

ARTS. SKILLS FOR THE CREATIVE ECONOMY



ARTS. SKILLS FOR THE CREATIVE ECONOMY

ARTS. SKILLS FOR THE CREATIVE ECONOMY

STRATEGIE,
POLITICHE E PROSPETTIVE 5

ESPERIENZE SUL CAMPO:
PAROLA AGLI OPERATORI 17

ART FOCUS:
PAROLA AI PARTNER 27

COMPETENZE IN GIOCO:
PAROLA AI GIOVANI CREATIVI 34

Francesco Pogliaghi, *Graffiti for '9 years of Graffiti Dream'*
The Maya theme, By Shemo. Ex-Fiera di Roma, Roma
ART COMMUNITY ESCLUSIVA [photo Rita Restifo]



INTRODUZIONE

di Maura Romano

Le riflessioni contenute nel presente *paper* sono state raccolte nel corso del convegno “ARTS. SKILLS FOR THE CREATIVE ECONOMY” realizzato da *Melting Pro* e *Fondazione Esclusiva* il 14 marzo 2018 con l’obiettivo di aprire un dibattito sull’importanza delle competenze creative per lo sviluppo di imprese, territori, per il rilancio dell’occupazione, l’*empowerment* dei giovani e la formazione di comunità più aperte e inclusive.

L’iniziativa prende il nome di un’esperienza internazionale (*arts-project.eu*) realizzata da Melting Pro in partenariato con altre organizzazioni provenienti da Grecia, Spagna e Italia grazie al sostegno della Commissione Europea nell’ambito del programma *Erasmus Plus – Sector skills alliance*. Il progetto, da cui il convegno prende il nome, ha avuto l’obiettivo di indagare il complesso sistema della formazione nel panorama delle industrie culturali e creative. Ciò che emerge da ArtS e da altre pratiche presentate, è il valore della creatività intesa come chiave di lettura e costruzione di nuovi scenari, in grado di trasformare percorsi di crescita individuali in più ampi processi di sviluppo sociale ed economico.

I testi che seguono intendono individuare i momenti più significativi dell’incontro, restituendone il senso profondo attraverso un *chat-paper*. Si tratta di un prodotto realizzato con la tipica struttura della chat che, data la sua natura agile, *smart* e informale, darà al lettore la sensazione di “esserci stato” e di seguire una conversazione in tempo reale.

Ripercorreremo fedelmente la traccia dell’incontro così come si è svolto e daremo la parola agli ospiti intervenuti mediante dei virgolettati estrapolati dai loro discorsi e identificati, dalle curatrici, quali sintesi dei principali concetti espressi.



INTERVIEWER MAURA ROMANO

EXPERIENCE

Socio fondatore di Melting Pro, svolge attività di *project management*, ricerca e consulenza sui temi della rigenerazione creativa e dello sviluppo dei territori.

ESPERTI

Fabio Mazzeo - *Fondazione Esclusiva*

Carlo Borgomeo - *Fondazione con il Sud*

Florinda Sajevo - *Farm Cultural Park, SOU*

Simona Bielli - *Nesta Italia*

Domenico Sturabotti - *Fondazione Symbola*

Gian Paolo Manzella - *Regione Lazio*

STRATEGIE, POLITICHE E PROSPETTIVE

di Maura Romano

Il primo *chat-talk* ha l'obiettivo di aprire una riflessione sulle strategie, sulle politiche e sulle prospettive in tema di competenze creative e creatività per lo sviluppo del nostro sistema Paese.

Si tratta di un argomento decisamente attuale ma ancora poco approfondito, sul quale abbiamo pensato di riflettere con un *panel* di esperti del settore, attivi in diversi ambiti disciplinari, proprio per stimolare un apporto polifonico e multifocale del tema indagato.

Ne abbiamo parlato con imprenditori, politici, ricercatori, manager e studiosi e dal confronto, competente e puntuale, sono emerse parole chiave che in relazione tra loro tracciano una prospettiva coerente e lungimirante del fenomeno trattato, quasi una nota di speranza:

“È importante non parlare di persone creative ma di azioni creative.

Che cos'è la creatività?

La creatività è confronto internazionale, è disponibilità all'ascolto, è saper fare, è trasversale, è una risposta alla crisi del sociale, è mettere in gioco la categoria del rischio, dice cose che nessuno ha il coraggio di dire, è innovazione che risiede nel significato, è la capacità di vedere ciò che non esiste e di renderlo concreto, si alimenta dalle diversità, è la professione del futuro”.

La riflessione degli esperti intervistati rafforza la convinzione che le competenze legate alle professioni culturali debbano essere valorizzate, scoperte, sostenute, incoraggiate. Per promuovere azioni creative che abbiano impatti sul Paese, generatrici di sviluppo culturale, sociale ed economico, sono necessarie figure professionali specializzate, profili dotati di sofisticate competenze *hard* e soprattutto *soft*, figure in grado di confrontarsi con sistemi complessi e in costante mutamento. Professionisti, dunque, che avrebbero bisogno di un continuo aggiornamento delle loro *skill*.

Ma di quali competenze parliamo? Come e in quali contesti si possono acquisire? Sono davvero così strategiche per la crescita del nostro Paese? Qual è la percezione del ruolo che queste figure ricoprono nelle nostre società? Tante le domande e di seguito i nodi salienti del dibattito.



ESPERTO
FABIO MAZZEO



Presidente e *Design Director* dell'azienda *Esclusiva Design* e della *Fondazione Esclusiva*, nata dalla sua volontà con lo scopo di creare valore promuovendo la creatività e l'eccellenza artigiana italiana nel mondo.

QUANTO INVESTIAMO IN CREATIVITÀ? CHE IMPORTANZA DIAMO ALLA CREATIVITÀ? QUAL È IL PUNTO DI VISTA DI UN IMPRENDITORE CHE CON CREATIVI E CREATIVITÀ CI LAVORA OGNI GIORNO?

