



www.fuoribiennale.org



# il giornale

# INNOVeTION VALLEY

5

in collaborazione con:

REGIONE del VENETO

RCS Pubblicità

Il futuro del territorio sarà un mix tra intelligenza tecnica e intelligenza fluida

## I nuovi servizi: l'evoluzione del Terzo Veneto

La crescita si concentrerà in tre campi di attività: neo-servizi, neo-industria e servizi connettivi

Il terziario in passato era definito come un settore residuale, in base al **critero della non-meccanizzazione** di attività ancorate a **prestazioni non stoccabili e non trasferibili**.



di Enzo Rullani\*

Insomma una specie di calderone del lavoro non-moderno e, fino a poco tempo fa, non modernizzabile. Oggi non è più così. L'immatere delle ICT e dei significati rilanciati dai mass media ha consentito di meccanizzare e moltiplicare il valore delle idee e dei servizi. Cosicché la parola stessa (terziario) non coglie più l'essenza del problema che oggi è il **mix tra intelligenza tecnica (replicativa) e intelligenza fluida (flessibile, creativa)**. Campi nuovi di applicazione dell'intelligenza tecnica offrono possibilità di espansione, meccanizzazione e replicazione a servizi che in precedenza non erano esclusi: chiamiamo questo continente neo-servizi, che possono fare passi da giganti con le ICT che consentono di "servire" clienti lontani, interessati a nicchie di passione o di desiderio particolari, o, semplicemente, molto più numerosi di una volta. D'altra parte, sta nascendo anche una neo-industria, che usa l'intelligenza fluida - non più soltanto le macchine - per valorizzare la flessibilità,

il senso creativo, la personalizzazione, l'attenzione ai dettagli, la ricerca della qualità della vita. Anche produttori che una volta erano interessati ai volumi e basta oggi cominciano ad avere un modello di business più complesso. Una parte della manifattura sta infatti diventando neo-industria, specializzandosi in funzioni che, nella filiera, usano l'intelligenza degli uomini per produrre e vendere non solo prodotti (materiali), ma anche idee e significati immateriali, che spesso catturano la parte essenziale del valore. Tra neo-servizi e neo-industria non c'è quella differenza radicale che una volta esisteva, anche nella cultura imprenditoriale e nelle cifre della produttività, tra servizi (tradizionali) e industria (standard). Dunque, anche parlando di produttività, bisogna mettere meglio a punto i confini tra industria e terziario: qualcuno si scandalizza se diciamo che la Geox è un'azienda terziaria (o meglio neo-industriale), non manifatturiera? Oggi, **dovremmo almeno tri-partire il campo dei possibili modelli di business**. Accanto al terziario tradizionale e all'industria di

Una parte della manifattura sta diventando neo-industria

altrettanto grandi nell'impiegare intelligenza fluida che dia maggiore valore a prestazioni che un tempo erano banalizzate.

Chi produceva solo commodities, oggi può fare molto di più. Ma anche nel campo dei servizi, una volta esclusi dal circuito moltiplicativo della modernità, oggi **le leve per moltiplicare il valore dell'intelligenza fluida** ci sono. Anche in questo campo, **Internet e globalizzazione**, ossia le economie di rete che stanno cambiando il mondo. Dunque non tutto è inadeguato

massa, che rimarranno a presidiare qualche funzione produttiva, la crescita si concentra in tre campi di attività di tipo nuovo e ad alta produttività: neo-servizi, neo-industria e servizi connettivi, ossia servizi che, costruendo ed espandendo le reti, consentono ai neo-servizi e alla neo-industria di svilupparsi. È questo terzo campo che ci interessa. Accanto al vecchio che continua a fare il suo mestiere di sempre - con prospettive tendenti al peggio - ci sono potenziali di business veramente grandi nell'applicare intelligenza tecnica (replicativa) a servizi che un tempo erano esclusi dalle economie di scala, grazie appunto a Internet e alla globalizzazione. E ci sono potenziali di business



