

panorama

info regio

29

Primavera 2009

Creatività e innovazione

Stimolare la competitività nelle regioni

it

EDITORIALE

Danuta Hübner

3

SOMMARIO

4-7

Un futuro innovativo e creativo per l'Europa

8-11

INTERVISTE

12-13

IN GIRO PER L'EUROPA

Capitale europea della cultura: Liverpool 2008

14-17

SUL TERRENO

Sfruttare pienamente il potenziale delle persone:
l'arte, un percorso verso uno spazio di lavoro creativo

18-19

TERRENO COMUNE

Collaborare per promuovere la creatività e l'innovazione

20

PER SAPERNE DI PIÙ

21

DIETRO LE QUINTE DELLA DG POLITICA REGIONALE

Futuro della Politica di coesione europea

22

MUSIKPARK DI MANNHEIM

23

CENTRO DI NANOTECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA SALUTE

24-25

NETWORKING

Quinta conferenza: Regioni per il cambiamento economico,
una rete per ottenere risultati

26

ULTIMO NUMERO, PROSSIMO NUMERO

27

DATE EVENTI

28

DITE LA VOSTRA

Fotografie (pagine):

In copertina © CE

Pagine 3, 4, 5, 8/9, 18, 19, 21, 24/25, 26 — © CE

Pagine 6/7 — © Conseil général de la Savoie

Pagine 9, 11, 12/13, 27 — © iStockphoto

Pagine 14-17 — © Peter Claesson

Pagina 22 — © Ivo Kljuce (Musikpark Mannheim GmbH)

Pagina 23 — © Tim Claypole

Direttore responsabile: Raphaël Goulet, Commissione europea, DG Politica regionale

La presente rivista è stampata in inglese, francese e tedesco su carta riciclata ed è disponibile in 22 lingue al seguente indirizzo:

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_it.htm

Le opinioni espresse sulla presente pubblicazione sono quelle degli autori e non riflettono necessariamente la posizione della Commissione europea.



Viviamo al centro di un'UE che sprizza vitalità ed è caratterizzata da una ricchezza di diversità, che trabocca di energie creative e di idee innovative. Come ha affermato di recente un oratore nel corso di una recente conferenza: le regioni occupano la posizione ideale per coltivare questa ricchezza naturale e fare tutto il possibile al fine di promuoverla «essendo abbastanza grandi da rivestire un ruolo importante e abbastanza piccole da fare attenzione».

Questa edizione di Panorama mette in luce l'importanza della creatività e dell'innovazione per un'Europa sana e prospera, e la Commissione nel complesso riconosce questo fatto, designando il 2009 come l'anno della creatività e dell'innovazione. Nel corso di tutto l'anno, la Commissione stimolerà il dibattito su come incrementare il potenziale creativo e innovativo d'Europa e per sensibilizzare sull'importanza della creatività e dell'innovazione come elementi motori essenziali dell'evoluzione personale, sociale ed economica.

Il dibattito solleva delle domande. Come definire termini fondamentali quali la creatività, l'innovazione e la cultura? In che modo interagiscono tra di loro? In che modo la cultura e le idee creative danno impulso all'innovazione? L'arte e gli affari sono come l'olio e l'acqua o possono alimentarsi a vicenda? In che modo possiamo aiutare le persone a sprigionare il loro potenziale creativo e innovativo? Qual è il ruolo dell'istruzione e dell'apprendimento permanente nel rendere le nostre popolazioni più dinamiche, fiduciose e creative? Panorama presenta alcune problematiche fondamentali, analizzando i diversi progetti che rappresentano al meglio il modo in cui la creatività e l'innovazione possono innescare il cambiamento. Auspicio che la designazione del 2009 come anno dell'innovazione e della creatività servirà a rammentare costantemente l'esigenza di perseverare negli sforzi di modernizzazione e innovazione.

Su uno sfondo di una concorrenza sempre crescente e di gravi sfide globali, le pratiche innovative e le soluzioni creative costituiranno il trampolino di lancio verso la crescita e il benessere delle regioni e dei paesi. Le competenze, le idee, i processi contribuiscono tutti a ottenere un vantaggio competitivo.

L'Europa non dovrebbe reagire all'attuale crisi economica tagliando gli investimenti nelle competenze e nell'innovazione. Dobbiamo avere fiducia nella qualità delle nostre idee e nella nostra capacità di adattamento, adoperandoci per utilizzare gli investimenti pubblici in modo più efficace per farli fruttare meglio.

Danuta Hübner

Commissaria alla Politica regionale

« Le pratiche innovative e le soluzioni creative sono i motori della crescita e del benessere nei nostri paesi e nelle nostre regioni »

UN FUTURO INNOVATIVO E CREATIVO

PER L'EUROPA

L'Anno europeo della creatività e dell'innovazione 2009 si prefigge di ispirare una riflessione generale sul significato di creatività e innovazione e sul modo di contribuire alla nostra evoluzione personale, economica e sociale. Si tratta di un'idea di ampio respiro, in cui i termini sono difficili da definire e, sebbene il campo attiri un numero sempre crescente di ricercatori, per il momento è arduo quantificarne i risultati. Tuttavia, non vi è dubbio che se s'intende mantenere la competitività dell'UE, continuando a coltivare i valori condivisi dai suoi Stati membri, queste problematiche richiedono ulteriori indagini.

Definire le idee, formulare le politiche

L'innovazione e l'economia della conoscenza, la transizione verso un'economia creativa, l'educazione alla creatività e all'innovazione, la creatività e l'innovazione del settore pubblico, la diversità culturale come veicolo della creatività e dell'innovazione, le sfide dello sviluppo sostenibile, il potenziale delle industrie creative e culturali: sono queste le questioni che saranno presentate in una serie di dibattiti che si svolgeranno nel corso dell'anno.

Mentre questi dibattiti chiave prenderanno il via a Bruxelles, nelle regioni dell'UE l'anno della creatività e dell'innovazione sarà volto a:

- creare legami più stretti tra le arti, il mondo degli affari, le scuole e le università;
- ampliare le conoscenze dei giovani sul mondo imprenditoriale attraverso la cooperazione con le imprese;
- sviluppare le capacità d'innovazione nell'ambito delle organizzazioni pubbliche e private.

Per contribuire a focalizzare l'attenzione su questi temi, sono state selezionate personalità di spicco di tutta l'Europa come ambasciatori dell'anno. Molte di queste figure molto note, provenienti ad esempio, dal mondo della musica, della ricerca scientifica e dell'architettura, hanno espresso la loro idea di «creatività» e «innovazione» sul sito web dedicato all'anno.

Mantenere la competitività europea

Le idee creative e le soluzioni innovative si stanno dimostrando cruciali per aiutare l'Europa a emergere dalla crisi economica che è scoppiata alla fine del 2008. "Stimolare la competitività europea e l'occupazione, in particolare in questo clima di

difficoltà economiche, esige idee nuove e un modo di pensare progressista,» spiega la commissaria alla Politica regionale, Danuta Hübner.

La politica dominante dell'UE è la Strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione, e l'anno è impostato per mettere in risalto l'immaginazione, la cultura, la creazione e l'innovazione per promuovere gli obiettivi stabiliti nella strategia.

Tuttavia c'è pericolo che le organizzazioni pubbliche e private stringano la cinghia, riducendo pertanto il budget per le attività i cui risultati sono difficili da quantificare e che richiedono tempo prima di dare frutti. «L'Europa non deve reagire alla crisi, tagliando gli investimenti nelle competenze e nell'innovazione». Dobbiamo avere fiducia nella qualità delle nostre idee e nella nostra capacità di adattamento. «Al contempo, dobbiamo rendere più efficaci i finanziamenti pubblici per farli fruttare meglio» ammonisce la commissaria Hübner.



« I progetti innovativi messi in risalto oggi, dimostrano chiaramente in che modo la Politica di coesione può fare la differenza ed essere fonte d'ispirazione per altre regioni europee »

Danuta Hübner, Commissaria alla Politica regionale.



Mentre l'UE riflette sull'orientamento strategico per il prossimo decennio e oltre, ci chiede di riflettere su cosa intendiamo per creatività e innovazione e in che modo coltivarle a tutti i livelli, sotto il profilo politico, professionale e personale.

I progetti europei più innovativi, insigniti del premio RegioStars

Dalla regione vallone all'isola della Riunione, la cerimonia dei premi RegioStars del 2009, che si è svolta a Bruxelles, il 16 febbraio, ha accolto le idee più brillanti dai quattro angoli dell'UE.

I progetti cofinanziati dal FESR, concorrevano per ottenere un riconoscimento come i più innovativi nel loro campo, in una delle tre categorie seguenti: ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione; adattamento al cambiamento climatico oppure mitigazione dei suoi effetti; e infine lo spot audiovisivo che illustrava il contributo della Politica di coesione.

L'impresa Diple Printing Technologies del Galles figurava tra i vincitori della categoria innovazione, insieme a Cenaero Research della Vallonia, Belgio. Diple ha ottenuto un riconoscimento per il successo nella ricerca all'avanguardia nel settore della stampa industriale con un impatto ridotto sull'ambiente. Queste conoscenze sono state poi trasferite all'insieme delle industrie della stampa del Galles, uno dei settori principali della regione.

Cenaero Research è un centro di eccellenza che sostiene le compagnie aeronautiche valloni nelle loro iniziative di innovazione,

fornendo loro consulenza incentrata sulla simulazione numerica e sui metodi di modellazione.

Il Centro per la produzione dell'elettricità fotovoltaica in un ambiente tropicale, nell'isola della Riunione in Francia, si è aggiudicato il premio nella categoria cambiamento climatico. Il progetto è emerso dalla sfida di adattare la tecnologia delle cellule fotovoltaiche al rigore di un'isola tropicale con pochissimi terreni piatti e aperti. Per risolvere i problemi causati da una fortissima velocità del vento sono state elaborate nuove soluzioni, come l'utilizzo di pannelli pieghevoli, mentre si è evitato alla mancanza di spazi aperti, collocando dei pannelli su discariche coperte; il progetto ha aiutato l'isola a diventare autosufficiente nell'approvvigionamento energetico.

«Avete sentito parlare di ESPA» era il cortometraggio volto a informare il pubblico, che ha vinto nella categoria degli audiovisivi. Il film, realizzato dal Ministero greco per l'economia e che ha come protagonista un attore noto, illustra come si conseguono le priorità della Politica di coesione in Grecia.

«I progetti innovativi alla luce della ribalta oggi, sono una chiara dimostrazione di come la Politica di coesione possa fare la differenza essendo, tra l'altro, una potente fonte di ispirazione per altre regioni europee,» ha spiegato la Commissaria alla Politica regionale, Danuta Hübner.

SPUNTI DI RIFLESSIONE

«La creatività può essere ritenuta come la fonte fondamentale dell'innovazione in quanto trasforma le idee creative in prodotti o servizi. In tal senso, la creatività svolge sempre un ruolo quando l'innovazione sfocia in risultati economici.»
Hübner – Regioni per il cambiamento economico, 2009.

«Un fattore chiave per la futura crescita è il pieno sviluppo del potenziale d'innovazione e creatività dei cittadini europei, fondato sulla cultura europea e sull'eccellenza in campo scientifico.»
Conclusioni della Presidenza, Consiglio europeo, 13-14 marzo 2008.

«La creatività e l'innovazione non possono generare economie sostenibili se non si rispetta la diversità culturale, che di per sé è una fonte di creatività e innovazione.»
Ján Figel, Commissario competente per l'istruzione, la formazione, la cultura e la gioventù – Regioni per il cambiamento economico, 2009.

Lo studio sull'economia della cultura (KEA) illustrava in modo lampante il potenziale dalle molteplici sfaccettature del settore culturale: nel 2004, 5,8 milioni di persone erano occupate in questo settore dell'allora UE-25 (il 3,1% del totale di occupati nell'UE-25); mentre il settore costituiva il 2,6% del PIL UE, con un fatturato di 654 miliardi di euro. Lo stesso studio ha spiegato, inoltre, che la funzione economica della cultura è estremamente rilevante a livello regionale/locale, poiché la cultura è un motore per il sorgere di nuclei creativi e per lo sviluppo locale (in particolare festival e turismo culturale).

Innovazione e Politica di coesione: a che punto siamo

«Il livello regionale riveste la massima importanza per le azioni quando si tratta di mettere a punto l'innovazione e la creatività per lo sviluppo economico. Esse sono abbastanza grandi da svolgere un ruolo, e abbastanza piccole da fare attenzione. Le regioni e le città sono i motori principali.» Rudolf Niessler, Direttore della DG Politica regionale, Regioni per il cambiamento economico, 2009.

La politica europea per l'innovazione ha subito un'evoluzione col tempo. Negli anni 1970 era incentrata sulla R&S, negli anni 1980 era fondata sul trasferimento delle conoscenze. Negli anni 1990 si è preso atto del fatto che l'innovazione non è un processo lineare (ricerca - sviluppo - sfruttamento), ma è anche il prodotto di un sistema più complesso che implica una rete di attori, tra cui università, ricercatori, autorità pubbliche e imprese.