Non bisognerebbe più parlare di creativi ma di *azioni* creative. L'aggettivo creativo non andrebbe più attribuito alle persone bensì a come le persone si cimentano nelle cose che fanno. A un certo punto della vita ho capito che **la creatività non è un privilegio ma una caratteristica che tutti hanno**. A fare la differenza è l'interesse per le azioni che realizziamo. La creatività è alimentata dall'interesse, dalla curiosità, da quanto riteniamo urgente ciò di cui ci stiamo occupando.

La creatività ha bisogno di alimentarsi di apporti differenti, di competenze anche apparentemente distanti rispetto all'obiettivo. **Qualsiasi atto creativo necessita inoltre di sensibilità differenti** e più queste sensibilità sono diverse tra loro, più ognuna lascia dentro l'altra qualcosa. Questo lasciare, questo scambio reciproco, contamina e nutre le competenze di tutti coloro che partecipano al processo creativo, che si arricchiscono e si alimentano vicendevolmente.

Per essere creativi, dunque, bisogna esercitare un'azione che dipenderà dalla disponibilità ad ascoltare gli agenti esterni ma anche le informazioni che arrivano dal nostro interno, come le passioni e le sensibilità. Quindi **la creatività risiede sia nella disponibilità all'ascolto che in quella ad approssimarci a competenze differenti dalla nostra**. Questo, in sintesi, vuol dire essere disposti ad abbracciare il confronto e a volte anche il conflitto (inevitabile quando c'è di mezzo la passione), perché sono proprio le collisioni a generare la nuova energia di cui la creatività si alimenta. Ecco, i creativi lavorano proprio sull'energia che si genera da queste collisioni.

Molti pensano che la creatività abbia bisogno di esprimersi quando ci sono condizioni di contorno semplici, informazioni disponibili. Secondo me, al contrario, **la creatività ha bisogno di complessità, ha bisogno di caos**. E dobbiamo puntare a immergerci in quelle che sono le problematiche della nostra quotidianità per riuscire a trovare nuovi teoremi, nuove formule, **per estrarre valore da quello che, nella cultura italiana, è il *saper fare***.



ESPERTO

CARLO BORGOMEIO

Presidente della Fondazione CON IL SUD e dell'Impresa sociale Con i Bambini, partecipata da Fondazione CON IL SUD, incaricata di attuare gli interventi del Fondo per il contrasto della povertà educativa minorile.

SIAMO SEMPRE PIÙ CONVINTI CHE LA CULTURA E LE COMPETENZE CREATIVE SIANO STRUMENTI IMPORTANTISSIMI PER CONTRASTARE LA POVERTÀ EDUCATIVA MINORILE E CHE PROPORRE AI BAMBINI METODI DI APPRENDIMENTO BASATI SULLA CREATIVITÀ SIA IL SEGRETO PER CREARE PIÙ CONSAPEVOLI CITTADINI DEL MONDO. LEI CHE NE PENSA?

Il creativo ha una funzione essenziale rispetto alla crescita dei territori ed è una figura di cui c'è gran bisogno per contrastare la *crisi* del sociale.

La creatività si esprime attraverso la sperimentazione e **la necessità di sperimentare richiede persone capaci di immaginare, creare, rischiare, prefigurare nuovi scenari.**

Quando si parla di realtà educative la sfida non è quella di trascinare i ragazzi a scuola. La scommessa è creare un contesto favorevole, una comunità educante che trasmetta loro i valori culturali. **Valorizzare la creatività è la vera sfida.**

I creativi devono avere la forza di rischiare. **Il rischio è alla base della creatività e un creativo non può essere prudente.** Chi intende promuovere il ruolo e le competenze dei creativi deve consentire tutto questo, deve mettere in gioco la categoria del rischio.

Le politiche si fanno sicuramente immaginando i grandi scenari **ma anche gestendo interventi che promuovono azioni basate sulla creatività.** Questa è una grande questione, **una partita aperta sulla quale bisogna ancora tanto lavorare.**

ESPERTO

FLORINDA SAJEVA

Direttore Generale di Farm Cultural Park, Centro Culturale di nuova generazione nato nel 2010 a Favara per volontà di Florinda e di suo marito Andrea Bartoli.



FARM CULTURAL PARK È STATA REALIZZATA RICONVERTENDO SPAZI ABBANDONATI IN LUOGHI DELLE CREATIVITÀ. È UN LUOGO MAGICO, L'EMBLEMA DELLA RIGENERAZIONE CREATIVA IN ITALIA. VUOI RACCONTARE A CHI NON VI CONOSCE IL VOSTRO PERCORSO E LE VOSTRE ATTIVITÀ?

C'è una frase molto bella di George Bernard Shaw che dice **“le persone vedono le cose che esistono e si chiedono perché?”**. Io credo alle cose che non esistono e dico “perché no?” e tra questo “perché” e “perché no” è nata la Farm.

La creatività comporta in sé del rischio, e comporta anche la possibilità di errore perché nel momento in cui proviamo a fare qualcosa di nuovo che sia creativo dobbiamo anche considerare la possibilità di sbagliare. La Farm, in questi anni, è stata un insieme di cose indovinate ma anche di cose sbagliate. È stato un processo nato insieme alla città e ai creativi di tutto il mondo. Ha rappresentato per il territorio quello che possiamo chiamare *l'occhio strabico*: i creativi riescono a vedere quello che, abitualmente, non vediamo e la comunità, grazie a loro, si è accorta che c'erano tante possibilità che fino a quel momento non erano state mostrate, non erano state spiegate.

La creatività dice le cose che nessuno ha il coraggio di dire e svela le cose che nessuno ci vuole mostrare. Ecco perché ritengo sia molto importante esercitare la creatività fin da piccoli.



