



Past - Present - Future

FINALISATION OF REGIONAL

ACTION PLANS - T4

**Action Plan on the topic “Promotion of
creativity/pioneer spirit”**

**Version 1
11 2018**

	Deliverable D. T4.6.2
	Nov 2018
	PP6, Padua Chamber of Commerce
	Andrea Galeota, Roberto Sandrini andrea.galeota@pd.camcom.it

TABLE OF CONTENTS

Summary

1. Abstract	3
2. Project Context.....	3
3. Introduction and objectives	4
4. Actions realized	5
5. Pilot actions tested	8
5.1 Creatives meet Industry. Promoting the establishment of a value chain in the sector of the “black art” and co-creation actions with the involvement of Creative industries.....	8
5.2 Testing measures for creating pioneer and culture space in old-industry sites. Setting-up a creative&social innovation centre in one dismissed Jute Factory	9
5.3 “History of the future”: Innovation and pioneer culture of industrial Veneto Region. Setting up of a service to support cooperation between traditional industry and digital technologies to build a future industrial culture.	11
6 Looking ahead... beyond InduCult2.0 lifetime	13
7. Conclusions, outlook and sustainability	13
8. Attachment – National version	14

1. Abstract

This Regional Action plan, drafted to support the promotion of the culture industry in Veneto Region with the involvement and the cooperation of the Cultural and Creative industries, aims at proposing a sectoral path to strengthen the cooperation between traditional industry and creative industries setting up a value-chain in the sector of the “black art”, to promote the establishment of a creative centre in one old Jute factory fully restored by a small Municipality in the surrounding of Padova and to create opportunities of cooperation between digital technology experts, University and SMEs to develop new project ideas and promote the submission of research cooperation project for EU, National and Regional Funds.

The Regional Action Plan will be improved according to the following steps to be undertaken at local level, the agreements to be defined with the stakeholders and the impact of the testing actions planned.

2. Project Context

Through InduCult2.0 project, co-funded by Interreg Central Europe programme, Central European regions focused on industrial production utilise the tangible and intangible cultural assets of their industrial past, present and future in a synergetic way as a development driver, to position their regions as attractive places for working, living and recreation (www.inducult.eu). Together with local stakeholders, they rediscover and develop the positive elements of industrial communities. Specifically, the partnership intends to:

- promote and re-establish the idea of Industrial Culture in Central Europe;
- strengthen the distinct culture of industrial regions and utilise it as location factor;
- empower industrial regions by re-activating their pioneer spirit.

Eight representative regions from Germany, Austria, Belgium, Croatia, Czech Republic, Italy, Poland and Slovenia are involved. They are supported by two scientific partners from Germany and Austria. Each of the regions has prepared an “argumentation paper” on their specific industrial culture and its benefits, after a discussion with local stakeholders (thematic Focus groups) and peering activities with the international partners.

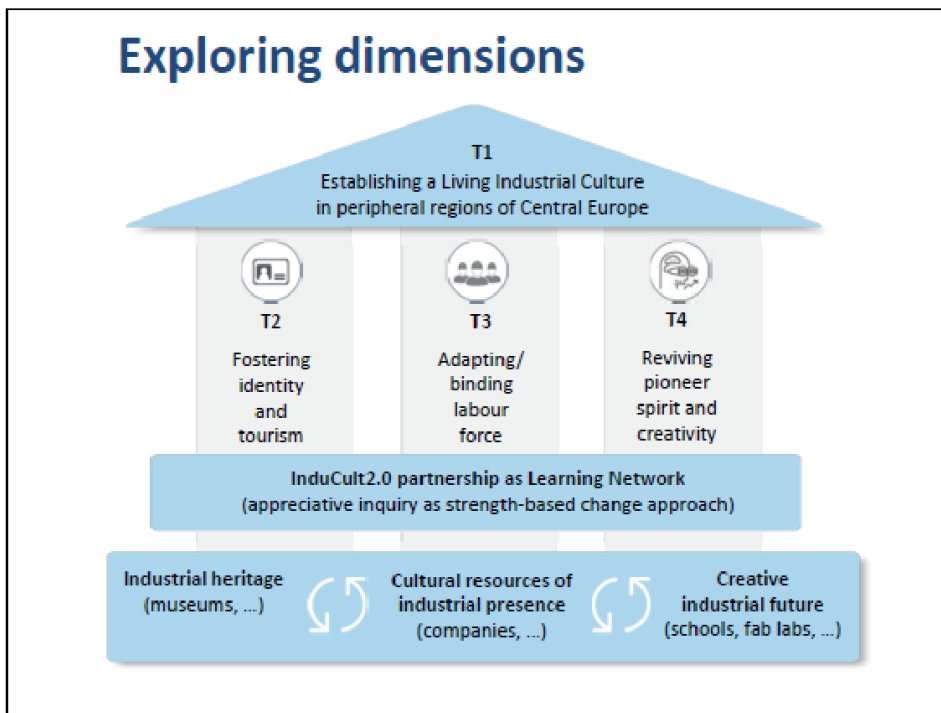
In the same time, the scientific partners provided framework and strategy papers, which are valuable input for the concept of the actions to be implemented in the regions.

The “argumentation paper” defines the path for the implementation of actions in the field of Industrial Culture and therefore for the promotion of a Central-European (respectively European) Industrial Culture.

In this framework, the partner regions will develop the project actions in three main areas:

- cultural measures for fostering regional identity (T2)
- cultural initiatives influencing industrial labour market and company commitment (T3)
- cultural measures promoting creativity and pioneer spirit (T4).

The three “pillars” contribute to the strategic dimension, with the goal to establish/reaffirm a Living Industrial Culture in the peripheral region of Central Europe (T1).



This Action Plan focuses on the relationships between traditional industry, creative and cultural industries and the benefit from cross-fertilization actions looking at the industrial culture. The present draft of Regional Action Plan considers the results of the focus group meetings organized by Padova Chamber of Commerce between 2016 and 2017, several bilateral meetings organized with the more relevant stakeholders and partner organizations, individual interviews as well as the result of the peering review with the partner regions of InduCult2.0 project and the inputs by the scientific partners involved in the project.

3. Introduction and objectives

Industrial culture in the Veneto region is composed by an impressive number of tangible and intangible assets which fill the entire regional area and its identity.

Industrial communities have grown around the Veneto region’s industrial clusters along the years. Industrial culture in the Veneto region is really a mind-set. According to the innovation processes, the inputs coming from SMEs digitalisation and the Creative industries, many experiences have been carried out, particularly to innovate the industrial pioneer spirit and industry’s attractiveness by youths looking at the cooperation with Creative industries from one side and with digital technologies (Industry 4.0) from the other. This regional action plan aims at defining a list of short term actions, some of which already in the implementation phase, that have been considered relevant in terms of capacity to reinforce the identity of the region, the awareness of its Industrial Culture and the capability to be innovated cooperating with Creative and Cultural industries from one side (cross-fertilization actions) and the revolution coming from the digital technologies and related digitalisation processes by SMEs and industry in general. The Regional Action plan investigate and test some activities in line with the two above mentioned inputs and provide a long-term vision looking beyond InduCult2.0 lifetime.

In the framework of InduCult 2.0 thematic work package 4 Padova Chamber of Commerce aims at conceiving and developing new actions combining industrial history and presence, targeting the tourists and highlighting what industrial culture in Veneto means and offering new promotion and business opportunities for the industrial sector and the tourism related value chain.

Another objective is to show the peculiar features of Veneto and North-East Italy Industrial model and how it has been significant in the definition of today's Venetian culture, stressing the cultural aspects of Industry and the assets industrial past and presents brought to the Region, highlighting in the same time the positive aspects and the trends for a further development of the Region, keeping its industrial character.

This objective will be achieved involving not only the industrial companies, but also the key actors of tourism value chain in Veneto Region (Destination Management Organizations, agencies, travel guides, hotels and restaurants, Tourist Information services).

The proposed Action Plan deals with the topic "cultural measures for fostering regional identity" (T2), with a range of awareness-raising activities: (1) promoting cultural resources of industry: 'industry goes public', (2) industrial tourism combining heritage and present, (3) image-shaping through industry-related cultural events.

4. Actions realized

According to the topics identified by this Regional Actions plans, some consideration concerning the status quo shall be highlighted with reference to the following topics:

- a) industrialisation and regional industrial structures that are still working, partially working or dismissed
- b) regional experiences concerning the Creative and Cultural industries and their involvement with innovation processes addressed to traditional industrial sectors both in the form of individual cross-fertilization actions and cooperation between networks and/or setting ups of new value chains

Concerning a), the long history of Veneto region industrialization has brought a diversified and relevant heritage, composed by areas and structures belonging to the industrial past of the region, which are now no longer active, but still have a significant cultural meaning. Examples of former factories, dismissed buildings and mines, which have become part of the landscape, are often object of re-use and recovery projects and activities, often financed by EU or company funds.

A good example is the "Cartiera di Vas", which thanks to the Association La Charta has now launched a multifunctional hall for temporary events and installations, interpretation centre, front office for tourism related services and promotion of the territory, co-working spaces and an outdoor area; the former chemical plant "Chimica Montecatini" in Sospirolo (Sass Mus) (has become now a cultural and artistic workshop), LaneRossi Lanificio in Schio (now open as museum for industrial tourism).

The area also presents many examples of active companies which have understood the relevance of the Industrial Culture, and promoted the establishment of business museums, historical archives, past collections of collections, promotional initiatives for opening up to the territory/public. This is for instance the case of: Museo dello Scarpone in Montebelluna, Museo del Caffè in Conegliano, Archivio Benetton in Treviso, Poli Museo della Grappa in Bassano and Schiavon, the different collections of the Ceramic Industries in Nove and Este,

the collection of the Politecnico Calzaturiero and the Shoe Museum of Villa Foscari-Rossi in Stra (Shoe district of “Brenta Riviera”).

Industrial heritage assumes in this way a leading role in terms of resources for Veneto region thanks to the potential it represents not only for its cultural, economic and historical meaning, but also in terms of urban regeneration.

More examples connected with a) can be found at the official website of the Veneto region (<http://www.veneto.eu/turismo-industriale>). Moreover, several sites (e.g. www.madeinpadova.it, www.fabbricheaperte.it) with listings of companies / clusters open to business.

