di calcolo, un'altissima tecnologia. Questo è stato grazie al fatto di aver scoperto che venivano fatti degli

errori, al miglioramento continuo. In azienda quindi ci stiamo anche confrontando con le richieste che arrivano dal consumatore (un interlocutore industriale essenzialmente chiede l'efficacia dell'oggetto ma magari valuta meno altri aspetti invece importanti per il consumatore).

Il gruppo sta crescendo molto perché si pone delle domande ancor prima di partire con il progetto. In tutti i lavori, ne sono da sempre convinto, l'importante è quindi farsi delle domande. Poi che si lavori in ambito consumer piuttosto che industriale, dall'altra parte abbiamo sempre delle persone. La cultura è perciò una cosa importantissima perché si porta dietro la nostra storia. Con questo progetto noi stiamo quindi cercando di portare nel mondo la cultura del design italiano, i valori che il nostro territorio può dare, e penso che questa sia una strada da percorrere per migliorare attivamente il modo in cui viviamo.

Monica Calcagno

Bene, grazie, a questo punto passo la parola a Toshiyuki Kita.

Toshiyuki Kita

Buongiorno a tutti. Io vengo dal Giappone, da Osaka. Sono molto felice di essere a Udine. Sono già stato qui per motivi di lavoro e posso dire di conoscere un posto molto famoso, San Daniele, con il suo prosciutto molto buono. Noi abbiamo un grande boom d'Italia e abbiamo tantissimi ristoranti italiani, quindi sono un grande consumatore di San Daniele. Nel mondo si pensa che in Italia ci siano grandi eccellenze che sapranno fare uscire il Vostro paese da questa crisi economica. Bisogna crederci.



Questa è una carta. Io ho lavorato per tanti anni, per quarant'anni, con gli artigiani. Oggi il prodotto carta fatto con la macchina costa di meno, viene consumato di più e quindi questo bellissimo materiale prodotto artigianalmente è quasi finito.



Questa è la foto del paese in cui questa carta è stata prodotta per più di mille anni. Adesso non è più prodotta.



Questa foto illustra il processo di produzione della carta così com'era allora.



Appena sono arrivato in Italia, mi sono trasferito a Milano e ho prodotto questa lampada per una ditta artigianale di elettricità. È del 1971 ed è ancora in produzione in Giappone.



Questa è stata prodotta 43 anni fa. Sono tutti modelli ancora in produzione. La tecnologia naturalmente è cambiata (adesso si usano i led dentro), mentre la parte esteriore è in carta antica.



Questo, invece, è un piatto del '600 di porcellana originaria giapponese. Dei produttori di porcellana mi hanno consultato per

avere un consiglio su qualcosa che fosse innovativo e in grado di migliorare la loro produzione. Ho visitato, quindi, il loro museo e trovato questo piatto. Ho modificato il design e creato questa nuova serie



Ed ecco qui: ho creato tutta la produzione, tutta la serie, tutti i tipi di piatti. Questa produzione risale a circa dieci anni fa e in Giappone è ancora molto venduta. Attualmente sta per essere esportata in tutto il mondo.



Ancora oggi tengo spesso delle riunioni in varie aziende. Queste foto illustrano come si arriva a produrre questa fibra e, con essa, questa poltrona. È una produzione che ha il vantaggio di sfruttare soprattutto l'ecologia. Sono tutti materiali assolutamente naturali ed ecologici e quindi si crea anche una nuova forma di armonia, la si sviluppa e la si fa crescere.



Questo è un manufatto di lacca che ho prodotto circa trent'anni fa. Anche qui ho dovuto cambiare design e innovare per cercare di rendere la produzione più appetibile. Naturalmente la plastica ha cominciato a essere venduta e quindi ho cercato di utilizzare quei prodotti.



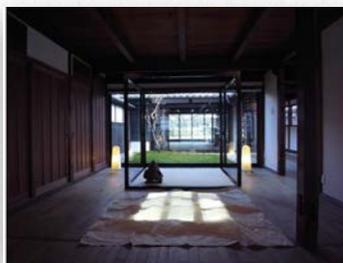
Questa è l'attrezzatura tradizionale che si usa prima di laccare, per produrre lacca. Ha a sua volta una storia di più di mille anni.



Anche questo è un mobile prodotto in laccatura naturale, totalmente naturale.



Anche qui ho rinnovato il design, utilizzando il materiale originario che era la ghisa. Anche questo è esportato regolarmente in tutto il mondo. Quello che vedete è un materiale che si può utilizzare non solo con il gas ma anche con l'elettricità: è acciaio puro.



Questa abitazione doveva essere demolita. Ha più di cent'anni. Io ho deciso di comperarla, di restaurarla e di farne una galleria e nello stesso tempo un negozio per ospitare la produzione.

Il mio lavoro fondamentale, quindi, è riuscire a far rivivere, in qualche maniera rinnovare, delle tradizioni che sono antichissime e adattare alle esigenze moderne. Questa è diventata una delle funzioni principali del design contemporaneo.

Il mio interesse principale è soprattutto il riciclo dei materiali, trovare dei modi per riutilizzare dei materiali che altrimenti non si utilizzerebbero più.



Questi sono gli OLED, molto particolari.



Questi sono sgabelli in bambù.



Questa, forse la conoscete, è la prima televisione a cristalli liquidi del mondo.

Quindi all'inizio magari un design che non era produttivo o utile diventava invece, grazie a un rinnovamento, stranamente appetibile. Dieci anni fa sono stati fatti trenta milioni di prodotti. Ha rinnovato anche le sorti dell'azienda.



Questa è la sedia che ho prodotto una quindicina di anni fa. In questo caso, mi sono occupato di vedere come rinnovare un particolare campo: era l'epoca in cui fiorivano i primi computer e soprattutto l'home office. È iniziato il periodo in cui era diffuso l'home theatre, quindi la televisione in casa e soprattutto il cinema in casa. C'era un'esigenza anche di agevolare la popolazione anziana. La cosa più importante era quindi cercare un design che trovasse un equilibrio tra tutte queste necessità. Anche questo è un prodotto che ha avuto un grandissimo successo. È da 10-15 anni che l'ho ideato.



Questa è una produzione della vostra regione, della ditta Moroso. Ha una storia di circa quarant'anni perché ne ho ideato il design allora. Però la produzione e la vendita da Moroso è iniziata una ventina d'anni dopo, negli anni Novanta. All'inizio c'erano delle difficoltà di vendita. Ora, invece, ne ricavo delle royalties.

Quello che ho voluto soprattutto sfidare con questa mia opera è che è l'epoca, lo spirito dell'età e del periodo in cui si vive che è importante quando si crea design. Cose che hanno un grandissimo valore antico adesso sono risorte a nuova vita.



Qui torniamo al problema dell'aumento della popolazione anziana. Si solleva la questione di garantire una qualità di vita adeguata ed elevata anche alle persone anziane in difficoltà. In questo la tecnologia è necessaria e utilissima. Questo è uno scooter. Tutte queste attrezzature sono ovviamente utili anche a chi presta assistenza agli anziani.



Questa aiuta a sollevare le persone quando non riescono a muoversi.



Questo robot, alto circa un metro, è stato prodotto soltanto in un centinaio di esemplari dalla Mitsubishi e serve soprattutto per comunicare stando accanto agli anziani. Li assiste, risponde loro, reagisce ai loro stimoli. Quindi è molto importante.

Il concetto fondamentale che vorrei esprimere è che passato, presente e futuro si devono equilibrare e creare un'armonia e un equilibrio. Voglio inoltre sottolineare che non si tratta solo di disegnare e produrre: bisogna farlo con spirito di attenzione e sensibilità verso gli altri. Quando si disegna e si produce, quindi, è importante metterci proprio l'anima. Grazie.

Monica Calcagno

Grazie, molto belle le immagini, molto suggestive, e soprattutto è proprio interessante il rapporto tra la tradizione e il design e quindi anche il tema della sostenibilità. A questo punto passo la parola a Marcello Smarrelli che ci parla della collaborazione tra artista e impresa. Chiudiamo con la sua presentazione e poi lasciamo spazio al dibattito.

Marcello Smarrelli

Buongiorno, mi chiamo Marcello Smarrelli e sono il direttore artistico della Fondazione Ermanno Casoli www.fondazioneecasoli.org. C'è una curiosa coincidenza con il discorso appena fatto da Toshiyuki Kita sulla carta e l'artigianato, infatti Elica – l'azienda da cui nasce la Fondazione Ermanno Casoli – ha il suo headquarter proprio a Fabriano, la città dove è stata inventata la carta, che – come mi disse ironicamente un fabrianese doc – nessuno sa dov'è sulla carta (geografica). Ma Fabriano è una città molto importante: per molti anni è stato uno dei distretti più forti in Europa per la produzione di elettrodomestici, sede di grandi marchi quali Indesit, Ariston, Elica e altri ancora. Oggi molte di queste aziende risentono pesantemente

della crisi economica; per fortuna Elica – leader mondiale nella produzione di cappe per l'aspirazione da cucina – è un'azienda che gode di ottima salute, grazie anche al fatto d'aver avviato la delocalizzazione della produzione in tempi non sospetti. Ha iniziato con la Polonia, poi il Messico, il Giappone, la Cina, l'India, con una produzione di 20 000 cappe da cucina al giorno: un numero davvero impressionante.