ESPERTO

SIMONA BIELLI

In Nesta Italia gestisce progetti in ambito istruzione, flussi migratori, salute e invecchiamento della popolazione, arte e patrimonio culturale. Arriva da un'esperienza a Nesta dove ha coordinato progetti EU per supportare gli ecosistemi imprenditoriali europei. .

NESTA OPERA DA POCO TEMPO IN ITALIA E LA VOSTRA CONOSCENZA DEL SETTORE SI AVVALE DI NUMEROSI DATI, RICERCHE E PROGETTI INTERNAZIONALI. CI VUOI RACCONTARE IN CHE MODO NESTA SUPPORTA IL SETTORE CULTURALE E CREATIVO IN ITALIA E IN EUROPA?

Riporto alcuni dati relativi al settore delle imprese culturali e creative. Innanzitutto il report *Creative Nation* elaborato da Nesta presenta dati sulle industrie creative in Inghilterra che nei periodi 2011-2014 e 2015-2016, hanno visto una crescita media dell'11%. Questa crescita risulta essere il doppio rispetto alla media degli altri settori. **La ricerca dimostra inoltre che le imprese creative sono molto più produttive rispetto a quanto lo siano altri settori.**

Il 94% di queste imprese è rappresentato da microimprese e questa situazione è molto simile anche nel nostro Paese. In Italia **l'industria creativa sta crescendo, ma molto spesso si tratta di piccole realtà che hanno bisogno di supporto.**

Nesta lo scorso anno ha realizzato un'altra indagine di sulle competenze richieste per i lavori del futuro ed è emerso che **professioni quali fotografi, produttori cinematografici, graphic designer, web designer, ballerini, coreografi, manager museali, avranno una crescita stimata del 60-70%.**

Se prendiamo in considerazione che il 21% delle persone occupate oggi si trova a svolgere un lavoro che subirà una riduzione nei prossimi 10-15 anni e soltanto l'8% vedrà un aumento, il dato diventa ancora più rilevante e conferma l'importanza di investire in questo settore. Oltre alle competenze creative, altre competenze importanti per il futuro sono le competenze interpersonali, le competenze cognitive di alto livello, le competenze di sistema.

La creatività è trasversale, necessaria nelle diverse professioni e quindi **è importante che già in età scolare ci si abitui a parlare di arte e ad esprimere la creatività.**

ESPERTO
DOMENICO STURABOTTI

Direttore della Fondazione Symbola, è esperto di *Design Economy*, *Made in Italy*, *Green Economy* ed è un profondo analista del settore delle industrie culturali e creative.



PARLANDO DI IMPRESE CULTURALI E CREATIVE NON POSSIAMO NON FARE RIFERIMENTO AI PROFILI PROFESSIONALI E ALLE COMPETENZE FONDAMENTALI PER RISPONDERE ALLE RICHIESTE DEL MERCATO. DI QUALI COMPETENZE PARLIAMO? ATTRAVERSO QUALI PERCORSI FORMATIVI SI ACQUISISCONO? CI DARESTI UNA FOTOGRAFIA DEL FENOMENO IN ITALIA? SEMBRA CI SIA UNO SCOLLAMENTO FRA IL SETTORE DEI CREATIVI E IL MERCATO. A CHE PUNTO SIAMO?

Nel 1977, Laterza pubblica *Fantasia* di Bruno Munari, un piccolo capolavoro ricco di spunti di riflessione sulla creatività. Nel libro l'autore descrive alcune facoltà della mente che ancora oggi nell'uso comune vengono erroneamente confuse con la creatività. Queste facoltà sono la fantasia e l'invenzione. La prima secondo l'autore permette di pensare a tutto ciò che non esiste, anche assurdo e irrealizzabile, spesso con una valenza estetica, mentre la seconda permette di realizzare qualcosa che prima non c'era ma solo per uno scopo pratico, senza porsi problemi estetici. Mentre **la creatività combina queste facoltà per produrre qualcosa di funzionante, realizzabile e bello.**

In questa duplice natura risiede quindi il valore della creatività, che non è se manca una delle due. In questa "corretta" prospettiva **le competenze e le professioni creative assumono oggi un grande valore di mercato** proprio perché permettono di andare al di là di ciò che è direttamente osservabile (fantasia), delineando scenari alternativi e praticabili (invenzione) sullo sfondo complesso e indeterminato di una molteplicità di variabili tra loro irrelate. Non è un caso se un recente rapporto dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico analizzando l'impatto dell'automazione sul mondo del lavoro, ha stimato che **il 14% di tutte le posizioni occupate da esseri umani rischia di essere sostituito da macchine**, e che le posizioni più resilienti saranno proprio quelle che saranno dotate di competenze creative.

Tuttavia qualcosa ancora manca. Sicuramente **le professioni creative non godono ancora di un riconoscimento sociale al pari di altre professioni tradizionali.** Come mancano ai creativi competenze manageriali oggi indispensabili per lavorare sul mercato. Da questo punto di vista **il mondo della formazione ha una grande responsabilità** ed è chiamato oggi a fare un cambio di passo, lo chiede il mercato, lo chiede il futuro.



ESPERTO

GIAN PAOLO MANZELLA

Componente del Consiglio regionale del Lazio, si occupa di temi europei, industrie creative, *startup* e innovazione. Ha scritto *L'Economia Arancione*, volume dedicato alle politiche per la creatività.

SAPPIAMO CHE SEI STATO PROMOTORE DEL PROGRAMMA LAZIO CREATIVO E CHE HAI DEPOSITATO UNA PROPOSTA DI LEGGE REGIONALE IN FAVORE DELLE INDUSTRIE CREATIVE. A CHE PUNTO SIAMO SECONDO LA TUA ESPERIENZA NELLO SVILUPPO DI POLITICHE CHE VANNO IN QUESTA DIREZIONE? QUALI SONO GLI SCENARI PREFIGURABILI? QUALI GLI ESEMPI VIRTUOSI?