### Cos'è

[in.ɔv'e.jon 'væli] neologismo, in italiano "valle dell'innovazione". Viene chiamata "INNOVeTION" per la fortissima concentrazione di industrie della creatività e dell'innovazione che la caratterizzano: una rete di 450 mila imprese tra il mondo del fashion, del design, della tecnologia, e "VALLEY" per la sua estensione. Sostanzialmente è la vasta regione che coincide con il Nord-Est d'Italia. Un territorio che non ha una città principale, perché la densità di protagonisti e di centri importanti che gravitano attorno alle sue province - come Venezia o Trieste, Treviso o Vicenza - è tale da non consentire soluzioni di continuità. Un'unica, vasta area metropolitana con circa 6.000.000 di abitanti. I suoi protagonisti sono gli innovators.

### Chi

INNOVeTION VALLEY è un progetto ideato da Cristiano Segnanfredo e prodotto da Fuoribiennale. Il progetto si avvale di un comitato scientifico e progettuale composto da: **Flavio Albanese** (direttore di Domus e presidente di ASA Studio Albanese), **Marco Bettio** (ricercatore, Università di Padova e Venice International University), **Massimiliano Bucchi** (sociologo, Università di Trento, e coordinatore del comitato scientifico di Observa Science in Society), **Luca De Biase** (giornalista e scrittore, responsabile di Nova24/Il Sole 24 Ore), **Maria Luisa Frisa** (direttore del Corso di Laurea in Design della moda, Università IUAV di Venezia), **Stefano Miccilli** (economista, Università Ca' Foscari di Venezia, e direttore di Venice International University), **Pier Luigi Sacco** (economista della cultura, Università IUAV di Venezia) e direttore scientifico di Goodwill), **Cristiano Segnanfredo** (direttore di Fuoribiennale).

### Il logo

Il logo è composto da sette esagoni, le sette categorie che compongono l'INNOVeTION VALLEY: moda, arte, design, architettura, attività performative, tecnologia e ricerca.

Per informazioni: [info@innovetionvalley.com](mailto:info@innovetionvalley.com) [www.innovetionvalley.com](http://www.innovetionvalley.com)

o e senza speranza. Diamoci da fare, anche in Italia. Basta con la coscienza infelice di un capitalismo che lascia andare le cose, e poi si piange addosso perché sembra che gli manchi tutto (dalla tecnologia alle grandi dimensioni di impresa). Nelle statistiche della nostra scarsa produttività leggiamo le difficoltà che incontriamo nel dare valore alle idee prodotte dal nostro lavoro, ossia dalla nostra intelligenza tecnica e dalla nostra intelligenza fluida. Che ci sono, in potenza, ma potrebbero essere usate meglio. Perché una cosa deve essere chiara: in un mondo

complesso e fluttuante, come il nostro, il futuro non si prevede. Si fa. Credendo nelle proprie idee, facendo gli investimenti relativi e prendendosi i rischi che servono.

\*Presidente Tedis Center della Venice International University

### Calendario

#### ADUNATA DEL CONTEMPORANEO

La più alta densità di creativi in un'unica notte. Il 6 settembre 2008 a Bassano del Grappa (VI).

#### INNOVeTION MACAZINE

La rivista/manifesto dell'INNOVeTION VALLEY. Da ottobre 2008 in distribuzione con il Corriere della Sera/Corriere del Veneto.

#### CREATIVE REVOLUTION'

Dieci incontri sulla contemporaneità in dieci luoghi del Nord-Est ad alta specificità.

#### INNOVeTION VALLEY TOUR

New York, ottobre 2008. Bedlino, novembre 2008. Torino, dicembre 2008.

#### INNOVeTION VALLEY DESIGNSHOW

La visionaria mostra sul design veneto alla Fornace di Asolo. Primavera 2009. La Fornace dell'Innovazione di Asolo (TV).