Il fondatore dell'azienda, Ermanno Casoli – morto prematuramente – ha lasciato le redini al figlio Francesco, che ha preso in mano l'azienda quando aveva solo 18 anni. Nel 2007 Francesco ha deciso di dedicare una fondazione a suo padre, che amava l'arte e si divertiva a dipingere firmando le sue tele con una "fusione" del suo nome e cognome, "Caserma". Ci piace pensare che questo pseudonimo militarista fosse ispirato all'estetica futurista, così come il nome di Elica, lo stesso che un altro grande esponente futurista, Giacomo Balla, diede a sua figlia. Del resto è documentato il rapporto d'amicizia che legava Ermanno Casoli all'artista fabrianese Edgardo Manucci, che a Roma aveva stretto contatti con lo stesso Balla, Enrico Prampolini e tutto l'ambiente del secondo Futurismo e dell'avanguardia. Quando, attraverso un'indicazione data da Enzo Cucchi, vengo chiamato nel 2007 a ricoprire la carica di Diret-

tore Artistico della Fondazione, mi ritrovo a muovermi e operare in un'azienda che conta più di 3000 dipendenti con sedi sparse in tutto il mondo, nei punti nevralgici dell'economia globale.

Lavorare con l'arte all'interno di una azienda che "piega l'acciaio" è molto più complicato che farlo, ad esempio, con un grande brand della moda, soprattutto quando non si vuole "semplicemente" fare design affidando all'artista un prodotto, ma piuttosto portare gli artisti in azienda e farli lavorare su un concept, su un processo di alfabetizzazione rivolto al linguaggio del contemporaneo per i dipendenti. Una volta arrivato in Elica ho cominciato a parlare con le persone, a conoscere il lavoro della gente, a confrontarmi con tutti quelli che me ne davano la possibilità. Una delle persona più interessanti che ho incontrato, dal mio punto di vista, è stata Deborah Carè, che a quel tempo si occupava di risorse umane e oggi è diventata Brand Communication Manager di Elica e Direttore della Fondazione. Insieme, abbiamo cominciato a riflettere su quali fossero le necessità primarie delle aziende in ambito culturale e, tra tutte, la necessità di fare formazione ci è apparsa come un'esigenza imprescindibile, quasi un imperativo categorico. Insieme a lei mi sono avvicinato alle questioni della formazione aziendale, cercando di capire su qua-

li metodologie si basa. Un aspetto saltava immediatamente agli occhi: la formazione aziendale faceva ampio uso della figura retorica della metafora. Attraverso l'uso della metafora, molto spesso legata a sport quali il calcio o la vela, si trattano temi molto importanti per le aziende: il team building, il senso di appartenenza, lo sviluppo del pensiero laterale, le eccellenze operative, il problem solving, l'innovazione ecc.; attraverso il processo di debriefing sviluppato dai formatori manageriali, si creano le metafore comportamentali che dovrebbero poi aiutare chi lavora nelle aziende a superare i conflitti o i blocchi e a migliorare il proprio atteggiamento nei confronti del lavoro. Da storico dell'arte, non potevo non notare che l'opera d'arte è costitutivamente legata alla metafora: se si poteva utilizzare un calciatore o un velista per fare team building, a maggior ragione si poteva utilizzare un artista per fare formazione. È nato così E-STRAORDINARIO, un format di workshop che vede l'artista al centro del processo formativo, in un'azione didattica molto democratica e circolare in cui progettare e realizzare con i dipendenti un'opera, utilizzando questa modalità come spunto da cui trarre le metafore formative. Dopo le prime sperimentazioni di successo in Elica, con Deborah ci siamo resi conto che il punto debole di E-STRAORDINARIO era la mancanza della voce aziendale nella pro-

gettazione. Abbiamo iniziato a contattare delle società di formazione e a presentare il nostro progetto; alcuni ci hanno guardato come fossimo marziani, altri invece hanno creduto da subito al nostro progetto e con loro abbiamo iniziato a costruire questi corsi di formazione sviluppandoli in maniera triangolare: l'artista, il curatore e il formatore manageriale. Come dicevo i primi successi di questa metodologia di formazione li abbiamo ottenuti in Elica, tanto che E-STRAORDINARIO è stato inserito nel primo contratto integrativo siglato da Elica. Da quando esiste la Fondazione Ermanno Casoli, Elica ha visto crescere in maniera esponenziale i suoi riconoscimenti, anche a livello internazionale. Ad esempio ha vinto più volte il Great Place To Work Award, un premio che stabilisce l'azienda dove si lavora meglio in Italia e in Europa.

Ma per noi della Fondazione il riconoscimento più importante è quello che ci è venuto da Aspiranti Aspiratori, selezionato dall'Osservatorio Permanente del Design ADI, Associazione per il Disegno Industriale, per essere inserito nel volume ADI Design Index 2012 nell'ambito "Ricerca per l'impresa". L'ADI Design Index è diventato dal 2009, oltre che preselezione per il Premio Compasso d'Oro, anche selezione annuale per il "Premio dei Premi per l'Innovazione", patrocinato dalla Presidenza della

Repubblica. L'idea di Aspiranti Aspiratori, il progetto per cui sono stato invitato qui oggi a parlare, nasce dall'incontro tra l'esigenza di Elica di attivare nuove riflessioni sul tema della purificazione dell'aria e la proposta culturale della Fondazione, il cui scopo – come abbiamo detto – è di favorire il dialogo tra arte e industria, affidando a un artista il compito di ripensare questo concetto. Abbiamo scelto Sissi, di origine bolognese, che per la natura della sua poetica si è rivelata l'artista più adatta a condurre questo esperimento. Sissi è stata ospitata all'interno della fabbrica, dove ha costruito il proprio atelier per poter familiarizzare con l'ambiente fino a farne il proprio corpo, riempirlo di contenuti, dando vita a una nuova metodologia di interazione tra arte e industria: l'"organindustria". In questo modo, l'industria si è trasformata nell'organismo dell'artista, iniziando a funzionare in un continuo e incessante scambio osmotico, in cui gli stessi dipendenti hanno visto nascere e crescere le opere dell'artista, diventando partecipi e complici del suo lavoro. Aspiranti Aspiratori ha rappresentato per noi la quadratura del cerchio, dimostrando come il lavoro di un'artista – che porta avanti questa pratica a tutto tondo, senza nessuna contaminazione con il prodotto – possa diventare a tutti gli effetti un progetto di design riconosciuto dalla più prestigiosa associazione di design del mon-

do. L'altro successo per noi importante è stato quello di iniziare a promuovere questi progetti di formazione all'interno di altre aziende. Un conto è raccontarsi in casa nostra che siamo bravi; la vera sfida è quella di convincere anche gli altri a credere in quello che facciamo. Tra le tante aziende con cui abbiamo lavorato posso ricordare ACRAF – Aziende Chimiche Riunite Angelini Francesco, MSD, Biotronik, Chicco Artsana, Bricocenter e molte altre ancora.

Quello che volevamo dimostrare attraverso la Fondazione Ermanno Casoli è che gli artisti possono lavorare proficuamente per le aziende. Spesso dimentichiamo, per pigrizia o perché abbiamo la memoria corta, che il design è nato dagli artisti, che la scuola Bauhaus ha inventato il design, che il design e l'architettura sono molto vicini, che pittura, scultura e architettura costituivano la triade delle arti maggiori ed erano considerate tutte sullo stesso piano. La Bauhaus era formata da un gruppo di intellettuali – artisti provenienti da diverse discipline, filosofi, architetti – che si erano impegnati a ideare e realizzare oggetti che potessero rendere il mondo migliore, aiutando la produzione industriale nascente a creare oggetti belli, etici e ricchi di senso. Il problema si era posto in tutta la sua evidenza durante l'Esposizione Universale di Londra del 1851, nella quale si trovavano a

confronto i prodotti delle industrie e quelli dell'alto artigianato: le porcellane di Sèvres o gli argenti di Sheffield erano straordinari rispetto agli utensili o alle macchine agricole. Da lì, unendo la filosofia delle arti applicate alla produzione industriale, nasce l'idea di dare una forma esteticamente apprezzabile agli oggetti di uso comune. Nel suo intervento, ad esempio, Kita ci ha dimostrato come degli oggetti medicali possono assurgere a una loro idea di bellezza quando vengono progettati con un criterio estetico e funzionale preciso. Le opere d'arte, così come gli oggetti di design, nascono dalla progettazione. È proprio a partire da questa comune origine che parte la possibilità di interazione tra arte e produzione industriale: gli artisti infatti, anche se non entrano all'interno dei processi produttivi, possono dare un contributo nella fase di ideazione di un concept per la realizzazione del prodotto, dando ai designer nuovi spunti. A volte, ma non è il caso di Kita, come testimonia il suo lavoro, molti designer si dimenticano che la cultura artistica è alla base della creatività e dunque, se l'impresa – un nome che evoca qualcosa di quasi epico e avventuroso – dimentica le radici fondamentali che possono venire solo dalla cultura, evidentemente appiattisce il proprio discorso producendo oggetti che non hanno più nulla di sorprendente, se non il desiderio di porsi come meri oggetti di consumo.