Concerning b) some considerations can be reported here below:

1. Creative and Cultural industry is a very important sector for Veneto Region. Multimedia operators, designers, professionals, creatives operating on fashion sectors, communication and design can be listed.
One regional research carried out past 2008 already identified the Creative sector (with its relationship with Industry, Leisure, Fashion, etc) as one of the most relevant sectors for the Regional GDP and for the youths' employment.
2. According to the regional statistics, Creative sectors are all represented in the Region with professionals, small and micro companies and several networks. The same for the Cultural SMEs that are strictly connected with the restoration, the promotion and the management of cultural heritage and some of them are organized as a cluster (Venetian Heritage Cluster: www.venetiancluster.eu/;) Moreover, many creative initiatives are linked to the recent strategy Industry 4.0, that is the national action plan to support digitisation processes for SMEs. In this sense, Veneto Region encouraged the setting-up of innovative agencies (FABLab) where the assistance to SMEs is provided by Creatives together with Digital Technology experts, mainly in the fields of prototyping, 3D printing, design, etc.
3. In Veneto Region, Creative and Cultural Sector supported the innovation processes of several sectors with well-established actions (Institutions, networks, clusters) or for the spontaneous cooperation of professionals. Several initiatives promoted by Chamber of Commerce, Technology Parks, entrepreneurial association, schools, etc. One example, among others the Politecnico calzaturiero (www.politecnicocalzaturiero.it/). Thanks to this institution, a lot of professionals and post-graduated have been trained and are actually fully employed in the SMEs operating in the district to improve the products and the production processes. At the moment, the shoes district is one of the most dynamic clusters in Italy and the level of employment has come back to the level before the financial crisis (2008).
4. Veneto Region fully recognized the added value of the Creative sector. One of the RIS (Smart Specialization Strategy) of the region is related to the Creative Sector, with the specific goal to promote cooperation, synergies with traditional industrial sectors, even with the implementation of initiatives aiming at establishing permanent networks/value chains and supporting actions through intermediary organizations located many times in old industrial sites. Among others, it is the case of 311Verona: www.311verona.com. This initiative is located in the heart of Verona and was once an abandoned industrial site. Today, it's becoming one of the city's most promising areas. It has been revived one out of the six building and transformed the entire campus. The future is endless possibilities, and ours will be determined by the creative people who join us on this journey. 311 Verona is an innovation hub. In 311 Verona there is now a community made of professionals, start-ups, multinationals, NGOs and young talents with the shared purpose to make their professions an opportunity to constantly grow and learn, to unlock talents and to build business networks that positively impact society on a global scale. The location is open to professionals and students looking for an opportunity to

identify and express their talent, to companies on the lookout for disruptive ventures or even to freelancers wanting to expand their business network. This community is composed mainly by creative and cultural experts with many relationships with the rich traditional industrial sectors of the Region.

In the Veneto Region Padova Chamber of Commerce established a focus group with local stakeholders which dealt in the first months of 2017 with the task to define the strategies to conceive and then implement the actions foreseen in InduCult2.0 project. Additional 1:1 meeting with the actors listed above have been undertaken. In the same time a useful peering action with international initiatives and project partners gave hints and ideas for the development of our applied approach.

The focus group contributes a lot to the identification of the main paths for the development of the regional action plan to promote the cooperation between Industrial sectors and Creative and Cultural operators. Here summarised the main outputs taken into consideration for the following steps:

- a) In Veneto Region, there are many initiatives linked to creative sectors and its cooperation with industrial sectors. Inducult2.0 must take into consideration the popularity of this topic and the existing on-going experiences to avoid overlapping, to promote cooperation and synergies and to create all necessary prerequisites for the sustainability of the action to be under taken
- b) Looking at the regional scenario, the promotion of creativity and pioneer spirit in an Industrial environment, shall capitalise the following aspects:
 - Many operators are operating in the field of technological and no-technological innovation. Even in the surrounding of Padova (where PP6 is located) at least 3-4 initiatives shall be listed. This doesn't mean that all needs are met and no needs to be satisfied on the topic above, but it means that the cooperation and the serious analysis of the status quo is a fundamental prerequisite. In this term, the discussion in the focus groups brought to the identification of an original proposal of action that is linking Creativity and Social Innovation. Promoting the territory, the industrial culture and the general advancement of social environment is one of the topics adopted by PP6.
 - Creative and Cultural operators need to strengthen the relationships with traditional sectors to become part of the economic pillars of the region. Many traditional sectors (like black-art/paper/printing) are still far to establish constructive and positive relationships with the creative and cultural sectors. In other terms, cross-fertilization activities and the setting-up of cross-industry actions is an urgent topic to gain competitiveness, attract youths and avoid the brain drain of some categories of experts and graduated. The cooperation and the establishment of strong relationships between industrial sectors (with strong traditions in terms of locations, premises and industrial culture) and creative and cultural operators (recently established, mainly operating with micro and small companies, often with international culture) is an urgent request coming from the economic sectors and from the regional strategies.
 - The promotion of disruptive innovation processes by the establishment of new relationships between industry and creatives need to be enforced. Projects, agreement of cooperation, etc shall be encouraged. The focus groups, among others, identified the need to promote the digital technologies as an opportunity for new model of business and products. In this sense, the focus group suggested to be fully aligned with the Industry 4.0 strategy and the establishment of 4

regional Digital Innovation HUB (intermediary organization) and 1 Competence Centre (coming from the cooperation of the Universities of Venezia, Verona, Padova, Bolzano and Trento). Even this topic has been taken into consideration by the regional action plan (short and medium period).

5. Pilot actions tested

5.1 Creatives meet Industry. Promoting the establishment of a value chain in the sector of the “black art” and co-creation actions with the involvement of Creative industries.

In Padova the focus groups on industrial culture connected with “creativity and cultural sector” was established in Autumn 2016. One of the topics they have been working on is how to promote Industrial Culture strengthening the cooperation between traditional industrial sectors and emerging technologies (digital technologies) and design (user-oriented approach; no-technological approach, etc).

The short-term action consisted of the following steps:

- Definition of the framework conditions: geographical covering, subjects, dedicated team, Industrial Culture related events and fairs where the paper-printing sectors from the Region is presented;
- Identification of the Creative and Cultural professionals interested to cooperate with the sectors and their involvement
- Organization of events according to the methodology of co-creation and design thinking (a design thinking workshop regarding industrial heritage will be organized in January 2019).
- Promote the collaboration and the elaboration of new joint-projects, possibly to achieve the objectives indicated
- Monitor the collaboration between the actors
- Get a feedback/evaluation

More practically, the following steps have been developed:

Step 1 - identification of the actors for their involvement.

Objective of this step has been to start the cooperation with the main actors of the value-chain:

- a) Paper producers&Printing SMEs
- b) Creative and Cultural operators together with professionals dealing with Innovative/digital technologies

Actors have been invited to discuss a proposal of cooperation and to identify a possible agreement of cooperation to promote new products that will valorize the ancient tradition of paper production-printing according to new users expectations and needs

- a) Meeting to promote the cooperation with SMEs representing the Paper/Printing sector has been organized by the Chamber of Commerce in April 2018.
- b) Meetings with Creative and Cultural operators to promote the collaboration and identify possible fields of cooperation past.....

- c) Identification of possible synergies and cooperation under development in agreement with Experts on Digital Technologies, Design Thinking, etc

After a first mapping action, the following actors have been involved:

- LINO's type (start-up of the printing sector: <https://www.linosandco.com/>)
- printing factory(ies) to be selected:
- Cartiera di VAS: old industrial paper industry under restoration and that need to be reused (https://archeologiaindustriale.net/3780_la-cartiera-di-vas-passato-presente-e-futuro-studi-casi-e-progetti-tra-archeologia-industriale-e-valorizzazione-del-territorio/)
- Designer and graphic professionals networks; Galileo Technological Park(Italian School of Design)
- Entrepreneurial Association; Handcraft Association
- University of Padova
- Creative and Cultural SMEs located in Padova district...

Step 2: Establishment of structured relationships among the actors involved.

Step 3: Creating sustainable and marketing opportunities for the value chain

Step 4: dissemination of the experience and enlarging the actors involved

Entrepreneurial and handcraft association are disseminating the model of cooperation and the business model among their members

Long Term vision....

After the end of the project the collaboration between Creative industries and traditional sectors, like “black art” will continue. The business model proposed during the project will be enlarged to others sectors.

5.2 Testing measures for creating pioneer and culture space in old-industry sites. Setting-up a creative&social innovation centre in one dismissed Jute Factory

The Chamber and its stakeholders, during the focus group sessions, agreed on the importance for creating pioneer and culture space in old-industry sites. The discussion brought to the following decision and the following short-term action plan:

- The approach

The inputs from the Focus group brought us to the decision to enlarge the concept originally planned and to establish a centre that aims at developing an innovative model of assistance to the territory, able to combine both the involvement of Creative and Cultural SMEs with sustainable economic approach and digitalisation.

- The Jute Factory in Piazzola sul Brenta

The factory for the jute's spinning and weaving has been built starting from 1890 and employed maximum about 120 workers.

The jute was coming directly from Calcutta (India) through the Port of Venice. The production increased up to the end of 1920. The reduction of jute availability and new products brought the factory to the crisis and on 1933 it was sold. After a closure period, the jute production continued up to 1978, when the Factory was closed definitively.

During the following decades the building remained closed and ruined. In the first decade of 2000 a large restoring intervention has been undertaken with the following results:

- Some sectors have been designated to residential scopes (private flats)
- Some sectors have been restored with a public destination

The latter restoring intervention is linked to the proposal of actions by the Chamber of commerce of Padova.

- The intervention planned in Agreement with the Municipality of Piazzola

The rooms available for the Centre under development covered around 100 m² and another office is available in the Municipality building for 1:1 assistance and small group of users. The agreement sees the Municipality of Piazzola sul Brenta in charge to refurbish the rooms. Other equipment will be discussed once the programme of services will be validated.



- Actions undertaken and planned:

With the agreement signed by the CCIAA PD(PP6) with the Municipality of Piazzola sul Brenta and the following open call launched to identify all necessary actors to be involved for the setting-up and the implementation of the activities, the following plan has been defined:

the main goal achieved is the establishment of an Innovation Centre for the development and the promotion of the Industrial Heritage Culture. The Centre, located in the old Jute Factory has the following main characteristics:

1. Location: Piazzola sul Brenta (Padova) - Jute Factory Camerini
2. Staff allocated: experts on the following fields:
 - Entrepreneurial culture and valorization of tangible and intangible industrial heritage culture
 - Product and Processes innovation
 - Technology Transfer and Cross-fertilization actions addressed to traditional industries and Creative Industries
 - Incubator for high-tech and creative start-ups
3. Main initiatives addressed to SMEs and citizens:

a) Technological Transfer and Innovation Advise and Consulting desk:

The Centre will be accessible:

- one day/week with a desk (office located in the Jute Factory)
- always by email

Staff allocated: Dott. David Celetti and Dott. Edoardo Girotto

Mission of the office: provide information and consulting on innovation, technology

transfer and digitalisation, start-ups, cross-fertilization activities with Creative Industries, valorization and promotion of the industrial culture heritage

Other information:

- Start-up of the service 30/11/2018
- Duration of the service provided: 31/05/2019
- Off-line office: 120 hours totally
- On-line office: 4 hour/week

Other initiatives in parallel with the service provided:

January 2019

“Veneto Enterprises between tradition and innovation”
panel and discussion

February - May 2019 (monthly panel with at least 3 testimonials for each)

MeetIND - Stories and Industrial Culture: enterprises are told

Interviews with Entrepreneurs and managers with success stories

Agro-food sector: Birrificio Antoniano Srl Società Agricola, Rigoni di Asiago Srl

Nursery: Sgaravatti Spa

House system: Lago Spa, Scandaletti Sas

Ceramic: Ceramica V.B.C. Srl, Lineasette Sas

Mechanic: Salvagnini, Group, Came Spa

Footwear and Sportssystem: Tecnica Group Spa, Calzaturificio SCARPA Spa

ITC: Thron Spa

Pharmaceutical and Healthcare: Zambon Company Spa

Steelworks : Acciaierie Valbruna Spa; Fabris Srl Coperture Industriali

Creative and Culture industries: Fondazione Bano Onlus, Progetto Dolomiti Contemporanee

February - May 2019 (1 event/month)

StartHUB - The innovation eco-system

5 meetings to support innovation, cross-fertilization activities and the relationships between Industry and Creative practitioners: New manufacturing and innovation; Start-ups in Italy and in Veneto Region; Public actors to support Innovation; Financing Innovation; Cultural and Creative Industries.