# NET CENTER PADOVA:

## SPAZIO A UNA NUOVA IDEA DI CITTÀ

40.000 metri quadri di purezza architettonica distribuiti su una grande piazza rialzata pedonale, circondata da palazzi in vetro e acciaio e da una spettacolare Torre Rossa, per uno spazio direzionale e commerciale in grado di ampliare la città in maniera armonica, prestigiosa e innovativa.

ULTIMI SPAZI DISPONIBILI 049 73 96 300

Ufficio Vendite Via San Marco 11/c - 35129 Padova | [www.netcenterpadova.it](http://www.netcenterpadova.it)

NET CENTER

- moda
- arte
- design
- architettura
- attività performative
- tecnologia
- ricerca

"Il Giornale dell'INNOVeTION VALLEY" è un appuntamento quindicinale alla scoperta del Nord-Est, la regione con il più alto tasso di creatività e d'innovazione al mondo: uno spazio per le parole, le persone, le idee, le aziende, i numeri, gli appuntamenti più significativi di un territorio che per il suo

fermento diffuso assomiglia a un'unica vasta area metropolitana. È uno strumento di definizione e di programmazione strategica che agisce a livello culturale, economico, sociale, politico. Il progetto editoriale è sviluppato in collaborazione con il Corriere della Sera/Corriere del Veneto e RCS.

### ● VITECGROUP INNOVAZIONE E PASSIONE



1.000 dipendenti di diverse nazionalità, dislocati in 10 Paesi del mondo, 90% delle vendite all'estero. Questa è Vitecgroup Italia, divisione della multinazionale Vitecgroup, quotata a Londra e leader mondiale nei prodotti per fotografia, ripresa video, cinema ed intrattenimento, a cui appartiene anche il brand Manfrotto, vanto indiscusso della tradizione industriale veneta. Nel quartier

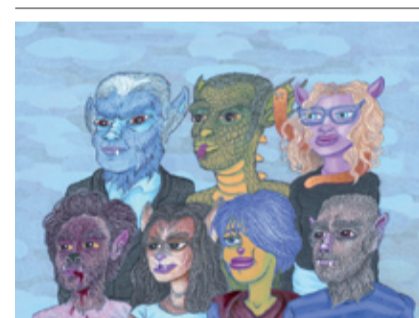
generale di Bassano del Grappa, si respira business e cultura internazionale: innovazione e design di prodotto affondano le radici nell'eccellente manualità della manodopera italiana e attingono slancio creativo dal contesto di lavoro dinamico e informale. Per stimolare il confronto e potenziare la competitività il management giovane proviene da settori diversi. La passione del team si riflette nell'impegno a favore dell'ambiente e della comunità, sul fronte locale e internazionale. [www.vitecgroup.it](http://www.vitecgroup.it)

### ● VALCUCINE L'APPEAL DEL DESIGN ECOLOGICO



Il must di Valcucine è la ricerca di soluzioni innovative, che coniugano fantasia, cura del particolare, passione per i materiali naturali, recupero delle lavorazioni artigianali e rispetto per l'ambiente. Nel 1980 quattro soci danno vita a Valcucine e il core business della società ben presto si orienta verso una produzione rivolta ad un target medio-alto: una scelta strategica di nicchia, in un'area altamente concorrenziale come il distretto del mobile/arredamento del Livenza. A partire dagli anni '90 ottiene l' apprezzamento di un pubblico sempre più vasto, come conferma il fatturato in continua crescita, e oggi può vantare la leadership nel proprio segmento di mercato. Oltre a Valcucine, la cucina Alessi, Hability e Demode sono i marchi commercializzati da un'azienda sinonimo di innovazione e di stile che ha ricevuto a giugno 2008 la segnalazione Compasso d'Oro per "Riciclantica", a basso impatto ambientale. [www.valcucine.it](http://www.valcucine.it)

