

Manifesto per il "Made in Rome"

per la ri-Evoluzione partecipata del Saper Fare Creativo ed Etno-Culturale
per il Rinascimento di Roma, Città Artigiana e Creativa

incipit per il «Distretto Culturale Evoluto»

Polis per il Bene Comune

il Problema: economia e cultura

Roma è Città Artigiana e Creativa da oltre 2000 anni.

Ma la scomparsa delle Botteghe, prima dalle vie del centro e poi anche dalle periferie, è solo l'indicatore più visibile della più recente progressiva declinante e degradante dissoluzione non solo economica e produttiva, ma anche sociale e culturale della nostra Città.

Quell'*humus* antico e caratterizzante la sua percezione identitaria che nella contaminazione fertile tra Cultura Alta e Cultura Materiale ha concorso a plasmarla come la «Grande Bellezza». Oggi rischiamo di disperdere definitivamente questo patrimonio comune, rappresentato dalle Competenze, dai Luoghi, dall'Etno-Cultura.

l'Obiettivo: reinventare il Futuro, valorizzando il Passato e il Presente

Occorre, invece, restituire a Roma la sua identità e la sua vocazione di «Città Artigiana e Creativa» partendo dalla ricchezza della sua storia plurimillenaria, protagonista universale delle Arti e della Cultura, per concepire una nuova prospettiva strategica - capace di mettere in gioco il capitale della Tradizione con le sfide dell'Innovazione, della Globalizzazione e delle Nuove Economie Digitali - per rigenerare nuovo reale sviluppo economico, sociale e culturale, atto a reinventare ogni giorno le ragioni - passate, presenti e future - del suo essere la «Città Eterna».

l'Idea: rigenerare la fertilità di conoscenze & competenze

Occorre, perciò, attivare un processo orizzontale e un percorso condiviso volto al rinascimento ed alla valorizzazione del «Saper Fare Creativo» quale composita e fertile espressione poliedrica e plurale dell'Etno-Cultura romana, prezioso Bene Comune - produttivo, sociale, culturale, turistico, ... - fattore essenziale per contribuire a risollevare il destino di migliaia di piccole, spesso sommerse, ma preziose economie del territorio e rigenerare l'identità della nostra Città, polo e volano naturale del più ampio territorio metropolitano e regionale, riposizionando «Roma» come patrimonio non solo storico ma anche contemporaneo unico al Mondo.

il Paradigma: Artigianato & Creatività & Innovazione

L'Artigianato non è solo un'attività economica; è un fenomeno etno-antropologico, sociale e culturale, che anima e caratterizza la vita e l'identità di una Comunità e del suo Territorio.

La Creatività è la capacità individuale, esercitabile sia singolarmente che collettivamente, non controllabile né pianificabile, di elaborare fuori dagli schemi per rinnovare le esperienze.

L'Innovazione è la competenza strumentale e l'abilità progettuale di prefigurare soluzioni e di pianificare politiche capaci di sviluppare relazioni e rigenerare opportunità creando nuovo valore aggiunto all'organizzazione sociale ed economica di un settore e di un territorio.

Tradizione@Innovazione = contaminazione feconda a ciclo storico continuo

L'Innovazione non è quindi una componente una tantum, né un fenomeno modale, né tanto meno riguarda solo aspetti tecnologici, alias invenzioni. Innovare è Metodo, è il gene per l'Evoluzione di un Eco-Sistema anche dal punto di vista organizzativo e relazionale, una variabile costante, preziosa per favorire la capacità dello stesso - plasmandosi e permeandosi con il proprio DNA etno-culturale - di evolversi dinamicamente in nuove forme, metodiche e processi, coerenti con lo scenario di riferimento e con le sue esigenze di crescita eco-intelligente: quella che ieri è stata Innovazione oggi è Tradizione, quella che oggi è Innovazione domani sarà Tradizione e così via; ed è l'identità a fare la differenza competitiva negli scenari globali.

la Rappresentanza e la Governance: partecipazione diffusa e inclusione sociale

Oggi, nella nostra Società, il tema della gestione, della delega e della partecipazione è in piena crisi. L'innovazione tecnologica ha implementato esponenzialmente le potenzialità della comunicazione e delle relazioni, offrendo nuove opportunità e modalità di condivisione e prefigurando nuovi scenari partecipati e disintermediati, con i quali delineare la genesi orizzontale e trasparente di nuovi modelli per la Rete e la Governance del Sistema.