5.3 “History of the future”: Innovation and pioneer culture of industrial Veneto Region. Setting up of a service to support cooperation between traditional industry and digital technologies to build a future industrial culture.

Padova Chamber of Commerce has decided to organize sectoral workshops aiming at supporting the knowledge on innovative digital technologies (mainly robotics, 3D printing, Open Data exploitation) among traditional industries. The workshops organized by CHAMBER OF COMMERCE OF PADOVA will aim at identifying ideas for new products and processes.

Additional results from these actions can be summarised as follows:

- a) contribute to the elaboration of a “new industrial culture”, based on Industry4.0,

in Veneto Region that will lead to make the region much more attractive in terms of jobs and investments;

- b) contribute to the regional innovation eco-system, including industrial culture values (e.g. pioneer spirit, creativity, cluster approach, family business) as a key element to be fully included in the process of modernization and digitalization;
- c) to establish an operative network composed by all stakeholders in charge to support Industry 4.0 processes, where the Chamber of Commerce of Padova will bring not only the entrepreneurial attitude that is part of its specific mission, but even the proposal of an innovative industrial culture well connected with the past but looking at the future;
- d) to establish an Innovation Centre and develop the existing network to support the startup companies, enabling the Chamber of commerce of Padova, the University, the Scientific Technological Park and the Industrial Companies to propose new intervention models to foster and revitalize the old industrial pioneer spirit.

These steps profit of the currently actions in the implementation phase:

Industry 4.0 and traditional industry in Veneto Region

- Develop the action started with the innovation centre in Piazzola sul Brenta (InduCult2.0 D.T.4.4.3), working with a quadruple helix approach to transfer the concept of Industry 4.0 into the traditional industrial schemes and foster creativity linked to the valorization of the industrial heritage in the region;

Identify relevant best practice and success stories

- The identification of best practices, thanks to international peering, both in terms of innovative approaches and revitalization of the old industrial pioneer spirit
- Selection of specific examples coming from existing running experiences, like Open Factory yearly event (<https://www.open-factory.it/>)

Following steps to be verified:

- a) Elaboration of an agreement with experts and organizations specialised to assist SMEs on innovation processes. A network of operators specialised to assist SMEs to identify innovation ideas, raising EU and National funds, etc have been established
- b) Setting up a network of Innovation actors (University, Technological Parks, Schools, etc) able to support the implementation of the innovation and research projects developed by the SMEs. The Padova Innovation network has been set-up.
- c) Setting-up of a service able to promote research cooperation among Academia, Sectoral Agencies and SMEs for disruptive innovations. An agreement of cooperation with UNIONCAMERE VENETO-EUROSPORTELO VENETO to provide technical assistance have been finalised by the CHAMBER OF COMMERCE OF PADOVA recently
- d) Organization of 1to1 meetings with Entrepreneurs from Traditional sectors to identify project ideas
- e) Organization of thematic workshops to promote new technologies and new model of business
- f) Support service to elaborate proposals to be submitted under HORIZON 2020 (SMEs instruments) and OP ERDF Regional Plans.

At the end of INDUCULT2.0 project, the performance will be evaluated and the agreement of cooperation between Chamber of Commerce of Padova and EUROSPOTELLO VENETO could become permanent.

6 Looking ahead... beyond InduCult2.0 lifetime

Through the development of a road map that highlights the actions of development ideas that emerged through the project focus groups and will be realized during the Piloting phase, Padova Chamber of Commerce and its Associated partners, Confindustria and the Regional Governments of Veneto and Emilia-Romagna, will structure a strategy plan to promote the awareness and the value of Industrial Culture in the Regions. The strategy plan will include the listed actions and follow-up necessary actions:

Action n.1: setting up the value-chain between creatives and “black art” industry

After the end of the project the Value Chain will continue its operations. The business model (establishment of a paper/printing showroom in old paper/printing industrial locations) will be enlarged to others areas. Even the possibility to develop a network of retails shops able to sell innovative products coming from the cooperation between the traditional paper industry and the digital technologies will be discussed

Action n.2: setting up a creative and social innovation centre in one dismissed jute Factory

The Chamber of Commerce of Padova and the Municipality of Piazzola sul Brenta agree to use INDUCULT2.0 implementation period to check the model of cooperation and the set of services provided with the aim to establish a permanent cooperation

Action n.3: supporting the cooperation between industry and digital technologies with a dedicated service

At the end of INDUCULT2.0 project, the performance will be evaluated and the agreement of cooperation between CHAMBER OF COMMERCE OF PADOVA and EUROSPOTELLO VENETO could become permanent

7. Conclusions, outlook and sustainability

There is great opportunity to promote industrial culture in Veneto Region, looking unblocking the potentialities of the Cultural and Creative industries to promote new cooperation (value-chain in the black art sector), new tools and services (centre to promote creative and social innovation) and new products and productions processes (desk to assist SMEs and strengthen the cooperation in the frame of Industry 4.0). Inducult2.0 gives the opportunity to identify some paths, develops some concrete roadmap of cooperation and share the results with the policy makers for a new local development strategy that will have, as a pillar, the past industrial culture seen as an opportunity for the future growth.

INIZIATIVE CULTURALI PER PROMUOVERE CREATIVITÀ E SPIRITO D'IMPRESA

IL PROGETTO INDUCULT2.0 E IL PIANO D'AZIONE TEMATICO PER
LA VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO E DELLA CULTURA
INDUSTRIALE IN VENETO COLLEGATO ALLA CREATIVITA' E ALLO
“SPIRITO PIONIERISTICO”.

Camera di Commercio Padova -
Servizio Progetti Speciali e Comunitari



D.4.6.2



Reporting Period nr.5



PP6



Andrea Galeota - Roberto Sandrini



INDICE

1. Il Progetto InduCult2.0 e il contesto di riferimento	15
2. La cultura industriale in Veneto	17
3. Innestare nuove metodologie, nuovi servizi e nuove tecnologie per promuovere la cultura industriale tradizionale veneta.....	19
• La valorizzazione del sito industriale di Piazzola sul Brenta.....	20
• Rinnovare la cultura industriale in settori tradizionali, coniugandola con nuove metodologie e nuove esperienze	21
• Altre iniziative sul territorio veneto	22
• Cartiera di Vas –	23
• Sass Muss – L'ex Chimica Montecatini in Veneto	25
• Fabbrica Alta a Schio	26
4. Il contributo delle industrie creative e culturali ad una nuova cultura industriale.....	33
• introduzione al tema	33
5. Innovare la cultura industriale con le industrie creative: l'esempio del design.....	37
6. L'industria culturale in Veneto	38
• Quali opportunità per le imprese?	39
7. Risultati e prospettive	39
8. Ricadute dalla collaborazione transnazionale.....	40

1. Il Progetto InduCult2.0 e il contesto di riferimento

InduCult2.0 è un progetto di cooperazione finanziato dal programma Interreg Central Europe, a cui collaborano partner di 8 stati europei (Germania, Austria, Italia, Slovenia, Croazia, Polonia, Repubblica Ceca,

Belgio) accomunati dall'aver subito importanti processi di trasformazione nella loro economia in seguito all'industrializzazione.

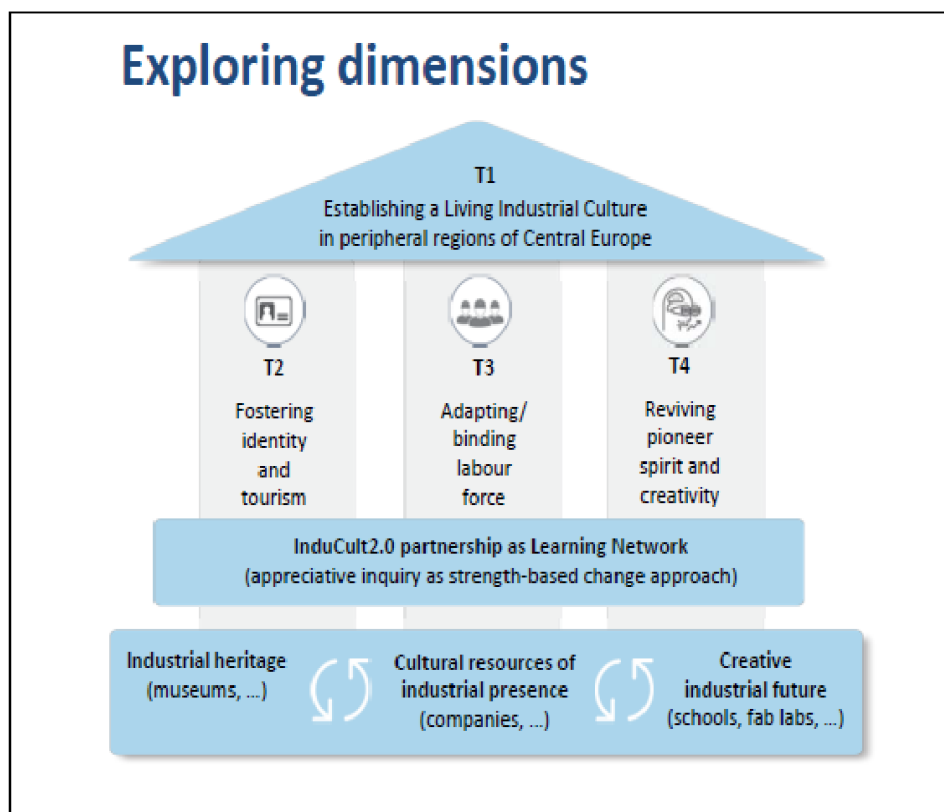
Il progetto, utilizzando il concetto di cultura industriale, punta a valorizzare l'impresa e l'industria come elemento fondante del patrimonio culturale delle regioni dell'Europa Centrale.

L'obiettivo generale è infatti l'implementazione di strategie innovative nell'ambito della valorizzazione del patrimonio industriale esistente.

Il progetto è stato avviato a giugno 2016 e si concluderà a maggio 2019.

In questo quadro, le regioni partner sviluppano le azioni del progetto in tre pilastri principali:

- azioni per la promozione dell'identità regionale e del turismo industriale (T2)
- azioni che influenzino il mercato del lavoro industriale, promuovendo i rapporti con il mondo della formazione e il coinvolgimento dei lavoratori (T3)
- azioni che promuovano la creatività e lo spirito pionieristico (T4).



I tre "pilastri" contribuiscono alla dimensione strategica, con l'obiettivo di stabilire / riaffermare una cultura industriale vivente nella regione periferica dell'Europa centrale (T1), con il supporto attivo di due partner scientifici, l'Istituto Leibniz di Lipsia e l'Università di Graz.