Mi piace iniziare con una buona pratica. Dandy è una città scozzese, profondamente toccata dalla crisi economica degli anni '80, che si è dovuta riconvertire e che ha scelto di farlo puntando proprio sulle industrie creative, in particolare sull'industria del *video games*. I decisori politici hanno elaborato una strategia che potesse attrarre università specializzate e imprese di settore, favorendo una relazione virtuosa fra studenti e aziende, fra il mondo della ricerca e quello della produzione dell'industria di video giochi. **Ecco in che modo la creatività può diventare politica di sviluppo per i territori.**

In Italia siamo ancora molto indietro, **forse perché la parola creatività è una parola che parla di individui e non di sistema o di classe creativa** o forse perché è una parola ancora troppo vaga, **sintomo di una classe creativa che fundamentalmente non ci crede davvero** e che prende le distanze dalla Pubblica Amministrazione anche quando vengono messe in campo politiche che vanno nella una direzione del rinnovamento, senza partecipare e senza coglierne l'opportunità.





ESPERIENZE SUL CAMPO: PAROLA AGLI OPERATORI
FIELD EXPERIENCES: CULTURAL OPERATORS' PERSPECTIVE

Eugenia Ferrara - Fondazione Golinelli
Gaetano Giunta - Fondazione Comunità di Messina
Paolo Nardi - Cometa Formazione
Giorgia Turchetto - Fondazione Exclusiva

Introduce e modera/Introduces and moderates:
Francesca Neri - Fondazione Exclusiva



INTERVIEWER

FRANCESCA DI MEO

Si occupa di progettazione culturale con un'attenzione particolare ai temi dell'inclusione e dell'accessibilità. In Fondazione Esclusiva sviluppa progetti di innovazione sociale, usando la creatività come strumento di coesione sociale ed empowerment, e della comunicazione.

ESPERTI

Eugenia Ferrara - *Fondazione Golinelli*

Gaetano Giunta - *Fondazione Comunità di Messina*

Paolo Nardi - *Cometa Formazione*

Giorgia Turchetto - *Fondazione Esclusiva*

ESPERIENZE SUL CAMPO: PAROLA AGLI OPERATORI

di Francesca Di Meo

In questo secondo tavolo abbiamo riunito alcuni soggetti eccellenti del Terzo settore italiano che agiscono in diversi ambiti, disciplinari e geografici, condividendo un impegno in prima persona nella formazione dei giovani. Nel selezionarle le abbiamo infatti definite, per la loro attività quotidiana, delle realtà 'di frontiera'.

La caratteristica dei partecipanti a questo tavolo è infatti quella di portare avanti, parallelamente alla riflessione teorica, un impegno diretto nella costruzione di percorsi formativi innovativi e sperimentali, che intervengono, in un'ottica di sussidiarietà, per offrire a giovani, ragazzi e bambini occasioni di apprendimento, diverse da quelle del curriculum scolastico.

Le sperimentazioni messe in atto da chi partecipa a questo tavolo vogliono offrire un'integrazione ed una alternativa alle proposte istituzionali che, soprattutto in alcuni settori fra i quali quello delle professioni creative, hanno difficoltà a rispondere alle richieste di un mondo del lavoro che cambia continuamente e con grande velocità.

Un punto di riflessione comune di questi attori, che come dicevamo rappresentano storie ed esperienze diverse fra loro, è quello di aver sempre cercato una mediazione sul campo fra le esigenze di una formazione diretta alle competenze che favoriscono l'occupabilità e un'educazione a tutto tondo dei ragazzi che non mortifichi la loro crescita culturale nel nome di un apprendimento tecnico.

In questo momento di ripensamento e di revisione del ruolo degli organismi del Terzo settore è importante scoprire e raccontare le competenze che questi soggetti dimostrano di avere nell'attivazione di percorsi virtuosi e sperimentali che si confrontano con bisogni reali a cui reagiscono con proposte sperimentali che rappresentano, a nostro avviso, un bacino importante di esperienza a cui attingere per rispondere ad alcuni bisogni emergenti della società.



ESPERTO

EUGENIA FERRARA

Responsabile Aree Scuola e Divulgazione e Assistente alla direzione generale di Fondazione Golinelli. Nata a Bologna nel 1988 per volontà dell'imprenditore e filantropo Marino Golinelli, oggi Fondazione Golinelli è un esempio unico in Italia di fondazione filantropica privata totalmente operativa, ispirata ai modelli anglosassoni. Si occupa di educazione, formazione, ricerca, innovazione, impresa e cultura.



COME SI FONDONO LE SCIENZE E LE HUMANITIES IN FONDAZIONE GOLINELLI?

Fondazione Golinelli nasce nel 1988 e si occupa, in maniera integrata, di **formazione, educazione e divulgazione scientifica** rivolgendosi, in particolare, al mondo della scuola.

Il filo conduttore delle attività didattiche e formative che la fondazione propone è quello di **avvicinare le persone - con particolare attenzione ai giovani - alle discipline e al metodo scientifico attraverso progetti e metodologie innovative** con l'impiego di tecnologie all'avanguardia, messe a disposizione per i giovani nelle scuole, e lo fa con un approccio multidisciplinare. Questo perché la *mission* della Fondazione è accompagnare i giovani verso una crescita culturale, intellettuale ed anche umana che gli permetta di affrontare con più padronanza proprio il futuro.

Tutte le nostre attività si compongono di tre elementi. Uno è il *sapere*, strettamente collegato alla nostra vocazione scientifica. L'altro il *saper fare*, che spinge i giovani a imparare a fare cose concrete. Altro elemento fondamentale è il *saper essere*. Si tratta di *soft skills*, di competenze trasversali legate alla personalità, competenze indispensabili affinché i nostri giovani possano affrontare sia il mondo del lavoro sia la vita personale.

