a cura di fuori biennale www.fuoribiennale.org

il giornale

INNOVeTION VALLEY

4

in collaborazione con: REGIONE DEL VENETO · RCS Pubblicità

Si apre una nuova era del manifatturiero con grandi possibilità ancora inespresse

Il territorio è la nuova «grande fabbrica»

Il tempo è il nuovo lusso, la tecnologia è il nuovo design, l'artigianalità la nuova industria

di Giovanni Bonotto*

È finita... ormai tutti lo sanno: l'industria manifatturiera ha perso la sfida schiacciata dal costo\minuto. Dice Tony Blair: "il futuro è di Cina e India e il centro del mondo si sta spostando a Est con un cambiamento così radicale che Europa e America non possono ancora capire quali saranno le ripercussioni". Stiamo entrando in una nuova epoca in termini di potere.

Che fare?

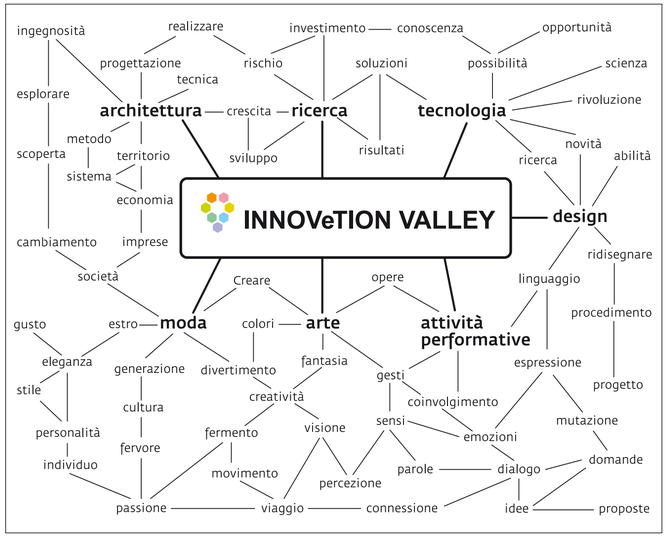
Parole come ricerca, creatività o crisi sono abusate e anacronistiche. Credo che sia necessario inforcare un paio di occhiali nuovi per rileggere il mondo e i processi. *Il problema è* che oggi non ci sono più orecchie disponibili a ascoltare: **siamo saturi**. Gli ultimi 20 anni ci hanno regalato rumore e saturazione, perché il design si è concentrato sul decoro delle superfici disegnando la "buccia delle cose", perdendo il sacro rapporto forma-funzione e le mode sono diventate solo "glam" temporanei. Gli industriali hanno creduto soprattutto in macchinari con performance ad alta velocità produttiva per comprimere i costi (perdendo sempre di più le qualità artistiche/artigianali espresse dall'infinità dei dettagli della *manif*attura) e quindi il **prodotto**, senz'anima, è **scaduto** sino a diventare solo **comunicazione**. Meglio essere tutti veline e tronisti... ed ecco la scomparsa dei maestri artigiani e delle loro antiche tecniche "a regola d'arte". Tutto il nostro patrimonio di know-how ultra centenario svuotato di senso e buttato via, o quasi.

Cosa fare?

