a cura di
fuori biennale
www.fuoribiennale.org

il giornale
INNOVeTION VALLEY
3

in collaborazione con:
REGIONE DEL VENETO
RCS Pubblicità

Per la realizzazione di un Terzo Rinascimento

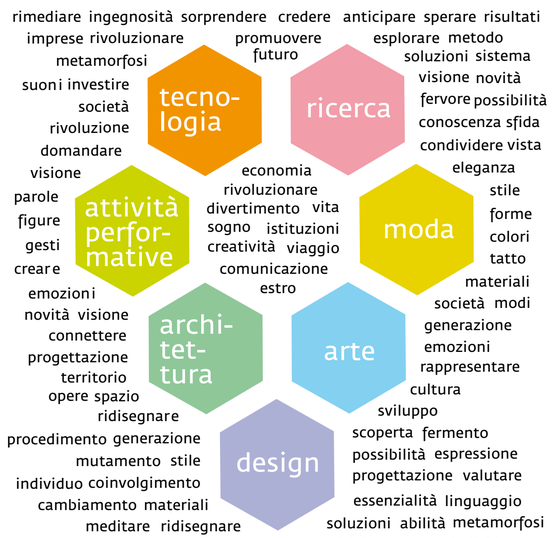
Il Nord-Est può diventare la punta avanzata dell'Italian way con la sua ricchissima cultura produttiva

di Francesco Morace*

Nella sfera dei consumi dei prodotti di uso quotidiano, la crescente competenza acquisita dal consum-autore ha lentamente ma inesorabilmente posto l'accento sul concetto di qualità, associato all'idea di performance quotidiana. Lo scorso decennio, caratterizzato dall'estetica minimalista, ha vissuto il mito del design e della creatività milanese, stimolando nelle persone il desiderio di migliorare la propria qualità di vita ed esperienza attraverso i marchi della moda e dell'arredo. Oggi questa tensione è molto più che un desiderio: diventa un'esigenza e una richiesta anche per tutti quei prodotti fino a ieri considerati banali *commodities*, prodotti di uso frequente ma senza un carattere forte e un'identità definita in termini di moda o di design. La *commodity* ha da sempre costituito una risposta semplice ed efficace ai problemi "tecnici" della quotidianità, tenendo lontano i produttori dalle preoccupazioni estetiche. L'evoluzione dei consumi propone invece una sensibilità produttiva e fruitiva nuova, capace di conciliare la funzionalità della *commodity* con il suo contenuto estetico e percettivo. Questa richiesta del consum-autore ha trovato riscontro in una sempre maggiore capacità produttiva delle aziende, ma anche in investimenti importanti da parte dell'industria in termini di ricerca e nuove tecnologie. In questa dimensione l'INNOVeTION VALLEY e il Triveneto in generale hanno trovato la loro migliore espressione, seguendo le tendenze e i valori di quello che abbiamo definito il Terzo Rinascimento: la percezione virtuosa, la memoria visionaria, la creatività pubblica, l'emozione sostenibile, il senso del corpo e della bellezza, applicati in ogni contesto, al di là dei modelli consolidati della moda, del design, della pubblicità. Molte aziende del Nord-Est – da Luxottica a Benetton, da Diesel a Magis, da Campagnolo a Dainese – hanno fatto della qualità e della competenza il loro vantaggio competitivo, costruendo sul concetto di servizio, eccellenza ed efficienza tecnologica, la propria ricchissima cultura produttiva. Il Triveneto ha infatti nel suo DNA produttivo una forte origine agricola, fatta di pragmatismo e di talento nel costruire soluzioni efficaci di fronte alle sfide quotidiane, ma anche di abilità nell'affrontare l'imprevisto, adattandosi alla trasformazione rapida delle condizioni in cui si è abituati ad operare. Questa capacità reattiva, unita alla caparbietà, alla dedizione al lavoro e allo spirito di "sacrificio familiare", ha realizzato su questo territorio un ricchissimo tessuto produttivo che ha dato vita a un modello riconoscibile e riconosciuto nel mondo, centrato su ricchi distretti industriali, che potranno nel futuro diventare la punta avanzata dell'Italian way e del Terzo Rinascimento, incarnando il nuovo Senso dell'Italia.

"hanno fatto della qualità e della competenza il loro vantaggio competitivo, costruendo sull' eccellenza e sull' efficienza tecnologica la propria cultura produttiva"

*Sociologo, scrittore e giornalista



Cos'è

[in.ɔu've.ʃon '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 sette province è tale da non consentire soluzioni di continuità. Un'unica, vasta area metropolitana con circa cinque milioni di abitanti, che vivono nel cuore del vortice della ricerca, della tecnologia e dell'arte.