Nel presente documento, dopo oltre due anni di lavoro viene riportato il piano di azioni sviluppato sulla linea tematica T4, con un'attenzione anche alle sinergie create con altri stakeholders coinvolti sul territorio veneto e illustrando i risultati ottenuti e le prospettive future.

2. La cultura industriale in Veneto

I caratteri distintivi della nostra cultura industriale sono radicati nel passato, nelle complesse relazioni tra ambiente, arte, cultura e industria, che sono ancora presenti e mutevoli, riflettendo l'unicità della "via veneta all'industrializzazione", tanto che diversi studiosi parlano addirittura di "modello Veneto", riferendosi al sistema produttivo regionale del Veneto.

E' un sistema produttivo dove l'industrializzazione è arrivata più tardi rispetto ad altre regioni italiane, come la Lombardia e il Piemonte e che si è caratterizzata dalla presenza di un tessuto di piccolo e medie imprese specializzate.

Alcune eccellenze come la lavorazione dell'oro e dell'argento, l'occhialeria, i mobili d'arte, le calzature hanno fatto conoscere il know how del Veneto in tutto il mondo, al punto da definirlo un vero e proprio "modello".

Il Veneto è oggi la seconda regione esportatrice in Italia, con un fatturato estero nel 2017 che ha superato i 61 miliardi di euro, dietro soltanto alla Lombardia.

Tale risultato è realizzato grazie a un fiorente comparto industriale, che ha reso il Veneto una delle regioni economicamente più importanti d'Italia.

Tra le principali caratteristiche del sistema imprenditoriale veneto si evidenziano le dimensioni dell'impresa (piccola e media), la compresenza di produzioni tradizionali e attività tecnologicamente innovative, la flessibilità organizzativa che ha permesso di far fronte alle situazioni economiche sfavorevoli, l'apertura all'internazionalizzazione, oltre che la posizione strategica rispetto alle principali direttrici del commercio nazionale ed europeo.

Il sistema produttivo regionale si compone di piccole e medie imprese in cui si fondono elementi di innovazione e modernizzazione, accanto ad aspetti più tradizionali. In generale, l'impresa "veneta" è ben radicata nelle proprie tradizioni industriali, spesso facenti capo ad una famiglia o ad un gruppo di famiglie, è spesso fortemente orientata all'internazionalizzazione e attenta alle richieste che arrivano dai clienti e dai mercati. Questi aspetti non favoriscono sempre una propensione ad investire in innovazioni radicali, preferendo invece la gradualità delle innovazioni incrementali che portano ad un vantaggio competitivo di breve periodo ma più sicuro e meno esposto a rischi sul capitale investito e il catalogo prodotti proposto.

Nell'ambito del progetto InduCult2.0, linea tematica 4, la Camera di Commercio di Padova mira a concepire e sviluppare nuove azioni che uniscano il patrimonio industriale e le imprese attive, con un mix di azioni rivolte a chi in Veneto vive e lavora, puntando a valorizzare input nuovi provenienti dalle più attuali fasi della digitalizzazione, ma anche dall'instaurarsi di rapporti nuovi e fecondi con le imprese e gli operatori della creatività e dell'innovazione radicale.

Gli interventi attuati dalla Camera di commercio, si pongono anche un ulteriore obiettivo: mostrare le caratteristiche peculiari del modello industriale veneto e del Nord-est italiano, delle sue peculiarità e delle sue ambizioni, spingendo allo stesso tempo verso una maggiore conoscenza delle opportunità collegate alla tradizione imprenditoriale veneta, sempre aperta alle nuove tendenze arrivate nelle città e nel territorio regionali grazie all'internazionalizzazione, alla presenza di maestri delle varie arti e alla laboriosità di tanti piccoli imprenditori e lavoratori della nostra terra. Il messaggio che la Camera di Commercio intende lanciare è quello della necessità dell'Industria e del manifatturiero in particolare, contrariamente alla "terziarizzazione" di molti settori economici e alla proposta di esportazione di catene produttive. Le attività sviluppate nell'ambito di questa azione hanno anche voluto evidenziare l'opportunità assolutamente

da cogliere derivante da una collaborazione sempre più profonda e fruttuosa con l'industria creative e culturale e con le tecnologie e i processi digitali.

Questo obiettivo verrà raggiunto coinvolgendo non solo le imprese industriali, ma anche gli attori chiave della catena del valore della creatività nella Regione Veneto (network creativi, professionisti del settore, artisti) e delle tecnologie e dei processi digitali, proposti all'interno di processi di co-creazione e adottando metodologie innovative di produzione orientate al consumatore e all'utente in generale (design thinking).

Il piano d'azione proposto tratta l'argomento "rafforzare e aggiornare la cultura industriale con la creatività, la co-creazione e i processi digitali" (T4), dopo la discussione con gli stakeholders coinvolti con specifici focus group e incontri bilaterali, si snoda in due linee direttrici:

- **Valorizzazione degli asset industriali dismessi e "storici" perché diventino propulsori di nuova cultura industriale:** (Creating pioneer and cultural space in old-industrial sites)
- **Rinnovare e rafforzare la cultura industriale regionale innestando elementi nuovi provenienti dalla creatività e dai processi di co-creazione e design thinking** (Creatives meet Industry) che combina patrimonio e presente,
- **Proporre elementi di innovazione e di cambiamento nell'orizzonte della cultura industriale, combinando processi di digitalizzazione e cicli produttivi tradizionali** (capitalization on innovation and pioneer culture of industrial regions)

Tutti questi elementi verranno presentati nelle pagine seguenti.

3. Innestare nuove metodologie, nuovi servizi e nuove tecnologie per promuovere la cultura industriale tradizionale veneta

Alla base del progetto InduCult2.0 c'è la consapevolezza che le regioni industriali, abbiano un patrimonio, fisico e immateriale, che possa diventare un motore di sviluppo e che la sua aggiornamento e riproposizione nelle linee e nelle forme che oggi la rendono più adatta ai tempi, ai processi e alle richieste dei mercati, sia la chiave per la riconferma di un'anima industriale (manifatturiera) oggi in qualche modo messa in discussione.

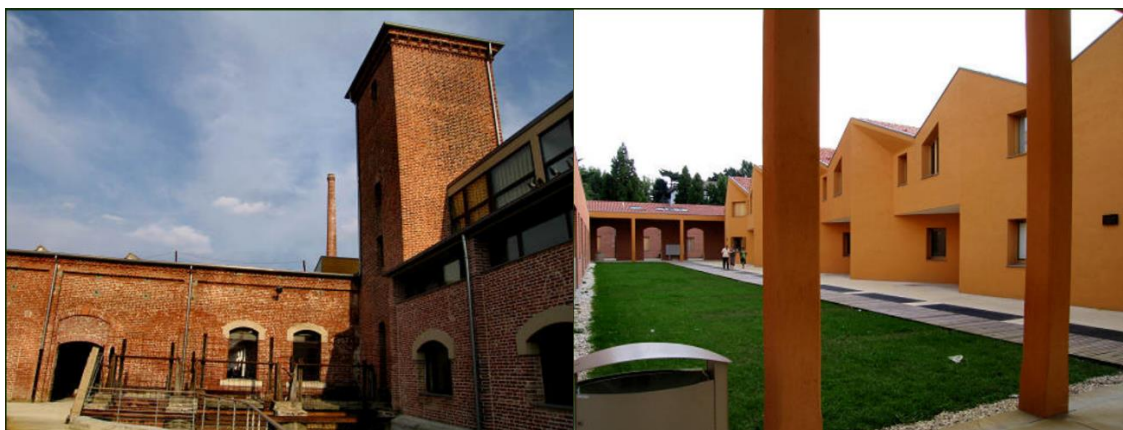
La Camera di Commercio di Padova ha sviluppato quindi alcune azioni per promuovere il rinnovamento, l'immagine e gli elementi positivi dell'industria e dell'impresa nel Veneto, mirando a sensibilizzare l'opinione pubblica, le imprese, gli operatori culturali e creativi sul concetto di cultura industriale e la sua rilevanza in Veneto, considerando passato, presente e futuro.

Un altro obiettivo è quello di proporre interventi concreti sul tessuto industriale dismesso o storicamente rilevante, perché mantengano il loro valore sul territorio e continuino a produrre ricchezza e stimolare l'imprenditorialità.

Da ultimo, tenendo conto degli aspetti più propriamente tecnologici e produttivi, la Camera di Commercio di Padova ha voluto ritornare sul concetto di Industria 4.0, rivisitandolo e collegandolo con la cultura industriale regionale. Il concetto sviluppato, tutto da realizzare, intende promuovere un modello veneto di produzione che coniughi il "proprium" delle produzioni regionali con le potenzialità derivati dall'adozione di tecnologie e processi digitali.

- La valorizzazione del sito industriale di Piazzola sul Brenta





Grazie ad un accordo con il Comune di Piazzola sul Brenta e alla individuazione di un gruppo di lavoro supportato dalle Associazioni di categoria locali, alcune parti del complesso industriale sono state destinate a diventare un punto di attrazione, di servizio all'innovazione e di promozione della creatività rivolta agli imprenditori provenienti soprattutto dai settori tradizionali dell'industria. Il servizio, coordinato dalla Camera di Commercio, prevede momenti di assistenza individuale rivolti ai singoli imprenditori e momenti assembleari e di conoscenza aperti al territorio e tutte le sue componenti sociali.

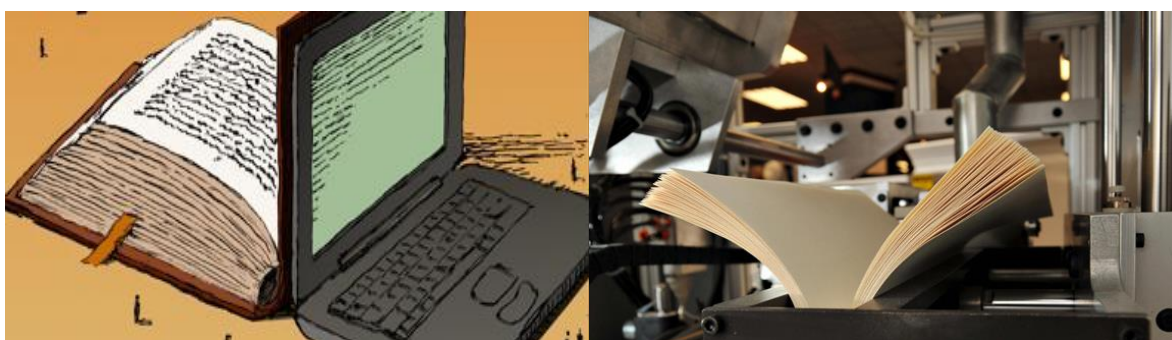
Obiettivo di questo intervento è quello di proporre un luogo industriale storico (fabbrica di juta fino al 1978; poi dismessa e in parte recuperato ad uso residenziale) come punto di diffusione di nuova cultura d'impresa e industriale, puntando sugli elementi dell'innovazione e della creatività.