Crediamo che l'industria manifatturiera debba ripensare i propri prodotti non più imbonendoci di "nuove novità" (nessuno ha più voglia di ascoltarle), ma ritraducendo nella contemporaneità tutta la **storia** e la **memoria** che il nostro territorio ha prodotto per mezzo dell'atavica saggezza del "fare a regola d'arte". Quindi forme che funzionano e che non comunicano soltanto un'*immagine*. Non produrre più i *prodotti-rumore* è una forma contemporanea di ecologia. *Crediamo* che l'industria manifatturiera debba convincersi che lo spendere più **tempo** per produrre "a regola d'arte" oggetti con sapori e il nuovo concetto di **lusso**. Il sogno è pensare alla **fabbrica lenta**. *Crediamo* che il **design** non dipenda più dalle "tendenze moda" (es.: quest'anno facciamo la giacca rossa o verde?), ma è la **scoperta tecnologica** che cambia radicalmente il prodotto e lo rende seducente per il consumatore annoiato. Il problema è che oggi tutti noi preferiamo *comunicare*, mentre dimentichiamo il *fare*: cioè la nostra grande storia di cultura artigianale che a partire dalla bottega rinascimentale e passando per il boom economico del dopoguerra (dove il sapere artigianale si è fuso con le procedure industriali) ci ha fatto diventare "made in Italy" in tutto il mondo. *Oggi*, ogni prodotto deve contenere una grande storia, magari un mito, da raccontare (ad esempio vedi il successo di: il Codice da Vinci, Harry Potter, Il Signore degli Anelli...) e questa si chiama **identità**. Guarda caso, e per fortuna, noi italiani siamo i più ricchi al mondo per storia, cultura, arte e artigianato di qualità. *Oggi*, è opportuno che i managers ritornino a essere in primis i "maestri d'arte" dell'abilità manifatturiera piuttosto che virtuosi comunicatori. *Oggi*, sarebbe opportuno spiegare ai genitori che è meglio mandare i figli a imparare un mestiere "a regola d'arte" piuttosto che aspirare al colletto bianco. *Oggi*, un territorio forte è l'unica salvezza delle imprese, perché la nostra sola chance è che i nuovi ricchi del mondo diventino i migliori clienti della nostra cultura e storia.

Il territorio è la nostra nuova fabbrica. Ecco perché le istituzioni come, ad esempio, la Biennale di Venezia dovrebbero uscire dai loro bellissimi giardini, ramificarsi dentro i luoghi del quotidiano e contribuire alla qualità dell'humus della vita di tutti i giorni. Marcel Duchamp diceva: "l'opera più grande che puoi fare nella vita è la tua vita". Ecco perché un "pugno di sognatori di buona volontà" cerca di **impollinare** il territorio credendo possibile un modello di fabbrica della Cultura, Storia e Identità Contemporanea che, ci auguriamo, sorgerà nell'exmacello di Bassano del Grappa. Oggi, anche tutto questo si chiama: INNOVeTION VALLEY.

*Industriale del tessile
www.archiviobonotto.org



Cos'è

[ˌɪn.əʊ'veɪʃən 'væl.i] 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 Seganfreddo 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 Bettiol** (ricercatore, Università di Padova e Venice International University), **Massimiano 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 Micelli** (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 Seganfreddo** (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.

Calendario

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

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

CREATIVE REVOLUTION³
Dieci incontri sulla contemporaneità in dieci luoghi del Nord-Est ad alta specificità.

INNOVeTION VALLEY TOUR
New York, ottobre 2008. **Berlino**, 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).

ADUNATA DEL CONTEMPORANEO
La più grande concentrazione di creativi italiani in una sola notte
Il 6 settembre 2008 a Bassano del Grappa (VI)

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.

TELE SYSTEM TECNOLOGIA E INNOVAZIONE

Visionaria e intraprendente, TELE System sviluppa, produce e distribuisce in tutto il mondo apparecchiature audio/video ad alto contenuto tecnologico che si contraddistinguono per l'estrema facilità di utilizzo ed una mirata *policy* di *pricing*. Nata nell'89 dalle idee imprenditoriali della famiglia De Poli, a Vicenza, e di Hans Ramoser, a Bolzano, TELE System punta su innovazione e ricerca a 360 gradi. Una strategia che le ha permesso di affermarsi come leader nel mercato mondiale delle parabole satellitari e dei decoder satellitari e terrestri. Grazie ad un *team* di ingegneri qualificati, alla collaborazione con prestigiose università, agli accordi con player specializzati nella ricetrasmissione satellitare, TELE System è sempre in prima linea nella sperimentazione di soluzioni nuove. L'innovazione si estende anche al design, ricercato e studiato per massimizzare le prestazioni tecnologiche. **www.telesystem.it**

H-FARM L'INCUBATORE DI IDEE IN CAMPAGNA!