Il programma 2007-2013 della Politica di coesione considera l'innovazione come lo strumento dominante per conseguire la crescita sostenibile. Esso abbraccia l'idea di incoraggiare i cluster per massimizzare il potenziale: l'unione fa la forza.

In che modo l'innovazione ha beneficiato del sostegno della Politica di coesione

La politica di coesione sostiene l'innovazione tramite il cofinanziamento erogato dai fondi strutturali e lo sviluppo della governance regionale, fondata su una politica innovativa di partenariato e su uno sviluppo e una valutazione strategicamente programmati. I regolamenti, che disciplinano il Fondo di sviluppo regionale europeo (FESR), dedicano complessivamente quattro articoli all'innovazione.

Nel 2006, la Commissione ha fatto appello a un approccio più integrato nel campo dell'innovazione individuando nuove sfere d'azione, cui fece seguito un invito del Parlamento europeo per lo stanziamento di una parte consistente dei finanziamenti dei Fondi strutturali per la conoscenza, l'innovazione e la formazione.

Tuttavia, le pratiche innovative possono avere un'evoluzione lenta e richiedere tempo prima di dare frutti. Dato che ciò comporta un certo grado di rischio e che i risultati sono difficili da quantificare, tempo e convinzione sono necessari. Consentendo alle autorità pubbliche di implementare programmi a medio e lungo termine, è possibile sviluppare un supporto integrato per diversi aspetti dello sviluppo economico e sociale. Gli imprenditori, i ricercatori, gli psicologi scolastici e le autorità locali, ad esempio, possono riunirsi e avere il tempo di collaborare in senso innovativo. I finanziamenti di medio-lungo termine consentono la pianificazione strategica necessaria.

Incentrati a livello regionale, i programmi della Politica di coesione, sono strumenti particolarmente efficaci per spingere l'innovazione, poiché le regioni offrono la prossimità essenziale per stimolare l'interazione tra i produttori, gli utenti e i mediatori della conoscenza.

Il contributo della cultura alla coesione: vettore di creatività e innovazione in Europa

Mentre l'innovazione viene spesso percepita come strumento di progresso verso una società più solidale e sostenibile, richiede dei cambiamenti che possono suscitare apprensione nella gente. Come strumento della coesione sociale e territoriale, la cultura contribuisce a stabilire un equilibrio fra tradizione e innovazione e consentendo il dialogo tra culture e generazioni, e favorendo l'integrazione nelle società multiculturali. Come catalizzatore della crescita economica, può concorrere allo sviluppo urbano e al risanamento, nonché alla crescita e all'occupazione locali.

Quasi il 30% della spesa per R&S nell'UE-27 è attualmente concentrata in 12 regioni, di cui sei sono in Germania, due in Francia, e una in Belgio, La Danimarca, l'Italia e la Svezia, rispettivamente.

In cima all'elenco delle 15 regioni che spendono almeno il 3,5% del loro PIL per Ricerca e sviluppo figurano la Germania (6), la Svezia (4), la Finlandia (3), la Francia (1) e il Regno Unito (1).

Oltre 86 miliardi di euro, ovvero il 25% dei finanziamenti totali dei Fondi strutturali, sono stanziati a favore dell'innovazione, che copre la ricerca e l'innovazione, lo sfruttamento delle TIC, i provvedimenti a favore dell'imprenditorialità e dell'innovazione sul posto di lavoro.

Sono stati stanziati altri 6 miliardi di euro per le infrastrutture culturali, i servizi e la preservazione del patrimonio culturale.

Le strategie regionali e locali sostenute dalla Politica di coesione hanno integrato con successo la cultura nel promuovere l'innovazione e la creatività in settori quali:


- patrimonio culturale;
- sviluppo del turismo sostenibile;
- sviluppo socioeconomico che comporta partenariati tra il settore creativo, l'industria, la ricerca e altri settori; e
- risanamento delle economie locali, ampliando le infrastrutture culturali e i servizi.

Una sentinella alpina

Attraversando le Alpi franco-italiane, un paesaggio imponente si presenta ai vostri occhi ma non è sempre e soltanto l'opera della natura che vi mozza il fiato; talvolta è l'opera dell'uomo. Grandi edifici fortificati si stagliano sopra rupi e rocce, sfruttando i vantaggi naturali della topografia e rievocando memorie drammatiche di periodi turbolenti del passato.

Pagare per la manutenzione di tali edifici è una sfida difficile. Il turismo culturale, tuttavia, può risolvere in parte il problema.

Un progetto finanziato da INTERREG IIIA, 2000-2006, ha reso omaggio a questi edifici imponenti, riunendo, in una rete, persone del settore pubblico e privato in entrambi i paesi, offrendo loro formazione e seminari e promuovendo il networking transfrontaliero per tenere i manager aggiornati sulle ultime tendenze in materia di preservazione dei siti e di turismo culturale. Oltre ad aiutare i siti trarre pieno vantaggio dal turismo, il progetto ha sostenuto la ricerca nell'architettura, la storia e l'antropologia che hanno fatto sorgere questi monumenti.



Diversi esempi sul terreno formano un mosaico delle strategie regionali in cui si è ricorso alla cultura come strumento di sviluppo locale e regionale e di coesione sociale. Uno studio indipendente, che sarà lanciato dalla Commissione nei prossimi mesi, contribuirà a illustrare più concretamente il contributo allo sviluppo economico delle regioni e dei cittadini europei attraverso la Politica di coesione.

Certamente ulteriori indagini sui collegamenti positivi tra la cultura, la creatività, l'innovazione e l'economia in senso lato saranno ben accolte. Anche se è chiaro che i settori culturali e creativi possono stimolare l'innovazione in altri settori dell'economia, si sollevano tre domande:

- In che modo la cultura contribuisce allo sviluppo di competenze creative nel quadro di un apprendimento permanente?
- In che modo la cultura contribuisce allo sviluppo di soluzioni creative sul posto di lavoro, anche attraverso l'innovazione sociale?
- In che modo la cultura contribuisce alla creazione di nuovi servizi e prodotti?

Regions 2020 - Il ruolo della creatività e dell'innovazione per fronteggiare le sfide future

«La capacità di sviluppare nuove idee trasformandole in prodotti innovativi e servizi è essenziale per lo sviluppo regionale.»
Katarina Mathernova, Vicedirettore generale, DG Politica regionale.

Tenendo conto delle turbolenze sul mercato finanziario internazionale e dell'imprevedibilità delle dinamiche mutevoli nell'ambito dell'UE mentre si avvia verso un nuovo decennio, è stata svolta un'indagine sulle sfide che l'Europa deve affrontare.

Regions 2020 individua quattro sfide principali che possono essere risolte soltanto grazie a un modo di pensare creativo e innovativo:

• Globalizzazione

Il progresso scientifico e tecnologico è trainato dalla globalizzazione, rendendo l'innovazione e la conoscenza più importanti che mai. L'apertura di nuovi mercati crea nuove opportunità ma mette anche alla prova la capacità europea di adeguarsi ai cambiamenti strutturali e di affrontare le conseguenze sociali che ne derivano. La trasformazione in un'economia basata sulla conoscenza e sui servizi è cruciale così come lo è stato il cambiamento precedente dall'agricoltura all'industria.

• Cambiamento demografico

L'età e la struttura dell'occupazione nella nostra società sono destinate a cambiare. L'efficienza economica e la parità di trattamento tra le varie fasce di età diventano problemi sempre più pressanti, rendendo necessarie soluzioni innovative. I modi in cui abbiamo affrontato i problemi sorti nelle fasi precedenti allo sviluppo dell'UE devono cambiare in risposta alle natura mutevole dei problemi stessi. I problemi della migrazione richiederanno inoltre un approccio innovativo poiché la pressione sulle regioni più povere del mondo cresce a causa del cambiamento climatico e della scarsità di risorse naturali.

• Cambiamento climatico

L'impatto del cambiamento climatico è fondamentale per l'agenda europea; urgono tutte le soluzioni creative e innovative possibili per mitigarne gli effetti, limitando i gas serra e adattandosi ai futuri cambiamenti inevitabili.

• Fonti di energia sicure, sostenibili e competitive

Un'offerta limitata abbinata a un incremento della domanda, insieme all'imperativo ambientale di ridurre le emissioni di carbonio, impone soluzioni innovative.

Dobbiamo associare i settori politici dell'ambiente, dell'energia, degli affari sociali, dello sviluppo economico, dell'istruzione, dell'innovazione e della cultura, in modo creativo e innovativo per rivolgerci alle sfide che ci attendono.

DIRK AHNER

Direttore generale della Commissione europea, Direzione generale della Politica Regionale

Nel corso di una recente conferenza un oratore ha ipotizzato che l'UE non può più competere in un mondo globalizzato soltanto sulla base della produttività. L'innovazione e la creatività devono essere le parole d'ordine adesso. Condividi questo punto di vista?

Sì, sono d'accordo. Se desideriamo continuare a competere in un mondo sempre più globalizzato, dovremo avviarcì verso un'economia maggiormente basata sulla conoscenza. Sfortunatamente, a quanto pare, oggi il divario nel campo dell'innovazione in Europa si sta allargando rispetto ai principali concorrenti. Una parte del problema si potrebbe spiegare con il fatto che l'UE spesso non riesce a trasformare lo sviluppo tecnologico in prodotti e processi commerciali. Ciò richiede un intervento su vari fronti: più investimenti nel settore della ricerca e tecnologia, promuovendo l'innovazione attraverso prodotti nuovi o migliori, processi e servizi che possano tenere testa alla concorrenza internazionale, apportando un supporto maggiore agli elementi creativi e innovativi dell'economia. Inoltre, è ampiamente dimostrato che la cooperazione e la prossimità sono importanti quando si tratta di stimolare la creatività e l'innovazione. Ecco perché le politiche di sviluppo regionale possono e devono svolgere un ruolo cruciale come forze motrici del progresso.

Che cosa si potrebbe fare per stimolare la creatività e l'innovazione nel vostro settore a livello europeo, nazionale e regionale?

La creatività e l'innovazione sono al centro delle nostre iniziative per promuovere una crescita più rapida e creare un maggior numero di posti di lavoro. Nell'ambito della Politica di coesione europea, l'innovazione è riconosciuta come la politica prioritaria come mai in precedenza ed è al centro dei programmi 2007-2013 della Politica di coesione. Per il periodo 2007-2013, gli investimenti nell'innovazione triplicheranno, rispetto al periodo di programmazione precedente (2000-2006). La Politica di coesione finanziaria RS&I per un importo pari a 86 miliardi di euro, un quarto del totale delle risorse stanziati per la Politica di coesione. Molti di questi fondi saranno stanziati per promuovere le reti, la cooperazione e i cluster. Poiché l'innovazione è la chiave per conseguire e mantenere un margine di vantaggio nell'economia globale, questo investimento ingente della Politica di coesione ha la capacità di stimolare, accelerare e sostenere la trasformazione economica e sociale delle regioni europee, e dell'UE nel complesso. Un importante elemento in questo contesto è che le regioni cooperano, anche al di là delle

frontiere. Le aree operative come i distretti industriali o cluster non dovrebbero essere ostacolati nelle loro iniziative transfrontaliere tra regioni e paesi. Ciò fa parte dell'integrazione europea. La cooperazione territoriale sotto forma di cooperazione transfrontaliera tra microregioni situate alla frontiera, o la cooperazione transnazionale nell'ambito di una macro-regione come l'area del mar Baltico, possono contribuire a stimolare la creatività e l'innovazione attraverso molteplici contatti, scambi e progetti di sviluppo comuni.



Quali altre opportunità sono offerte alle regioni che desiderano cooperare più strettamente per stimolare la creatività e l'innovazione?

L'impegno verso la creatività e l'innovazione non si limita solo ai finanziamenti. La Politica di coesione europea è intesa a promuovere la cooperazione, sostenendo una vasta rete in tutte le regioni europee per lo scambio, di esperienze e di migliori pratiche e per schiudere nuove opportunità. Le recenti iniziative includono le reti «Regioni per il cambiamento economico», che sono state designate per spronare all'ulteriore scambio di esperienze a sostegno dell'innovazione. Uno dei temi principali delle Regioni per il cambiamento economico è l'ampliamento delle conoscenze e dell'innovazione per la crescita. Per noi l'importante nell'ambito delle iniziative, è che le lezioni apprese e le idee elaborate nelle reti siano inserite nei programmi di sviluppo regionali e siano tradotte in azioni concrete.

« Le politiche di sviluppo regionale possono e devono svolgere un ruolo cruciale come motori del progresso »



KARL-HEINZ BRANDENBURG

Professore e inventore di MP3

Il Professore Karl-Heinz Brandenburg, uno degli ambasciatori dell'anno della creatività e dell'innovazione, è studioso di tecnologia dell'informazione e della comunicazione, capo dell'area di ricerca "Electronic Media Techniques" e direttore del Fraunhofer Institut for Digital Media Technology (IDMT). L'opera del Professore Brandenburg ha consentito lo sviluppo dei metodi MPEG Layer-3 (MP3), MPEG-2, la codifica audio avanzata (AAC) e altri metodi moderni di codifica audio.