Il percorso di recupero del complesso industriale per una nuova proposta di modello industriale coniugato con la creatività, si inserisce in un più ampio processo di valorizzazione del grande manufatto. L'amministrazione comunale ha infatti già avviato un percorso di valorizzazione per il territorio e di inserimento abitativo residenziale per rendere gli ampi quartiere industriali di nuovo vivi e operosi. Il progetto INDUCULT2.0 e la Camera di commercio di Padova hanno aggiunto a questa strategia un ulteriore tassello di sostenibilità e di servizio alla cultura industriale e al territorio

- **Rinnovare la cultura industriale in settori tradizionali, coniugandola con nuove metodologie e nuove esperienze**

La Camera di Commercio di Padova, da sempre attenta agli elementi più interessanti del panorama innovativo e tecnologico, grazie anche al Progetto Inducult2.0 Ha quindi dato vita ad una serie di iniziative che hanno avuto per oggetto inizialmente il settore della stampa-grafica (conosciuto anche come settore dell'arte "nera") da sempre molto attivo e vitale in Regione. Al riguardo, infatti, esiste una tradizione molto antica di produzione della carta, di stampa e di grafica che affonda le proprie radici nella stessa storia

“industriale” della Repubblica veneta e che tutt’ora mantiene una sua vivacità. Il settore tradizionale, però, mostra elementi di stanchezza e necessita di interventi di innovazione e di “cambiamento” segnati dalle nuove esigenze degli utenti, dalle nuove tecnologie e dai mercati.



Nel corso di questa iniziativa, è diventato importante allargare l’azione ad altri settori industriali indirettamente collegati e, allo stesso tempo, introdurre la promozione di nuove metodologie e di nuovi strumenti per favori

re i processi di innovazione e di co-creazione di nuovi prodotti e servizi. In questo senso è stato introdotto il bagaglio metodologico e strumentale del design thinking, proponendo agli imprenditori del settore tradizionale della carta-stampa-grafica, ma anche ad altri settori tradizionali industriali di mettere in discussione il proprio modo di identificare bisogni e richieste di mercato, trovare soluzione a proposte di mercato e affiancare gruppi multidisciplinari per la loro ricchezza di proposte e di soluzioni alternative. Il concetto di cross-fertilization e di co-creation, unitamente all’attenzione all’utente e alle competenze multidisciplinari, è diventato un elemento di innovazione utile per nuove prospettive di sviluppo dei settori industriali tradizionali della Regione.

- Altre iniziative sul territorio veneto

Quest'azione si inserisce in un filone che vede numerose collaborazioni tra imprese e creativi ed esperti digitali, per rafforzare lo spirito industriale tradizionale e inserirvi elementi nuovi e stimolanti.

A livello di esperienze, sono da evidenziare tre diversi campi di intervento:

- a) Interventi di valorizzazione di antiche strutture industriali per convertirle a nuovi usi imprenditoriali più consoni ai tempi e esigenze dei mercati. Ne riportiamo solo alcune, tra le molte da annoverare a livello regionale

- **Cartiera di Vas**



La Cartiera di VAS e il suo recupero, sono un esempio lampante di come il recupero ormai frequente di vecchi impianti di "archeologia industriale" permetta di fare luce su aspetti della vita e dell'economia dei nostri territori che si erano dimenticati, e allo stesso tempo mette a disposizione nuovi spazi e opportunità da cogliere per lo sviluppo economico, culturale e turistico di aree che spesso non hanno grandi risorse.

È il caso di Vas e della ex cartiera, che riporta al centro dell'attenzione un'attività e un luogo da riscoprire.

Dopo il restauro avvenuto tra il 2005 e il 2012, per merito dell'Associazione La Charta, si sta cercando di dare nuova vita al complesso.

Ma partiamo dalla storia: perché la questione della produzione di carta, per i veneziani, era una cosa seria.

«Dopo la scoperta dell’America e la circumnavigazione dell’Africa a opera di Vasco De Gama, che aprì nuove rotte commerciali – spiega Stefano Mazzalovo, autore del volume Storia di una cartiera Veneta Tre secoli di produzione della carta a Vas – il commercio con l’Oriente per i veneziani perse di interesse e i nobili si rivolsero alla terraferma dando vita sia ad aziende agricole che ad attività produttive. Tra queste le cartiere, che rappresentavano un buon mercato: non solo la Serenissima e gli enti religiosi ne usavano molta per la burocrazia amministrativa, ma era anche in crescita la richiesta di libri, di cui Venezia era la capitale europea della stampa. Altro mercato importante era l’impero Ottomano, che non aveva cartiere proprie».

Verso il 1640 la famiglia Gradenigo avviò quindi un impianto di produzione a Vas, dove esisteva già un’attività molitoria e dove le condizioni erano particolarmente favorevoli grazie alla presenza del Fium, breve corso d’acqua di risorgiva che garantiva acque costanti e pulite. I Gradenigo a Vas potevano godere del diritto a usare l’acqua del Fium, fonte di energia meccanica ma anche materia prima per la lavorazione della carta assieme agli stracci.

Nei secoli, la cartiera passò varie gestioni fra cui quella dei celebri Remondini, stampatori di Bassano

Nel 1818 muore l’ultima erede dei Gradenigo, Cornelia Dolfin, e nel 1826 l’opificio viene comperato da Giovanni Marsura, già gestore della tipografia del Seminario di Feltre.

Iniziano le innovazioni produttive proseguite, dopo il 1892, anche dal successivo proprietario, Giacomo Zuliani: quest’ultimo introduce l’energia elettrica, acquista una macchina per la produzione continua (dai singoli fogli si passa cioè alle bobine) e installa una motrice a carbone che richiede la ciminiera che esiste ancora oggi. Inizia anche la produzione di sacchetti di carta.

La Grande Guerra porta a Vas la linea del fronte ed è l’artiglieria italiana a distruggere gran parte dello stabilimento (non la ciminiera!): il periodo d’oro è finito, ma l’attività prosegue, pur tra crescenti difficoltà. Nel 1950 l’impianto conta ancora un centinaio di dipendenti. Una prima chiusura avviene nel 1961; termina ben presto pure il tentativo di darle nuova vita a opera di Carlo Zuliani, complice anche la disastrosa alluvione del Piave del 1966: cinque anni dopo la cartiera chiude definitivamente e i macchinari vengono venduti.

Per un periodo viene trasformata in allevamento di pesci, ma anche questo dura poco.

Solo negli anni Duemila si concretizza il nuovo recupero che ridarà vita a un complesso che alla comunità locale può dare ancora molto. Alla base c'è il "patto territoriale" per lo sviluppo del basso Feltrino, protagonisti il comune e un consorzio di aziende private che finanziano opere di urbanizzazione e in cambio ottengono la proprietà di alcuni edifici per aprirvi attività artigianali.

- **Sass Muss - L'ex Chimica Montecatini in Veneto**



Lo stabilimento di Sass Muss, destinato alla produzione dell'ammoniaca e realizzato sulla base del progetto elaborato dall'ingegner Giacomo Fauser, era ubicato vicino al fiume Cordevole. L'intero complesso era costituito dalla fabbrica vera e propria (edificio Sass de Mura: uno spazioso edificio a pianta rettangolare provvisto di vetrate e di grandi portoni d'accesso), un altro dedicato alla produzione di energia (Padiglione Pavione) e da un fabbricato adibito ad uffici e ad abitazione del direttore (edificio Pizzocco). Lo stabilimento, costruito nel solo spazio di una anno e dotato di macchinari di fabbricazione italiana, **entrò in produzione nel 1924**, occupando all'inizio una ventina di persone. Vi si produceva, col processo Fauser, solo ammoniaca.

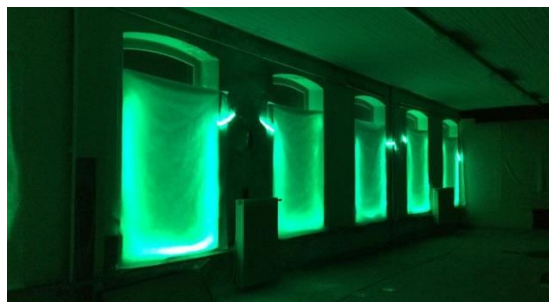
Durante la Seconda Guerra Mondiale gli aerei americani mitragliarono, danneggiandoli gravemente, i due gasometri dell'idrogeno e dell'azoto e i serbatoi dell'ammoniaca, che si riversò tutta nel Cordevole.

Nel 1964 i dipendenti erano scesi a 24/25. Qualche anno dopo la fabbrica smise l'attività. Negli anni Ottanta, venne acquistata da un'industria chimica milanese, ma mai impiegata per usi produttivi o di altro genere.

Oggi il sito comprende l'insieme dei recuperati edifici di pregio architettonico in termini di archeologia industriale e quello dei nuovi corpi di fabbrica progettati da Attiva spa. La nuova area consiste in quattro blocchi contigui ed indipendenti, realizzati a schiera, e con un'unica copertura verde, per un totale di circa 8.000 metri quadri. In uno dei corpi di fabbrica appartenenti all'ampliamento produttivo nel 2012 si è insediata l'azienda produttrice di cioccolato Mirco Della Vecchia .

A partire dal 2012, in seguito all'azione di Dolomiti Contemporanee, i restanti edifici sono stati saltuariamente affittati come spazi espositivi, residence, feste, conferenze ed altro. Attualmente, col recente fallimento della Attiva Spa, tali edifici sono stati messi in vendita.

- **Fabbrica Alta a Schio**



A Schio, cittadina in provincia di Vicenza, si trova la Fabbrica Alta, il cui nome richiama gli alti camini che spiccano verso il cielo, lo sviluppo verticale di quello che è diventato il simbolo della città e che su di essa ha vegliato negli anni, dall'alto, come un gigante buono. Con i suoi 80 metri d'altezza, le 330 finestre, la Fabbrica Alta è un sito di archeologia industriale dall'immenso valore per il territorio. L'antica area industriale Lanerossi si estende a nord-ovest della città, su una superficie di circa 13 ettari all'interno della quale sono situati l'antico lanificio Francesco Rossi e la cosiddetta Fabbrica Alta, progettata nel 1862-63 dall'architetto belga Auguste Vivroux. La Fabbrica è un imponente opificio che ospitava, in ciascuno dei suoi sei piani (cinque più un sottotetto), una fase specifica della

lavorazione della lana (cardatura, filatura, spolatura, ritorcitura, tessitura e rammendatura). Essa ha un elevatissimo valore monumentale, sociale ed urbanistico nel contesto territoriale della seconda metà dell'Ottocento, rappresentando l'emblema del patrimonio industriale veneto e la chiara dimostrazione del primo sviluppo industriale italiano.

Tra il 1966 e il 1967 l'edificio venne dismesso ed il ciclo produttivo trasferito nei nuovi capannoni della zona industriale cittadina, mentre rimasero in sede, per alcuni decenni soltanto, le funzioni amministrative della Società.

Rimase forte, tuttavia, la consapevolezza circa l'enorme potenziale del sito per la rivitalizzazione del territorio e così, sul finire degli anni '70, inizia il fenomeno di riappropriazione storico-culturale-identitaria dell'area Lanerossi. Sono stati diversi, negli anni, i concorsi indetti per stabilire nuovi utilizzi degli edifici, fino ad arrivare al 2004 con la definizione del Piano di fattibilità "Fondazione Altrafabbrica". Il progetto nasce allo scopo di definire "un modello di gestione con finalità culturali ed ipotesi di utilizzo di strutture comunali" e vede la Fabbrica trasformarsi in uno spazio espositivo provvisoriamente denominato Euromuseo (dedicato a mostre di opere provenienti da musei europei), un museo storico-digitale e laboratorio di ricerca, nonché uno spazio per incontri e dibattiti – mai realizzato.