Un centro per la ricerca e l'innovazione tecnologica, nato nella primavera del 2005 a Ca' Tron (TV) da un'idea di Riccardo Donadon. La missione è complessa, ma anche entusiasmante: incubare idee e trasformarle in *startups* di potenziale successo, far germogliare nuove idee e trasformarle in nuove aziende verticali. H-Farm offre alle imprese che nascono al suo interno la possibilità di concentrarsi sul proprio business senza preoccuparsi degli aspetti amministrativi, finanziari e di marketing, ponendosi come società "madre" e gestendo i servizi generali che eroga sotto forma di canone alle aziende possedute. A tre anni dalla sua nascita, H-Farm conta 150 dipendenti distribuiti nelle 8 aziende incubate, dimostrando la validità del modello e l'effettiva possibilità di accelerare il processo di trasformazione di un'idea in un'azienda profittevole e appetibile per il mercato. **www.h-farm.it**

FONDAZIONE MARCH A SERVIZIO DELL'ARTE

Non solo uno spazio per l'arte contemporanea. La giovane Fondazione march è attiva da più di un anno a Padova con attività espositive e incontri grazie ai quali si aprono spazi di possibilità per la conoscenza di realtà sperimentali nel campo artistico: dal ciclo di conferenze "Cos'è il contemporaneo? Artisti e curatori raccontano", al progetto di *residence* per artisti previsto per la primavera 2009; alle giornate di *editing* in cui giovani artisti possono presentare il proprio progetto di ricerca, sino a concorsi che esplorano le nuove tendenze dell'arte contemporanea, come "Où va la vidéo?", rivolto ai giovani videoartisti. Inoltre, Fondazione march è anche Art for Business, una serie di servizi che fanno da *trait d'union* tra il mondo dell'arte e quello dell'imprenditoria, offrendo alle aziende una possibilità di arricchimento all'insegna della creatività. A breve "L'impresa del contemporaneo", una serie di incontri tra artisti e imprese. **www.fondazionemarch.org**

OPERAESTATE UNA KERMESSE ECLETTICA

400 serate di spettacolo, 32 città coinvolte in oltre 2 mesi tra le ville, i castelli, i parchi, i palazzi, le piazze e i musei di Bassano del Grappa (VI) e della pedemontana veneta. Dal 3 luglio al 7 settembre 2008 Operaestate Festival Veneto presenta artisti e produzioni provenienti da 19 diversi paesi, che spaziano dal teatro contemporaneo alla danza internazionale più innovativa, dalla musica, lirica, classica e jazz al cinema d'autore. Il celebre Mikhail Baryshnikov, la nuova star della danza internazionale Yasmeen Godder, la compagnia New Art Club, il regista spagnolo Pere Faura sono tra i protagonisti della rassegna che oltre a "Bassano e le città palcoscenico", il festival diffuso di luglio e agosto, comprende "B.motion", un festival nel festival tutto dedicato al contemporaneo da agosto a settembre. **www.operaestate.it**

STAFF INTERNATIONAL COLLEZIONI DI LUSSO

Parola d'ordine: sinergia. Integrando creatività e stile, produzione e industria, logistica e distribuzione, Staff International si impone nel panorama della moda grazie ad uno spiccato *know-how* e ad eccellenti competenze sartoriali, producendo i marchi più rappresentativi del fashion system: Martin Margiela, Sophia Kokosalaki, Vivienne Westwood, Dsquared. Nata nel 1985 a Noventa Vicentina, nel 2000 entra nel gruppo "Only The Brave" che fa capo a Renzo Rosso (Diesel) confermando il suo ruolo di primo piano nel settore del fashion luxury goods e gestendo alcuni tra gli stilisti e i marchi più significativi della moda. Tre stabilimenti dal design avveniristico sono il contenitore e il quartier generale dell'azienda che valorizza la continua ricerca e lo sviluppo di nuovi trattamenti, tessuti, forme e tagli, garantendo un prodotto finito altamente competitivo, risultato di competenze logistiche e tecnologiche qualificate. **www.staffinternational.com**