Nel corso di una recente conferenza un oratore ha ipotizzato che l'UE non può più competere in un mondo globalizzato soltanto sulla base della produttività. L'innovazione e la creatività devono essere le parole d'ordine adesso. Condividi questo punto di vista?

Questa affermazione è valida da molto tempo. Nell'economia globalizzata, l'Europa non è una regione che possiede le risorse naturali, e non è neanche più l'officina mondiale. Solo le tecnologie più recenti e le idee innovative consentiranno all'Europa di competere nell'economia globale. Queste nuove idee sono la ricchezza della nostra era, sia per i prodotti sia per i servizi.

Perfino oggi, degli studi dimostrano che molte aziende realizzano una vasta percentuale delle loro vendite grazie a prodotti che sono stati sviluppati negli ultimi cinque anni. In alcuni settori, vi è già una separazione tra aziende che sviluppano e vendono idee, quelle che mettono in pratica, e quelle che commercializzano questi prodotti, spesso apponendo il loro marchio. In questa divisione internazionale del lavoro, è importante contribuire al massimo sia alle idee che alle innovazioni.

Che cosa si potrebbe fare per stimolare la creatività e l'innovazione nel vostro settore a livello europeo, nazionale e regionale?

Dobbiamo ragionare in termini globali e promuovere la creatività e l'innovazione. Ciò si verifica a vari livelli: il sistema scolastico fa parte del quadro, così come lo sono gli istituti d'istruzione permanente e le università. Se siamo in ritardo

in tale ambito, non sarà possibile per noi essere più creativi e innovativi rispetto agli altri. La creatività e l'innovazione sono pure una questione di mentalità: quelli che desiderano soltanto ampliare le loro conoscenze e avanzare nella propria sfera specifica non riusciranno. Quello che importa per la creatività è pensare al di fuori degli schemi, andando aldilà di un modo di pensare per scomparti.

Da molto tempo la scienza ha carattere globale. Le pubblicazioni scientifiche sono accessibili in tutto il mondo, e gli scienziati sono abituati a cooperare a livello mondiale. Dobbiamo incoraggiare questo modo di lavorare, mettendo da parte il nostro ego nazionale; ciò si rivelerà di utilità massima per i nostri interessi a livello regionale, nazionale ed europeo. La ricerca e sviluppo e nonché le industrie creative devono essere promosse aldilà delle nostre regioni, ottenendo un riconoscimento da parte della società in misura maggiore rispetto a oggi. L'anno della creatività e dell'innovazione contribuisce a sensibilizzare maggiormente su queste necessità, ma abbiamo anche bisogno delle priorità giuste per l'istruzione e la ricerca.

La creatività non sarebbe appannaggio degli artisti; perché è importante anche per un ingegnere come lei?

Perfino nell'ingegneria, è importante pensare al di fuori degli schemi. Nell'ingegneria si tratta di sviluppare tecnologie per aiutare la gente e anche rendere la nostra vita più facile e più degna di essere vissuta. Se percorressimo sempre lo stesso sentiero, sarebbe una noia e non sarebbe davvero più possibile risolvere i problemi ai quali siamo confrontati oggi. L'obiezione «Non si può fare» è inaccettabile finché le leggi fondamentali della fisica rimangono inviolate. Gli ingegneri devono essere sempre pronti a scoprire risposte imprevedibili a problemi ben noti; ecco perché parliamo di invenzioni. In via incidentale, molti ingegneri sono anche attivi in modo creativo nelle arti; molti miei colleghi del *Fraunhofer institute* sono anche musicisti.

« Soltanto le tecnologie più recenti e le idee innovative consentiranno all'Europa di competere nell'economia globale »

ODILE QUINTIN

Direttore generale della Commissione europea, Direzione generale dell'istruzione e della cultura



Nel corso di una recente conferenza un oratore ha ipotizzato che l'UE non può più competere in un mondo globalizzato soltanto sulla base della produttività. L'innovazione e la creatività devono essere le parole d'ordine adesso. Condividi questo punto di vista?

L'innovazione e la creatività sono la chiave del nostro tenore di vita futuro. L'Europa deve diventare più inventiva, innovativa e rispondere meglio alle tendenze del mercato. Si è preso atto di ciò al più alto livello politico. Da un paio di anni a questa parte è stata messa a punto un'ampia strategia dell'innovazione per l'Unione europea e sono state prese molte iniziative in tal senso.

La capacità d'innovare dipende da molteplici fattori. La creatività è uno tra questi, eppure non è sfruttata pienamente. Il nesso «creatività-innovazione» richiede investimenti intelligenti che possano apportare soluzioni e vantaggi nuovi e sostenibili per le nostre economie e società. Questo è il messaggio fondamentale dell'anno europeo della creatività e dell'innovazione, che acquista più significato sullo sfondo dell'attuale svolta negativa sul versante finanziario.

Che cosa si potrebbe fare per stimolare la creatività e l'innovazione nel vostro settore a livello europeo, nazionale e regionale?

Per favorire un ambiente più favorevole alla creatività e all'innovazione, dobbiamo incrementare le iniziative a tutti i livelli della governance. Gli interessati pubblici e privati devono essere coinvolti in questo processo.

La creatività rappresenta un grado superiore rispetto al settore culturale/creativo e l'innovazione è un gradino superiore rispetto a R&S. Dobbiamo incoraggiare i partenariati tra i vari settori, quali la cultura, l'istruzione, la ricerca, la tecnologia, l'industria e i servizi pubblici. Dobbiamo rafforzare le competenze per una società favorevole all'innovazione.

Gli strumenti comunitari sostengono l'aggregazione delle imprese come veicoli della creatività e dell'innovazione, insieme alla mobilità e al trasferimento delle conoscenze. È necessario lo stesso supporto a livello nazionale, regionale e locale.

Sono necessarie delle prove concrete per definire una strategia sostenibile e efficace per la creatività e l'innovazione.

Quando è stata avviata la nuova fase della Strategia per la crescita e l'occupazione 2008-2010, i dirigenti politici dell'UE hanno riconosciuto che il fattore principale della futura crescita è il pieno sviluppo del potenziale d'innovazione e creatività dei cittadini europei, fondato sulla cultura europea e sull'eccellenza nelle scienze. Come si colloca tutto ciò rispetto alla cultura come motore della creatività e dell'innovazione?

La cultura non si ricollega soltanto all'arte, ma anche alla scienza, all'istruzione, all'industria e all'economia in senso lato. Le attività culturali e creative contribuiscono a stimolare la ricerca, lo sviluppo dei prodotti e l'innovazione nel settore dei servizi, il marketing e la comunicazione, il «branding of cities» (presenza di una classe creativa nelle città) o la brand image di edifici comunitari. Utilizzando reti e partenariati, in cui sono richieste competenze a tutti i livelli, presentano un nuovo modello di crescita in un mondo globalizzato. Gli esempi in tutta le città e le regioni europee dimostrano come la cultura possa essere usata nell'ambito di un approccio integrato verso uno sviluppo sostenibile in termini economici e sociali.

La sfida consiste nel modo di sfruttare gli effetti trasversali positivi prodotti dalla cultura. Abbiamo bisogno di strategie ben mirate a tutti i livelli della governance ottimizzando i collegamenti tra cultura, creatività, innovazione e sviluppo socio economico. Dare spazio alla cultura nelle nostre politiche vuol dire dare spazio alla creatività e all'innovazione.

« La sfida consiste nel modo di sfruttare gli effetti positivi prodotti dalla cultura »



JAMIE OLIVER

Chef di cucina



Jamie Oliver è uno chef rinomato a livello internazionale e fondatore di Fifteen Restaurant, una fondazione che offre la possibilità di apprendistato ai giovani che hanno bisogno di una seconda opportunità per trovare la loro posizione nel mondo. Oliver, che ha ottenuto finanziamenti regionali per Fifteen in Cornovaglia, è anche l'animatore principale della campagna a favore del cibo sano nelle scuole del Regno Unito.

Nel corso di una recente conferenza un oratore ha ipotizzato che l'UE non può più competere in un mondo globalizzato soltanto sulla base della produttività. L'innovazione e la creatività devono essere le parole d'ordine adesso. Condividi questo punto di vista?

Non sono un uomo politico; quindi non posso giurare di essere un esperto in materia. So che in qualunque settore operi, devi adattarti continuamente, migliorando e innovando.

Tuttavia non ha senso innovare se il vostro prodotto non è all'altezza della situazione. Quando avviamo una nuova attività, ci chiediamo sempre come possiamo superare noi stessi. Come essere certi che il pubblico tornerà costantemente da noi per la qualità e la convenienza della nostra offerta, nonché per la creatività effettiva che le accompagna?

Questa è la vera creatività che, se abbinata a una produttività di classe superiore è sicuro vincente; qualsiasi cucina di un ristorante di successo è così...tutti i Fifteens sono così, incluso quello della Cornovaglia che è già stato riconosciuto e sostenuto dall'UE per il suo carattere innovativo... quella cucina serve oltre 80 000 pasti

all'anno, quindi un quarto di un milione finora, dall'apertura nel maggio del 2006...creativo, innovativo, produttivo... di successo.

Più di 200 pasti di alta classe al giorno è una produttività impressionante ma la gente non viene per quello...si aspetta che ...ciò che vogliono è un tocco personale nel loro piatto e ciò scaturisce dalla creatività in cucina.

Inoltre, Fifteen è un esempio vivente dell'innovazione in azione nel senso che accoglie i giovani bisognosi nella vita, spesso alla ricerca di una seconda opportunità, e li trasforma in chef che acquisiscono nuove

competenze con l'opportunità di una buona carriera. Ciò, a sua volta, ha un impatto più vasto sia sulla comunità vicina ai Fifteens sia sull'attività della ristorazione in generale.

Che cosa si potrebbe fare per stimolare la creatività e l'innovazione nel vostro settore a livello europeo, nazionale e regionale?

Penso che spesso, alcune aziende o organizzazioni non sono propense a ispirare l'innovazione; sono felici di perpetuare lo status quo e quando arrivano momenti difficili, sono quelle a soffrirne. In molti casi, penso che le aziende e naturalmente i governi, in alcuni casi, debbano stimolare il personale a essere creativo oppure assumere altro personale potenzialmente creativo per smuovere un po' le cose. Siate audaci e non abbiate timore di sperimentare nuove idee.

I finanziamenti europei possono contribuire alla realizzazione... «messa in atto» mi pare che sia questo il gergo... tutto quei quattrini e tutto quel talento... tutto un continente di persone brillanti con cui collaborare! Riconoscelo, fatelo vostro, coltivate, finanziate... e non strappatevi i capelli se le cose non vanno per il verso giusto ...succede.

Come vede la relazione tra creatività, cultura e le sfide che presenta la vita in una società moderna?

Penso che la società moderna presenti effettivamente delle opportunità per contrastare le sfide nel contesto della creatività. Alcuni uomini d'affari britannici che ammiro (Paul Smith, Richard Branson, ad esempio) prosperano in una società dove la creatività è valorizzata e ritengo che dovremmo incoraggiare le persone creative a proporre idee.

Oggi, il pubblico coglie al volo la creatività nella vita quotidiana; desiderano un buon design, esigono un modo di pensare intelligente, fanno attenzione a quello che mangiano e bevono rispetto a 20 anni fa... Non sopporterebbero il passato. Sono in sintonia con la cultura moderna.

« In qualunque sfera di attività, è necessario un continuo adattamento, miglioramento e, indubbiamente, un'innovazione costante »

CAPITALE EUROPEA DELLA CULTURA: LIVERPOOL 2008

Il mondo in una città

Il programma Capitale della cultura è iniziato nel 1985, ad Atene. Da allora, a tutti gli Stati membri dell'UE è stato assegnato un anno in cui possono proporre la loro scelta della città. Nel 2008 si è assistito alla nomina di Liverpool con un congruo programma dal titolo «Il mondo in una città».

L'investimento UE di 1,5 milioni di euro ha contribuito a progetti di infrastrutture nella città, fornendo un punto focale per attirare altri investimenti commerciali, con la prospettiva di ricadute economiche molto più importanti nel più lungo periodo.

Liverpool ha beneficiato ampiamente dei finanziamenti, pari a 1 405 miliardi di euro, erogati dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) investiti nel Merseyside dal 1994 al 2006. Da città in declino economico Liverpool è diventata un centro commerciale e culturale vivace; il fondo ha aiutato la città a concorrere con successo per aggiudicarsi il titolo di Capitale europea della cultura.

Molti dei partner culturali che hanno allestito gli eventi del 2008 sono in contatto per il tramite di reti locali. Tra l'altro, sono state create altre reti tra le capitali europee della cultura.

Evento di apertura

40 000 visitatori hanno celebrato a Liverpool l'inizio di quest'anno unico. La partecipazione dell'ex Beatle Ringo Starr è stata il culmine di questa serata elettrizzante che ha coinvolto 800 artisti.