La Fondazione quindi, mette a disposizione dei ragazzi una cassetta degli attrezzi per affrontare meglio il futuro.



ESPERTO

GAETANO GIUNTA

Fondatore e attualmente segretario generale della Fondazione di Comunità di Messina; è vicepresidente della MECC – Microcredito di Economia Civile e di Comunione. Fondazione di Comunità di Messina è riconosciuta dall'Ocse, dall'Unops e dall'Organizzazione Mondiale della Sanità come “uno dei più interessanti casi mondiali di sperimentazione di modelli di welfare e sviluppo locale”.

ESISTE UNA VIA SPECIFICA DELLE FONDAZIONI DI COMUNITÀ NELL’AFFRONTARE IL TEMA DELLA FORMAZIONE?

La Fondazione di Comunità di Messina promuove lo sviluppo umano provando a costruire correlazioni fra il sistema di *welfare*, il sistema economico, il sistema produttivo, il sistema della conoscenza, il sistema dell'educazione, e le capacità millenarie dei territori da un lato e quella di **attrarre e trattenere talenti in grado di facilitare processi creativi e tecnologici collettivi sui territori**.

Operiamo nella convinzione che **la relazione sia l'unico strumento capace di cogliere la complessità e generare processi di trasformazione territoriali e nelle comunità**.

La Fondazione stessa, infatti, **nasce intercettando le trasformazioni della punta estrema della Sicilia e mettendo insieme istituzioni di ricerca, attori del terzo settore e attori del mercato profit** che accolgono la scelta di responsabilità ambientale e sociale dando vita a un parco multi-disciplinare. Non a caso nasciamo sotto la forma di fondazione di partecipazione, che oggi è caratterizzata, sostanzialmente, da tre anime: un polo per la cultura mediterranea, un polo di ricerca e innovazione su saperi ambientali e marini e sulle tecnologie per la valorizzazione dei beni culturali e un parco di divulgazione scientifica.

ESPERTO

PAOLO NARDI

Responsabile delle attività internazionali e del Centro di Ricerca di Cometa. Research Fellow presso PlusValue, società di consulenza in innovazione sociale. PhD in Economia e diritto internazionale in Università Bocconi e Master in Politiche Pubbliche presso Brunel University London. Cometa è una realtà di famiglie impegnate dal 1986 nell'accoglienza, nell'educazione e nella formazione dei ragazzi.



QUAL È IL PUNTO DI INCONTRO, PER COMETA FORMAZIONE, FRA L'APPRENDIMENTO PROFESSIONALE CON L'EDUCAZIONE ALLA CREATIVITÀ?

La creatività, come **opportunità di sviluppo professionale e umano**, e l'importanza del rapporto con il reale, come strumento per l'educazione alla creatività, sono i due aspetti caratteristici di Cometa, laboratorio di innovazione sociale che include un centro di formazione professionale.

Cometa promuove *Scuola e Impresa*, all'inizio scuola bottega **nel tentativo di ricreare la “bottega rinascimentale”** dove i maestri sono docenti e artigiani del nostro territorio e gli apprendisti sono gli studenti in cerca di una crescita personale e un futuro sbocco lavorativo.

Abbiamo quindi attivato delle “botteghe” come ristoranti, un bar, una pasticceria ma anche una falegnameria, un centro di restauro, un centro di design del tessuto, dove operano i maestri artigiani affiancati dai giovani apprendisti. **I ragazzi lavorano sempre sulla produzione di prodotti per clienti reali** e il processo di produzione ricalca il processo di apprendimento, secondo quattro fasi.

Nella prima fase di ideazione i ragazzi sono invitati a **osservare, ascoltare e a parlare con il cliente** per sviluppare, con creatività, le prime idee. Poi si passa alla fase di **progettazione**, nella quale si mettono in gioco le competenze tecniche e matematiche; e a quella di **produzione**, nella quale si sviluppano le competenze professionali. Infine si arriva alla fase di **valutazione** nella quale il cliente esprime il suo livello di soddisfazione.

Questo è nello stesso tempo processo di apprendimento ma anche di produzione attraverso cui, in questi anni, **i nostri ragazzi hanno espresso la propria creatività in forte connessione con la dimensione culturale della produzione artigianale**.



ESPERTO

GIORGIA TURCHETTO

Segretario Generale di Fondazione Esclusiva, è esperta in marketing esperienziale, project management e stakeholder management. Fondazione Esclusiva (Fex) è una fondazione d'impresa costituita nel 2015 da Esclusiva Design, che promuove la creatività dell'eccellenza italiana nel mondo, attraverso un programma di attività articolato in tre "pilastri": formazione, osservatorio, innovazione sociale a base culturale.

COME INTERVIENE LA CREATIVITÀ NEI PROCESSI ATTIVATI DA FONDAZIONE ESCLUSIVA?

Fondazione Esclusiva vuole essere un **hub formativo non "convenzionale"** capace di attivare connessioni **tra giovani creativi, designer, architetti, artisti, artigiani e il mondo delle imprese, dei professionisti** attraverso laboratori formativi.

Oggi fare impresa è un lavoro creativo. **Innovare significa ripensare i processi alimentando il pensiero collettivo.** Se si parla di esperienza, di bisogni reali e di innovazione allora misurarsi con questo approccio diventa quasi inevitabile. **Fare innovazione per le aziende è oggi l'unico modo di sopravvivere nel mercato globale.**

La nostra formazione, ad esempio, **propone percorsi "ultimo miglio", finalizzati ad aiutare il match tra giovani creativi e le imprese.** Le occasioni per far sì che i giovani possano iniziare una relazione/collaborazione con aziende già strutturate, rispondendo ad un'esigenza/urgenza specifica dell'impresa, esercitando la creatività come espressione di un genio collettivo che predilige l'intelligenza del gruppo rispetto al talento del singolo.