### ● STUDIO CAMUFFO DESIGN CONSULTING



Graphic design avanzato. Iniziative culturali originali. Studio Camuffo, a Venezia, si muove nel contemporaneo e lo dimostra anche il suo prossimo progetto, Frankenstein, che non ha ancora una fisionomia definita, un unico aspetto o direzione. Dopo il grande successo di Sugo, questa creatura sarà una nuova rivista di pensiero visuale, dal nome emblematico: un mix di contenuti sperimentali e d'avanguardia, appunti di teoria grafica, insomma un "ibrido" tra mondi a prima vista inconciliabili. Frankenstein testimonierà questo eclettismo, attraverso un "taglia e cuci" apparentemente sconnesso e disarmonico; il nome stesso è una scelta ironica che delinea il carattere ambizioso di questa sfida. La rivista dovrà colpire, straniare e disorientare il pubblico, facendolo entrare in un mondo immaginifico, senza un filo conduttore esplicito e con cambi a volte bruschi di tono, contenuto e forma, atti a stimolare, stupire e coinvolgere. [www.studiocamuffo.com](http://www.studiocamuffo.com)

### ● MAGIS IL DESIGN DI TENDENZA



Carpe diem. Cogliere l'attimo per indirizzare la creatività verso oggetti che fanno tendenza. Nata nel 1976 nel produttivo Nord-Est dall'ingegno di Eugenio Perazza, Magis si presenta oggi come un laboratorio internazionale di progettazione e sviluppo tecnologico. Designer di fama internazionale come Jasper Morrison, Stefano Giovannoni, Konstantin Grcic, i fratelli Bouroullec e Naoto Fukasawa hanno reinterpretato oggetti quotidiani e inventato creazioni uniche e sofisticate, generando stili cool e all'avanguardia. Magis ha ricevuto a giugno 2008 il Compasso d'Oro ADI per Trioli (sedia per bambini a tre usi che fa parte della collezione "Me Too"), la segnalazione internazionale di Compasso d'Oro ADI per "Chair First" di Stefano Giovannoni e per "Striped Collection" dei fratelli Bouroullec. [www.magisdesign.com](http://www.magisdesign.com)

### ● NICE LEADER DELL'HOMME AUTOMATION



Una case history italiana di successo. Nice spa si distingue a livello internazionale per la progettazione, produzione e commercializzazione dei sistemi di automazione per cancelli, porte da garage, barriere stradali, tende e tapparelle per edifici residenziali, commerciali e industriali, nuovi e preesistenti. Fondata su una rete di concessionari e distributori, l'azienda ha aperto numerose filiali in tutto il mondo e nel 2007 ha vinto il premio "Campioni della crescita" conferito da Confindustria di Treviso e il "Premio Mediobanca alle imprese dinamiche" che segnala le medie imprese italiane con elevati tassi di crescita. L'anno scorso a Oderzo, nella provincia trevigiana, ha inaugurato la nuova sede, una struttura più ampia e funzionale che risponde alle esigenze di un'azienda in continua espansione, rispecchiando la caratura internazionale e la personalità dei prodotti. [www.niceforyou.com](http://www.niceforyou.com)

### ● PANIC JAZZ CLUB A RITMO DI SWING



Internazionalità, qualità e sperimentazione, condite con un pizzico di fantasia e intraprendenza fanno del Panic di Marostica un punto di riferimento per assaporare tutte le sfumature del jazz. Stefano D'Anna, il jazz-klezmer di Omer Avital, Mina Agossi, Steve Turrè e le sue "conchiglie sonore", la splendida classicità di Marvinn Stamm, il clarinetto caledoscopico di Gabriele Mirabassi, Seamus Blake, Reggie Johnson e Stefano Bollani sono stati alcuni dei protagonisti delle stagioni musicali passate. Oltre alle serate in calendario da ottobre a maggio e il jazz d'estate nella Piazza degli Scacchi (dal 1999 al 2007), il Panic quest'anno propone il "Kurkuma summer jazz" (quattro serate dal 4 al 7 luglio con Michele Polga, Claudio Roditi, Patrizia Laquidara, i Madrugha e Kurt Rosenwinkel) nel food club "gemello", tra le colline di Vallonara, appena più a nord di Marostica. [www.panicjazzclub.com](http://www.panicjazzclub.com)