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 Sciente in Society), **Luca De Biase** (giornalista e scrittore, responsabile di Nova24/Il Sole24Ore), **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), **Camilla Seibezzi** (curatrice indipendente e direttore Plug).

Il logo

Il logo è composto da sette esagoni che rappresentano le sette province venete (Belluno, Padova, Rovigo, Treviso, Verona, Venezia, Vicenza) e le sette categorie che compongono l'INNOVeTION VALLEY: moda, arte, design, architettura, attività performative, tecnologia, ricerca.

Per informazioni: info@innovetionvalley.com www.innovetionvalley.com

ADUNATA DEL CONTEMPORANEO
La notte dell'INNOVeTION a Bassano del Grappa, 6 sett. 2008

Una notte dedicata al contemporaneo con oltre 50.000 creativi e innovators chiamati tutti assieme, tutti a Bassano del Grappa, al battesimo dell'INNOVeTION VALLEY. Una rete sciolta e mai messa in network ovvero mai messa nella condizione di lavorare davvero assieme e di manifestare la sua straordinarietà. Con questa notte si dà avvio a un nuovo processo storico. Una vera e propria chiamata di tutti i creativi del territorio, dagli indipendenti agli uffici stile e comunicazione delle imprese. Mostre, performance, djset, installazioni fatte da architetti, designer, artisti, musicisti, fotografi si confronteranno e agiranno, con un'intera città in una stretta collaborazione con tutto il sistema dell'impresa creativa e con tutte le creative community italiane, le scuole, le università, i centri di ricerca pubblici e indipendenti, le imprese e i grandi gruppi.

CREATIVE R'EVOLUTION [3]
Da ottobre 2008, dieci incontri internazionali sulla creatività

Può la cultura contemporanea aiutare un territorio a ricapitalizzarsi? Può il capannone generare non solo zone industriali? Come agiscono arte, architettura e design se associate alla produzione? Dopo il successo del primo e secondo ciclo di Creative R'evolution, vincitore del Premio Longhi per l'innovazione della Provincia di Vicenza, ritornano in Veneto gli incontri serali di raccordo tra cultura, impresa e territorio sul tema del genius loci con tre declinazioni: paesaggio e città, produzione e società, arte e sviluppo. Hanno partecipato alle precedenti edizioni da Bruce Sterling a Gilles Clement, dalle Creative Community italiane alle più importanti istituzioni contemporanee come la Fondazione Trussardi, ospitati in luoghi come il cubo Dainese e le Bolle di Fuksas. Nel terzo ciclo parteciperanno i più importanti rappresentanti della cultura e dell'impresa internazionale ospitati nei luoghi più seducenti dell'INNOVeTION VALLEY, fabbriche, show-room, teatri, gallerie.

INNOVeTION VALLEY MAGAZINE
Da Il giornale dell'INNOVeTION VALLEY, da ott. 2008

Nasce a ottobre il primo Magazine dell'INNOVeTION VALLEY, che a cadenza trimestrale racconterà il territorio del Nord-Est dialogando tra istituzioni, imprese e aziende creative, realtà culturali e la nouvelle vague creativa. Una rivista tirata in 150 mila copie, in italiano e inglese, per dare voce e testi all'INNOVeTION VALLEY. Scriveranno, parteciperanno, agiranno gli innovators del territorio in un vero e proprio lavoro di networking dove la rete viene azionata con il lavoro di ognuno, e sempre con un continuo confronto internazionale. Un progetto editoriale innovativo nei modi e nei processi che sarà presentato a New York in anteprima mondiale.

INNOVeTION VALLEY DESIGNSHOW
La Fornace di Asolo, primavera 2009

La mostra INNOVeTION VALLEY DESIGNSHOW vuole mettere in scena tutta la ricchezza progettuale, produttiva, economica e comunicativa del territorio nordestino che si sviluppa attorno al dialogo fra impresa, committenza pubblica e cultura del progetto. Il concept gravita attorno a tre parole-chiave, una sorta di volano di rimandi: RICERCA, RISCHIO e SOGNO. I temi affrontati trovano restituzione fisica e visiva attraverso una serie di oggetti selezionati con un'ampia indagine presso le imprese del territorio e scelti sulla base dei loro caratteri innovativi in grado di delineare al meglio un panorama ampio, variegato e d'avanguardia. Presenti in mostra sono i prodotti di design, moda e comunicazione visiva. A curare la mostra saranno Maria Luisa Frisa, Alberto Bassi, Giorgio Camuffo.

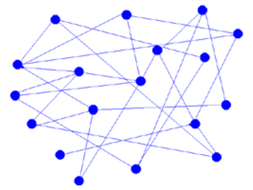
moda
arte
design
architettura
attività performative
tecnologia
ricerca

"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.