Le arti dello spettacolo

Eventi musicali ispiratori si svolgono nel corso di tutto l'anno, che spaziano dal repertorio classico allo stile moderno. Sir Paul McCartney è tornato alle radici, esibendosi nel tanto atteso concerto nello Stadio Anfield, insieme ad altre bande rinomate.

Le arti figurative

In collegamento, tra l'altro, al festival delle arti della Biennale di Liverpool, l'arte avanguardistica ha esplorato in ogni luogo possibile in tutta la città. Le nuove mostre hanno attirato un numero di visitatori nelle gallerie e nei musei che non ha precedenti. Una mostra di Klimt alla Tate Liverpool era il punto focale per molti, ma anche le vivaci manifestazioni d'arte per le strade hanno riscosso successo. Un ragno meccanico gigantesco ha trasformato le strade, creature immaginarie hanno assunto infinite forme artistiche e strani scenari hanno attirato gli sguardi all'interno e all'esterno.

La transizione

Alla fine dell'anno, Liverpool aveva celebrato il suo passato, ospitato una serie spettacolare di eventi culturali e si era arricchita di nuovi modi di vedere il futuro. Nel 2009, sia Vilnius che Linz saranno capitali europee della cultura.

L'iniziativa culturale a Liverpool è al centro della promozione della città come una delle migliori destinazioni culturali d'Europa nell'ambito di una futura programmazione di lungo periodo.

La nuova Liverpool

Una serie di programmi e iniziative rivolti alle imprese continuano a collegare le piccole imprese in tutto il nordovest dell'Inghilterra, costruendo l'immagine positiva che la regione ha meritato.

Secondo un sondaggio di opinione, il 79% degli abitanti riteneva Liverpool «la città sulla cresta dell'onda».

Vantaggi più ampi

Tutti gli scolari di Liverpool erano interessati, di cui 67 000 hanno partecipato alle attività e alle rappresentazioni.

Vantaggi immediati per tutti

Gli investimenti hanno prodotto strutture nuove e belle a Liverpool. L'Echo Arena e il BT Convention Centre ha generato introiti pari a 216 milioni di euro nel 2008 e vi sono già delle prenotazioni fino al 2014. Un nuovo grande centro di vendita al dettaglio, Liverpool One, che si estende dal centro città ad Albert Dock, ha fatto affluire 2,16 miliardi di euro nel corso dell'anno.

Grazie a un lavoro preparatorio di quattro anni fino al 2008 sono affluiti investimenti pari a 11,89 milioni di euro per l'arte pubblica e comunitaria. Tra il 2004 e il 2007, il programma comunità creative, prevedeva argomenti che davano un'idea delle realizzazioni nella città per il 2008.

Nel corso dell'anno, 15 milioni di persone erano presenti agli eventi culturali, la maggior parte dei quali erano direttamente correlati alla capitale della cultura. Il 70% delle persone a Liverpool ha visitato un museo o una galleria.

3,5 milioni di visitatori sono arrivati nella città, spendendo 864 milioni di euro durante il loro soggiorno e prenotando un milione di posti letto negli alberghi. La presenza negli alberghi ha battuto livelli record, attestandosi all'81% nel giro di un mese.

Molti si sono recati all'Ufficio d'informazioni turistiche, The 08 Place, che ha vinto un premio per servizi eccellenti. Le visite all'Ufficio d'informazioni turistiche sono aumentate complessivamente del 150%. Il programma di benvenuto ha implicato la collaborazione nel settore turistico di 5.000 persone residenti e il miglioramento del servizio clientela.

In tutto il mondo sono stati scritti 12.000 articoli su Liverpool, migliorando la sua immagine e rendendola più allettante per i visitatori.

Il Programma per i volontari ha ispirato 1 000 persone ad aiutare nel corso degli eventi e a dare informazioni su ciò che si poteva vedere, fare e creare. I conducenti di taxi erano molto indaffarati a condurre i clienti alla Tate interessati a Klimt e alcuni sono arrivati al punto da seguire corsi di arte moderna. La gente si cimentava a scoprire nuove forme di arte nell'ampia gamma dei media.

Tutti i membri della comunità erano assorbiti dall'atmosfera ed erano coinvolti. Si è fatto ricorso a lavori ed eventi su commissione per ingaggiare i residenti, osando perfino l'avvio di dialoghi su argomenti delicati quali i reati e l'emarginazione sociale.

SFRUTTARE PIENAMENTE IL POTENZIALE DELLE PERSONE:

L'ARTE, UN PERCORSO VERSO UNO SPAZIO DI LAVORO CREATIVO

Panorama visita la Svezia, dove è in atto un progetto che dà luogo a delle alleanze creative tra artisti e posto di lavoro. TILLT impiega gli artisti nelle organizzazioni per aiutare i dipendenti a elaborare soluzioni creative per far fronte alle sfide odierne.

Camminando per i corridoi di un ospedale nella periferia di Göteborg, in Svezia, tutto sembra normale. I pavimenti riflettono la striscia di luce che penetra dal soffitto. Le persone con il camice bianco passano preoccupati. Se aveste percorso gli stessi corridoi alcuni mesi fa, vi sareste uniti ai pazienti e al personale che guardavano ipnotizzati, mentre il danzatore/coreografo Mattias Olsson si esibiva nei reparti.

«Guardandoci attraverso i suoi occhi abbiamo captato delle cose che ci avvaloravano e altre che avevamo perso di vista,» ha dichiarato Marianne Olsson, direttrice del progetto presso l'ospedale Angereds Närsjukhus. «Egli è riuscito a cogliere la nostra essenza, mostrandolo in modo più chiaro». Tale progetto, risultato di due mesi di ricerca da parte dell'artista all'interno dell'ospedale, è un esempio di TILLT all'opera.

TILLT, un'azienda svedese con sede a Göteborg, gestisce una serie di programmi che collocano gli artisti nello spazio di lavoro delle persone. I programmi, a lungo, medio o breve termine, hanno tutti una cosa in comune; sfruttano un modo di pensare specifico di un dato artista e lo sprigionano in un posto di lavoro, fornendo un catalizzatore per il cambiamento. L'artista, le esigenze dei dipendenti, gli obiettivi, i problemi e la portata dei programmi sono tutti elementi che sono abbinati puntualmente, sfociando in un'esperienza unica come le persone che vi sono coinvolte.

Ne consegue un cambiamento nel riconoscimento reciproco, nella comunicazione e nell'approccio verso l'ignoto. Il cambiamento si riflette anche nei livelli di produttività; la ricerca svolta dall'Istituto di gestione per l'innovazione e la tecnologia (IMIT) di Göteborg indica un aumento della produttività, mentre scende il tasso di assenteismo per malattia.

Per tornare all'ospedale, Olsson non ha dubbi «La resistenza verso l'incertezza è calata sensibilmente rispetto al passato» dice riferendosi al personale. Quando Mattias arrivò per la prima volta erano imbarazzati e circospetti, non sapevano cosa aspettarsi e molti lo trovavano angosciante. «Siamo nel bel mezzo della costruzione dell'ospedale, quindi la domanda inespresa era: Perché ci fate questo?» dice Olsson ridendo. Ma

quando si passò alla realizzazione, le persone erano molto favorevoli, e i manager riescono a sfruttare tale atteggiamento quando emergono nuove idee. «Possiamo rammentare loro come possono essere sorpresi quando osano fare qualcosa che sembra estraneo oppure considerare una cosa da un'angolazione diversa. Quindi per me, in quanto manager, è uno strumento importante. I miei collaboratori sono più aperti, più ricettivi.»

AIRIS

AIRIS – si tratta di un programma annuale gestito da TILLT, in cui l'artista trascorre i primi due mesi svolgendo ricerche, lavorando fianco a fianco con i dipendenti, osservando lo spazio di lavoro, rivolgendo domande e, successivamente, elabora compiti intesi a conseguire gli obiettivi dell'organizzazione.

L'artista e l'organizzazione sono abbinati da Roger Sarjanen, direttore del progetto presso la TILLT, che si considera come un sistema di allarme preventivo pronto ad intervenire in qualsiasi momento, sia per l'artista sia per il cliente, se scatta il segnale d'allarme.

Man mano che il tempo passa, lui e l'artista fanno marcia indietro, accertandosi che i concetti e la motivazione scaturiscano dagli impiegati. Così, quando TILLT si ritira alla fine dell'anno, dopo una riunione finale con l'organizzazione per la conclusione del programma, si lascia alle spalle un cambiamento duraturo.



Questi cambiamenti sono stati osservati da tutti i manager intervistati. «Non potete immaginare il piacere che si prova a guidare delle persone motivate e che non temono di prendere iniziativa,» dice Berit Hallersbo, capo delle risorse umane dell'autorità pubblica del comune di Vara. Dopo avere acquisito 19 programmi annuali AIRIS che coinvolgono artisti residenti, il Comune è ben piazzato per giudicare. La metà di 1 300 dipendenti partecipa al progetto TILLT, e si prevede l'avvio di altri 21. «Desideriamo promuovere i mezzi che contribuiscono a sviluppare il loro metodo di lavoro» soggiunge Hallersbo, e certamente l'ha fatto, introducendo gli artisti di TILLT.

Com'è iniziato il progetto

All'inizio del XX secolo la società svedese ha abbracciato il concetto che l'arte e la sete di cultura erano fondamentali nella vita dei cittadini. Dal desiderio di riconoscere il diritto di tutti a esplorare l'arte e la cultura, scaturì l'idea di integrare l'arte nella vita di lavoro quotidiana. Entro il 1970 l'impulso aveva



assunto la forma di una catena nazionale di organizzazioni che vendevano biglietti scontati per il teatro, le mostre e l'opera ai dipendenti del settore privato e pubblico.

Nel 2001, quando Pia Areblad cominciò a occuparsi della filiale di Göteborg, l'uso di internet era già affermato e il mondo si sentiva più vicino e la vendita dei biglietti non sembrava la soluzione. «Avevamo una proposta dal mondo della cultura e dell'arte, dal Comitato del Commercio, dal Comitato degli Affari culturali e dal Comitato degli Affari regionali (entrambi a livello regionale) per esaminare i modi in cui l'arte e la cultura possono fare evolvere la vita lavorativa e viceversa» spiega Areblad, dirigente di alto grado della TILLT.

Sebbene i programmi fossero previsti per tutta la regione, non c'era una copertura supplementare di fondi per i 48 comuni, al di fuori di Göteborg. «Questa era una sfida e a me piace coglierle, perché costringono a pensare in modo diverso e ad avere un'apertura mentale.»

Il cambiamento di rotta ha funzionato; lei ha iniziato con un collega soltanto, offrendo biglietti a prezzo ridotto per gli eventi, facendo totale affidamento sulle sovvenzioni. Adesso TILLT (perfino il nome è nuovo) conta 10 persone e il 65% del loro reddito è un autofinanziamento. L'UE ha appena concesso loro due sovvenzioni e hanno coinvolto la Confederazione delle imprese svedesi, i sindacati e il settore culturale.

Replicare TILLT altrove: come fare decollare il progetto

Areblad ha iniziato mettendo insieme le organizzazioni culturali nell'area in oggetto, chiedendo agli interessati in che modo le attività professionali culturali avrebbero potuto estendersi alla vita lavorativa nel loro comune. Poi li ha invitati a diventare soci delle organizzazioni TILLT. La tappa successiva consisteva nel trovare la clientela; i primi bersagli erano le autorità locali coinvolgendo il capo del comune. «La decisione di inserire l'arte e la cultura come strumento per sviluppare la vita lavorativa all'interno di un comune deve emanare dal direttore» spiega Areblad.

Una volta ottenuto il consenso del capo del comune, ha avvicinato i funzionari competenti per lo sviluppo delle imprese e le risorse umane del comune; le pubbliche autorità sono importanti datori di lavoro in Svezia, la città di Göteborg, da sola, dà occupazione a 50 000 persone. È stato poi stilato un piano creativo che illustrava in che modo l'autorità locale poteva lavorare integrando l'arte nella sua organizzazione.

Dopo la definizione del progetto, l'iniziativa logica da parte del reparto, addetto allo sviluppo delle imprese era coinvolgere il settore privato e contattare le imprese insediate nel comune.

«Se comprendono in che modo le competenze artistiche possono realmente sviluppare il settore, lo faranno sapere,» dice Areblad.

«Per seguire questo modello ovunque, avete bisogno semplicemente di artisti di qualità, delle autorità pubbliche e del settore privato» soggiunge. Vi serve anche la persona che abbia l'intuito e la volontà di farli incontrare tutti.

L'arte e la creatività danno impulso all'innovazione e alla crescita

Bertil Törsäter è un alto funzionario dello sviluppo regionale, nel Götaland occidentale. È sicuro che le organizzazioni che esplorano nuovi modi di pensare saranno ora in una posizione di vantaggio per cogliere le opportunità offerte dall'eventuale ripresa economica. «Una mente creativa è aperta ai cambiamenti, e noi stiamo vivendo un cambiamento,» afferma. In proporzione, il Götaland occidentale è uno dei maggiori investitori al mondo in materia di ricerca e sviluppo, ai quali, secondo Törsäter, la creatività è intrinsecamente legata.