### ● FONDAMENTA NUOVE VERA SPERIMENTAZIONE



Tenendo fede alla sua vocazione di "luogo" della contemporaneità a Venezia, il Teatro Fondamenta Nuove è diventato negli anni un punto di riferimento imprescindibile per le esperienze più stimolanti nell'ambito della musica, del teatro e della danza di oggi. Dai Matmos ai Mouse on Mars, da Fanny & Alexander a Teatroino Clandestino, da Virgilio Sieni

a Nicole Seiler, rassegne ormai popolari come Risonanze, Dissezioni, Danzedautunno, ma anche i tanti eventi ospitati in esclusiva, offrono al pubblico un'insostituibile pluralità di visioni sulle possibilità delle arti sceniche contemporanee. Un'intensa attività di produzione e l'innovativo progetto di "residenze" permettono ad artisti di livello internazionale di lavorare a nuove creazioni nello spazio del teatro, interagendo con le realtà locali attraverso laboratori, prove aperte e messe in scena di spettacoli nella loro fase di studio. [www.teatrofondamentanuove.it](http://www.teatrofondamentanuove.it)

### ● GRIFONI TOTAL LOOK DAL DNA ITALIANO



La ricetta è vincente: creare una collezione dal carattere deciso, un guardaroba eclettico, sofisticato e metropolitano con tessuti esclusivi e dalle finiture impeccabili. Mauro Grifoni fonda il marchio nel 1992 a Caldogeno, in provincia di Vicenza e si affiancano da subito i soci Ilaria Sesso e

Andrea Breda e nel 1997 nasce la collezione donna, cui si aggiunge nel 2001 la linea jeans e nel 2002 le collezioni di accessori. Il brand intanto, attraverso tutte le sue evoluzioni e ramificazioni, mantiene intatta e fortifica la propria sigla fatta di scabra raffinatezza e fattura eccellente, i pezzi sono iconici quanto imprevedibili, sempre rigorosi nel design, ma deconstratti nello spirito, malleabili e facilmente interpretabili. Dall'abito alla felpa un intero spettro di possibilità fashion è posto sotto il segno di un'estetica precisa e coerente. Mauro Grifoni è al momento presente in Italia, Giappone, Germania, Spagna, Francia, Austria, Russia, Olanda e Belgio con futuri piani di espansione verso Inghilterra e Stati Uniti. [www.maurogrifoni.com](http://www.maurogrifoni.com)

### ● MARSILIO LA METROPOLI NORD-EST



"[...] il paesaggio veneto era un paesaggio "rotto": città e campagna, pianura e collina, valli e montagne, terra ed acqua. Ed il campanile. Una buona logica recupera, reintegra, queste rotture. Ed alzerà i nuovi campanili del fare e dell'abitare: le torri. [...] in alto si rivedranno il sole e le stelle, e i monti e le campagne. Giù sotto ci saranno uffici e nuove fabbriche. Come una volta, dove la casa era anche bottega, officina, stalla, magazzino. Quelle torri staranno poi come son sempre stati i campanili: a volte isolati, a volte in compagnia, in un gioco di torri e di cupole e di vie e di piazze. E saranno poli polivalenti, che salzano e si staccano, che marcano la differenza tra pieno e vuoto, tra abitato e dis-abitato. In un gioco di vicino e distante che dovrà essere attentamente giocato: né troppo vicino, né troppo distante, ma quel "giusto" che ci dà una polivalenza sempre disponibile. Disponibile per vivere, per divertirsi, per stare assieme, per stare soli [...]" Tratto da *Manifesto per la metropoli Nord-est* di Gigi Copiello, Con segni e disegni di Aldo Cibic, Marsilio, Venezia, pagg. 96, 2ª ed., €5,00. [www.marsilioeditori.it](http://www.marsilioeditori.it) continua nel prossimo numero