Monica Calcagno

Grazie anche per quest'ultimo intervento molto interessante. Credo che siano emerse tantissime cose dalle vostre presentazioni. Io lanciai solo alcuni temi che ho rintracciato mentre parlavate, perché magari su questi potrebbero esserci delle domande. Un primo tema è relativo al contatto tra questi mondi, che vuol dire aumentare, per esempio, l'audience, aumentare l'incontro con il mondo dell'arte. Non si tratta, però, solamente di aumentarlo quantitativamente, ma anche di investire in processi che abbiano un certo spessore e quindi anche di uscire dalla logica di quantificare il successo delle iniziative sulla base del numero di contatti, di visite, di spettatori, della quantità di audience, ma sulla base invece di processi che perdurino nel tempo, e interrogarsi sui risultati nel tempo. L'Assessore alla Cultura di Udine ha citato questo tema dicendo che della cultura si parla tanto, poi, però, i visitatori dei musei sono pochi. Perché non è un problema di quantità ma di qualità di relazione: forse nella qualità di questa relazione tra il mondo dei musei (che è uno dei tanti mondi attraverso cui l'arte parla) e il consumatore ci sta di mezzo una società che è fatta di operatori economici, di imprese e di designer che possono agevolare questa comunicazione. Possono agevolarla anche attraverso l'in-

troduzione dell'artista in azienda, dove ci lavorano persone che poi portano a casa un pezzo di quel vissuto che è sì un prodotto ma è anche un processo che le ha coinvolte dal punto di vista creativo e che magari le portano ad approfondire le conoscenze del mondo dell'arte che prima non necessariamente avevano.

È necessaria, però, una mediazione perché è vero: i linguaggi sono diversi. Sono apparentemente profondamente e radicalmente diversi: in realtà ci sono punti di contatto tra la figura dell'artista e la figura dell'imprenditore (non a caso c'è una letteratura recente che parla di questo), perché anche negli artisti ci sono capacità di imprenditorialità, di costruzione di uno scenario dal punto di vista applicativo ma anche di gestione, soprattutto in artisti che oggi usano la tecnologia, che movimentano cose piuttosto complesse (oggi ma anche nel passato).

Perciò questo secondo me è un tema: il punto di contatto o il processo e come passare da occasioni di incontro a processi che invece creino qualcosa. E quindi come passare da startup a imprese che durino nel tempo, per esempio. Bisogna solidificare questi eventi, far in modo che alimentino lo sviluppo della ricchezza di un territorio, che è ricchezza culturale, sociale e che

può diventare anche ricchezza nel senso di uno sviluppo economico.

Gli spazi che sono stati citati sono molto interessanti, soprattutto quando mescolano cose diverse, quando non sono spazi destinati solo a designer, ad artisti, perché altrimenti diventano spazi di isolamento. Questi spazi hanno bisogno di essere dentro la città, nei luoghi, hanno bisogno di creare occasioni di contatto, di relazione, di lavoro, di socialità e di convivialità tra persone diverse in modo tale da creare questi futuri mediatori, perché creano delle competenze di mediazione che possono trovare effettivamente impiego nei luoghi che hanno bisogno di mediare linguaggi diversi.

Ho intravisto anche il tema del turismo, che all'Italia dovrebbe stare molto a cuore: il fatto che Klagenfurt sia nota più per motivi turistici che non per il fatto che ci sono dei designer, come se queste cose fossero in contrapposizione, come se lo sviluppo del turismo dovesse non necessariamente fondarsi anche su elementi di creatività presenti e non valorizzarli. Questo è un grosso tema che può trovare domande e sviluppi e che chiaramente implica una riflessione sugli attori che devono fare delle scelte di investimento e di supporto, perché sicuramente il tema spazio pubblico e privato e

come questi due ambiti debbano interagire è importante. Sono stati citati spazi di creativi che poi via via diventano spazi di convivialità, di negozi, di boutique, di ristoranti, di luoghi di tendenza e alla moda: questo chiaramente ha il suo lato negativo che può essere un processo di "gentrificazione" di quel territorio. Lentamente, gli affitti salgono, diventano sempre più improponibili per i giovani che vogliono viverci: quindi a quel punto dovrebbe entrare in gioco un'azione pubblica di governo ma purtroppo questo non succede.

Un altro tema, e poi mi avvio alla conclusione, è la cultura di un territorio rispetto all'innovazione. La tradizione, se ne è parlato, è importantissima e ancora una volta l'Italia può valorizzare la tradizione e la cultura del territorio. Ascoltando le parole di Kita, ho pensato a due designer di Venezia che diversi anni fa hanno iniziato a riprendere l'infilatura delle perle tradizionali veneziane. Sono andati a ripescare queste perle abbandonate nei cassetti e anziché riprodurre fintamente un oggetto che non ha più senso, perché il contesto è cambiato, hanno creato dei gioielli molto belli, utilizzando un design nuovo, mettendo le perle all'interno di oggetti di arredamento, di collane, di spille, di orecchini, eccetera e hanno avuto molto successo. Questo amore per la tradizione declinato in chiavi alterna-

tive, con la consapevolezza di stare in un contesto diverso, ha fatto sì che incontrassero un po' casualmente un produttore giapponese di kimono che ha trovato in loro degli elementi molto interessanti, elementi che rileggevano in maniera intelligente la tradizione manifatturiera del kimono tradizionale giapponese, e che con loro ha sviluppato tutta una linea di spilloni e di oggetti per il mercato giapponese che erano in linea con quella tradizione. Quindi questo è anche interessante perché le culture si mescolano: loro hanno portato un pezzo di cultura veneziana in terra giapponese, l'hanno declinata nel rispetto della cultura giapponese e oggi sono due designer che, oltre a essere affermati localmente e internazionalmente, hanno un mercato molto importante in Giappone. Hanno inoltre preso cose nuove che hanno portato in Italia, a Venezia, quindi uno scambio... perché poi i processi sono fluidi, iniziano, si spostano poi tornano indietro: da qui l'aspetto interessante dello studiare questi processi. Declinare innovazione e tradizione per il design è quindi molto importante: fa passare un messaggio di innovazione che non vuol dire buttare nel cestino tutto quello che è vecchio ma vuol dire anche valorizzare qualcosa. Vedere delle immagini di oggetti che hanno trenta, quarant'anni e che sono ancora così attuali ci dà il senso di quanto sia importante operare in questo modo.

Alla fine di tutto questo, lancio una provocazione. In tutti questi casi l'arte effettivamente serve molto all'impresa. La domanda con cui chiudo è: l'impresa serve all'arte? Oppure serve solo a gestire efficientemente un po' di processi, a metterli in ordine e a fare migliore comunicazione con una politica più adeguata? Questa è la domanda che pongo e poi, chiaramente, lascio spazio alle altre. Grazie.

Alessandro Liani

Da molti anni sono convinto della centralità dell'impresa all'interno del tessuto sociale del territorio. Noi come azienda siamo certificati SA8000 da parecchi anni [N.d.R. standard internazionale di certificazione per la responsabilità sociale d'impresa]. Stiamo cercando nel nostro piccolo di fare molta attività sul territorio perché comunque le aziende sono fatte di persone, le persone vivono nel territorio, abbiamo dei valori che presentiamo anche attraverso l'arte. Dunque l'arte è anche l'espressione della nostra storia, dei valori di un territorio. Senza altro l'impresa non può tirarsi indietro nello sviluppo del territorio e quindi anche del supporto a quelli che sono gli elementi artistici, storici, di quel territorio.

Marcello Smarrelli

Potrei parlare per ore di questo argomento, ma cerco di concentrare tre pensieri che per me sono fondamentali. Intanto l'arte esiste dove c'è economia e questa è una realtà storicizzata e assolutamente evidente a tutti. In Italia non c'è più una scuola d'arte dagli anni Settanta, cioè dai tempi dell'Arte Povera: non è un caso che a Torino, nella stessa città dove nacque questo movimento, fosse presente anche la più grande azienda italiana, la Fiat, che non ha fatto niente per l'arte, per carità, ma ha creato un'atmosfera, un'energia attraverso la quale il linguaggio si è potuto sviluppare. Quindi, finché in Italia non tornerà a esserci un'economia forte, difficilmente nascerà un nuovo linguaggio artistico. Anche i nostri artisti italiani, ne abbiamo 30 o 40 a Berlino, fanno molta fatica ad avere successo. Uno dei casi più fortunati è stato quello di Maurizio Cattelan a New York: un caso straordinario che, insieme ai curatori Francesco Bonami e Massimiliano Gioni, costituisce la punta più alta dell'arte contemporanea italiana all'estero. Ma a parte questi casi straordinari, si potrebbe citare anche Francesco Vezzoli, Paola Pivi, Micol Assaël, la giovane arte italiana, invece, la conoscono in pochi. Sicuramente è colpa del modo in cui gli artisti si formano in Italia, dello stato in cui sono ridotte le Accade-

mie di Belle Arti. Se in Germania un artista si può formare con Olafur Eliasson, in un atelier meraviglioso e straordinariamente stimolante, qui i professori di accademia sono emeriti sconosciuti, a parte rarissimi casi. Il problema vero dell'Italia è la politica, lo sappiamo tutti. Esiste un problema politico serio: non si riesce a costruire nulla di duraturo, che segua una visione. Questo problema, inevitabilmente, si riflette sulle imprese, che in Italia non riescono a essere forti come potrebbero: basti pensare a un marchio di prestigio come Illy e paragonarlo alla potenza che ha Starbucks. La Fondazione Ermanno Casoli propone corsi di formazione alle aziende e quindi mi capita spesso di confrontarmi con tanti imprenditori e formatori aziendali. Molto spesso mi accorgo che sia gli imprenditori che i formatori non hanno la visione, la capacità di immaginare le cose: se racconti loro il lavoro di un artista, non riescono a capirlo, perché mancano di strumenti culturali, perché considerano la cultura come un elemento superfluo, una perdita di tempo. Se un imprenditore non ha la capacità di immaginare, come può fare impresa? In questo senso possiamo individuare un punto di contatto importante tra l'artista e l'imprenditore: così come l'artista sa immaginare la sua opera, gli imprenditori devono saper immaginare la loro impresa. Dunque, dobbiamo tornare a imparare dagli artisti, dai

filosofi, dagli intellettuali, la capacità di immaginare quello che vogliamo, perché solo così possiamo indirizzare gli sforzi per poterlo ottenere. Se non si sa immaginare quello che vogliamo, non lo otterremo mai.