Solo nel maggio 2013 la Fabbrica Alta diviene ufficialmente di proprietà pubblica del Comune di Schio.

Memoria, conoscenza, identità culturale, appartenenza, riappropriazione, rigenerazione sostenibile: è in questa cornice che si inserisce il progetto FabbricaAltra, nato nel Marzo 2017, Coordinato dal Laboratorio di Management dell'Arte e della Cultura (MACLab) dell'Università Ca' Foscari di Venezia per conto del Comitato Tecnico Scientifico per la ri-generazione della Fabbrica Altra (2016), che vede nelle pratiche artistiche un mezzo per un recupero sostenibile ed una valorizzazione consapevole.

Come si legge nel sito del progetto:

"FabbricaAltra" consiste in un programma di attività culturali/artistiche site-specific che hanno l'obiettivo di lavorare sulla visibilità dell'edificio, sulla rielaborazione di una memoria condivisa, sulla verifica di nuovi scenari di riutilizzo/non riutilizzo consapevole, attraverso un percorso di riappropriazione del sito in qualità di bene pubblico, supportato da strumenti legati a pratiche artistiche, installazioni audio e video, narrazione teatrale. In questo modo le pratiche artistico-culturali divengono così un mezzo per la rigenerazione anziché un fine.

Ad oggi sono quattro i percorsi di rigenerazione attuati – con successo, coinvolgendo attivamente scuole, artisti locali ed aziende – all'interno di Fabbrica Alta, ma uno in particolare merita un approfondimento.

Il progetto Deus Ex Fabrica inaugura il 21 Dicembre 2017 e per 3 mesi ha permesso alla Fabbrica di rivivere, di uscire dal suo lungo letargo. Infatti, per alcuni mesi, l'imponente facciata del fabbricato è stata colorata di luce proveniente da neon montati su 50 finestre e con suoni amplificati dalla presenza di megafoni collocati all'esterno. Il progetto è nato dallo spirito creativo del collettivo D20, un gruppo di professionisti che esplora ed espande intersezioni tra musica, cultura digitale e arti visive; una struttura flessibile che di progetto in progetto si avvale delle competenze di diversi collaboratori. Nove artisti diversi si sono susseguiti di settimana in settimana, in qualità di "deus ex fabrica": incaricati di dare vita al gigante sonoro, hanno creato composizioni uniche e site-specific, interpretando i dati provenienti da sensori posizionati ad hoc, generando visuals sul ledwall della facciata principale e processando in tempo reale il suono di carillon meccanici azionati tramite pc. Non solo arte, dunque, ma arte e tecnologia combinati assieme in un progetto che ha spinto ben oltre ai suoi iniziali propositi, diventando un luogo di incontro ed ispirazione senza confini.

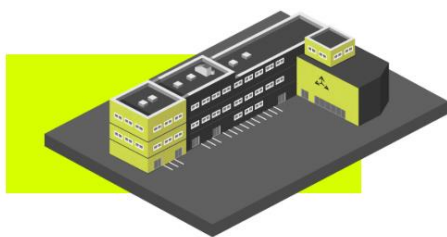
Si è trattato, dunque, di un percorso culturale complesso che ha scosso la città dal suo interno, riattribuendo significato ad un simbolo addormentato da anni, costruendo, parlando, illuminando, coinvolgendo. La città si è aperta alla novità, a nuovi paesi, a nuove vie ricche di stimoli.

Come afferma Fabrizio Panozzo, docente del Laboratorio di management dell'arte e della cultura dell'Università Ca' Foscari ed ideatore e coordinatore scientifico di FabricAltra, "[...]è stato un modo per ascoltare uno spazio suggestivo, simbolo del lavoro, per comprendere cosa potesse raccontarci del passato e cosa abbia da dirci per il futuro. I linguaggi dell'arte e della creatività permettono di sollecitare un ascolto e uno sguardo nuovi sulla fabbrica e di rigenerarla, di trasformarla da reperto di archeologia industriale a nuovo luogo di vita, socialità, cultura per la città e il territorio"

- b) Progetti volti a promuovere la commistione e azioni di cross-fertilization tra industrie tradizionali (manufatturiere) e industrie creative e culturali

www.paradigma.city

Collocato in uno dei quartieri industriali di Padova e ospitato negli spazi di un vecchio fabbricato a destinazione industriale ora dismesso, Paradigma è il punto di interconnessione tra le idee e i professionisti, uno spazio nel quale gli asset di ogni individuo vengono valorizzati e condivisi. Un network dove le aziende, le start up ed i freelance fuori dal comune, si incontrano per mettere a disposizione della community il proprio valore aggiunto. Un ecosistema, che permette di dare forma a tutte quelle innovazioni in grado di reinventare e rivoluzionare la vita di tutti i giorni.



ABOUT

Paradigma è il punto di interconnessione tra le idee e i professionisti, uno spazio nel quale gli asset di ogni individuo vengono valorizzati e condivisi. Un network dove le aziende, le start up ed i freelance fuori dal comune, si incontrano per mettere a disposizione della community il proprio valore aggiunto. Un ecosistema, che permette di dare forma a tutte quelle innovazioni in grado di reinventare e rivoluzionare la vita di tutti i giorni. Benvenuti a Paradigma, il futuro riparte da qui.

600m²
Corporate space

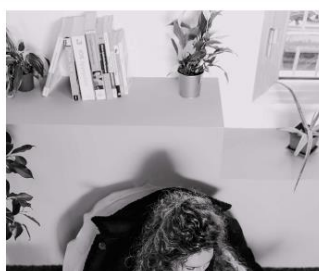
80
Working station at
ground floor

200m²
Of living space

400m²
Of lab/lab

20
Offices

200m²
Of auditorium



V-HERITAGE project

PER 12 AZIENDE VENETE LA CULTURA CREATIVA DIVENTA RISORSA COMPETITIVA. Con il progetto finanziato dalla Regione Veneto (POR FSE 2014-20), l'Università Ca' Foscari Venezia accompagnerà 12 aziende venete alla scoperta del loro stesso patrimonio culturale, per poterlo poi raccontare, valorizzare, connettere con il territorio: rafforzare il ruolo della cultura creativa veneziana come risorsa competitiva.

La Fondazione Università Ca' Foscari Venezia è capofila del progetto. Le aziende coinvolte sono Angelo Orsoni srl, Ceramiche Dal Prà, CIBAS sas, Costenaro assicurazioni srl, Fondazione Scientifica Querini Stampalia Onlus, Grafiche Tassotti srl, Le Nove Hotel, Parise Giovanni Soffieria srl, Sagredo Hotel srl, Sibania srl, Styl nove ceramiche srl, Trend Group spa.

Il progetto "V_Heritage" ha l'obiettivo di connettere passato, presente e futuro creando una nuova narrazione del patrimonio delle industrie creative venete e costruendo nuove relazioni strategiche con il sistema dell'ospitalità alberghiera. Lo storico patrimonio di cultura creativa delle aziende veneziane sarà esaltato come garante di qualità. Le aziende partner saranno aiutate a focalizzarsi sullo storytelling della loro memoria puntando a distinguersi dai concorrenti non solo per il prodotto ma anche per la storia e per come è raccontata.

Il progetto punta inoltre alla valorizzazione della cultura industriale di territorio. "Proponiamo un modo "illuminato" di fare impresa che si combina con le strategie di responsabilità sociale. Attraverso il suo percorso irripetibile, la cultura creativa veneta sarà presentata come garanzia per il

presente e vantaggio per il futuro, mentre, attraverso il recupero della propria memoria storica e dei suoi valori tradizionali, le aziende partner saranno accompagnate nella creazione di esperienze tramite i prodotti e gli ambienti di produzione che diventeranno il simbolo di uno stile di vita". Partendo dalla consapevolezza che il "prodotto aziendale" è anche produzione culturale, "V_Heritage" offrirà formazione e consulenza in grado di stimolare idee nuove con cui creare un nuovo linguaggio e nuovi simboli per far sentire il cliente in una comunità autentica. Costruirà inoltre nuove sinergie con l'ospitalità di alta gamma per far diventare anche i luoghi della produzione (fornaci, tessiture, falegnamerie,..) momenti di esperienza originale e autentica

[Rigenerazione urbana e competitività del territorio tramite l'innovazione sociale, le industrie creative e l'imprenditorialità culturale - http://www.unescochair-iuav.it/ricerca/fse-rigen/](http://www.unescochair-iuav.it/ricerca/fse-rigen/)

Progetto di ricerca interateneo (Iuav e Cà Foscari), concepito per integrare e far interagire un approccio socio-spaziale e della pianificazione urbana con uno di management economico e culturale nelle strategie di riuso e valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale delle nostre città

in Veneto vi è ampia disponibilità di spazi, generata principalmente da processi di deindustrializzazione e delocalizzazione produttiva; dall'altro è cresciuta a domanda di spazi ibridi a vocazione socio-culturale e creativa in cui progettare, incubare, lavorare, produrre, aggregare, partecipare e fruire da parte di associazioni, imprenditoria profit e non profit, organizzazioni del terzo settore, collettivi informali e società civile.

L'obiettivo di questo progetto è stato quello di fornire pratiche e strumenti per valorizzare questo patrimonio in quanto spazio interessante per inedite opportunità imprenditoriali socio-culturali.

Il progetto ha operato su diverse tipologie di spazi (ex edifici industriali, spazi commerciali, spazi pubblici, spazi espositivi, distretti artistici, aree produttive in crisi) e ha definito strategie di riuso e valorizzazione fortemente contestuali. Sono state ricostruite e analizzate criticamente – all'interno della Regione Veneto e in particolare nei comuni di Venezia, Padova e Vicenza – le esperienze di riuso e valorizzazione di spazi inutilizzati o sottoutilizzati. I risultati ottenuti sono modelli gestionali e sociali innovativi, solidi e sostenibili di riuso e valorizzazione eventualmente adattabili poi in diversi contesti.

[PROGETTO FORGET HERITAGE – Interreg CENTRAL EUROPE](https://www.interreg-central.eu/Content.Node/Forget-heritage.html)

<https://www.interreg-central.eu/Content.Node/Forget-heritage.html>

	1. QUADRUPLE HELIX: AUDITORIUM OF STRADA NUOVA GENOVA	6. INTEGRATED TOURISM SERVICES: INTEGRATED TOURISM OFFER IN HRANČIČAR AREA ÚSTÍ NAD LABEM
	2. CREATIVITY FOR HISTORICAL IDENTITY PRESERVATION: WRITERS HUB FOR VODNIK'S HERITAGE PRESERVATION LJUBLJANA	5. ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY: RE-USE CENTER RIJEKA
	3. SOCIAL INNOVATION AND INTEGRATION: INTERCULTURAL GARDEN IN Z-BAU NORTH GARDEN NÜRNBERG	7. CCS MARKETING, PROMOTION AND NETWORKING: MARKETING AND PROMOTION IN FABBRICA DEL VAPORE MILANO
	4. YOUNG GENERATION JOB ACCESS SUPPORT: YOUNG CRAFTSMEN IN OLD CITY BYDGOSZCZ	8. NEW TECHNOLOGIES AND INNOVATION: INNOVATION IN NORTH PRAGA DISTRICT WARSAW

Il progetto, coordinato dalla Città di Genova, si propone di sviluppare nuovi modelli di gestione e di valorizzazione per siti storici abbandonati. Tra gli edifici storici presi in considerazione e sui quali si è creato un modello di valorizzazione, spiccano gli edifici industriali dismessi.