Fondazione Esclusiva vuole essere un luogo di contaminazioni, di progettualità comuni. Oggi è fondamentale lavorare sulle reti e riuscire a entrare in connessione con tutte le altre realtà territoriali che fanno il nostro stesso mestiere. **Il ruolo dei soggetti di Terzo settore è proprio quello di operare al meglio sui propri territori di appartenenza e, allo stesso tempo, di mettersi insieme e fare rete per intraprendere progetti di respiro nazionale o internazionale.**



LECTIVE
Silvia Fanti - Fondazione Villa Montesca (Italia/Italy)
Katerina Kostakou - Eurotraining (Grecia/Greece)
Maria Smyrniotaki - Swiss Approval (Grecia/Greece)
Moderate e facilita/Moderates and Facilitates
Federica Pesce - Melting Pro





INTERVIEWER
FEDERICA PESCE

EXPERIENCE

Socia fondatrice di Melting Pro, coordina e gestisce progetti europei per lo sviluppo e la valorizzazione delle competenze dei professionisti nel settore creativo culturale.

ESPERTI

Katerina Kostakou - *Eurotrainig (Grecia)*

Maria Smyrniotaki - *Swiss Approval (Grecia)*

Silvia Fanti - *Fondazione Villa Montesca (Italia)*

ART FOCUS: PAROLA AI PARTNER

di Federica Pesce

In questo terzo *chat-talk* entriamo nel vivo di *Arts. Skills for the creative economy*, progetto europeo da cui ha preso avvio questa iniziativa.

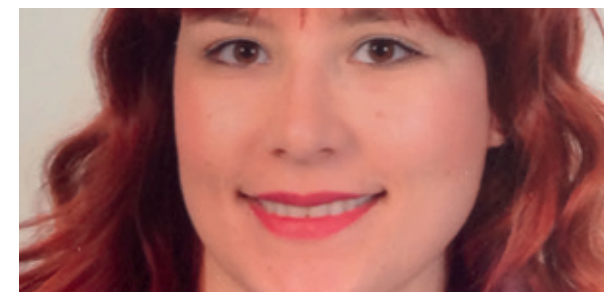
È interessante notare come il percorso serrato delle precedenti sessioni sul tema delle competenze per il settore culturale abbia toccato alcuni nodi fondamentali, cari al dibattito europeo. Il riferimento è all'importanza dell'acquisizione di competenze trasversali e manageriali per una maggiore competizione e occupabilità nel mercato del lavoro e alla necessità di avere una formazione più adeguata alle esigenze del mercato aggiornando la mappatura dei profili professionali in maniera più aderente alla realtà.

Di tutto questo si è occupato il progetto *Arts. Skills for the creative economy*, finanziato nel 2014 nell'ambito del programma Erasmus plus , Sector Skills Alliance.



ESPERTO

KATERINA KOSTAKU



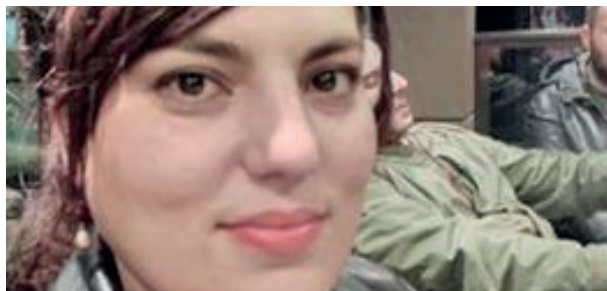
Project manager per la società EUROTraining e membro della Camera di Commercio greca, è esperta in pianificazione e gestione di progetti relativi all'occupabilità, la formazione professionale e l'istruzione.

QUALI SONO I PRINCIPALI OBIETTIVI DEL PROGETTO EUROPEO ARTS. SKILLS FOR THE CREATIVE ECONOMY? QUALI I PRINCIPALI RISULTATI OTTENUTI?

Con ArtS. Skills for the creative economy abbiamo voluto rispondere a una esigenza avvertita dal partenariato di identificare nei tre paesi coinvolti -Grecia, Italia e Spagna- le competenze necessarie e quelle che necessitavano di essere *potenziate* per rendere i lavoratori più competitivi nel mercato del lavoro nel settore creativo e culturale.

Siamo partiti con una **fase di ricerca** volta a mappare nei tre paesi le competenze culturali. Dai risultati di questa abbiamo sviluppato un **programma formativo** teso a fornire un mix di competenze necessarie per lo sviluppo dell'imprenditorialità creativa **in sei discipline specifiche** - artigianato, patrimonio culturale, arti letterarie, arti performative, arti visive e audiovisivi e multimedia - **e tre trasversali** - *management, comunicazione e networking, imprenditoria*.

Ogni partecipante ha avuto la possibilità di seguire una parte di corso in presenza, organizzata dai partner di progetto in Italia, Spagna e Grecia, **e una parte di corso su una piattaforma dedicata**, che vanta oggi più di mille iscritti.



ESPERTO

MARIA SMYRNIOTAKI

Chief Officier per Swiss Approval Technishe Bewertung (SATB) nell'isola di Creta (Grecia), gestisce progetti di formazione e ricerca e partecipa a *audit* per la qualità del sistema gestionale secondo gli standard ISO.

VALORIZZARE LE COMPETENZE ACQUISITE ATTRAVERSO OGNI FORMA O MOMENTO DI APPRENDIMENTO, ANCHE QUELLO CHE SI SVOLGE AL DI FUORI DEI LUOGHI TRADIZIONALMENTE DEPUTATI A QUESTO (SCUOLA E UNIVERSITÀ), RAPPRESENTA UN TEMA DI GRANDE RILIEVO. IN CHE MODO SWISS APPROVAL, ENTE CERTIFICATORE, HA PORTATO AVANTI IL DISCORSO SULLA VALIDAZIONE DELLE COMPETENZE?