Toshiyuki Kita

Secondo me siamo tutti essere umani e abbiamo uno spirito, un animo, molto forte, naturalmente. Ciascuno è diverso dall'altro e quindi dipende anche dal carattere e dalla personalità del soggetto. Quindi il vero valore dell'arte sta non nella semplice produzione, ma nel dare al progetto uno spessore e una profondità, una sorta di anima, di spirito, che lo renda valido e gli dia una qualità molto più elevata.

Monica Calcagno

Se non ci sono altri interventi dei nostri relatori... domande?

Federica Manaigo

Ci diciamo che le possibilità di collaborazione e intersezione tra gli imprenditori e gli artisti possono essere proficue con tut-

ta una serie di potenziali vantaggi, però effettivamente il dialogo è uno dei punti di difficoltà maggiori. In maniera concreta e semplice, quali sono secondo voi i metodi migliori per riuscire a colmare questo gap (che è quello che noi un po' cerchiamo di fare con questo progetto), anche in un dialogo che sia in qualche modo paritario, in cui si riescano a creare le condizioni per cui le collaborazioni partano bene? Sembra banale ma credo tutto sommato non lo sia.

Monica Calcagno

La mia visione. Io credo che qui ci sia spazio per cambiare un po' le logiche per esempio dell'investimento della creatività in ambito pubblico. Io stessa partecipo a commissioni che riguardano bandi, imprese creative, e anziché concentrarsi sul dare dei fondi un po' a pioggia magari avendo un certo budget, anziché finanziare un progetto magari spot con un contributo di qualche migliaia di euro, credo che sia importante finanziare dei luoghi di formazione, le figure di mediazione, i mediatori che in qualche modo svolgono quel ruolo di mettere insieme un'impresa e un artista e di fare quello che è stato raccontato, per esempio, sul progetto di Sissi. Questo può

essere fatto attraverso una fondazione ma anche, per esempio, finanziando l'artista, supportando l'impresa e quindi mettendo insieme soggetti che abbiano un minimo di curiosità iniziale ma che trovino in questo spazio una possibilità di fare sperimentazione un po' a fondo perduto, nel senso che le imprese devono anche capire che nella sperimentazione c'è bisogno di tempo, di risorse, non c'è la fretta classica dello sviluppo di un prodotto e dell'offrire un prodotto sul mercato nel giro di qualche mese. Ma per fare questo un incentivo da parte delle istituzioni può essere utile. Anche per pagare l'artista, che vive della sua professione, altrimenti si ha la situazione che l'artista fa altro per vivere. Credo che ciò sia fondamentale.

Io questo lo sto vedendo perché conosco persone che spesso hanno un background piuttosto articolato, vengono da una formazione artistica e poi hanno trovato da sole fonti di finanziamento, contatti, eccetera e magari hanno sviluppato queste competenze all'estero e sono tornate, sono diventate magari dei formidabili mediatori, capaci di parlare linguaggi diversi. Queste però sono figure che crescono spontaneamente e le conosco per motivi di formazione nostra o per motivi personali. Quindi c'è bisogno di investire nella formazione di competenze di questo tipo e in spazi di questo tipo

che sì, secondo me, hanno bisogno del supporto anche pubblico. In altri ambiti credo invece che quest'ultimo non sia utile, perché credo che il finanziamento pubblico non sia destinato ad aumentare mentre qui sì, si possono dirottare fondi e attivare azioni concrete lavorando su piccoli progetti che però possono far nascere delle cose interessanti.

Domanda dal pubblico per Marcello Smarrelli

Lei ha fatto un confronto tra Illy e Starbucks. Io in questo contesto vorrei capire dove colloca il prodotto di nicchia che, piuttosto di diventare multinazionale e a diffondersi in maniera internazionale, punta ad attirare flussi turistici magari non di grandissima quantità ma di qualità. E in secondo luogo, chi ha un prodotto del genere cosa deve fare per sopravvivere e per migliorarsi?

Marcello Smarrelli

Guardi, se lo sapessi non sarei qui! Non faccio l'imprenditore, per fortuna, quindi posso permettermi di essere provocatore. Naturalmente non volevo offendere nessuno. Volevo semplicemente dire che in Ita-

lia, parlando di internazionalizzazione, abbiamo delle esperienze nuove come Eataly o Grom, aziende molto capaci nei processi di internazionalizzazione, forse perché i loro fondatori sono persone più giovani, magari educate all'estero, quindi abituate a confrontarsi con le sfide del mondo globale, mantenendo un prodotto di nicchia e di grande qualità, che può essere prodotto a livello industriale in modo da poter accontentare la richiesta mondiale.

A me impressiona Starbucks perché se si è stati in Cina, ogni cento metri c'è una loro caffetteria: questo vuol dire una grande quantità di denaro, una capacità enorme di generare posti di lavoro, un'organizzazione aziendale incredibile. E sono tutte cose di cui io, come italiano, mi sento defraudato, perché sono possibilità che anche noi avremmo avuto. Da anni diciamo che abbiamo i monumenti più belli, l'enogastronomia più ricca e che tutto questo potrebbe essere la nostra ricchezza inesauribile. Indigna leggere che l'olio italiano negli Stati Uniti viene edulcorato e falsificato perché non c'è nessuno che lo protegge quando paghiamo milioni di stipendi per i dipendenti dell'Istituto del Commercio Estero che non promuovono e non proteggono i nostri prodotti. Credo che in Italia basterebbe una persona di buon senso a governarci,

perché qui quello che ormai si è completamente perso è proprio il buon senso.

In questo paese bisognerebbe ricostruire le istituzioni, guidate da persone competenti e non da amici degli amici, fare delle commissioni di persone che sappiano valutare i progetti, che conoscano i territori, che sappiano chi sono le persone che lavorano nel territorio, affinché i fondi pubblici elargiti per la cultura possano dare frutti e non diventino solo degli eventi spot, effimeri fuochi d'artificio.

Domanda dal pubblico per Marcello Smarrelli

Con quale criterio scegliete i partner artistici o gli artisti a cui poi affidare il lavoro in azienda?

Marcello Smarrelli

In queste cose la penso un po' come Winston Churchill quando diceva che la democrazia è una bella cosa quando a comandare sono in due e, quando c'è da decidere, uno dei due si sente male e non viene al lavoro. Come Direttore Artistico scelgo gli artisti e poi sottopongo i loro progetti al nostro Comitato Scientifico, che è molto com-

petente. Dovendo individuare artisti che devono andare a lavorare in particolari situazioni, devo fare molta attenzione affinché il loro lavoro e le loro personalità possano funzionare in quel determinato contesto; per questo sarebbe difficile lavorare, ad esempio, con una open call e una giuria. Il Comitato Scientifico si fa garante del fatto che gli artisti corrispondano a dei criteri di qualità condivisi a livello internazionale. Quando lavoriamo per aziende italiane scegliamo sempre artisti italiani perché non ci siano difficoltà linguistiche con i dipendenti. Per lo stesso criterio stiamo lavorando a Shanghai con un artista cinese e abbiamo lavorato in Polonia con un artista polacco, coinvolgendo dei curatori locali.

Domanda dal pubblico

Che tipo di impatto questo ha avuto sul territorio di Fabriano e della zona?

Marcello Smarrelli

Con un avvocato che si occupa di diritti d'autore abbiamo cercato di brevettare il metodo della Fondazione Casoli. Abbiamo scoperto così che per brevettare un'idea o un metodo bisogna descrivere e dimostra-

re gli effetti prodotti. Abbiamo tentato di farlo, ma a parte alcune cose facilmente misurabili, è difficile valutare esattamente un'esperienza di questo genere, in quanto coinvolge profondamente la sfera umana. Quasi tutti i partecipanti ai nostri corsi di formazione aziendali sono molto felici di questa esperienza. La vivono come un regalo che l'imprenditore fa ai dipendenti, una forma di gratificazione, forse perché hanno sempre visto l'arte contemporanea come qualcosa di molto distante da loro, che non avrebbero mai potuto comprendere. Elica conta circa 3000 dipendenti: pochissime di queste persone sono mai entrate in un museo d'arte contemporanea, magari perché hanno sempre pensato che non fosse un luogo per loro. Il fatto che li avviciniamo a un'esperienza ritenuta molto esclusiva li gratifica e aumenta sicuramente nei dipendenti un senso di maggior appartenenza all'azienda e la disposizione a sviluppare un atteggiamento più libero e creativo.

Domanda dal pubblico per Marcello Smarrelli

C'è un flusso tra individualismo, se vogliamo, creativo dell'artista a cui avete attinto come materia prima per questa esperienza

e questo flusso nel caso di Sissi ha dato grandissimi risultati perché effettivamente è tangibile l'arte che ha voluto metter in pratica. Però nel processo di integrazione di cui parliamo ci sono altri elementi che sono molto importanti e che lei ha definito linguaggi diversi, cioè parliamo di linguaggi diversi tra l'arte e l'imprenditoria, per esempio, e anche il design. Come viene coordinato tutto questo all'interno di un progetto specifico come quello di cui lei parla? Mi spiego meglio: ho visto delle belle opere però sotto il profilo del design mi viene in mente che queste opere devono fondamentalmente soddisfare criteri pratici anche per la collettività. Tutta quella stoffa in un aspiratore non sarebbe di fatto possibile.

