

Romagna Creative District: la creatività sostiene l'economia.

Richard Florida, il sociologo di Toronto inventore della fortunatissima definizione di Creative Class, ha individuato come indicatore di prosperità creativa la percentuale di scrittori, fotografi, pittori, designer, stampatori, ballerini, musicisti sul totale della popolazione: dove ci sono vivacità culturale, inventiva, mobilità sociale, ribollire di idee e intensità di relazioni, c'è anche sviluppo economico. Secondo l'Istituto regionale dei Beni Culturali (<http://www.ibc.regione.emilia-romagna.it/>), nella parte romagnola della Regione si annoverano 367 contenitori culturali; 10.575 oggetti d'arte; 100 opere d'arte contemporanea; 2.575 reperti archeologici; 45 percorsi di formazione (tutte le facoltà e gli istituti superiori relativi alla formazione artistica) e più di 100 eventi di rilievo a carattere annuale. La percentuale di Classe Creativa nelle città di Rimini, Forlì Cesena, Ravenna è del 20% circa sulla popolazione (dati Istat 2001) e Bologna è la prima in Italia come indice di innovazione davanti a Milano di ben 4 punti percentuale (Brevetti 2001-2003 per 10.000 abitanti).

Il Romagna Creative District, in questo contesto, vuole mettere in rete le micro e piccole imprese creative, Istituzioni Pubbliche e private, per promuovere il territorio e la sua dotazione culturale ed artistica, ma non solo. Vuole essere un attivatore sociale, culturale, politico ed economico, agendo attraverso l'innovazione e la creatività sul sistema imprenditoriale e, soprattutto, sui giovani.

Questo percorso è partito da un'esigenza comune a tanti creativi che hanno scelto di riconoscersi in un'azione coordinata e condivisa che consente di aumentare in modo esponenziale la riconoscibilità del territorio romagnolo e della sua rete creativa, culturale ed economica, così come del suo patrimonio di artisti, designer, creativi e innovatori, nonché di Università e Istituzioni.

Un primo momento di riflessione si è svolto nel maggio del 2009, in occasione dell'anno europeo della creatività e all'interno dello SME week, un secondo a gennaio a Ravenna e un terzo, di 3 giorni, si svolgerà a Gambettola l'1-2-3 ottobre 2010. In questa occasione verrà presentato il contest Ortofabbrica, il primo contest ecosostenibile e il portale che diverrà lo strumento di comunicazione della rete creativa romagnola.

Gli obiettivi del programma di lavoro del Romagna Creative District, che intende mettere la creatività al centro dello sviluppo di un territorio, sono:

a) comprendere il contributo delle professioni del terziario avanzato e dei creativi allo sviluppo di un territorio;

[www.romagnacreativedistrict.com](http://www.romagnacreativedistrict.com)

Per informazioni:  
[rita.ricci@matitegiovanotte.it](mailto:rita.ricci@matitegiovanotte.it)  
[barbara.casadei@cnafc.it](mailto:barbara.casadei@cnafc.it)



Forlì-Cesena  
Ravenna

b) comprendere il rapporto tra fattori di identità e storia di un luogo e fattori di innovazione nello sviluppo di una città e di un territorio;

c) individuare azioni di innovazione che possono essere sviluppate da reti di imprese creative.

E' un programma di lavoro che abbraccia la creatività individuale nei suoi risvolti collettivi (sia di comunità che di *beni collettivi locali*), che cerca di saldare visioni di cambiamento e trasformazione possibili sul fronte dell'innovazione anche tecnologica, con le tradizioni, la storia, la cultura e il capitale sociale e civico di un territorio.

Pensare ad un progetto sulla creatività come ponte tra professionalità individuali e *beni collettivi* implica pensare a valorizzare le risorse di un territorio attraverso l'inestimabile valore aggiunto che può essere fornito dalla conoscenza, dall'innovazione e dalla ricerca di soluzioni originali. E' quindi un percorso che fa ampio affidamento sulle *capacità creative* di chi partecipa e contribuisce alla rete e allo stesso tempo tende a pensare in modo creativo a progetti di sviluppo che offrono prospettive innovative per la valorizzazione di arte cultura e identità locali.

All'interno delle dinamiche che l'economia della conoscenza innesca a livello di sviluppo economico, trova quindi sempre più spazio la dimensione collegata alla cosiddetta **economia della creatività**. Da questo punto di vista l'attenzione è rivolta ai meccanismi di sviluppo economico che partono dalla dotazione di capitale umano, intellettuale e creativo: ovvero, quel tipo di capitale, insito nelle persone, nel loro percorso di istruzione e apprendimento e nelle relazioni di cui sono portatrici, capitale che siamo però abituati a dare per scontato negli scenari di sviluppo, poiché "nascosto" all'interno di dati e percezioni sui tassi di imprenditorialità, le reti sociali, il capitale di fiducia, ecc. Tale capitale, invece, a ben guardare (e misurare) sembra caratterizzare l'attuale fase di evoluzione delle economie in Europa e nel mondo, in un momento di grande attenzione al tema della conoscenza (*knowledge-based economy*, *knowledge-intensive economies*, ecc.) e alle sue applicazioni sia in ambito industriale che culturale-ricreativo.

Per maggiori informazioni:

[www.romagnacreativedistrict.com](http://www.romagnacreativedistrict.com)

Barbara Casadei <[barbara.casadei@cnafc.it](mailto:barbara.casadei@cnafc.it)>

Rita Ricci <[rita.ricci@matitegiovanotte.it](mailto:rita.ricci@matitegiovanotte.it)>

[www.romagnacreativedistrict.com](http://www.romagnacreativedistrict.com)

Per informazioni:

[rita.ricci@matitegiovanotte.it](mailto:rita.ricci@matitegiovanotte.it)

[barbara.casadei@cnafc.it](mailto:barbara.casadei@cnafc.it)