[Progetto REFRESH – Rural revitalisation of cultural heritage](#)

Il progetto, coordinato da un comune Croato, si propone di sviluppare modelli di rivitalizzazione del patrimonio culturale, tra questi anche quello industriale. Nei modelli sviluppati, grande enfasi viene data al rapporto con le Industrie Creative e culturali.






ABOUT THE PROJECT

REFREsh tackles the main challenges of rural areas in CE regions. Unused industrial heritage exist and needs revitalisation and a new form of use. The main objectives of REFREsh are to reutilize industrial heritage through new forms of creative use and attract new creative actors for valorise the industrial heritage in cooperation with actors from trade and service sector. The goal is to improve capacities for the sustainable use of cultural heritage and resources

The project transforms industrial heritage into cultural centres for creative scene as starting point for development of the industrial areas. Municipalities and regions in Central Europe.

The Project will develop benchmarking tools, regional strategies and test the new approach in five pilot actions. To reach a critical mass of creative actors and to foster transnational cooperation of the creative scene the project plans to organise exhibitions, cultural events and creative workshops.

By showing successful approaches for reutilization of industrial heritage for cultural purpose and integration of creative scene tested in pilot actions, the aim is to give industrial heritage a new use that brings value to the whole rural region.

In a long term effect and by adapting the tested approaches, also in other rural areas in Central Europe old industrial heritage will be reutilized and creative scene will be integrated in rural areas.

[Imprese future: Festival della ristorazione](#)

5 tavoli tematici, 1 coordinatore, 5 moderatori, 9 commensali e un menu di 5 portate: sono questi i numeri della cena a tema "Imprese future" organizzata dalla Regione del Veneto nella serata del 31 marzo per incontrare le aziende del territorio e confrontarsi sui diversi aspetti

della valorizzazione del patrimonio aziendale, dalla sostenibilità dei processi all'innovazione tecnologica, dalla comunicazione all'apprendimento condiviso.

La serata, che si è aperta con un aperitivo per un primo momento di socializzazione tra i partecipanti, è stata introdotta per i saluti istituzionali da Santo Romano, Direttore Area Capitale umano e cultura della Regione del Veneto, da Andrea Sales, psicologo e psicoterapeuta, in veste di coordinatore, e da cinque esperti moderatori, che hanno illustrato la metodologia innovativa e interattiva con cui si è svolta la cena e introdotto i temi della discussione.

Nel corso della serata, ad ogni cambio di portata, i commensali hanno preso parte a rotazione ai 5 tavoli tematici di approfondimento:

Valorizzazione del patrimonio e clima organizzativo;

Archivio: la memoria e la cultura aziendale;

Innovazione tecnologica;

Patrimonio e saperi: competenze immateriali e materiali moderato;

La comunicazione in azienda 2.0.

c) Iniziative regionali per supportare e promuovere esperienze di valorizzazione di siti industriali dismessi, per promuovere azioni di cross-fertilization tra industrie creative/culturali e industrie tradizionali.

[Programma Operativo Regionale – Fondo Sociale Europeo 2014-2020 - Obiettivo generale "Investimenti in favore della crescita e l'Occupazione – Reg. 1304/2013 – Asse "Occupabilità"](#)

La Regione Veneto, con il programma FSE 'Ricerca e innovazione' ha investito, nel 2016, 6 milioni di euro per sostenere l'attività di giovani ricercatori e a favorire l'innovazione delle aziende venete, con la novità di vedere Regione e Università alleate nell'investire in ricerca applicata e innovazione, permettendo ai ricercatori di sviluppare ricerche originali ed innovative basate sui fabbisogni espressi dal sistema produttivo, riducendo così il gap tra università e impresa. All'interno di questo bando sono stati finanziati alcuni progetti che avevano come obiettivo, quello di valorizzare la cultura industriale e la collaborazione tra imprese e operatori culturali creativi. In particolare:

- a) il progetto "Arte e Business. Accrescere il contenuto creativo-culturale delle imprese".
- b) "Rigenerazione urbana e valorizzazione di Vega Park, attraverso la collaborazione tra università e impresa nel campo della creatività, dell'innovazione e della progettazione"

4. Il contributo delle industrie creative e culturali ad una nuova cultura industriale

- introduzione al tema¹

Le industrie creative sono il nuovo settore in crescita dell'economia capitalista postindustriale e rappresentano l'evoluzione naturale dell'industria culturale basata sull'affermarsi delle nuove tecnologie, in particolare quelle digitali (Lazzaretti, 2009). La dimensione del settore è significativa e anche il suo peso nella politica pubblica. Si è infatti riscontrata una relazione tra il tasso di crescita occupazionale in questo settore e quello di crescita economica (Flew, 2012). Nel 2003 il settore culturale e creativo aveva un fatturato europeo (UE30) superiore ai 650 miliardi di euro e contribuiva al PIL (Prodotto Interno Lordo) nella misura del 2,6% (KEA, 2006). Le industrie creative inglesi nel 2013 contavano circa 1,7 milioni di lavoratori (1,4% in più rispetto al 2012), valore che rappresenta il 5,6 % dei posti di lavoro totali in Gran Bretagna (DCMS, 2015).

La cultura è il motore della creatività e la creatività a sua volta, è alla base dell'innovazione sociale ed economica (Santagata, 2009) e stimola la ricerca e gli investimenti nel campo della tecnologica. È inoltre fonte di vantaggio competitivo per le aziende, in un mercato ormai ricco di prodotti con tecnologie e prezzi simili, perché permette loro di differenziarsi fornendo ai prodotti un valore aggiunto intangibile (KEA, 2009). John Hartley, professore di Scienze culturali e direttore del Centro di cultura e tecnologia in Australia, la definisce "la leva per il cambiamento sociale ed economico nel prossimo secolo" (Hartley, 2005).

Questo fenomeno sta modificando il nostro modo di pensare e di vedere la cultura e la creatività.

Negli ultimi anni, infatti, il concetto di creatività è al centro del dibattito scientifico. Ormai si interessano di cultura, sviluppo economico e innovazione non solo gli economisti, ma anche i sociologi e gli urbanisti (Lazzaretti, 2009). La creatività è influenzata ed alimentata dalla cultura e dall'arte ed è connessa all'abilità delle persone di pensare con immaginazione e in maniera metaforica per rompere le convenzioni e il modo comune di pensare, permettendo così lo sviluppo di una nuova visione, un nuova idea o un nuovo prodotto. Per far emergere la creatività però non sono necessarie solo le abilità personali e le competenze tecniche, ma anche un contesto sociale che la incoraggi e un'economia che investa

¹ I contenuti di questo capitolo sono liberamente ispirati da alcuni studi sull'argomento, in particolare: Le industrie creative: tra l'arte e l'imprenditorialità; Tesi di Laurea – Università di Venezia – Laureanda: Sara Buosi Matricola 821753 Anno Accademico 2014 / 2015

su di essa (KEA, 2009). Si tratta di un processo che unisce idee, abilità, conoscenza e talento con tecnologia e cultura.

La cultura in questo senso viene utilizzata come input creativo per lo sviluppo di nuovi prodotti (KEA, 2006). Dal punto di vista artistico la creatività viene intesa come la capacità di creare qualcosa di nuovo e originale grazie all'immaginazione, al giudizio e al gusto. Dal punto di vista economico fa riferimento all'innovazione e rappresenta un processo continuo e dinamico che combina elementi di creatività artistica e d'innovazione economica e tecnologica (KEA, 2006), stimolato da fattori umani, sociali, culturali e istituzionali (KEA, 2009).

La creatività non è solo una fonte per l'innovazione, ma è anche il terreno fertile che favorisce il suo sviluppo. Le idee creative infatti sono fondamentali non solo nella fase iniziale ma durante tutto il suo processo.

Dal punto di vista economico, l'innovazione viene definita come la creazione e la diffusione di nuovi prodotti, servizi o processi che, agli occhi dei consumatori, apportano dei benefici superiori (Saviolo e Testa, 2000).

L'innovazione, inoltre, è considerata il processo principale che conduce alla crescita economica nel lungo periodo. Si possono identificare tre fasi: l'origine di una idea, la sua adozione o diffusione e l'inclusione di questa all'interno del sistema economico (Hartley, 2013). La creatività comunque non è prerogativa delle sole industrie creative ma influenza tutti i settori economici (KEA, 2006). L'economia creativa, basata sulla conoscenza e sul talento, viene anche chiamata "New Economy" e le sue principali questioni riguardano le industrie creative, le città creative e la classe creativa (Lazzaletti, 2009).

Con queste considerazioni è evidente il collegamento e il mutuo rapporto che si può instaurare tra la cultura industriale, intesa come tradizione di saperi, prodotti e processi con le industrie culturali e creative:

- a) le industrie culturali e creative possono introdurre elementi di novità e di apertura al mondo che possono rendere la cultura industriale – tradizionalmente vista nel suo rapporto chiuso con la fabbrica e il mondo della produzione quantitativa – attraente e interessante per le nuove generazioni e per i nuovi tecnici.
- b) Le industrie culturali e creative possono rendere la cultura industriale più aperta ad accogliere le esigenze dei mercati e proporre nuove soluzioni e nuovi prodotti.
- c) Le industrie culturali e creative possono contribuire a rendere i "luoghi" industriali più accoglienti, più attraenti e contribuire ad un ambiente di lavoro più sano e più proficuo

- d) Le industrie culturali e creative possono innestare processi di riconversione industriale e di innovazione radicale all'interno di strutture industriali ormai obsolete o in fase di recessione

Fatte queste considerazioni, rimane da chiarire anzitutto che cosa si intenda per "industria culturale e creativa", anche perchè la definizione di questo concetto è ancora oggetto di discussione e di studio.