Per mettere sul mercato questi oggetti, che è il nostro scopo, bisogna tenere in considerazione delle regole economiche quindi, al di là del traduttore che serve per poter coordinare questi linguaggi, le chiedo: all'interno di un progetto specifico come quello che avete già avviato in questo caso, sono state individuate le interfacce tecniche che hanno potuto svolgere questo ruolo?

Marcello Smarrelli

Mi scuso perché se lei mi fa questa domanda vuol dire che non mi sono spiegato sufficientemente. Il progetto di Sissi è un pro-

getto che non sarà mai realizzato: è soltanto un modo per dare nuovi impulsi ai designer di Elica, per spingerli ad avere un'attitudine diversa nei conforti della progettazione. Il prodotto di cui parliamo è un purificatore d'aria e non una cappa aspirante, quindi è pensato per le stanze del living e non per la cucina. Quello che con Sissi volevamo fare era sperimentare come l'arte e l'artista possano intervenire nella progettazione di un oggetto senza produrre l'oggetto. Da che cosa si può partire? Si può partire da una famiglia di personaggi, si può costruire una favola su di loro, un cartone animato...

Ma il progetto di Sissi non ha mai preteso di diventare un oggetto compiuto. Da quel lavoro i designer di Elica potrebbero partire per poi realizzare un altro lavoro che può essere anche completamente diverso: era soltanto la rappresentazione di un possibile percorso interculturale in cui nasce un prodotto perché si racconta una storia prima ancora del prodotto. Come le cose che Kita ci faceva vedere prima: il Medioevo ci racconta una storia di forme, di oggetti, di immagini che poi un designer contemporaneo, che ha delle competenze tecniche diverse da quelle di un artista, può trasformare e far diventare il colore di un televisore che vende due milioni di pezzi. Partire da un oggetto, per esempio la lacca giappone-

se – che, come i tessuti e gli intrecci di Sissi, non si può usare per fare un purificatore d'aria – per fare un televisore. Però da quel colore, da quel metodo per fare la lacca, da quel concept può nascere un'idea per realizzare un prodotto di successo trasformandolo in ciò di cui ha bisogno l'industria.

Noi non vogliamo fare prodotti: vogliamo semplicemente fornire concept che poi un designer può reinterpretare per pensare e realizzare un prodotto.

Domanda dal pubblico

Vorrei brevemente presentarvi un progetto per ricevere da voi suggerimenti in merito. Parlo a nome di un gruppo: sono stato chiamato da un imprenditore, una figura che vuole recuperare e convertire uno spazio produttivo che è a fine ciclo e mi ha offerto l'opportunità di ripensare a questo spazio in modo creativo. In prima battuta la visita di questo spazio mi ha emozionato moltissimo: l'ho paragonato a una cattedrale, uno spazio grande, un capannone, una serie di strutture. Il progetto si è subito indirizzato nel creare un luogo creativo che potesse ospitare artisti dell'ambito visuale (pittori, scultori, ecc.) ma anche tutta una serie di figure professionali che guardano al mondo

dell'arte e alla creatività (architetti, designer, fotografi, videomaker) e, in qualche modo, al mondo scientifico (ingegneri, informatici, robotici, mondo biomedicale, ecc). Comunque una prospettiva molto allargata interdisciplinare e un luogo che potesse ospitare tutte o quasi queste figure attraverso dei piccoli contenitori organizzati a livello architettonico all'interno di questo spazio per un bacino di utenze o di progetto molto allargato su scala regionale e non solo, visto l'area geografica in cui ci troviamo. La prima domanda è questa: le aziende private secondo voi potrebbero essere interessate a non fare più esperienza o formazione all'interno dei propri spazi, ma trovare percorribilità in questo nuovo spazio, in questo nuovo concetto di aggregazione di idee e di formazione allo stesso tempo? Due: se la vostra esperienza può suggerire strumenti utili alla ricerca di queste collaborazioni, anche perché recentemente, per aver partecipato a un incontro in regione sui finanziamenti europei, non troviamo che questo progetto possa avere possibilità nell'immediato di tipo transfrontaliero perché è un progetto nuovo, non ha uno storico, probabilmente non avrebbe gambe per ottenere dei finanziamenti di tipo europeo.

Monica Calcagno

Credo che per attrarre le imprese verso azioni di questo tipo si dovrebbe fare chiarezza sull'obiettivo che ci poniamo, per non correre il rischio di non assegnare allo spazio, alla sua progettazione e gestione, la soluzione del rapporto tra arte e impresa. Lo spazio è necessario, ma non è sufficiente. Occorre infatti che ci sia una politica di individuazione degli attori e di accompagnamento dei processi che in quello spazio possono sviluppare delle azioni interessanti. Occorre in altre parole fare una scelta strategica su come gestire gli spazi e con chi. Nel rapporto fra arte e impresa, si possono ad esempio individuare imprese e artisti, designer, creativi e accompagnarli in un processo di sperimentazione che può trovare spazio in luoghi creati per questo. In momenti di crisi come quello attuale, c'è bisogno di più spazio per la sperimentazione e le stesse imprese possono essere attratte da tali opportunità.

Federica Manaigo

Ringrazio davvero molto i nostri relatori.
Metteremo a disposizione il materiale sul
nostro sito. Se avete delle curiosità, scriveteci: noi rispondiamo volentieri. Grazie.

Video con Interviste:

Business Meets Art Seconda Edizione

<http://www.youtube.com/watch?v=IN-vxkP5aUU&list=UU19HGF72AWIh89TirEcvKV>

[Q](#)

Capitolo 3

Incontri Tematici

3.1 “Arte&Impresa: strategie per i partenariati internazionali”

Interventi: *Elke Beneke*, project manager presso EB projektmanagement Villach; *Renzo Tafarello*, consulente della Fondazione la Fornace dell’Innovazione di Asolo; *Tommaso Bernardini*, area Finanziamento alle Imprese, Friuli Innovazione

3.2 “Comunicare l’impresa attraverso l’arte”. Blumm Prize: un premio internazionale per favorire l’incontro tra Arte Etica e Comunicazione

Incontro con *Gianfranco De Gregorio*, senior project manager presso Pomilio Blumm

Moderatore: *Paolo Ermano*, docente di Economia internazionale all’Università di Udine

3.3 “Think different! Think creative! Fra responsabilità sociale d’impresa e

innovazione”. Premio Creaa per Business Meets Art: incontro con l’azienda vincitrice

Interventi: *Andrea Viliotti* e *Roberto Cena* di Asteria Multimedia

Moderatore: *Stefano Salis*, giornalista de Il Sole 24 Ore

3.1 Arte&Impresa: strategie per i partenariati internazionali



Nella seconda edizione di Business Meets Art, Friuli Innovazione ha promosso un appuntamento di approfondimento dedicato ad Arte&Impresa, il gruppo transfrontaliero lanciato lo scorso anno dal Centro di Ricerca e di Trasferimento Tecnologico udinese nell'ambito del progetto europeo INCO-NET www.inco-net.eu. L'incontro – tenutosi nel pomeriggio di venerdì 7 febbraio 2014 presso Friuli Future Forum – ha inteso fornire a imprenditori, creativi e rappresentanti di associazioni culturali gli strumenti pratici per la costruzione di partenariati internazionali. Partendo da strategie concrete e casi di successo, sono state fornite indicazioni per essere sempre informati sulle opportunità di finanziamento disponibili. Nella tavola rotonda i partecipanti sono stati protagonisti attivi del dibattito e hanno potuto confrontarsi e collaborare per lo sviluppo di idee e progetti.

INCO-NET, iniziativa Interreg IV Italia-Austria realizzata in collaborazione con l'Agenzia per lo Sviluppo della Carinzia di Klagenfurt e la Fondazione la Fornace dell'Innovazione di Asolo, mette in contatto imprese innovative italiane e austriache, permettendo loro di incontrarsi, condividere com-

petenze ed avviare nuovi progetti di collaborazione. Il progetto raccoglie sul proprio sito le opportunità di finanziamento disponibili per PMI e start-up nelle tre regioni, diffondendole in tempo reale attraverso un servizio di News Alert. Particolare attenzione viene rivolta all'imprenditoria giovanile e femminile, due categorie strategiche per favorire lo sviluppo economico dell'area transfrontaliera tra Italia e Austria.

Interventi:

[Elke Beneke, project manager presso EB projektmanagement Villach](#)

→ Strategie per la creazione di partnership in progetti europei



[Renzo Taffarello, consulente della Fondazione la Fornace dell'Innovazione di Asolo](#)

→ Partnership internazionali e imprese



Tommaso Bernardini, area Finanziamento alle Imprese, Friuli Innovazione

→ Opportunità di finanziamento e strumenti di ricerca partner per i progetti internazionali



3.2 Comunicare l'impresa attraverso l'arte



Nell'incontro pomeridiano di venerdì 7 febbraio 2014 in Casa Cavazzini si è parlato del Blumm Prize Art in Progress, un premio d'arte internazionale rivolto ad artisti indipendenti under 40 impegnati sulla ribalta mondiale. Promosso e sviluppato dall'agenzia Pomilio Blumm, tra le più importanti realtà europee nella comunicazione istituzionale, il riconoscimento è nato nel 2013 per favorire l'incontro tra arte, etica e comunicazione. L'obiettivo è dar vita a una sperimentazione estetica che, mettendo al centro un valore di natura sociale come la comunicazione, acquisti anche una forte componente morale. I partecipanti, infatti, so-

no chiamati a esprimere la propria visione artistica intorno al concetto di trasparenza come valore sociale e comunicativo, rivolgendosi in particolare alla nuova figura del cittadino-consumatore, che trova nei principi di identità, condivisione ed efficienza le coordinate per il proprio sistema di valori pubblici e privati.