MUSEO ROSSI MODA CALZATURE D'AUTORE

1500 modelli esclusivi, frutto della collaborazione dell'impresa Rossi Moda con i più grandi stilisti del panorama mondiale della moda. Una piccola e preziosa collezione di scarpe antiche del XVIII e XIX secolo. Una raccolta d'arte moderna e contemporanea, caratterizzata dal "soggetto scarpa" reinterpretato da artisti di calibro internazionale. Tutto questo è ospitato nel Museo Rossi Moda che nasce nel 1995 per iniziativa di Luigino Rossi, presidente dell'omonimo calzaturificio, specializzato nel produrre calzature femminili di lusso, da Yves Saint Laurent a Christian Dior, da Calvin Klein a Marc by Marc Jacobs. Il Museo organizza anche mostre temporanee, concerti, presentazioni di libri, visite guidate e rappresentazioni in costume per diffondere la conoscenza della tradizione calzaturiera della Riviera del Brenta. **www.villafoscarini.it**

HANGAR DESIGN DA MOGLIANO A SHANGAI

Quando la comunicazione si fonde con una grafica avanzata e l'*interior, retail* e *industrial* design, possono prodursi fenomeni atipici. È il caso di Hangar Design Group, realtà multidisciplinare presente a Mogliano Veneto (TV), Milano, New York e Shanghai che coadiuva istituzioni e aziende d'importanza internazionale, tra le quali Peggy Guggenheim, Vicenza Fair, Estel, Gruppo Kingfisher, Gruppo Nestlè e Mikimoto U.S.A., nel posizionamento e consolidamento sul mercato, valorizzando le differenti *corporate image*. Nel 2007 Hangar Design Group ha raccolto una nuova sfida, progettando case mobili che mixano insieme ecologia, innovazione, mercato, ma soprattutto un alto tasso di design contemporaneo. **www.hangar.it**

DESIGN DELLA MODA I NUOVI TALENTI

Il glamour più esclusivo condensato in una mostra e in una sfilata a cura di Judith Clark, famosa curatrice che ha lavorato come esperta nell'esposizione dell'abito, tra gli altri, per la Hayward Gallery, Selfridges, la Barbican Art Gallery e Sotheby's. Mercoledì 4 luglio si concluderà quindi con un debutto d'eccezione il primo corso di laurea triennale in Design della Moda dello IUAV a Treviso diretto da Maria Luisa Frisa, fashion curator e responsabile dei progetti editoriali e di comunicazione della Fondazione Pitti Immagine Discovery di Firenze. Il corso è unico non solo perché punta a formare una nuova classe di creativi in grado di affrontare tutte le sfide della globalizzazione, ma anche perché cerca di definire l'identità e la *mission* attuali di una scuola italiana di moda. Capire le qualità e le specialità del *made in Italy* e metterle in relazione attiva con il *fashion system*; provare ad essere esempio di un progetto formativo autonomo, in grado di competere con l'eccellenza delle grandi scuole di moda del mondo. **www.iuav.it/fda**

MARSILIO FINESTRE SULLA CULTURA

Guarda al futuro con nuovo dinamismo Marsilio, la casa editrice del gruppo RCS che ha storicamente scelto Venezia come crocevia per produrre cultura. Ed è proprio da Venezia che Marsilio, con le proprie pubblicazioni, guarda con attenzione ai grandi fenomeni nazionali ed internazionali a partire da un forte radicamento territoriale nell'intero Nordest. Il campo d'azione è vasto: narrativa italiana, gialli svedesi, saggistica, classici, cataloghi delle più prestigiose esposizioni d'arte. Ma Marsilio è anche una realtà che investe in prestigiose ed innovative collaborazioni a diversi livelli. Per questo è partner di manifestazioni come il Festival delle Città Impresa, Comodamente, il Meeting delle nuove classi dirigenti del Nordest, collabora con fondazioni e istituzioni, realizza il catalogo della Biennale Internazionale d'Arte e d'Architettura di Venezia, quello dell'esposizione del Centro Internazionale Studi Andrea Palladio e della Quadriennale d'arte di Roma. Grande attenzione in particolare è dedicata al design attraverso una collana di "mode", in collaborazione con la Fondazione Pitti Discovery. **www.marsilioeditori.it** *continua nel prossimo numero*