Con la rivoluzione tecnologica e informatica, che ha creato nuovi strumenti di produzione e comunicazione della cultura, nonché nuove attività culturali, c'è stato un processo di cambiamento semantico da "culturale" a "creativo" (Cicerchia, 2013). La tradizionale definizione di "industrie culturali" si è evoluta in quella più ampia di "industrie creative", per poi arrivare a quella di "industrie culturali e creative" (ICC), definizione utilizzata dall'Unione Europea (UE), che tiene conto delle differenze tra i due tipi di attività. Le imprese culturali sono associate ai settori più tradizionali come il patrimonio culturale, le arti visive e dello spettacolo, l'editoria, la musica, il cinema, la radio, la televisione, la stampa e la fotografia (Valentino, 2013, B), mentre le imprese creative comprendono anche il nuovo settore dell'economia digitale come i software e i servizi informatici (Lazzaretti, 2009)

Tab. 1.3 Modello KEA per il settore culturale e creativo

CERCHI	SETTORI	SOTTO-SETTORI	CARATTERISTICHE
CUORE DELLE ARTI	Arti Visive	Artigianato Pittura – Scultura Fotografia	<ul style="list-style-type: none"> • Attività non industriali • I prodotti sono dei prototipi che hanno il potenziale per essere protetti da copyright (es. questi lavori hanno un’alta densità di creazione che richiederebbe copyright ma spesso se non sistematicamente non lo sono; è il caso di molti lavori artigianali, molte arti sceniche, arti visive, etc.).
	Arti dello spettacolo	Teatro – Danza – Circo – Festivals.	
	Patrimonio	Musei – Biblioteche – Siti archeologici – Archivi	
CERCHIO 1: INDUSTRIE CULTURALI	Film e video		<ul style="list-style-type: none"> • Attività industriali destinate a riproduzione di massa. • I prodotti sono protetti dal diritto d’autore.
	Televisione e radio		
	Videogiochi		
	Musica	Mercato della musica registrata – Spettacoli dal vivo – Ricavati delle società di gestione dei diritti di proprietà intellettuale nel settore musicale.	
	Editoria	Editoria di libri, giornali e riviste.	
CERCHIO 2: INDUSTRIE E ATTIVITA' CREATIVE	Design	Design nella moda, design grafico, design di prodotto e design d’interni.	<p>Queste attività non sono necessariamente di tipo industriale e possono derivare da prototipi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anche se protetti da diritto d’autore i prodotti possono includere altri diritti di proprietà intellettuale (quali ad esempio i marchi). • L’utilizzo di elementi creativi (competenze, profili di persone provenienti da altri settori artistici o dalle industrie culturali) è essenziale per la qualità di questi settori non culturali.
	Architettura		
	Pubblicità		
CERCHIO 3: INDUSTRIE CONNESSE	Produttori di computers, MP3, Telefonia mobile, etc.		<ul style="list-style-type: none"> • Questa categoria non può essere definita in modo rigoroso. Essa comprende numerosi settori le cui prestazioni sono direttamente connesse alle categorie precedenti, quali quelle del settore ICT.

Fonte: KEA, 2006

Secondo John Hartley, la crescita delle industrie creative è legata a cinque trend (Flew, 2012):

- ♣ La crescente connessione tra arti creative, mezzi di comunicazione di ampia scala e industrie culturali;
- ♣ La fusione d’identità del moderno “consumatore-cittadino”, ottenuto dallo sviluppo del capitalismo industriale e della democrazia liberale;

- ♣ Il passaggio, nell'economia del post-capitalismo industriale, dalla manifattura di larga scala all'elaborazione delle informazioni e alla distribuzione dei servizi;
- ♣ La capacità della tecnologia dei nuovi media digitali di rendere possibile la distribuzione dei contenuti creati dagli stessi utenti attraverso Internet (gli user diventano essi stessi co-creatori);
- ♣ I cambiamenti nella politica pubblica che identifica nell'economia creativa una nuova risorsa per il vantaggio competitivo e cerca di superare gli storici conflitti tra la politica delle arti, dei media e dell'informazione per coglierne le opportunità. Il settore delle industrie creative nella relazione tra creatività e innovazione e le loro applicazioni nelle forme dei nuovi e innovativi prodotti, servizi e processi, non solo facilita la creazione di innovazione ma favorisce l'adozione e l'adattamento di nuove tecnologie (Potts, 2007).

5. Innovare la cultura industriale con le industrie creative: l'esempio del design

Il design è l'esempio perfetto per far intendere il valore economico aggiunto dalla creatività e dalle sue componenti culturali (KEA, 2006) e il suo influsso sulla cultura industriale. In particolare il design innovativo è situato all'intersezione tra le pratiche creative tecnologiche e culturali. I designer infatti cercano di sfruttare i progressi tecnologici ma allo stesso tempo esplorano il loro potenziale umano. Spesso inoltre fanno strette alleanze intellettuali con altri artisti.

Le industrie inglesi riescono a mantenere un'alta competitività grazie all'applicazione della creatività attraverso il design innovativo. Questo riesce a modellare le idee per farle diventare proposte pratiche e attrattive per i consumatori.

In altre parole il design può essere descritto come creatività che viene impiegata per uno scopo specifico, quindi un'applicazione commerciale della creatività.

Il designer, secondo il Design Institute australiano, è un individuo che applica razionalmente la creatività ad un prodotto, processo o servizio commerciale e può essere categorizzato sia come tecnico che come artista, in quanto sviluppa soluzioni ai bisogni commerciali che richiedono il bilanciamento di requisiti tecnici, commerciali, umani ed estetici. L'importanza e la centralità riconosciuta al design come fonte di vantaggio competitivo dipende dall'azienda e dal settore di appartenenza.

Secondo la Fondazione di Disegno Industriale svedese si possono riconoscere quattro livelli di applicazione del design:

- ♣ Design come marginale componente dello sviluppo di prodotto;

- ♣ Design come stile della forma fisica del prodotto;
- ♣ Design come metodo applicato allo sviluppo di prodotto;
- ♣ Design come innovazione, dove i designer sono coinvolti in tutti gli stage del processo di sviluppo aziendale.

Il valore che il design aggiunge ad un prodotto o servizio è spesso poco tangibile però può essere una risorsa distintiva per il vantaggio competitivo. La capacità di creare eccellenza nel design ha un crescente valore in tutto il mondo, in quanto punta alla fusione di pensiero creativo e innovazione aziendale ed è una risorsa fondamentale per le industrie creative del ventunesimo secolo

6. L'industria culturale in Veneto

Il Veneto è caratterizzato dalla presenza di piccole e medie imprese specializzate in diversi tipi di produzione. Alcune di queste in particolare sono organizzate in distretti specializzati, come ad esempio l'oreficeria nel vicentino, la lavorazione del vetro artistico nel veneziano, la calzatura sportiva nella zona di Montebelluna (TV) e l'occhialeria nel Cadore. Inoltre, numerose imprese distribuite in tutto il territorio si occupano di abbigliamento.

Nel Veneto, come anche in Lazio e Lombardia, c'è una maggiore concentrazione delle eccellenze nel campo del Made in Italy, specialmente nelle attività di design. Queste regioni sono annoverate tra le venticinque regioni europee leader del settore delle industrie culturali e creative (Büscher e Schierenbeck, 2013) e sono quelle in cui il settore ICC italiano è maggiormente concentrato.

In Veneto nel 2009 gli addetti dell'ICC erano l'8,1% del totale italiano (Valentino, 2013, A), con 28.727 occupati nel settore privato e 1.128 nel settore pubblico (Cherchi, 2012, B). Sempre in questa regione, nel 2013, le imprese registrate nel settore culturale e creativo erano 38.136, con un'incidenza dell'8,6% sul totale italiano (Fondazione SymbolaUnioncamere, 2014).

Nella classifica delle province, in base al numero di addetti, Verona è al settimo posto, Venezia all'ottavo e Padova al decimo (Cherchi, 2012, B).

In Veneto ci sono numerose iniziative pubbliche e private per incentivare il settore ICC ed in particolare l'innovazione e la creatività. La Camera di Commercio di Venezia, ad esempio, ha promosso un bando per fornire assistenza e consulenza alle piccole imprese creative nella provincia di Venezia. In questa provincia nel 2009 si registravano quasi 2 mila imprese creative con la tendenza ad aumentare. Proprio in questa zona è nata

ECreative, un network internazionale di aziende, università e centri di ricerca, che mira ad unire arte e impresa.

Tra le società e gli enti appartenenti si possono citare la Venice International University e H-Farm, incubatore trevigiano.

- Quali opportunità per le imprese?

La collaborazione tra imprese "industriali" e industrie culturali e creative può portare allo sviluppo di molteplici opportunità:

- a) Sviluppo di nuove collaborazioni per prodotti e servizi più customer-oriented
- b) Sviluppo di nuove metodologie di testaggio di sviluppo del prodotto, che tengano conto dei flussi di dati disponibili
- c) Sviluppo di nuove collaborazioni per "aggiornare" prodotti industriali obsoleti e che necessitano di un nuovo lancio sul mercato
- d) Soluzioni nuove a richieste di mercato, che innovano il prodotto dell'azienda
- e) Disponibilità di materiali e di metodologie che aiutano la dinamica aziendale e permettono di accrescere la produttività e l'efficienza
- f) Miglioramento dell'immagine dell'Industria rispetto all'esterno (abitanti, associazioni, etc) e all'interno (personale e addetti vari).

Queste opportunità sono state convogliate nelle iniziative concrete che, tramite il progetto INDUCULT2.0, LA Camera di Commercio di Padova ha offerto al territorio e ai propri imprenditori:

- a) Valorizzazione del complesso industriale ex-jutificio di Piazzola sul Brenta per renderlo un centro di innovazione e di creatività al servizio del territorio (vedi sopra)
- b) Valorizzazione della creatività nell'imprenditorialità, con particolare riferimento ai settori industriali tradizionali e – tra questi – al settore carta-stampa-grafica.

7. Risultati e prospettive

Le azioni realizzate hanno stimolato una maggiore consapevolezza e visibilità della cultura industriale.

L'avvio di un centro di supporto alle aziende per favorire la creatività con la valorizzazione dello ex-jutificio a Piazzola sul Brenta, ha di fatto creato

le premesse per un servizio e un supporto alle attività di contaminazione tra industrie tradizionali e industrie culturali e creative.

Il multistakeholder forum che verrà costituito nei prossimi mesi tra gli stakeholders coinvolti si auspica delinei un piano strategico, condiviso con la Regione, l'Università, le OGD interessate e il mondo imprenditoriale per promuovere la consapevolezza e il valore della cultura industriale nelle regioni.

Nel 2019 si auspica la realizzazione delle seguenti attività:

- I. Proseguimento delle attività previste nel Centro aperto a Piazzola sul Brenta;
- II. Organizzazione di laboratori per lo sviluppo di sinergie tra il settore del business culturale e creativo (ad esempio Incubatore La Fornace Confartigianato Asolo/Montebelluna);
- III. Proseguimento dei laboratori e degli incontri offerti ai settori industriali tradizionali per conoscere meglio le metodologie di lavoro innovative ispirate dal design-thinking e avviare collaborazioni fruttuose con realtà creativo-culturali del territorio.

8. Ricadute dalla collaborazione transnazionale

La cooperazione dei partner di InduCult2.0 con aziende locali per la promozione della collaborazione con le industrie culturali e creative ha portato a un approccio concettuale generale facilmente applicabile a regioni dell'Europa centrale simili. Nello stesso tempo, lo scambio e le best practices segnalate a livello internazionale sono state un valore aggiunto per il progetto.

Il collegamento con strutture come ERIH e ECCIH è poi importantissimo per lo sviluppo e la capitalizzazione dei risultati del progetto.

L'approccio potrebbe essere ulteriormente sviluppato, collegandosi anche con network europei legati all'iniziativa DESIGN EUROPE e a tutti i progetti sviluppati in quell'ambito per favorire la cross-fertilization.

Si segnalano anche esperienze parallele, collegate con iniziative progettuali internazionali limitrofe (CO-CREATE – interreg MED – capofila la Camera di Commercio di Venezia Rovigo) che consentono di fornire best practice e metodologie testate sullo stesso argomento.