Blumm Prize Art in Progress fa parte di un più ampio sistema di promozione artistica e culturale, che prevede anche Blumm Prize Photography, premio fotografico rivolto a fotografi autori di opere sul tema della partecipazione civica come leva di sviluppo sociale, e Blumm Prize Literature, premio letterario sui temi dell'identità e della cittadinanza nel mondo transnazionale rivolto ad autori under 40.

Incontro con [Gianfranco De Gregorio, senior project manager presso Pomilio Blumm](#)

Moderatore: **Paolo Ermanno**, docente di Economia internazionale all'Università di Udine



3.3 Think different! Think creative! Fra responsabilità sociale d'impresa e innovazione



Nell'intenzione di valorizzare le best practices già in essere sul territorio, l'associazione ETRARTE ha istituito, in collaborazione con CREAA, un riconoscimento riservato alle aziende virtuose del Triveneto, dell'Austria o della Slovenia che abbiano sviluppato progetti in sinergia con partner culturali o artistici di particolare rilievo tra il 2010 e il 2014. Il progetto risultato vincitore, secondo il giudizio del Comitato Scientifico di questa edizione, è MAGMA, il Museo delle Arti in Ghisa nella Maremma realizzato dall'agenzia di design e comunicazione Asteria di Trento. All'azienda assegnataria del Premio Creaa per Business Meets Art è stato dedicato l'incontro ospitato nel pomeriggio di venerdì 7 febbraio 2014 da Factory Banca Manzano.

Il progetto selezionato ha previsto il recupero di un'antica struttura industriale abbandonata, l'ex forno fusorio dell'Ilva situato a San Ferdinando di Follonica (Grosseto), ora completamente ristrutturato e allestito con un moderno museo interattivo. «Il MAGMA ha ripreso l'eredità del Museo del Ferro e della Ghisa del 1990 con l'obiettivo di recuperare la storia della siderurgia della

Toscana. È stato fatto, però, in modo innovativo» hanno sottolineato gli organizzatori del premio. «Il progetto è partito da un concorso di idee per architetti nel 2007, fino ad arrivare a una concezione museale di narrazione su più livelli, utilizzando in maniera dinamica la multimedialità. L'azienda lavora in sinergia con gli operatori culturali per il miglioramento dei propri servizi e il MAGMA rappresenta una piattaforma di confronto tra diversi soggetti: la comunità, che racconta il proprio vissuto e offre la propria professionalità, e prestigiose istituzioni dell'area».

Il premio – finanziato da CREAA, start-up incubata a Friuli Innovazione il cui progetto imprenditoriale punta proprio alla creatività come facilitatore d'innovazione – nasce sull'onda di alcuni simili progetti internazionali di successo come gli Arts&Business Awards di Londra, l'austriaco Kunstsporing-Preis MAECENAS, l'irlandese Business to Arts Awards o l'attività dell'italiana Bondardo Comunicazione con il concorso Impresa e Cultura.

Interventi: [Andrea Viliotti e Roberto Cena di Asteria Multimedia](#)

Moderatore: **Stefano Salis**, giornalista de *// Sole 24 Ore*

Ascolta Intervento



Galleria 6.1 Elke Beneke, project manager presso EB projektmanagement Villach

Inco-net

Interreg IV

FRIULI innovazione
Centro di Ricerca e di Transferimento Tecnologico

e KÄRNTEN
Entwicklungsgesellschaft

Fondazione la Fornace dell'Innovazione

EUROPA

Strategies for developing European partnerships

Elke Beneke

EB projektmanagement

7. February 2014

Strategie per la creazione di partnership in progetti europei



Galleria 6.2 Renzo Taffarello, consulente della Fondazione la Fornace dell'Innovazione di Asolo



INTERNATIONAL PARTNERSHIPS

Workshop
Inco-net activity

Renzo Taffarello - UDINE 7/2/2014

Partnership internazionali e imprese



Galleria 6.3 Tommaso Bernardini, area Finanziamento alle Imprese, Friuli Innovazione

Inco-net

FRIULI
Innovazione
Centro di Ricerca e di Transferimento Tecnologico

Interreg IV

e KARATE
Entwicklungsagentur

Fondazione la Fornace
dell'Innovazione

Udine, Friuli Future Forum
7th February 2014

Strategies for international partnerships

ETRARTE
Udine 06/07 febbraio 2014

BUSINESS MEETS ART

2
Seconda Edizione
"Crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione"
Manifestazione internazionale dedicata ad arte e impresa

Opportunità di finanziamento e strumenti di ricerca partner per i progetti internazionali



Galleria 6.4 *Blumm Prize Art in Progress* presso Casa Cavazzini



Galleria 6.5 Azienda Asteria Multimedia presso Factory Banca Manzano



Capitolo 4

Premio Business Meets Art

4.1 Presentazione dei progetti selezionati nella categoria Matching

4.2 Consegna del Premio Creaa

Il caffè alle macchinette - *Daniele Capra*

4. Premio Business Meets Art

Il premio è una delle novità più significative di Business Meets Art 2014. Istituito dall'associazione culturale ETRARTE, prevede due categorie: Creaa e Matching. La premiazione della prima edizione ha avuto luogo venerdì 7 febbraio, alle ore 18:30, presso Casa Cavazzini.

Presentazione di **Gloria Deganutti**, *presidente dell'associazione ETRARTE*

Interventi di:

Federico Pirone, *assessore alla Cultura, Comune di Udine*

Vania Gransinigh, *conservatrice, Museo d'Arte Moderna e Contemporanea di Udine*

Federica Manaigo ed Elena Tammaro, *curatrici della manifestazione Business Meets Art*



Federico Pirone e Gloria Deganutti



4.1 Presentazione dei progetti selezionati nella categoria Matching

Sono stati presentati i cinque progetti scelti nella sezione Matching, che riguarda da un lato le imprese che vogliono trovare dei partner culturali per attivare processi di innovazione creativa o per ampliare il loro network internazionale, dall'altro progetti culturali che offrono possibilità di partnership volte all'innovazione e all'internazionalizzazione. Essi sono: Laboratorio|Territorio dell'associazione culturale Casa C.A.V.E. di Visogliano; Comarò - comunicare l'arte ovunque dell'azienda Siltea di Padova; Bree e onda di Fabio Passon; Camera di Specchi dell'associazione di promozione sociale Drop Out; Eye-Tech, spin-off dell'Università degli Studi di Udine.

I progetti sono stati presentati secondo la formula PechaKucha Night: un format – già utilizzato da ETRARTE – che promuove lavori provenienti da diversi campi della creatività e in base al quale ogni speaker ha a disposizione venti diapositive di venti secondi ciascuna per mostrare il proprio lavoro.

4.2 Consegna del Premio Creaa

L'azienda vincitrice [Asteria Multimedia Srl](#)

– presentata nell'incontro pomeridiano presso la Factory Banca di Manzano - ha illustrato al pubblico il progetto MAGMA, Museo delle Arti in Ghisa nella Maremma. L'impresa di Trento ha ricevuto in premio l'opera "UNTITLED (in-vano)" realizzata ad hoc per la manifestazione dall'artista Michele Tajariol, accompagnato da un testo curatoriale del critico Daniele Capra. L'opera è stata realizzata grazie alla sponsorizzazione dell'azienda CREAA Snc di Elena Tammaro e Federica Manaigo.

Video:

MAGMA

<http://vimeo.com/76771063>

Business Meets Art 2014: A Udine il Premio per le migliori connessioni tra Arte e Impresa:

<http://www.youtube.com/watch?v=0RjzCfG2r18>

Video PRESENTAZIONI:

Premio Business Meets Art - MATCHING 1
Elena Munerato, progetto COMARO'

COMunicare l'ARte Ovunque:

<https://www.youtube.com/watch?v=Oxx7YHYM62Q>

Premio Business Meets Art - MATCHING 2
Fabiola faidiga, Marica CURRI, Progetto LABORATORIO | TERRITORIO:

<https://www.youtube.com/watch?v=jEIPp4u4I4U>

Premio Business Meets Art - MATCHING 3
Fabio Passon, Progetto BREE e ONDA:

<https://www.youtube.com/watch?v=OpRkJsf6U94>

Premio Business Meets Art - MATCHING 4
Marco VENIER, Progetto EYE-TECH

<https://www.youtube.com/watch?v=HpF48Ha-adg>

Premio Business Meets Art - MATCHING 5
Teresa TERRANOVA, Progetto CAMERA DI SPECCHI:

<http://www.youtube.com/watch?v=f-oz8I7wWN0&list=UU19HGF72AWIh89TirEcvKVQ>

Galleria 7.1 *Presentazione Premio Business Meets Arts 2014 - Casa Cavazzini*



Il caffè alle macchinette

Daniele Capra

È una tendenza spontanea e naturale al fare che spinge *Michele Tajariol* ad essere artista. Una spinta innata ad agire in forma libera e a-progettuale. Un'ansia a ricondurre in forma compositiva additiva sollecitazioni di ordine formale e psicologico.