COMING SOON UNA RIVOLUZIONE FASHION

Il designer giapponese Yohji Yamamoto - famoso in tutto il mondo per i capi sofisticati, dalle forme destrutturate e over-size – ha firmato con Sinv - azienda leader nella produzione e commercializzazione del casual di lusso - un accordo decennale per la realizzazione di Coming Soon. Una collezione supercasual per l'uomo e la donna, che debutterà con la prossima stagione autunno/inverno. La linea è rivolta a un pubblico sensibile e attento alle novità del design, avrà costi abbordabili e sarà distribuita per ora solo in punti vendita multibrand selezionati, in attesa dei monomarca. Le premesse per il successo dell'operazione ci sono tutte. Il carisma di Yamamoto e le competenze aziendali di Sinv, frutto di collaborazioni con marchi prestigiosi - Moschino Jeans, See by Chloè, Red Valentino e altri ancora - e forte di una rete distributiva in continua espansione (a oggi è presente in più di 60 paesi). **www.sinv.com**

VENETO IN RETE UNA MINIGUIDA



Il Nord-Est creativo corre anche sulla rete. Eccovi una serie di preziosi indirizzi per cominciare a connettervi al network creativo o per curiosarci. **www.firstdraft.it** è un blog sull'innovazione con contributi quotidiani di studiosi e creativi internazionali. **www.designpeople.it** è una comunità di designer come **www.design.tv.it** o **www.coscablog.it**. **www.venetosviluppo.it** per saperne di più di investimenti, contributi e possibilità come **www.venetoinnovazione.it** l'agenzia regionale per l'innovazione. **www.nordestcreativo.it** creatività e comunicazione come filo conduttore tra manager e professionisti. **www.incau.org** la guida internazionale agli artisti, le gallerie, i curatori e gli espositori di arte contemporanea.

LAZZARI UNA "BOTTEGA" E CAMBIA LA CITTÀ

Quando uno spazio diventa un snodo fondamentale per far ripartire una città e riattivarla. Non bastano più infatti mostre, eventi di piazza o pagine pubblicitarie, ma servono azioni complesse e multilevel che offrano a un consumatore-viaggiatore internazionale un punto di vista innovativo. Così lo Spazio Lazzari, guidato da Italo Lazzari, è diventato un punto di riferimento mondiale per la moda e per le tendenze "vere" del fashion. Partono da Londra come da New York per visitare questo thinking-tank ricavato in una sede della curia del XVIII secolo, dove si addensa una combinazione curiosa di Comme des Garçon, Margiela, Cristina Carol Poel, 6267 con i nuovi, sconosciuti nomi dei più interessanti fashion designer. Ma non è solo una questione di "strasse". Lazzari ha creato un'associazione che produce mostre, azioni e happening a Treviso, dagli A12 a Jaime Hayon a Yoko Ono, e una rivista con tanto di blog che si chiama Mugmagazine. Lazzari ha culturalizzato il settore del retail non solo italiano. **www.spaziolazzari.it**

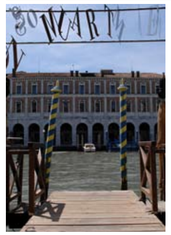
ATOM PLASTIC IL REGNO DELL'ART TOYS

Nasce a Bassano il primo progetto di Art Toys in Italia. Giocattoli di puro "emotional design", piccole opere d'arte da collezionare, gli Art Toys di Atomplastic conquistano la scena internazionale. La loro origine risale al design giapponese, all'arte lowbrow e alla street culture ma trova nel nostro territorio una felice reinterpretazione: nel maggio 2008 nella culla Atomplastic nasce l'originale Señor Blanco, un toys canvas, una figura usata dagli artisti come "tela" da interpretare. La creazione è opera di Julian Pastorino, designer argentino che ha collaborato con Casamania by Frezza, Koziol, Alessi, Fontana Arte. Il portale **www.atomplastic.com** è oggi la principale risorsa italiana di art toys d'Europa: una vera e propria enciclopedia di toys in rete, un punto di riferimento per l'art toy movement in Italia e per la community di artisti e collezionisti di tutto il mondo.