AstraZeneca, una multinazionale farmaceutica che dà occupazione a 60 000 persone complessivamente, ha 2 000 dipendenti, per lo più ricercatori, che lavorano nel sito di Göteborg. Il direttore del sito Peter Nyström è sicuro che Törsäter ha ragione. «La cultura, la salute, l'innovazione e la competitività hanno in serbo qualcosa.» All'interno della società va maturando la convinzione che l'interfaccia tra il caos e l'ordine, stando alle dichiarazioni di Nyström, conferisce qualcosa di magico.

Come tutte le imprese, il successo di AstraZeneca dipende dalla sua capacità di elaborare nuove idee; che secondo Nyström s'innesci abbinando diverse prospettive. La visione creativa che cercavano è emersa grazie alla partecipazione a due programmi AIRIS. Mikael Werner, un direttore del sito spiega, «Ci vuole coraggio per coinvolgere la vostra azienda in un progetto TILLT perché non si conosce l'esito finale.» Il risultato di questa esperienza era un'organizzazione più preparata al cambiamento, «Ogni mese notiamo dei cambiamenti, e non vi è dubbio che, alla fine del progetto, le persone avevano una maggiore apertura in tal senso, essendo meno stressati.»

La sfida principale per Nyström è che le persone continuino a sentirsi stimolate, «La nostra attività non si discosta da un livello di un premio Nobel – ed è difficile superare le proprie aspettative quando si opera all'80% delle proprie capacità. È necessaria la percentuale del 120%. Il modo di pensare che abbiamo acquisito grazie al progetto AIRIS ci ha aiutato in quel senso.»

Törsäter ritiene che il sostegno all'arte e alla cultura a livello regionale presenta un altro vantaggio fondamentale: attira le imprese straniere nella regione: «Noi dobbiamo proprio creare

un posto in cui le persone abbiano voglia di lavorare,» dichiara. Volvo, AstraZeneca e altre multinazionali hanno siti a Göteborg, che impiega il personale abituato a scegliere tra le grandi aree metropolitane, «Noi dobbiamo precisare per quale motivo devono venire qui» dice Törsäter. Creare nuovi sistemi e fori per incoraggiare la cooperazione tra le imprese e i settori creativi è una soluzione. «TILLT è l'esempio di un nuovo modo di unire due forze che sono potenziate a causa della sinergia.»

Chi paga il conto?

Le organizzazioni culturali pagano una quota modesta per diventare soci e per ottenere la promozione. Le autorità pubbliche contribuiscono, allo stesso modo del settore privato, per partecipare a un programma gestito da TILLT, sia che si tratti di un progetto AIRIS di un anno, o uno ad hoc come «spunto alla creatività» oppure per la formazione e il supporto dei membri del personale da parte di TILLT per svolgere il ruolo di «ambasciatore culturale» all'interno dell'organizzazione.

«In questo modo, non dobbiamo bussare alla porta dei politici per chiedere somme importanti di denaro. Il costo è ripartito: tutti contribuiscono e tutti ne beneficiano,» spiega Areblad.

Cultura e affari – un accordo che va aldilà di un accordo di sponsorizzazione

Nel Götaland occidentale, il coinvolgimento delle imprese nella cultura va aldilà della sponsorizzazione e non si tratta più soltanto di logo su un programma dell'opera. «Se un artista partecipa a un progetto AIRIS, rileviamo degli effetti nelle cifre, i vantaggi sono quantificabili,» dice il direttore del settore sviluppo della Federazione commerciale svedese, Hans Löwlund.

Egli ritiene che gli artisti siano le persone più aperte, creative, flessibili, ma non vogliono essere assunti. «Vogliono rimanere liberi,» spiega, «Quindi anche se un manager delle risorse umane desiderasse trovare queste personalità eccezionali, non potrebbero venire.» Löwlund ritiene che l'unico modo per indurre una persona del genere a collaborare nell'azienda è proporre un periodo di tre, sei o dodici mesi per un progetto come AIRIS. «All'improvviso si può constatare che l'azienda diventa più aperta, più innovativa, e più sicura di sé.»

L'artista: una guida per trovare nuove soluzioni

Klas Ålander, direttore di un'impresa di comunicazioni, e Eva Degerman, Direttore generale delle risorse umane, lavorano per la FlexLink. Entrambi sono d'accordo con Löwlund. La loro azienda si occupa di logistica della produzione e il 2007 è stato un anno complesso per loro. La decisione di cambiare un fornitore aveva avuto ripercussioni negative all'inizio dell'anno e man mano che passavano i mesi, ci furono dei licenziamenti. «I collaboratori si sono impegnati moltissimo per stare al passo con la domanda, ma era arduo e stressante». «Sono convinto

che la presenza dell'artista qui, abbia aiutato, poiché si trattava di ampliare le nostre prospettive,» dice Ålander.

Sebbene si siano ripresi dalle difficoltà interne, il clima finanziario globale rimane teso. Ålander è convinto che è tempo di pensare in modo innovativo; Le aziende devono cambiare mentalità.

«L'arte e la cultura sono strumenti per salvaguardare l'innovazione in un'organizzazione.»

«La gestione di un progetto AIRIS richiede un impegno al vertice,» spiega Degerman. «È importante che ciò non sia considerato un affare che compete alle risorse umane, ma è un progetto aziendale. Bisogna precisare puntualmente i traguardi formando un gruppo che non sia troppo grande per la gestione del progetto». Organizzare il progetto e coinvolgere altri manager fa parte del gioco. Bisogna incoraggiare i dipendenti.

All'inizio l'angoscia era notevole. Il personale era restio a partecipare, «Ma una volta messo in moto, mostravano un impegno massimo ed era fantastico,» afferma Degerman. Dovevano produrre un lavoro artistico ed ebbe luogo una mostra. «Anche dopo l'evento, continuavano ad affluire le opere: Una volta cominciato non volevano più smettere,» ricorda Ålander.

La PAROC, un'azienda che produce lana di roccia per l'isolamento, ha pure notato questo entusiasmo nei suoi impiegati durante e dopo la partecipazione al progetto TILLT. Il capo delle risorse umane, Lars Lindström, ha invitato TILLT a gestire due progetti AIRIS finora; il terzo è in corso. «Non è mai il momento opportuno per iniziare». La gente obietterà che, proprio perché un progetto ha funzionato



Come funziona un progetto AIRIS nella pratica

«I manager pensano che alle persone non piacerà sin dall'inizio, ma bisogna avere fiducia e il coraggio delle proprie convinzioni in modo da poter stare al timone». Bisogna controllare l'angoscia del personale mentre il progetto evolve; d'altra parte è anche molto divertente. I pazienti erano entusiasti; mentre sedevano nella sala d'attesa alcuni danzatori arrivarono saltellando; ciò ha prodotto scoppi di risa e enorme spasso in momenti caratterizzati generalmente dall'angoscia per tutti noi. Marianne Olsson, Direttore del progetto presso l'ospedale Angereds

bene altrove, non c'è motivo di cambiare il loro spazio di lavoro. «La gente cercherà pretesti, ma voi dovete farlo e ciò richiede coraggio,» dice.

PAROC si trovava in una fase di stallo: l'industria pesante si trovava sul sito da una generazione, cinque turni implicavano la presenza del 20% del personale nello stesso momento e sebbene ci fossero due fabbriche contigue, la parete divisoria poteva rappresentare una montagna. Erano nella routine abituale. «Io desideravo che la gente fosse orgogliosa di lavorare qui.»

E ci sono motivi di esserlo: la lana di roccia per l'isolamento che produce la fabbrica è molto efficiente sotto il profilo energetico. Il prodotto ha dei vantaggi ambientali evidenti, e isola in modo più efficace rispetto ai prodotti alternativi. Lindstrom desiderava che il personale fosse fiero di questo. «Invece di pensare: «Bene, sono appena approdato qui e sto pagando il mutuo», volevo che pensassero «Ho l'opportunità di lavorare alla PAROC e contribuisco a salvaguardare l'ambiente» dice. Così ha introdotto TILLT.

L'autore/direttore, selezionato con cura e precisione dal direttore del progetto TILLT, Roger Sarjanen, è arrivato puntualmente e ha trascorso due mesi, come al solito, ascoltando e osservando.

Risultato: stesso personale, gente diversa

Poi furono assegnati i compiti. Dopo alcune indicazioni su come guardare attraverso una lente, gli impiegati si predisposero a scattare foto a vicenda nel modo che ritenevano più adeguato per ritrarre le loro attività. Facendo le foto e mostrandole poi ai dipendenti dovevano stare insieme. La conversazione era più facile perché condividevano un compito, le foto stesse davano loro una nuova prospettiva dei colleghi e la qualità delle immagini era fonte di orgoglio.

Concorsi banali comprendevano gare di abbracci (schiacciastole) tra uomini, molti dei quali cinquantenni, che avevano lavorato fianco a fianco per 20, 30 anni o più senza stringersi la mano. Ci fu anche un concorso di sputi! Risa, collaborazione e riconoscimento reciproco.

Un lavoratore, conducente di un carrello elevatore a forchette, accettò il compito di registrare i suoni della fabbrica, che egli definì «la canzone delle macchine». Era alla TV svedese in marzo, parlava del suo coinvolgimento nel progetto, e diceva che adesso considera la cultura come la definizione dell'essere umano. Lindström spiega, «Il compito lo ha indotto a guardare

il suo ambiente di lavoro in un'ottica completamente diversa, e in esito al cambiamento di prospettiva, adesso guarda al frutto della sua produzione, a ragione, con grande fierezza.»



L'esposizione ai media non può danneggiare? Nella sua risposta Lindström rivela un altro ingrediente essenziale del successo di un progetto AIRIS, la qualità della gestione: «La pubblicità è grande, ma quello che apprezzo veramente è possibilità di vantarsi di qualcosa, ad esempio in un barbecue con amici, la famiglia o i vicini». Possono dire: «Eravamo sui giornali la scorsa settimana. Mi piace che abbiano qualcosa da esibire.»

Il direttore della fabbrica Michael Gustavsson spiega che nell'anno successivo al progetto la produzione è salita del 20%, un incremento ragguardevole mai realizzato in precedenza. Le assenze per malattia, d'altro canto, diminuiscono. Fare un sondaggio di opinioni prima del progetto era un compito ingrato, solo il 5% rispondeva a un questionario sulla qualità della vita al lavoro. Dopo il progetto, la percentuale si attestava al 95%. A quanto pare, i dipendenti della PAROC si impegnano. «Adesso, dopo il lavoro, si radunano, trascorrono un po' di tempo insieme,» dice Lindström. Grazie alla sua intuizione, si possono permettere pure di vantarsi un po'.

Prossima tappa

La prossima fase di TILLT è inserire una dimensione europea nel loro lavoro – uno scambio di conoscenze e lo scambio con altri che mirano a un obiettivo simile.

Sono stati concessi di recente dei finanziamenti UE che saranno cruciali per lo scambio di migliori pratiche TILLT. Riceveranno 1,5 milioni di euro l'anno, per i prossimi tre anni (780 000 euro all'anno dal Fondo dell'UE INTERREG IV A e il resto dalle regioni partecipanti della Scandinavia). Questo denaro sarà usato per continuare l'interazione creativa in un progetto nella sfera lavorativa, coinvolgendo quattro regioni: la Norvegia meridionale; la Norvegia orientale; la Danimarca settentrionale e la Svezia occidentale. Sulla scorta dell'esperienza di TILLT, l'interesse sarà incentrato sulla creazione di nuovi metodi, svolgendo delle ricerche per individuare l'impatto del lavoro svolto finora e garantendo che la qualità del lavoro sia coerentemente alta. L'obiettivo generale è mantenere l'essenza dell'arte come molla per l'evoluzione in Europa.

TILLT ha inoltre ricevuto un finanziamento di 150 000 euro per lavorare come partner nello sviluppo del primo libro verde sulla cultura, per lo scambio delle conoscenze sulla promozione della creatività e dell'innovazione nella società, integrando arte e culture nella vita quotidiana.

«Sono certo che dobbiamo far fronte alla sfida di sviluppare la creatività e l'innovazione in Europa affinché diventi l'economia più dinamica al mondo, basata sulla conoscenza. Si tratta di scoprire costantemente nuovi orizzonti e l'arte è un mezzo per continuare a crescere. È un viaggio, con tutto quello che ne consegue,» dice Areblad.



COLLABORARE PER PROMUOVERE

LA CREATIVITÀ E L'INNOVAZIONE

Le persone e le imprese prosperano quando scoprono nuovi modi di lavorare e di vivere. In Europa, una mentalità all'avanguardia genera una scienza innovatrice, migliori soluzioni commerciali e una varietà infinita di espressioni culturali. Eccelliamo nel trovare nuove dimensioni sia che si tratti di commercializzare un manufatto o di scoprire nuovi modi di apprezzare l'arte.

La Strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione, che coniuga la crescita economica con vantaggi più ampi per la società e l'ambiente, è una grande cornice che sostiene le idee commerciali volte unicamente a tale scopo. Nel commercio, le soluzioni intelligenti sono impiegate sui prodotti che danno le prestazioni migliori e che presentano i vantaggi più grandi.

Nella vita culturale, i nuovi modi di presentare e interpretare le opere d'arte, la musica, il teatro o il cinema implicano che il pubblico è sempre ispirato e stimolato. In questo modo si infonde nuova vita a opere antiche ed emergono costantemente nuove forme d'arte.

Ai fini dei finanziamenti, la Commissione europea accorda la massima priorità a prodotti e soluzioni che siano creativi e innovativi. L'anno della creatività e dell'innovazione è la chiave di volta per individuare le priorità comuni tra i diversi interessi. Ciò stimola il dibattito su una serie di argomenti, che spaziano dalla ricerca alle belle arti e all'opera, dall'astronomia e lo spazio all'apprendimento permanente e ai giochi IT nel campo dell'istruzione. Qui di seguito troverete i punti salienti inerenti alle direzioni della Commissione.

Definire nuovi approcci nel campo della ricerca

La DG ricerca è avvezza a operare all'avanguardia della scienza e della tecnologia. I progetti odierni sono tutti impostati sulla ricerca pienamente integrata che soddisfa le esigenze del mercato e i bisogni sociali su molti piani diversi. Le priorità principali di tali progetti sono il sostegno alla prosperità e alla competitività dell'UE, la valorizzazione del ruolo della scienza nella società moderna e il collegamento della ricerca nazionale con i progetti gestiti a livello europeo.

Quest'anno, il grande evento è stato la conferenza **Research Connection 2009**, che ha riunito scienziati e ricercatori insieme agli imprenditori e agli industriali. La conferenza, che si è svolta in maggio a Praga, nel quadro della Presidenza ceca dell'UE, ha illustrato casi di numerosi progetti di ricerca innovativi che ricevono già dei finanziamenti dall'UE. I partecipanti sono stati ispirati dal lavoro esistente, ma hanno trovato in modo cruciale gli orientamenti su come attirare i finanziamenti europei alla ricerca per i loro progetti e hanno incontrato gli investitori interessati e i collaboratori che potrebbero diventare soci.

L'**Istituto europeo d'innovazione e tecnologia (IET)** è un nuovo organismo creato dalla Commissione che si prefigge di stimolare la collaborazione tra le università, i centri di ricerca e le imprese. L'IET si focalizzerà sul trasferimento delle conoscenze, dimostrando che la ricerca sfocia realmente nella creazione di prodotti commerciabili innovativi. Le priorità assolute si situeranno nei seguenti settori: cambiamento climatico, energie rinnovabili e tecnologia della comunicazione.

L'anno della creatività e dell'innovazione: uno strumento commerciale

La propensione europea all'innovazione fa sì che l'UE sia la sede delle aziende che forniscono i prodotti più tecnologicamente avanzati e di maggiore qualità, promuovendo al contempo la sostenibilità ambientale e le prestazioni sociali. Per aiutare ulteriormente le aziende a evolvere e a crescere, la DG imprese e industria ricorre a diversi modi nuovi per accelerare questi processi.

In maggio si è svolta la prima edizione della **Settimana europea delle PMI**, che apportava sostegno alle nuove imprese, stimolando le PMI esistenti ad ampliare ulteriormente i propri orizzonti. Spesso, spunto di grandi idee, le PMI offrono un terreno particolarmente fertile per i concetti innovativi e creativi. La settimana prevedeva una mostra interattiva unica, **l'Esperienza delle PMI**, per cui in una serie di dimostrazioni pratiche i visitatori erano invitati a «vedere, sentire, toccare e ascoltare» cosa vuol dire essere imprenditore.

La cultura come motore della creatività e dell'innovazione

Nel suo ruolo di coordinatore dell'anno, la DG istruzione e cultura sta sfruttando la ricchezza della diversità nel campo dell'innovazione scaturita dai progetti culturali per incitare ad adottare nuovi approcci nei confronti delle imprese e dell'integrazione europea. Essendo il punto focale dell'anno, la cultura offre l'opportunità a tutti in Europa di partecipare, poiché le differenze economiche, sociali ed etniche vengono accantonate.





Come individui, la nostra capacità di creare e innovare ci dà un senso di gratificazione, consentendoci di esprimerci meglio. La musica, l'arte, il teatro, i film e la letteratura danno sfogo alla nostra capacità di espressione creativa in forme molto svariate. Da questa esperienza si ricava un grande vantaggio personale e sociale.

Al contempo, la cultura può anche generare vantaggi economici, dando impulso al risanamento di zone altrimenti depresse. Vi è una logica commerciale ferrea nel promuovere i programmi culturali e nel sostenere lo sviluppo delle economie locali attraverso la cultura. Non solo essa coltiva la creatività e l'innovazione tra i partecipanti, ma incoraggia anche la mobilità e gli scambi produttivi tra le imprese.

La cultura al centro dell'economia e della società

Dimostrare i legami tra cultura, creatività e innovazione è fondamentale per l'**Agenda europea della cultura**, il primo quadro politico in assoluto che integra la cultura negli affari europei. Il **Foro della cultura europea**, che si svolgerà nel settembre del 2009 a Bruxelles, sarà un'opportunità per fare un bilancio dei successi conseguiti e per stimolare le fasi successive. Al contempo, si dà risalto anche ad altre priorità politiche, quali la promozione di nuove competenze e opportunità di lavoro, l'apprendimento permanente, l'innovazione nell'industria, lo sfruttamento delle potenzialità della cultura in un mercato globale. Si tratta di attingere a idee creative e innovative per realizzare la forza economica nonché di assicurare il benessere individuale e sociale.

Acquisire esperienza culturale in ciascun settore

L'anno è un'opportunità per i vari settori diversi di condividere i vantaggi comuni e di basarsi sulle sinergie positive e sugli effetti trasversali, come emerge chiaramente dal programma di eventi a livello nazionale ed europeo. Gli eventi d'arte, quali l'esposizione interattiva **Orbis Pictus**, erano costellati di innovazioni scientifiche in campo astronomico e spaziale, mentre i concerti erano alla ribalta della stregua degli sviluppi nell'ecoinnovazione.

A un altro livello, **Imagine 2009**, un nuovo concorso di design rivolto alle scuole in Irlanda, invitava gli allievi a progettare un oggetto per la classe del futuro, descrivendo la loro idea di come potrebbe migliorare l'apprendimento. La sfida effettiva consisteva nel trasformare questa intuizione in realtà, introducendo le competenze creative, stimolate dalla cultura, nel settore commerciale e incoraggiando nuovi partenariati nei campi della cultura, dell'istruzione, della ricerca e della tecnologia, delle imprese, dei servizi pubblici e della società nel complesso.

Nuove testimonianze sui vantaggi della cultura e della creatività

Il recente studio **Economia della cultura in Europa** è stato il primo a misurare l'impatto economico diretto delle industrie culturali e creative nonché i vantaggi indiretti per le regioni e le imprese dell'UE. Un nuovo studio inerente all'impatto della cultura sulla creatività analizza i legami ampiamente sottovalutati tra la cultura, la creatività, l'innovazione e l'economia in senso lato.

In termini economici, il settore culturale indica la strada da percorrere, contribuendo all'occupazione e alla crescita. Tuttavia è cruciale il fatto che esso alimenti anche le capacità creative in altri settori economici, specialmente in quelli correlati alle TIC, dando impulso alle loro prestazioni e trasferendo posti di lavoro in campi più interessanti.

Le aziende adesso sono più preparate a sviluppare tipi di posti di lavoro più innovativi e modi di produzione più sostenibili. Un'evoluzione in tal senso è evidente in tutte le regioni dell'UE. Questa natura inclusiva dell'innovazione culturale è una forza potente per avvicinare le comunità e per dar loro un'idea concreta di come l'integrazione dell'UE possa generare la prosperità economica.





Anno europeo della creatività e dell'innovazione 2009

Il sito web ufficiale dell'anno europeo della creatività e dell'innovazione

<http://create2009.europa.eu/>

Decisione n. 1350/2008/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2008, concernente l'anno europeo della creatività e dell'innovazione (2009), Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 348 del 24.12.2008, pag. 115.

<http://eur-lex.europa.eu/it/index.htm>

Link della Commissione europea

Direzione generale istruzione e cultura della Commissione europea

http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/index_it.html

Direzione generale imprese e industria della Commissione europea

http://ec.europa.eu/enterprise/index_en.htm

Altri link utili

eTwinning – comunità delle scuole in Europa

<http://www.etwinning.net/en>

Euro Creator – rete di media digitali per le scuole

<http://www.eurocreator.com/>

Imprese europee & rete del centro innovazione

<http://www.ebn.be/>

Video del premio 2009 all'imprenditorialità europea

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/video-award/index_it.htm

Istituto europeo dell'innovazione e della tecnologia

<http://ec.europa.eu/eit/>

Programma e presentazioni delle Regioni per il cambiamento economico (Conferenza del 16-17 febbraio 2009 «Networking per i risultati»)

http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/networking/programme_en.cfm?nmenu=4

Promuovere l'innovazione nell'apprendimento permanente

<http://www.elearningeuropa.info/main/index.php?page=home>

Raccomandazione Nr. 2006/962/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 dicembre 2006, sulle competenze chiave per l'apprendimento permanente, Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, L 394 del 30.12.2006, pag. 10.

<http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

Giornata di primavera 2009 per l'Europa – Le idee mettono in moto l'Europa

<http://www.springday2009.net/>

Link verso i progetti citati nel presente numero

I gruppi economici delle imprese culturali: consulenza finanziaria, informazioni e formazione rivolta alle piccole imprese, agli imprenditori e ai singoli nel settore culturale e creativo.

<http://www.connectedcreatives.eu/default.aspx>

«Fifteen Restaurants» di Jamie Olivers, una fondazione che offre ai giovani apprendistato professionale come chef

<http://www.jamieoliver.com/fifteen>

Liverpool – Capitale europea della cultura

<http://www.liverpool08.com/>

La nanotecnologia al servizio della salute presso il Centro universitario di Swansea

<http://www.swan.ac.uk/nanohealth/>

Il MusikPark di Mannheim

<http://www.musikpark-mannheim.de/web09/>

TILLT

<http://www.tillt.se/eng/airis.asp?m1=engAiris&m2=The%20concept>

Link verso il sito web principale del prossimo numero

Strategia europea per la Regione del mar Baltico

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm

FUTURO DELLA POLITICA DI COESIONE EUROPEA

Politiche in corso di elaborazione – Panorama prende in esame puntualmente gli eventi in corso nel centro nevralgico della Politica regionale, nella sede della Direzione generale di Bruxelles.

Futuro della Politica di coesione europea – Relazione di un esperto indipendente

Come contributo al dibattito sul futuro della politica di coesione al di là del 2013, la Commissione ha invitato il dott. Fabrizio Barca, un eminente economista presso il Ministero italiano dell'economia e delle finanze, a stilare una relazione indipendente per valutare l'efficacia reale della Politica regionale e per formulare raccomandazioni concernenti il futuro. Si tratta di argomenti di rilievo che toccano problematiche più ampie, quali il bilancio dell'UE e le future priorità dell'Unione.

Il dibattito sul futuro della Politica di coesione è stato avviato nel 2007 con la pubblicazione della quarta relazione sulla coesione economica e sociale, seguito dal documento «Regioni 2020» della Commissione che è stato pubblicato nel novembre del 2008. Quest'ultimo fa un quadro, per la prima volta, dei probabili effetti nel lungo periodo delle quattro sfide principali alle quali siamo confrontati attualmente: la globalizzazione, le tendenze demografiche, il cambiamento climatico, nonché il consumo e l'approvvigionamento energetico.

Nell'arco di oltre un anno e mezzo, il dott. Barca ha organizzato dibattiti e seminari con gli esperti in materia e i decisori politici di tutta l'Europa, degli Stati Uniti e della Nuova Zelanda. La relazione è l'esito di tali dibattiti. Riflettendo sulle realizzazioni

e sull'approccio sottostante alla Politica di coesione europea, la relazione Barca analizza la logica economica e la motivazione alla base di una politica di sviluppo centrata sull'importanza dell'elemento locale: le politiche devono tenere conto delle caratteristiche della posizione dei luoghi in cui si devono applicare, partendo dal presupposto che il luogo di applicazione delle politiche non può prescindere dalle modalità di implementazione delle stesse.

Oltre a tener conto dell'importanza delle politiche imposte in base alla località, la relazione Barca evidenzia inoltre i successi e i fallimenti della Politica di coesione finora, formulando raccomandazioni sulle questioni principali della governance.

Essa dà inoltre suggerimenti sul principio di gestione condivisa; in sostanza la relazione tra Stati membri e Commissione dovrebbe essere integrata e rafforzata. La relazione raccomanda inoltre che la valutazione d'impatto costituisca il pilastro della Politica di coesione e suggerisce l'istituzione di un Comitato formale del Consiglio per la politica di coesione al fine di discutere le relazioni strategiche annuali di ciascuno Stato membro.