È come se l'artista percepisse la malinconica pochezza di quello che già esiste – l'inesausta necessità di compiutezza del mondo? – e rispondesse a tale sensazione con una propria opera, in un'azione energetica di concentrazione/compressione.

L'opera è cioè frutto di un atto di smarcamento rispetto allo status quo, alimentato dal piacere personale di assemblare pezzi di cose ricreando ogni volta una grammatica combinatoria differente.

Alla base di questo istinto si coglie il primordiale piacere dell'homo faber di costruire quello che ancora non c'è, di erigere verticalmente strutture significative, di creare oggetti che abbiano forma solida, occupino un volume e siano persistenti dal punto di vista temporale (ignorando in tutti i modi la retorica dell'effimero). Tajariol ci consegna infatti opere che agiscono concettualmente come dei menhir, pietre di dimensio-

ne extra-ordinaria la cui prima funzione è segnalare il proprio esistere attraverso una discontinuità rispetto al tessuto (topografico e visivo) esistente.

L'esito dell'azione dell'artista è, a tutti gli effetti, un manufatto; ma è nelle sue ragioni intime, nello sviluppo creativo innescato e portato a termine, che l'assemblaggio acquisisce il proprio senso nelle fattezze che ricordano quelle di un mobile.

La scultura è infatti per l'artista un modo per fissare processualmente elementi spaziali con la medesima logica compositiva con la quale agisce un falegname, ossia attraverso combinazioni di materiali dissimili (in primis il legno, nelle sue svariate fogge), disposti in strutture paratattiche.

Ma c'è uno scarto marcato tra la progettualità sottesa ad un pezzo di arredamento e la libertà che Tajariol si prende nel costruire una scultura che è nel contempo un mobile.

Il primo elemento di differenza è la funzionalità: benché le sue opere possano essere usate, in forma ludica, non vengono realizzate per avere una funzione predefinita e non sono immaginate per alcun utilizzo preordinato. Anzi, ogni forma divergente di fruizione è perseguita dall'artista spingendo l'osservatore all'interazione e al contatto. Il

secondo aspetto di diversità è la modalità costruttiva: distante dall'averne uno sviluppo costruttivo prefissato e stabilito (come accade con i mobili ordinari), l'opera è realizzata per una serie successiva di emendazioni, rinegoziando in ogni modifica/aggiunta la propria forma, il volume, il colore. È cioè come se sul palcoscenico di un teatro Tajariol si prendesse fino all'ultimo secondo la libertà di cambiare il copione che deve essere recitato dagli attori, adattandolo istantaneamente all'ambiente, alle scene e agli umori della compagnia. La forma finale è quindi la somma di successivi micro-aggiustamenti assecondati ed indirizzati dall'artista, senza stravolgimenti, ma con la possibilità di condurre il lavoro apertamente fino all'ultimo istante prima di alzare il sipario.

Tale modalità operativa ricorda quello comune alla pittura, pratica, ora abbandonata, cui Tajariol ha dedicato però molti anni di lavoro, e alla quale in qualche modo è debitorio nel metodo di operare. Anzi potremmo dire che l'approccio alla scultura dell'artista pordenonese è quello del pittore che ha accantonato tele e colori ad olio per scegliere altri strumenti espressivi.

Tanto quanto per un pittore la pittura è azione del proprio braccio che conduce il pennello sulla superficie (arte ed arto condivi-

dono etimologicamente la medesima radice), quanto per Tajariol la scultura è dilatazione del proprio corpo, esercizio di contiguità spaziale, di prossimità volumetrica. L'opera quindi si trova ed essere creata e avvertita simbolicamente come una protesi, un'estensione che è di ausilio all'artista poiché permette al suo utilizzatore di colmare la distanza che esiste tra egli stesso e lo spettatore: è una sorta di spazio transizionale, in cui avviene la mediazione artista↔mondo, e grazie al quale avviene uno scambio percettivo ed emotivo, non prevedibile ed inaspettatamente intimo.

Per traslazione, per successive eterogeneità dei fini, le opere di Tajariol sono dispositivi di senso in grado di creare zone di confidenza con l'osservatore in un luogo di transito dove convenzioni e rapporti gerarchici non sempre sono rispettati ed è sovente interesse delle persone rinegoziarli.

Come accade casualmente quando – con un brioche o dei wafer in mano e facendo attenzione a non macchiarsi – capita di incontrarsi e scambiarsi confidenza tra colleghi di fronte alle macchinette automatiche del caffè.

E tu quanto zucchero vuoi?



Capitolo 5

Contest Instagramers

5 Contest Instagramers

In occasione della seconda edizione dell'evento, #BusinessMeetsArt è stato anche il tema di un contest fotografico rivolto alla community di appassionati di Instagram di tutta Italia: dal 23 gennaio al 5 febbraio 2014 è stato chiesto agli utenti del noto social network di condividere i loro scatti in grado di raccontare le forme di creatività che si incontrano in contesti "insoliti" come i luoghi di lavoro. Forme d'arte che trovano spazio in uffici e negozi, ma anche normali attività svolte per lavoro che si arricchiscono di una componente creativa: questo contest è stato anche un tentativo di capire quali erano le percezioni delle persone sul delicato tema dei rapporti tra mondo dell'arte e mondo dell'impresa, al di là della cerchia di "addetti ai lavori" che seguono con entusiasmo il progetto BMA e le sue iniziative.

Tra le oltre 120 foto in gara, ne sono state scelte tre che sono state premiate il 7 febbraio, nella giornata conclusiva del convegno a Casa Cavazzini, il Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Udine.

I loro autori – @sguendina, @teomat_84 e @lulamae_yleny – hanno suggerito attraverso le loro immagini delle interessanti sfumature per questo tema: fasi di backstage di un lavoro già di per sé creativo, come può esserlo uno shooting fotografico (@lulamae_yleny), ma anche incontro, confronto e commistione quasi accidentale tra due diverse dimensioni, creata attraverso il riflesso su una vetrina di un negozio che lascia intravedere allo stesso tempo esterno e interno, il mondo "dentro" e il mondo che scorre "fuori" il luogo di lavoro (@sguendina); e, ancora, gesti quotidiani che fanno parte di un mestiere che può essere arricchito, attraverso la fantasia, l'esperienza e la passione di chi lo fa, di una nota creativa in grado di valorizzarlo ulteriormente (@teomat_84).

TRE FOTO VINCITRICI 

segue a pag. 101

LE FOTO VINCITRICI

Galleria 8.1



Capitolo 6

Note Biografiche Relatori

I RELATORI

Barbara Abel, *architetto e membro di Kreativwirtschaft Klagenfurt (Creative Industries Klagenfurt)*



Formatasi tra l'Austria e la Danimarca, è architetto ed è membro dell'associazione LandLuft, che si occupa del rafforzamento di progetti culturali nelle aree rurali. Dal 2011 è membro di Creativ Wirtschaft Austria, un gruppo portatore degli interessi delle industrie creative in Austria. A Klagenfurt ha sviluppato il primo spazio di coworking della Carinzia: Hafen11.

Elke Beneke, *project manager presso EB projektmanagement Villach*

Amministratore delegato di EB projektmanagement di Villaco, si occupa di consulenza nella realizzazione e gestione di progetti europei. Esperta di fondi e finanziamenti europei, vanta un'importante esperienza nella gestione di progetti di collaborazione transfrontaliera. Nell'ambito del progetto INCO-NET, coordina le attività sul versante austriaco.

Tommaso Bernardini, *area Finanziamento alle Imprese, Friuli Innovazione*

All'interno dell'area Finanziamento alle Imprese di Friuli Innovazione, segue le attività dello Sportello APRE Friuli Vene-



zia Giulia - Udine che fornisce informazioni e supporto sui programmi europei a favore di ricerca, sviluppo e innovazione, in primis il nuovo programma Horizon 2020. Si occupa, inoltre, della scrittura e gestione di progetti di ricerca e cooperazione regionali ed europei.

Elisabetta Bisaro, *responsabile sviluppo internazionale, La Briqueterie - CDC du Val-de-Marne*



Lavora nell'ambito della programmazione e produzione della danza contemporanea e delle performing arts da oltre dieci anni. Dal 2006 al 2013 è stata responsabile della programmazione artistica di Dance Ireland, l'ente nazionale di sviluppo e ricerca coreografica irlandese, per cui ha curato l'International Opportunities Programme, il festival Made in Dublin e

quattro progetti europei. Dal settembre 2013 cura i progetti internazionali per La Briqueterie - Centre de Développement Chorégraphique du Val-de-Marne.

Monica Calcagno, *professore associato di Economia e gestione delle imprese presso*

il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari di Venezia

Ha contribuito alla fondazione del m.a.c.lab, Laboratorio di Management delle Arti e della Cultura, ed è attualmente membro del consiglio di amministrazione della Fondazione Bevilacqua La Masa.



La sua attività di ricerca si muove tra la gestione dei processi di innovazione, il design e l'imprenditorialità nelle produzioni culturali e creative.

Gianfranco De Gregorio, *senior project manager presso Pomilio Blumm*

Professionista dal 1985. Esperto e formatore di innovazione e comunicazione. Titolare dell'insegnamento di Web management nel corso di laurea in Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità presso l'Università degli Studi del Molise.

Responsabile di numerosi progetti di comunicazione e innovazione d'impresa e della P.A. locale e centrale.



Paolo Ermanno, *docente di Economia internazionale all'Università di Udine*

Nella sua carriera accademica si è occupato di economia istituzionale, economia agraria ed

economia pubblica. Come divulgatore, collabora da diversi anni con Radio Onde Furlane e di recente con Linkiesta.it.