LAGO UOMO, DESIGN E ACCESSIBILITÀ

La progettazione e la realizzazione di un mobile deve essere frutto di un pensiero socialmente responsabile, attento all'uomo e all'ambiente. Da LAGO - azienda padovana di design - sono fermamente convinti che questo sia il modo più stimolante per confrontarsi con il mercato globale. E lo dimostrano nella pratica quotidiana. Progettano mobili a misura d'uomo e nel rispetto dell'ambiente – come 36e8, un sistema modulabile con una libertà di composizione dello spazio estrema. Hanno reso artistica la politica di riciclo del packaging, affidando la decorazione degli scatoloni a studi grafici importanti (l'ultima proposta è dello studio londinese Gilles & Cecilie). LAGO è anche formazione/promozione di nuovi giovani talenti del design con i workshop di Lagostudio e divulgazione di artisti contemporanei nella Art Waiting Room ... la sala d'attesa della sede. **www.lago.it www.lagostudio.it**

FONDAZIONE BUZIOLI REPLAY-FAST FORWARD



La Fondazione Claudio Buzioli ha aperto a Venezia da solo un mese, ma già si proietta nel futuro con velocità e grinta. Il suo direttore artistico Renzo di Renzo ha ideato una programmazione densa e nutrita che concretizza gli obiettivi della Fondazione: sostenere – direttamente e attraverso collaborazioni con istituzioni internazionali importanti – la formazione dei giovani talenti artistici emergenti. Nascono così i workshop estivi *Pause.Summer Camp*, con i nomi più prestigiosi della scena artistica contemporanea, e il concorso internazionale per giovani talenti visionari (*A Box of Dreams*). Ancora: residenze per artisti e borse di studio (*Fast Forward Bursary*), una possibilità concreta per dare spazio al talento riconosciuto. Tra i nomi eccellenti a oggi già partecipi di tale avventura: Nico Vascellari, Daniel Eatock, Matali Crasset… **www.fondazioneclaudiobuzioli.org**

BOSA IL NUOVO VOLTO DELLA TRADIZIONE

A Borso del Grappa (Vi) la tradizione e il mestiere si amalgamano allo spirito di ricerca e di innovazione. L'artigianato diventa *glocal*: globale e locale insieme. Globale: aperto al mondo nella ricerca formale e commerciale. Bosa Ceramiche è presente in più di 50 nazioni e collabora con designer internazionali: Marco Zanuso jr., lo studio Palomba-Serafini e Satyendra Pakhalè, solo per citarne alcuni. I prodotti Bosa, realizzati interamente a mano, sono moderni e raffinati nella concezione. I materiali preziosi e gli smalti - frutto della ricerca del laboratorio aziendale - arricchiscono ancora di più le linee dei designer e compongono collezioni come Words, "catalogo" in ceramica dei vari linguaggi formali contemporanei. Migliore esempio dell'essere glocal di Bosa è "Mediterranean Digital Baroque", ideata da Jaime Hayon e presentata alla David Gill Gallery di Londra. **www.bosatrade.com**

IL FATTORE K RAGGIUNGE LONDRA

Un piccolo comune di poco più di mille abitanti con una zona industriale di circa 1800 addetti si reinventa attorno al Fattore K, ovvero ai Kapanòn! Un'idea che ripensa a più livelli e concretamente lo sviluppo economico e sociale della zona produttiva di Zermeghedo (VI). Ecco che sta nascendo una centrale a biomasse (emissioni zero), le coperture dei capannoni sono realizzate con pannelli fotovoltaici, mentre un centro sportivo, già avviato, offre beach volley e ristorantino. A questo si aggiuge una barriera verde, ma non solo – artistica -, di qualche centinaio di metri, che mitiga la zona industriale, pensata dal Gruppo A12 (architetti) – AUA (urbanisti) e Fuoribiennale, e che sarà "ospite" del Festival dell'Architettura di Londra (dal 23 giugno). E il tutto con innovativi patti pubblico-privato che lavorano sul plusvalore generato dalla riqualificazione stessa. **www.gruppoa12.org**

AAAAAAAAAA SUL NEW YORK TIMES

Un pantalone finisce come storia dell'anno sul New York Times, uno dei più importanti e prestigiosi giornali del mondo. La curiosa avventura parla di due giovani designer, Daria Dazzan e Matteo Cibic, che hanno lanciato all'ultimo Fuorisalone di Milano, il progetto AAAAAAAAAA. Hanno disegnato un pantalone come pezzo unico, con bretella inclusa, e l'hanno fatto produrre dai migliori artigiani veneti e con materiali e tecniche di alta qualità. "Oggi le grandi aziende di abbigliamento sono vincolate a grandi investimenti mirati e non hanno la capacità di produrre progetti di nicchia nel rispetto di una qualità artigiana*le*", dicono i due giovani veneti. Realtà artigiane, viceversa, sono legate da più di un decennio a prodotti sorpassati e sono incapaci di rinnovarsi. Ciò che AAAAAAAAA propone è dialogare con entrambe le parti per lavorare ad un progetto comune". **www.aaaaaaaaaa.it**