Oggi giorno **la definizione di competenze specifiche per qualsiasi tipo di professione è diventato un fattore essenziale**. Le competenze, secondo la definizione della Commissione Europea, sono la comprovata abilità di usare la conoscenza, le capacità e le abilità sociali e/o metodologiche, in situazioni formative o lavorative e nello sviluppo professionale e personale.

È dunque vitale, per chi è in cerca di occupazione, validare le proprie competenze, specialmente nel settore creativo e culturale dove la questione della validazione è spesso più complicata.

Il progetto Arts ha mappato le competenze del settore creativo e culturale in Grecia, Italia e Spagna con l'obiettivo di validarle al termine del corso formativo.

È stato scelto lo standard ISO che considera le competenze come risultanti di conoscenza e capacità (Knowledge and Skills) **e in particolare la misura internazionale ISO 17024** che ha permesso di convalidare le competenze in tutti i Paesi coinvolti e che ha favorito diverse procedure come la creazione di un *curriculum* e la costituzione di comitati per la validazione delle competenze.

ESPERTO

SILVIA FANTI



Project manager per la Fondazione Villa Montesca, lavora da anni nell'area formazione, ricerca e progetti europei. Gestisce progetti europei di ricerca e collabora nella pianificazione ed erogazione di percorsi formativi.

QUALE È LA FOTOGRAFIA RESTITUITA DALLA RICERCA CONDOTTA NELL'AMBITO DEL PROGETTO? QUALI LE LINEE COMUNI E QUALI LE DIFFERENZE TRA GRECIA, ITALIA E SPAGNA - I TRE PAESI COINVOLTI DIRETTAMENTE NEL PROGETTO?

Abbiamo riscontrato che i tre paesi hanno forti somiglianze per quanto riguarda le risorse **umane, culturali e artistiche**, anche se naturalmente presentano alcune differenze soprattutto in termini di distribuzione dell'occupazione nei diversi settori creativi.

La frammentazione del mercato è una delle caratteristiche comuni alle industrie creative. Esistono cioè tanti piccoli mercati limitati e chiusi in se stessi per via delle differenze linguistiche e culturali. Questo comporta una difficoltà per gli artisti e per gli operatori culturali di approdare e affermarsi in nuovi Paesi.

La maggior parte delle **aziende sono piccole** impiegano meno di 10 persone e la **maggior parte dei lavoratori sono professionisti autonomi** altamente qualificati. Inoltre, molte persone all'interno delle industrie creative lavorano a tempo parziale e/o hanno **contratti temporanei**.

I prodotti culturali e creativi sono spesso di breve durata con un rapporto ad **alto rischio di insuccesso**. Il mercato dei prodotti culturali è volatile, dipende dalla moda e dalle tendenze ed è caratterizzato dall'incertezza della domanda. Alcuni settori sono fortemente colpiti, come cinema e musica per esempio.

Inoltre, **i fattori di successo sono più concreti nell'area urbana**, che porta a concentrare le aziende, e di conseguenza gli operatori, **nelle città più grandi**. La localizzazione delle industrie creative nelle aree urbane dovrebbe essere bilanciata da misure di sostegno a favore delle aziende che decidono di rimanere situate in aree emarginate, attraverso adeguate **politiche di internazionalizzazione** e la creazione di **sinergie tra differenti settori** - industria, istruzione, turismo, innovazione, sviluppo urbano e regionale, economia e pianificazione territoriale.





COMPETENZE IN GIOCO: PAROLA AI GIOVANI CREATIVI

di Federica Pesce

L'ultimo *chat-talk* chiama direttamente in causa gli artisti e i creativi, dando loro la possibilità di mettere *in vetrina* le proprie produzioni e attività artistiche attraverso un *elevator pitch*, uno degli strumenti più popolari e chiacchierati del mondo delle *startup*, funzionale a presentare la propria idea o progetto in modo efficace e accattivante nel tempo di una corsa in ascensore.

La scelta di utilizzare questo strumento risiede nella volontà di sollecitare una comunicazione efficace di se stessi e del proprio lavoro ma anche e soprattutto nell'idea, emersa in maniera chiara in questo *chat-paper*, di una convergenza sempre più necessaria tra arte, creatività e imprenditorialità.

Gli artisti e i creativi che presentiamo qui a seguire offrono una panoramica a 360 gradi delle esperienze professionali legate al settore, dai partecipanti al corso del progetto *Arts. Skills for the creative economy*, agli studenti del corso di laurea del *DAMS* della *Università degli studi Link Campus University di Roma*, agli studenti della Masterclass *Wine Design* della Fondazione Esclusiva e ai professionisti della Esclusiva Design, impresa che accoglie creativi inserendoli in un contesto professionale vivace, stimolante e aperto alla collettività e multidisciplinarietà.

ALESSIO BARILARI



Laureato con una tesi in progettazione architettonica alla Sapienza di Roma e con un Master in “Rappresentazione e comunicazione digitale per l’architettura” all’Università di Ascoli Piceno, collabora dal 2010 con Exclusiva Design, specializzata in progettazione e realizzazione di opere nel settore del Luxury Design. È Team Leader in progetti di diverse dimensioni, tra cui una villa in Sardegna che ha ottenuto il Primo Premio all’*International Design and Architecture Awards 2015 - Residential £10 Million Plus*.

Fino al 2010, con lo studio Barilari Architetti di cui è stato fondatore, ha progettato e realizzato opere di tipologie differenti: da progetti di design ad interventi di piccola scala, interior design e retail, architetture abitative, progetti di scala urbana e territoriale.

www.exclusivadesign.com

MECENATE-WITH ART FOR ART



Matteo Capozucca, producer e fondatore; Michele Saulle, filmmaker e responsabile tecnico; Luca Siragusa, performer e supervisore economico.

Sono loro i tre fondatori di “Mecenates-With Art For Art”, una nuova idea di piattaforma per lo sviluppo del settore artistico e di implementazione delle relazioni lavorative. Mecenate è creato dai giovani per i giovani. Vi aspettiamo presto sui social con i nuovi progetti.