Nell'ultimo anno è stato prima uno dei promotori di Palazzo conTemporaneo e uno dei progettisti del Future Forum organizzato dalla CCIAA di Udine in partnership con l'OECD, l'Università di Udine e l'associazione culturale vicino/lontano. È membro dell'associazione ETRARTE.

Emanuele Giassi, *Direzione centrale cultura, sport e solidarietà, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia*

Funzionario della Direzione centrale cultura sport e solidarietà, in servizio presso la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia



dal 1 gennaio 2013, segue la programmazione comunitaria 2014-2020 della DC Cultura per la parte riguardante il POR FESR e la Cooperazione Territoriale Europea. In precedenza ha prestato servizio presso la Provincia di Trieste in qualità di funzionario responsabile della progettazione comunitaria dell'ente per la programmazione comunitaria 2000-2006 e 2007-2013.

Toshiyuki Kita, *designer*

Formatosi in Giappone, svolge la sua professione fra l'Europa e il suo paese natale. Alla fine degli anni Sessanta ha iniziato a lavorare a stretto contatto con gli artigiani, proprio quando il settore viveva un momento



di forte declino, iniziando una carriera oltremodo brillante. Tra i suoi pezzi più famosi, ricordiamo la Wink Chair e il Kick Table esposti al MOMA di New York.

Brigitte Kössner-Skoff, *direttrice di Initiativen Wirtschaft für Kunst (Austrian Business Committee for the Arts)*

L'Austrian Business Committee for the Arts, fondato nel lontano 1987, svolge il ruolo di ente intermediario tra le aziende vocate alla sponsorizzazione culturale, gli artisti e le organizzazioni culturali.



Brigitte Kössner-Skoff, oltre che direttrice, è responsabile dell'Austrian Arts Sponsorship Award MAECENAS realizzato in collaborazione con l'emittente radiotelevisiva ORF.

Alessandro Liani, *CEO Video Systems Srl*

Alessandro Liani è amministratore delegato di Video Systems, fondata nel 1993 con il padre Luigi. Nel 2010 ha l'intuizione di sviluppare una nuova linea di oggetti intelligenti e multisensoriali (IoT), che prenderanno forma nel progetto Parson. L'azienda è stata inserita tra le venti aziende italiane più innovative sulla rivista Wired (2013).



Elena Mengotti, *Direzione centrale cultura, sport e solidarietà, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia*

Laureata in Giurisprudenza, ha poi conseguito un master in Diritto europeo. Lavora da oltre dieci anni alla stesura e gestione di progetti nell'ambito della programmazione comunitaria transfrontaliera e transnazionale, e della programmazione internazionale, in particolare nell'area balcanica. All'interno della Direzione cultura coordina



gli interventi comunitari nel settore culturale.

Giovanna Roiatti, *socia fondatrice di IntraMoenia, di Donnecheguardanoalfuturo e di ExtraMoenia*

Formatrice e consulente nel campo della progettazione partecipata e dello sviluppo organizzativo, è socia fondatrice di IntraMoenia e di Donnecheguardanoalfuturo (associazioni) e di ExtraMoenia (società slovena di europrogettazione e internazionalizzazione). Collabora da un decennio con diversi soggetti pubblici e privati tra cui il Centro Servizi Interprovinciale al Volontariato. Aiuta associazioni e organizzazioni non governative a trovare, organizzare e gestire le risorse.



Stefano Salis, *giornalista de Il Sole 24 Ore*

È responsabile delle pagine letterarie del supplemento "Domenica" de Il Sole 24 Ore, del quale è vice caporedattore. Si occupa di editoria, grafica, letteratura, musica. È stato docente all'Università Statale di Milano. Negli ultimi anni, fra le altre cose, ha curato il testo Nero su giallo. Leonardo Sciascia eretico del genere poliziesco (La Vita Felice) e ha curato l'edizione italiana di Fame di realtà di David Shields (Fazi Editore).



Marcello Smarrelli, *direttore artistico della Fondazione Ermanno Casoli*

Storico dell'arte, critico e curatore. È stato docente di Storia dell'arte e Storia del design presso l'Università degli Studi di Roma La Sapienza, Facoltà di Architettura. Dal 2007 è direttore artistico della Fondazione Ermanno Casoli, dal 2011 della Fondazione Pastificio Cerere. Ha curato numerosi progetti in spazi pubblici e privati, è membro di molte giurie per l'assegnazione



di premi per l'arte contemporanea e consulente di prestigiose istituzioni. Collabora, inoltre, con le principali riviste di settore.

Renzo Taffarello, *consulente della Fondazione la Fornace dell'Innovazione di Asolo*

Esperto di strategie d'internazionalizzazione d'impresa, svolge la sua attività di consulente



aziendale tra Italia, Cina e Stati Uniti. Ha lavorato con Stanford International Research Institute, Alenia Aerospace, Andersen Consulting, e attualmente sta gestendo lo sviluppo del business internazionale per diverse aziende. Collabora con la Fondazione la Fornace dell'Innovazione, incubatore d'impresa di Asolo (TV), dove segue le attività del progetto europeo INCO-NET.

LE CURATRICI



Federica Manaigo ed Elena Tamaro, entrambe di formazione umanistica, hanno in comune la passione per la creazione artistica e la voglia di sperimentare, l'abitudine a lavorare con serietà e un ottimo senso pratico. Dopo aver studiato e curiosato in Italia e in altri paesi dell'Unione Europea, hanno iniziato a collaborare con enti pubblici e privati nell'organizzazione, curatela (Elena) e promozione (Federica) di eventi culturali. Nel 2010 è iniziata la loro attività di ricerca legata all'innovazione creativa e hanno realizzato alcuni progetti attraverso l'associazione ETRARTE, quali Bernardi Meets Art, Business Meets Art, Storytellers-Giovani artisti visivi si raccontano, PKN Speciale Audiovisivo, Palazzo conTemporaneo. Parallelamente allo sviluppo della propria professionalità "sul campo", hanno affrontato un percorso di formazione e di avvicinamento all'attività imprenditoriale, coronato nel 2013 nella vittoria del concorso Spazio

alle Idee indetto dal centro di ricerca e di trasferimento tecnologico Friuli Innovazione. La neo-nata azienda CREA Snc www.facebook.com/innovazionecreativa è così entrata a far parte dell'incubatore d'impresa Techno Seed.

VIDEO:

<https://www.youtube.com/watch?v=0RjzCfG2r18>

Capitolo 7

Ringraziamenti

RINGRAZIAMENTI

Si ringraziano per il prezioso contributo i componenti del Comitato Scientifico della seconda edizione di Business Meets Art: Silvia Biasutti, cofondatrice Associazione Giovani Territori; Giuliana Carbi, presidente Comitato Trieste Contemporanea; Francesco Crisci, docente di Economia e gestione delle imprese presso l'Università degli Studi di Udine; Angela Di Francescantonio, operatrice culturale; Manuela Farinosi, docente a contratto di Sociologia della comunicazione presso l'Università degli Studi di Udine; Marino Firmani, presidente Fi.Mar. Srl; Rossana Girardi, delegata alla cultura presso Confindustria Udine; Vania Gransinigh, conservatrice, responsabile della collezione del Museo d'Arte Moderna e Contemporanea di Udine, presso Casa Cavazzini; Ilaria Medeot, responsabile per la provincia di Udine di "Botteghe di Mestiere" – programma AMVA; Claudio Melchior, docente di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università degli Studi di Udine; Stefano Monti, fondatore associazione Art ex Dono; Stefano Salvador, consulente in Technology Transfer presso l'Area Science Park; Valentina Sartor, consulente in progettazione culturale.

Fondamentale è stato anche il contributo dei soci dell'associazione ETRARTE: Emma Barreca, Simona Costantini, Gloria Deganutti, Paolo Ermano, Dario Francescutto, Valeria Lorigo, Alessandra Petrucelli.

TEAM

Federica Manaigo ed Elena Tammaro: *direzione scientifica e organizzativa*

Simona Costantini: *segreteria, ospitalità e trascrizione testi*

Gloria Deganutti ed Emma Barreca: *supporto comunicazione*

Monica Nardini: *collaborazione editing ebook*

Claudio Parrinello: *fotografie evento e impaginazione ebook*

Massimo Premuda: *interviste*

Francesco Snidero: *realizzazione video*

Anna Gabai: *traduzione dal tedesco*

INOLTRE:

Pasqualino Costantini, Paolo Ermano, Enrico Folisi, Dario Francescutto, Alessandra Petrucelli, Corinna Picco, Valentina Sartor, Angelo Tammaro, Luciano Tomba e Sara Ursella accoglienza e logistica

Capitolo 8

Credits

Business Meets Art – 2^a edizione (dicembre 2013 - febbraio 2014)

"Crescita territoriale, cultura e internazionalizzazione"

Manifestazione internazionale dedicata ad arte e impresa

UN PROGETTO DI:

www.associazionetrarte.it



IN CONVENZIONE CON:



CON IL CONTRIBUTO DI:



Provincia di Udine
Provincie di Udin

IN COLLABORAZIONE CON:



MAIN SUPPORTER:



CON IL PATROCINIO DI:



HOSPITALITY:



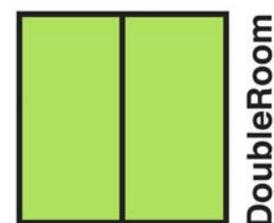
MEDIA PARTNER:



PARTNER:



RETE CULTURALE:



ETRARTE

www.associazionetrarte.it