La relazione è del tutto indipendente e non rispecchia necessariamente le opinioni della Commissione. Le sue conclusioni saranno adottate quando si rifletterà sul futuro della politica, al di là del 2013.

Il dott. Barca e la commissaria Danuta Hübner hanno presentato al pubblico, in data 27 aprile a Bruxelles, i risultati principali di tale relazione. Nei prossimi mesi si svolgeranno vari dibattiti con gli Stati membri e le parti interessate, nel corso di vari eventi organizzati dalle Presidenze ceca e svedese dell'Unione europea.



Relazione Barca: breve sintesi

La relazione rileva l'esigenza di una riforma globale della Politica di coesione. È necessario un approccio maggiormente imperniato sull'elemento locale, insieme a una più netta distinzione tra obiettivi economici e sociali, nonché la consapevolezza dei problemi esistenti nell'uso degli indicatori e della valutazione d'impatto.

Ricorrere alla Politica di coesione come fonte di finanziamenti per creare un contesto omogeneo non è la via da percorrere, sottolinea la relazione. Quindi cosa fa l'Unione affinché tutti i territori e tutti i cittadini europei abbiano la possibilità di cogliere tutte le opportunità offerte dall'Unione stessa e per far fronte ai rischi e alle minacce che ne conseguono?

La relazione suggerisce che è necessario soddisfare tre requisiti per promuovere tale obiettivo:

- obiettivi ben definiti, basati su una logica economica verificabile, che sia valutabile;
- giustificazione politica esplicita ed efficace che poggi sulle condizioni attuali dell'Europa e che risponda alle aspettative di coloro che ci vivono;
- sistema di governance in grado di autoalimentarsi, incoraggiando attivamente la partecipazione democratica e prendendo iniziative credibili per agire in modo adeguato.

Per la relazione integrale, consultare: http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/barca_en.htm

In ogni numero, Panorama scopre l'andamento di due progetti secondo la prospettiva delle persone che li gestiscono. Svolgiamo un'indagine sugli alti e bassi insiti nella gestione dei progetti finanziati dal FESR, sviscerando le problematiche e condividendo le soluzioni.

PROGETTO

1

IL MUSIKPARK DI MANNHEIM VISTO DALL'INTERNO

Fatti e cifre

È previsto uno stanziamento di oltre 5 milioni di euro a favore del Musikpark e dei progetti attinenti della Popakademie, nell'ambito dell'Obiettivo II. Il finanziamento è iniziato nel 2004 e sarà operativo per un periodo di 15 anni.

Il Musikpark di Mannheim visto dall'interno

La cosa strana delle attività creative è che creano un reddito alto, un fatturato superiore a 654 miliardi di euro nel 2003 (il 2,6% del PIL UE con riferimento a quell'anno). Tuttavia, quando si tratta di investire in un gruppo di adolescenti con i jeans sbrindellati, le banche non si dimostrano tanto propense. Dopo 20 anni nel settore musicale, Christian Sommer sa quello che dice.

Le sue competenze e la vasta rete di contatti lo hanno fatto diventare la forza propulsiva del Musikpark di Mannheim, un

progetto che fornisce una prima base alle PMI in via di avviamento nel settore musicale.

Aiutare gli artisti a sfondare nel mondo dell'industria

Circa 40 imprese, che danno lavoro a 140 persone, occupano 4.300 metri quadri nel Musikpark. Con tutto quello spazio, c'è posto anche per la sala della coreografia e degli spettacoli, un laboratorio, vari studi di registrazione, uno studio TV ed eleganti sale di riunioni in cui negoziare l'importantissima, prima commissione.

«Uno dei nostri compiti principali consiste nell'attrarre clienti che ingaggino le nostre compagnie» dice Sommer. Laddove le porte aziendali sono sbattute decisamente in faccia a una banda o a un danzatore ignoti, si aprono più spontaneamente per il Musikpark. «Fungiamo da intermediari per la comprensione reciproca».

Per quanto riguarda i finanziamenti, i progetti che sostengono una PMI in fase di avviamento si focalizzano sull'elaborazione di piani aziendali. «Questo modello non si confà alle attività creative» spiega Sommer. Non ottengono prestiti dalle banche e gestiscono importi irrisori di denaro esterno. In una fase di avviamento, il settore musicale ha bisogno di concerti; deve avere l'opportunità di lavorare, l'occasione di dimostrare cosa sa fare per generare un maggior numero di prenotazioni. A quel punto, interviene Musikpark.

Un servizio di ampia portata

Per coloro che prevedono l'intrattenimento aziendale, il Musikpark rappresenta una sorta di grande magazzino, che presenta danzatori, musicisti, squadre per gli audiovisivi, per non parlare dei tecnici del suono e delle luci. Essi ospitano anche eventi e una galleria di 150 m², che offre ai giovani fotografi e musicisti l'opportunità di esibire il loro lavoro.

La diversità dei loro servizi offerti sotto un unico tetto aiuta anche gli artisti. Essi si alimentano a vicenda, creando idee, trovando soluzioni; ciascuna disciplina è volta a rendere più innovativa quella successiva. «È arduo produrre nel vuoto un buon lavoro creativo» sostiene Sommer. Il nucleo creativo del settore consta di artisti, produttori, professionisti creativi, marketing, vendite, struttura, eventi, lavoro legale e finanziario, siti web e portali internet, promozione: tutti questi elementi trovano uno spazio sotto l'egida del parco.

Infine, nella posizione di mentore si trova Sommer, che ha un occhio di riguardo per l'evoluzione delle sue start-up. «I giovani imprenditori lavorano in modo proattivo e autonomo. Noi li aiutiamo semplicemente a cavarsela da soli,» dichiara.

Incontro con il direttore del progetto, Christian Sommer



La musica ha preso letteralmente il sopravvento nella vita di Sommer alla fine degli anni '80, mentre calcava le scene cantando e suonando la chitarra, ma soltanto nel 1990 abbracciò questa professione a tempo pieno. Nel 1992 cambiò ruolo, spostandosi dietro le quinte e diventando manager di un gruppo chiamato Master Boy che gode di una discreta fama e che ha riscosso successo in tutto il mondo. «È stato un percorso di apprendimento veramente tortuoso» ricorda Sommer.

Le lezioni severe, lo stress e, soprattutto, i contatti che ha allacciato, si sono rivelati preziosissimi, ma entro il 1997 ne aveva abbastanza. La tappa successiva lo portò nel cuore di una multinazionale di dischi, dove trascorse un anno ad apprendere i rudimenti della produzione e della commercializzazione. Entro il 2000 lavorava fuori Monaco come Direttore del marketing, degli artisti e del repertorio.

Egli era nato e cresciuto a Mannheim, così quando la città richiese un manager per il progetto all'avanguardia inteso a mettere insieme i servizi musicali e a incubare imprese in via di avviamento, colse l'occasione al volo.



PROGETTO

2

ALL'INTERNO DEL CENTRO DI NANOHEALTH (CNH) PRESSO LA SWANSEA UNIVERSITY

Fatti e cifre

Uno stanziamento di 21 milioni di euro è previsto per il Centro di NanoHealth, nell'ambito dell'Obiettivo di convergenza. Il finanziamento è iniziato nel 2009 e sarà operativo per un periodo di 5 anni.

All'interno del Centro di NanoHealth (CNH) presso la Swansea University

Mentre i sistemi sanitari sono confrontati alle tensioni di terapie onerose, dovendo soppesare l'etica di sovvenzionare cure palliative costose, lo sviluppo di strumenti che possano contribuire alla diagnosi precoce diventa sempre più urgente.

Il CNH, che è costituito da rappresentanti del mondo accademico, del settore privato e del Servizio sanitario nazionale, opera nell'applicazione della nanotecnologia per la diagnosi di malattie e l'individuazione di terapie appropriate.

Incontro con il dott. Tim Claypole, membro del Comitato esecutivo del CNH



Dalla ricerca sulla formazione di inquinanti nei fumi alla stampa di biomateriali il salto è notevole; tuttavia un colpo di fortuna nel 1990 ha dato un nuovo centro di interessi alla carriera di Claypole.

Dopo aver conseguito la prima laurea in ingegneria meccanica, nella metà degli anni 1970, Claypole ha lavorato come ingegnere di progettazione per la costruzione di una nuova acciaieria a Cardiff. Dal mondo della produzione di acciaio, non trascorse molto tempo prima di tornare all'università per un dottorato sulla formazione di inquinanti nelle fiamme.

La combustione e la separazione della polvere lo impegnarono dalla metà degli anni 1980-1990 quando si dedicò a tempo pieno al mondo accademico. Claypole, ottenne una borsa di studio, finanziata dal Consiglio di ingegneria e ricerca in scienze fisiche, e accettò il posto di ricercatore presso la Swansea University, per la ricerca nel campo dei cuscinetti per le turbine a gas. Le misurazioni al laser per i flussi all'interno dei reattori nucleari diventarono anche uno dei suoi oggetti di ricerca.

Fare il collegamento

Sebbene lavorasse sui flussi, sui cuscinetti e sulla progettazione statistica degli esperimenti, soltanto quando uno stampatore lo consultò sul problema del flusso d'inchiostro, Claypole si rese conto all'improvviso che tutte le competenze da lui acquisite nella ricerca potevano trovare applicazione nell'industria della stampa. Erano gli anni 1990; da allora il concetto ha subito un'evoluzione tale che l'azienda si prefisse di approfondire la sinergia. Diple figurava tra i vincitori di RegioStars 2009.

C'era una volta l'inchiostro, adesso ci sono i «fluidi per la stampa» a tenerlo occupato. E le proprietà dei fluidi: conduttori, sensibili al ph, magnetici, bio fluidi ecc.; ciò significa una gamma di possibilità infinite con il materiale stampato.

Chi sono gli interessati?

Sono state assegnate quattro borse di studio prestigiose per la ricerca presso il Consiglio di ricerca del Regno Unito nel settore della nanomedicina in collaborazione con l'Istituto di Scienze della vita (ILS) della Swansea University e del Centro multidisciplinare di nanotecnologia (MNC). Questa collaborazione di successo è sfociata naturalmente in un'unione che ha dato il via all'istituzione del Centro di NanoHealth. Il Centro è diventato operativo alla fine del 2008.

Sia l'Istituto che il Centro multidisciplinare hanno molto sul fuoco: Blue C, uno dei supercomputer più veloci del mondo rivolti alla ricerca medica, 25 squadre di ricerca specializzate presso l'ILS, più di 100 presso l'MNC e il sostegno al Servizio sanitario nazionale e all'IBM. «Ci sono opportunità reali in questo campo» dice Claypole.

Prevenire è meglio che curare

I nanodispositivi e i nanobiosensori saranno usati per individuare e misurare i biomarcatori presenti nei campioni di fluido o di tessuto a un livello di sensibilità che supera tutti i metodi di identificazione attuali; una proporzione di miliardi per parti. Un tale sistema di identificazione di alta perfezione consentirà una diagnosi precoce e una terapia più rapida di stati patologici quali il cancro, il diabete, l'obesità ecc.

Claypole dirigerà il reparto stampa del Centro, che comprende un modello pilota, l'impianto per la produzione d'inchiostro. In questo sito i bio inchiostri saranno sviluppati: nanoparticelle, cavi, enzimi, biomarcatori e DNA. «Mi piace pensare che possiamo avere un impatto nel lungo periodo sul modo in cui viene curata e controllata la malattia» spiega.

QUINTA CONFERENZA: REGIONI PER IL UNA RETE PER OTTENERE RISULTATI

La conferenza dal titolo «Regioni per il cambiamento economico: una rete per ottenere risultati», svoltasi a Bruxelles il 16-17 febbraio, non era affatto un pretesto per uno scambio di testimonianze con aneddoti, mangiando un panino e ascoltando passivamente gli esperti che passavano in rassegna il proprio campo di competenza. La conferenza era stimolante e di ampio respiro: gli argomenti dei seminari spaziavano su vari argomenti, quali la migrazione e l'informazione via satellite.

Mettere insieme le competenze per ottimizzare i risultati

Ogni anno, la Commissione organizza un'importante conferenza per aiutare le persone coinvolte nei progetti finanziati nell'ambito di URBACT II e INTERREG IVC, a incontrarsi e a scambiare le migliori pratiche all'insegna di «Regioni per il cambiamento economico.» Quest'ultima è la quinta e verte su tre argomenti: innovazione e creatività, cambiamento climatico e sviluppo sostenibile. Job Cohen, sindaco di Amsterdam ha sintetizzato con chiarezza il nocciolo della questione: «Trovate una soluzione a un problema comune e diffondetela in tutta l'Europa.»

603 persone di tutta l'UE hanno partecipato a nove seminari su argomenti, quali la gestione dell'acqua, l'accesso universale alla banda larga, le conseguenze del cambiamento climatico, l'impatto dell'industria sull'economia urbana e la gestione dei rischi attraverso i servizi via satellite.