Compito delle Istituzioni deve essere quello di governare responsabilmente i fattori di crisi per evolverli in opportunità e agevolarne i processi, garantendo terzietà, inclusività e pluralità nella gestione delle risorse.

lo Scenario: un tesoro nascosto

Artigianato e Creatività, riconosciute Eccellenze del *Made in Italy*, rappresentano grandi potenzialità economiche, anche per il riposizionamento competitivo e distintivo sulla scena internazionale.

Crisi e inadeguata Visione Strategica hanno progressivamente indebolito, disperso e reso quasi invisibile questo Patrimonio. Ma «Roma» ha le radici storiche e potenziali per avviare il volano di questa nuova sfida.

Per agire occorre partire dalla consapevolezza che i Dati Ufficiali rappresentano una minima parte della composita Realtà in evoluzione. Nel complesso quadro generale delle criticità congiunturali, Artigianato creativo ed Espressioni etno-culturali vivono condizioni di de-imprenditorialità dal modello tradizionale, come l'evolversi di innovative forme operative che delineano inediti scenari socio-economici e di territorialità, fenomeni non più misurabili solo in termini di "impresa", ma che devono essere rilevati e valorizzati per il profilo qualitativo delle "competenze" e delle "abilità" possedute (il «Saper Fare Creativo»).

la Visione: Innovazione & Identitarietà

Occorre, pertanto, saper ricapitalizzare lo straordinario Capitale Umano, Materiale e di Sapienza di cui Roma dispone con un innovativo e radicale processo dal basso del sistema per:

- 1) coinvolgere, motivare, aggregare e valorizzare i «Maestri e i Nuovi Artigiani»
 - 2) ridisegnare, riqualificare e attivare i «Luoghi del Fare Creativo» per restituire visibilità, centralità, riconoscibilità e fruibilità al «Saper Fare Creativo»
 - 3) patrimonializzare, implementare e diffondere la «Comunicazione del Sapere»
- agendo sinergicamente sulla coazione di tre colonne portanti, caratterizzanti e qualificanti:

1) il Brand «Roma» e il «RoMarketing»

Rivendicare, stimolare, promuovere e garantire il valore unitario e distintivo dell'identità territoriale e culturale del tessuto produttivo creativo romano, anche per contribuire significativamente a promuovere e rilanciare l'immagine globale della Città, qualificando con innovative politiche socio-economiche il sostegno ad un rinnovato brand identitario, capace di recuperare l'attuale punteggio negativo evidenziato nelle maggiori graduatorie internazionali (*GaWC, Le Città europee, Global City Report*).

2) gli «Hub» del «Sapere» e del «Fare»

Attivare Incubatori della Contaminazione Creativa a ciclo orizzontale, spazi di condivisione fertile delle Competenze e della Conoscenza, degli Strumenti organizzativi e delle Linee di produzione. Concept-WorkSite di incontro culturale e sociale nei quali integrare e coniugare le esperienze del patrimonio Tradizionale con le opportunità dell'Innovazione, volto a favorire Formazione finalizzata a Start-up per la Ricerca tecnica e creativa di Metodi, Processi e Prodotti.

Hub da attivare ne:

3) i «Luoghi del Fare Creativo»

Riqualificando e riattivando prestigiosi siti storici - pubblici e privati - presenti nel cuore della Città, come in altre centralità urbane e sociali dell'Area Metropolitana, spesso chiusi, abbandonati e in degrado da decenni, disegnando spazi fisici di grande qualità etica a bassa impronta ecologica, dove il design simbolico fonda l'aspetto funzionale con la tecnologia dello «Smart Village Farm», isola energetica Zero Watt e Zero Carbon in grado di produrre tanta energia quanta ne consuma.

urban big bang incipit: il «Foro del Fare Creativo: Campus & Concept Store»

Per rendere significativamente visibile, impattante e virale l'avvio e lo sviluppo replicante del nuovo scenario delineato, occorre individuare, attivare e qualificare un importante quadrante urbano, centrale e prestigioso, che abbia coerenti ed ideali caratteristiche storiche e funzionali; come ad esempio il sito da decenni dismesso e marginalizzato - contiguo con il Foro Romano, Trastevere, l'Aventino e Testaccio - costituito dalle 36 Botteghe del Complesso del San Michele a Ripa, coniugate con l'area e le strutture dell'ex Arsenale Pontificio di Porta Portese, entrambe di proprietà del Ministero per i Beni e le Attività Culturali e Turistiche.