GIUSEPPE D’EMILIO



Architetto, designer e illustratore cofondatore e membro dello studio di architettura, design e arte dMake. Ha collaborato con LARA Studio, +39.06 Architetti, Volumezero e a Dubai con lo studio Gianni Ranaulo Design, membro fino al 2015 del gruppo di ricerca e sperimentazione nITro Saggio. Ha esposto le proprie opere d’arte in diverse mostre collettive e personali. Molti dei suoi progetti architettonici e di design sono stati pubblicati su riviste di settore, ricevuto premi e menzioni. Cura i propri baffi in maniera maniacale e ha una passione esagerata per le scarpe.

www.dmake.it

ANASTASIA GEORGA



Vive e lavora come fotografa in Grecia. È specializzata in fotografia outdoor e realizza servizi fotografici per gruppi di trekking e arrampicata. La maggior parte dei suoi progetti si svolge ad Atene e nei dintorni della città. “Mi piace regolare la fotocamera in base alla luce naturale, in questo modo mi sento come se tutte le parti siano collegate: il tema del servizio, la fotocamera e me stessa come fotografa. In questo modo la fotografia diventa più pratica, tutte le parti di me sono presenti, non solo i miei occhi, ma tutto il mio corpo partecipa fino a sentire il clic! In un mondo in cui quasi tutti fotografano è importante iniziare a fare di nuovo servizi fotografici”.

anastgeorga@yahoo.gr

LIVIO SAVINI



Esperto di progettazione e realizzazione scenografica, grafica artistica, pittura, videomaking, motion graphics, modellazione. Ha collaborato con maestranze teatrali come Antonello Madao Diaz e Michiko Taguchi, Rinaldo Rinaldi, Emilia Romagna Teatro, con Pizzi per una mostra al Petit Palais du Paris (2015) e Nima Benati per un allestimento fotografico. Ha firmato le scene di Falstaff di Giuseppe Verdi (2013). Ha contribuito alla realizzazione dei festival estivi di Preggio e Corciano (2012), del padiglione del vino Vinitaly (Expo 2015), dell'evento di Pitti Uomo Immagine (2016). Ha curato gli effetti e le grafiche per il programma Voyager (2017) su RAI 2.

liviosavini.it

SUSANNA SUCCHIARELLI



Susanna Succhiarelli è una designer nata a Roma, dove vive e lavora. Laureata in Disegno Industriale alla Facoltà di Architettura "Ludovico Quaroni" di Roma, la sua carriera professionale è iniziata con uno stage pre-laurea in azienda. Da subito si è inserita all'interno dei dipartimenti R&D e ha potuto approfondire le tecnologie di produzione ma anche la comunicazione di prodotto. Successivamente ha collaborato con agenzie di comunicazione, facendo sempre in modo di seguire il progetto dalla fase ideativa fino a quella di produzione. Ed è proprio questa la sua caratteristica principale: voler sempre conoscere e seguire l'esito di un "imput creativo". Attualmente collabora con Exclusiva Design dove continua a svolgere questo lavoro che in una parola definisce "straordinario".

www.exclusivadesign.com



ARTS. SKILLS FOR THE CREATIVE ECONOMY



I PROMOTORI



Melting Pro supporta enti nell'elaborazione di strategie, modelli, progetti e politiche finalizzate a produrre lo sviluppo di territori, comunità e persone.

Facilita alleanze, costruzione di reti e collaborazioni tra enti che operano in diversi settori scientifico-disciplinari nella convinzione che la diversità sia ricchezza e che le idee migliori siano frutto di cooperazione e contaminazione.

Sviluppa strategie per la valorizzazione dei patrimoni culturali e attiviamo processi di rigenerazione urbana.

Opera per sviluppare l'empowerment di individui, organizzazioni e comunità.

AMBITI DI INTERVENTO

Realizza ricerche e iniziative in collaborazione con organizzazioni e partner nazionali e internazionali nei seguenti ambiti:

- rigenerazione urbana
- audience development
- empowerment e formazione
- storytelling

FONDAZIONE
EXCLUSIVA

Formare alla Creatività, Educare alla Bellezza

Fondazione Exclusiva (FEX) è nata nel 2015 a Roma da Exclusiva Design, società leader nella progettazione architettonica e d'interni, per promuovere la creatività dell'eccellenza italiana attraverso un programma di attività articolato in tre "pilastri": formazione, ricerca, innovazione sociale.

È impegnata nel valorizzare il talento dei giovani per formare una nuova generazione di ambasciatori della creatività italiana che siano in grado di coniugare in modo innovativo, consapevole e sinergico, la cultura con il fare impresa, la produzione creativa con l'impatto sociale.

La sua mission è educare alla bellezza e formare alla creatività sviluppando nuovi modelli educativi e formativi che trasformino l'apprendimento tradizionale, fondato sull'accumulo di informazioni, in un'economia della conoscenza basata sull'alleanza fra design, scienza, discipline umanistiche, arti e tecnologia, nella prospettiva di una società fondata su un rinnovato umanesimo.

La fondazione promuove l'idea di un 'genio collettivo' alimentato dalla contaminazione di competenze trasversali e multidisciplinari.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

CREDITS

Concept & Layout: Franco Mancinelli - YBrand, Pescara
Photo: Miriam Alè
Cover Photo: Rita Restifo



VIA MESSINA, 15
00198 - ROMA - ITALY

www.meltingpro.org
info@meltingpro.org



FONDAZIONE EXCLUSIVA

Formare alla Creatività, Educare alla Bellezza

VIA GIOVANNI DA CASTEL BOLOGNESE, 81
00153 - ROMA - ITALY

T +39 06 94443981 - F +39 06 96046959

www.fondazioneexclusiva.org
info@fondazioneexclusiva.org