Verso un'economia alimentata dall'innovazione

Panorama ha assistito al seminario sulla creatività e l'innovazione come motori per lo sviluppo urbano e regionale, in cui gli oratori hanno animato dibattiti su come colmare il divario tra cultura e imprese, come diventare una capitale della cultura di successo e sulla fondamentale equazione «creatività+imprenditorialità=innovazione».

In apertura al seminario, il presidente Rudolph Niessler, direttore di coordinamento per le politiche presso la DG Politica regionale, ha precisato che le finalità dell'anno della creatività e dell'innovazione sono di mettere in risalto la creatività, che ha un impatto sul nostro modo di vivere e di gestire la nostra economia. Il seminario si prefiggeva di fornire una migliore conoscenza del ruolo che la cultura, le attività creative e la creatività possono svolgere in tale ambito.

Parlando per conto della rete di creatività nel distretto fiammingo, Pascal Cools ha sintetizzato gli obiettivi dell'organizzazione nel modo seguente: rendere le Fiandre imprenditoriali più creative, e le Fiandre creative più imprenditoriali. «La forza principale di un'economia risiede nella sua capacità di essere creativa, e non più nella sua efficienza,» ha dichiarato, aggiungendo «Le regioni hanno il livello più adeguato per affrontare l'innovazione. Siamo abbastanza grandi da rivestire un ruolo importante e abbastanza piccole da prestare attenzione.»

La rete della creatività, nel distretto fiammingo, opera su un web internazionale di regioni che si adoperano per raggiungere il traguardo di una maggiore innovazione, da Oklahoma a Osaka. Cools ha descritto la complessità di collegarsi a una rete internazionale di partner con i soci che vivono in zone con sei fusi orari diversi «qual è il momento opportuno per una teleconferenza se tutti vivono in una zona diversa?» Le altre difficoltà citate erano i diversi contesti culturali e l'accesso dei soci alla finanza che cambia anche a seconda dell'ubicazione. «Abbiamo dimensioni diverse, ci troviamo di fronte a sfide diverse e condividiamo le varie soluzioni, ma in questo modo non dobbiamo reinventare la ruota.» La gente si chiede il perché di una rete così vasta, «Talvolta mi chiedono se non è una pazzia rendere partecipi dei nostri strumenti le altre regioni,» dice Cools. «Ne ricaviamo un vantaggio; bisogna essere aperti.»

Le presentazioni erano pervase dall'idea che le reti non si limitano a delle semplici conversazioni: devono comprendere progetti concreti con obiettivi ambiziosi, che trasformino la teoria in realtà. Come ha ammesso Neil Peterson, coordinatore della manifestazione «Liverpool, capitale europea della cultura 2008» lui e la sua squadra non avrebbero immaginato neanche lontanamente che l'anno avrebbe riscosso un tale successo, «Ci siamo prefissati obiettivi ambiziosi all'inizio e ci siamo gettati a capofitto,» spiega.

« Grande ambizione e procedimenti graduali: pratiche che potete applicare per conseguire i vostri obiettivi... »

Neil Peterson – Liverpool, Capitale europea della cultura, 2008



CAMBIAMENTO ECONOMICO,



Avere un obiettivo chiaro può ispirare diverse organizzazioni a collaborare. Cinque anni fa le istituzioni culturali di Liverpool facevano a gara l'una contro l'altra per ottenere finanziamenti. «In seguito all'esperienza di capitale della cultura, l'approccio è diventato più collettivo. Desideriamo che la cultura rimanga in cima all'agenda,» dichiara Peterson.

Il 2008 ha fornito a Liverpool uno strumento per utilizzare la cultura al fine di impegnare i residenti della città. I progetti d'arte hanno accomunato le persone di estrazione e di aree diverse della città, stimolando il dibattito su come la migrazione e l'immigrazione siano stati vantaggiosi per Liverpool nel corso degli anni, e sui danni causati dalla violenza e dall'omofobia.

I vantaggi economici affluiscono, ma, ammonisce Peterson «Bisogna sapere cosa vuol dire il successo.» Questo commento fa eco a un'osservazione precedente, fatta da Cools in cui affermava che ci vuole tempo prima che i vantaggi economici della cultura e della creatività si ripercuotano su una comunità e poi sono difficili da valutare: si tratta di investimenti nel lungo periodo, nelle capacità d'innovazione di una regione.

Cultura come vettore della creatività e dell'innovazione

Il livello regionale è importantissimo per le attività che collocano la creatività come motore dello sviluppo economico. Creare un

collegamento unico tra luogo e cultura stimola la creatività. Quando si tratta di cooperare tra settori artistici e imprenditori, Pia Areblad e Rudolph Niessler fanno un distinguo: ciascun settore ha la propria legittimità. Non si tratta di trasformare gli artisti in uomini di affari o viceversa. C'è un terreno comune di cui possiamo sfruttare al massimo i risultati derivanti dalla sinergia tra i due. «Proviamo davvero a sperimentare e a condividere le buone pratiche, senza timore e invidia, una situazione in cui tutti i partner coinvolti hanno da guadagnare,» asserisce Niessler.

Aggregazione per la crescita

La rete ECCE (raggruppamenti economici delle imprese culturali), cofinanziata dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR), offre consulenza e formazione agli imprenditori nel settore culturale e creativo.

Questi servizi sono disponibili attraverso centri di risorse locali che operano nelle città della rete ECCE: Nantes, Rennes e Angers in Francia, Aquisgrana in Germania, Eindhoven e Utrecht in Olanda e Huddersfield, nel Regno Unito.

La crescita nel settore culturale e nelle attività creative non è una questione di grandi aziende che si trasformano in giganti ma, al contrario, in che modo le piccole imprese possono beneficiare in particolare dei cluster, delle reti e della diffusione di internet. La sfida più importante era sviluppare una comunità transnazionale di persone interessate alla creatività e alla cultura, creata dagli utenti in linea.

L'uso della piattaforma è libero e i visitatori possono caricare il loro profilo personale o quello dell'azienda, individuare sfere di interesse e avviare un blog in rete. Può essere usata anche per abbinare le persone della stessa località o con interessi comuni. Volete saperne di più? Consultare: www.connectedcreatives.eu

Regioni per il cambiamento economico – Definire le buone pratiche, perfezionare la politica

La diversità delle regioni europee ha dato luogo allo sviluppo di diverse soluzioni per fronteggiare la varietà di sfide, che non si assomigliano quasi mai. La gamma di competenze varia nella stessa misura delle soluzioni proposte.

Poiché le sfere della conoscenza possono complementarsi a vicenda, è stata lanciata l'iniziativa regioni per il cambiamento economico. Ne consegue un'azione nell'ambito della Politica di coesione per focalizzarsi maggiormente sugli obiettivi fondamentali della Strategia di Lisbona per la crescita e l'occupazione, in particolare lo sviluppo delle risorse umane, maggiori investimenti nel settore dell'innovazione e dell'economia della conoscenza, sostegno alle imprese e uno sviluppo strategico delle infrastrutture dell'UE.

Il suo obiettivo è rafforzare lo scambio delle buone pratiche, rendendo il networking uno strumento per condividere delle idee valide. Ciò si realizza principalmente attraverso i due programmi di networking paneuropei INTERREG IVC e URBACT II.



NUMERO PRECEDENTE

La via da percorrere per la coesione era il tema del numero precedente di Panorama. La Commissione europea ha ricevuto più di 380 risposte al suo Libro verde sulla coesione territoriale. Contribuendo alle riflessioni sul futuro della politica, gli Stati membri dell'UE, le autorità regionali, le associazioni regionali e locali, le città, i partner economici e sociali, gli organismi della società civile, il mondo accademico e gli istituti di ricerca, nonché i cittadini in generale hanno accolto con favore il Libro verde. Molti erano d'accordo sul fatto che la coesione territoriale integra e rafforza la coesione economica e sociale. La sintesi dei contributi al dibattito sarà pubblicata dalla Commissione europea entro l'estate del 2009, come parte della sesta relazione sui progressi compiuti dalla coesione economica e sociale. In una fase successiva, la Commissione europea esaminerà il modo in cui si può integrare la coesione territoriale nella Politica di coesione dopo il 2013.

NUMERO PROSSIMO

La prima strategia dell'UE per la regione del mar Baltico sarà al centro della prossima edizione di Panorama. La strategia si prefigge di rendere la regione sostenibile sotto il profilo ambientale e di promuovere la prosperità. Il miglioramento dei collegamenti dei trasporti e il rafforzamento della sicurezza marittima e della protezione figurano pure tra le priorità fondamentali. La strategia, che interessa un'ampia gamma di attori (Stati membri, regioni, città, il settore privato, i gruppi di interesse e il pubblico) sarà al centro dell'attenzione durante la Presidenza svedese del secondo semestre nel 2009. Panorama tratterà gli argomenti che riguardano la regione e parlerà con gli esperti coinvolti nella formulazione della politica. Vi offriremo inoltre l'opportunità di presentare le vostre domande, idee, speranze e timori in merito alla strategia, nella nostra nuova sezione Troubleshooting (consultare il retro della copertina per maggiori informazioni).

DATA	EVENTO	LUOGO
10 giugno 2009	La Commissione europea adotta la strategia del mar Baltico http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm	Bruxelles (BE)
11-12 giugno 2009	La Strategia del mar Baltico – Regioni e Politica di coesione in azione http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/visby_11062009_en.htm	Visby (SE)
15-16 giugno 2009	Terzo convegno dei responsabili della comunicazione per la Politica regionale nell'ambito della rete «INFORM» http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_en.cfm	Bruxelles (BE)
17 giugno 2009	Piattaforma della rete JESSICA http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/2007/jjj/jessica_network_en.htm	Bruxelles (BE)
18-20 giugno 2009	Giornate dell'innovazione 2009 http://www.innovationdays.eu/	Lisbona (PT)
17 luglio 2009	Scadenza per la presentazione delle domande per il concorso RegioStars 2010 http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_en.cfm?nmenu=4#2010	
Scadenza: 15 agosto 2009	Design ZeroNine: Comitato economico e sociale europeo. Premio europeo per un presente sostenibile www.design-competition.eesc.europa.eu Gli studenti e i professionisti del design sono invitati a partecipare a questo concorso e a presentare le loro idee entro il 15 agosto 2009.	
5-6 ottobre 2009	Dalla Carta europea per le piccole imprese allo «Small Business Act» http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/index_en.htm	Stoccolma (SV)
5-8 ottobre 2009	Open Days – Settimana europea delle regioni e delle città: Sfide globali, risposte europee http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2009/	Bruxelles (BE)
14-16 ottobre 2009	Conferenza 2009 sulla creatività e l'innovazione http://www.creativityandinnovation.nl/	Maastricht (NL)

Consultare gli eventi principali della politica regionale: http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/agenda/index_it.cfm

DITE LA VOSTRA

KN-LR-09-029-IT-C

Questo numero di Panorama presenta, per la prima volta, un nuovo disegno grafico e una modifica della concezione editoriale. Da un lato, Panorama continua a dare risalto a un argomento specifico in ogni edizione aggiungendo, dall'altro, nuove parti per approfondire la politica regionale secondo i diversi punti di vista di tutti gli interessati. L'articolo "Il progetto visto dall'interno" illustra i progetti che Panorama spera di seguire per un periodo prolungato al fine di evidenziare, ad esempio, gli alti e bassi insiti nella gestione e nella realizzazione dei progetti cofinanziati dal FESR. A sua volta "Un terreno comune" analizza le iniziative di altre organizzazioni nello stesso settore.

Nei prossimi numeri di Panorama avrete l'opportunità di rivolgere le domande sulle questioni pratiche inerenti ai progetti, alla politica oppure ai temi trattati in questo numero. Speriamo di pubblicare le domande, le risposte e i commenti che suscitano l'interesse più grande dei nostri lettori. La prossima edizione di Panorama sarà incentrata sulla prima **Strategia dell'UE per la regione del mar Baltico**. L'obiettivo della strategia sarà il coordinamento delle iniziative dei protagonisti nella regione (Stati membri, regioni, istituti finanziari, UE, organizzazioni panbaltiche, enti non governativi, ecc.) affinché, collaborando, possano promuovere uno sviluppo più equilibrato della regione.

**Per rivolgere domande o esprimere pareri su questa problematica o altre questioni che riguardano la politica regionale, contattateci al seguente indirizzo:
regio-panorama@ec.europa.eu**

ISSN 1608-3911

© Comunità europee, 2009
Riproduzione autorizzata con citazione della fonte.

Stampato in Belgio

UFFICIO DELLE PUBBLICAZIONI UFFICIALI
DELLE COMUNITÀ EUROPEE
L-2985 Lussemburgo

Commissione europea, Direzione generale della Politica regionale
Unità B1 – Informazione e Comunicazione
Raphaël Goulet
Avenue de Tervuren 41, B-1040 Bruxelles
Fax: (32-2) 29-66003
E-mail: regio-info@ec.europa.eu
Internet: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_it.htm

