

Interreg
CENTRAL EUROPE



European Union
European Regional
Development Fund

InduCult2.0

Living
Industrial
Culture

**CULTURA INDUSTRIALE:
UN'OPPORTUNITÀ PER IL VENETO**



**Camera di Commercio
Padova**



INDICE

1 Il Progetto InduCult2.0

2 Il contesto europeo

3 Il contesto italiano

4 La cultura industriale in Veneto

4.1 La Cultura industriale come strumento di sviluppo regionale

- a) Spirito pionieristico*
- b) Spirito di squadra e i distretti*
- c) Innovazione e creatività*
- d) Patrimonio industriale e turismo*
- e) Cultura Industriale e lavoro*
- f) Una lunga e interessante storia da raccontare*

Conclusioni





1 Il Progetto InduCult2.0

Il progetto InduCult2.0 è un progetto di cooperazione finanziato dal programma Interreg Central Europe, a cui collaborano partner di 8 stati europei (Germania, Austria, Italia, Slovenia, Croazia, Polonia, Repubblica Ceca, Belgio) accomunati dall'aver subito importanti processi di trasformazione nella loro economia. InduCult2.0, utilizzando il concetto di cultura industriale, punterà a valorizzare l'impresa e l'industria come elemento fondante del patrimonio culturale delle regioni dell'Europa Centrale.

L'obiettivo generale del progetto è infatti l'implementazione di strategie innovative nell'ambito della valorizzazione del patrimonio industriale esistente.

Il coinvolgimento e la collaborazione tra le principali parti interessate favorirà la realizzazione di una mappatura del turismo industriale in Veneto e la ristrutturazione di vecchie aree industriali attraverso la creazione di incubatori e centri socio-culturali, aumentando così l'attrattività del territorio, l'azione verrà sostenuta da un'attività informativa rivolta al pubblico circa il potenziale del patrimonio industriale del territorio.

Parte integrante di InduCult2.0 sarà la condivisione di metodologie innovative ed azioni pilota per avvicinare le imprese del settore manifatturiero al tema dell'innovazione, favorendo l'adozione da parte delle imprese stesse di metodologie di gestione innovative, un migliore collegamento con il mondo della scuola e della formazione, lo sviluppo di strategie per la crescita del "turismo industriale" e l'accompagnamento delle imprese interessate ad aprire centri per visitatori, musei aziendali o eventi culturali per il pubblico.

In particolare ci si propone di richiamare l'attenzione sull'importanza ed il ruolo che la cultura industriale può avere per la creazione di nuove

opportunità per il turismo, l'industria e per i giovani. Si cercherà mettere in atto misure specifiche per contribuire a piani di sviluppo regionali, favorire iniziative di sensibilizzazione di stakeholders e pubblico al fine di cambiare il comportamento e la percezione delle opportunità offerte dalle aree industriali.

Le attività del progetto saranno mirate a promuovere e consolidare l'idea di cultura industriale nell'Europa Centrale come elemento costitutivo della cultura distintiva delle regioni coinvolte e utilizzarla come fattore di posizionamento, favorendo la competitività attraverso il contatto con ambienti creativi e culturali (hub) favorendo nuova occupazione e auto imprenditorialità nonché nuovi legami tra industria e lavoratori del settore creativo. Un'attenzione particolare verrà data al rafforzamento del link scuola-lavoro: si cercherà di aumentare l'interesse dei giovani verso l'industria e il settore manifatturiero, presentando in modo attrattivo le nuove opportunità offerte dall'approccio creativo/culturale allo scopo di diminuire il fenomeno di migrazione e fuga dei cervelli.

2 Il contesto europeo

Il Consiglio d'Europa, con la sua risoluzione n. 1024 del 2013 (e le seguenti), riconosce il ruolo pionieristico dell'Europa nell'industrializzazione e definisce il patrimonio industriale europeo ("industrial heritage" nelle sue componenti tangibili ed intangibili), come *“una parte costitutiva della nostra comune identità in quanto riflette una ricca interazione storica attraverso il trasferimento di competenze ed esperienze, tecnologia e processi attraverso i confini nazionali”*.



Brussels, 22.7.2014
COM(2014) 477 final

COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN
PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL
COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS

Towards an integrated approach to cultural heritage for Europe

3 Il contesto italiano

Il concetto di “cultura industriale” è poco utilizzato e poco conosciuto in Italia, anche in Regioni, come il Veneto, in cui la cultura industriale è una parte fondamentale del nostro vissuto e della nostra realtà socio-economica.



La cultura industriale si compone di elementi di passato e presente che si riflettono nel futuro, un paradigma che trova il suo esempio ideale nel “Made in Italy”, i cui prodotti sono frutto del connubio tra tradizione, sapere e innovazione, nelle storie di tante imprese italiane, del modo di lavorare e delle esperienze che hanno plasmato la realtà socio economica attuale.

Questo assunto ben rappresenta la filosofia del progetto InduCult2.0 che vuole stimolare una nuova percezione del concetto di “cultura industriale” recuperando elementi del passato mettendo in atto una serie di misure volte a sensibilizzare e promuovere il patrimonio industriale come risorsa culturale in un'ottica di sviluppo, richiamando l'attenzione sull'importanza ed il ruolo che il patrimonio industriale può avere per la creazione di nuove opportunità per il turismo, l'industria e per i giovani.





Zona Industriale di Padova - ZIP



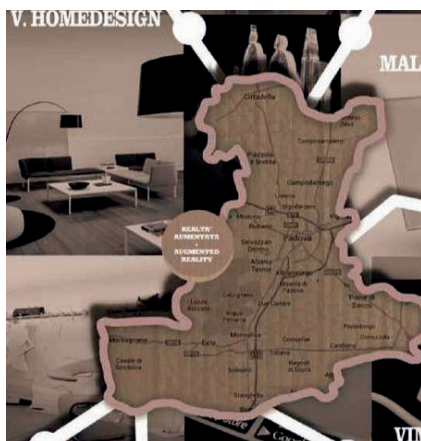
4 La cultura industriale in Veneto

Il Veneto ha oggi un ruolo trainante nell'economia italiana, è la terza Regione per PIL prodotto, grazie ad un modello di sviluppo di successo e ad un mix produttivo in cui convivono un forte settore agroalimentare, una produzione industriale e artigiana di qualità, con la presenza di numerosi distretti e reti di imprese, un settore commerciale e dei servizi che si è sviluppato con una presenza forte di piccole e medie imprese, spesso molto orientate all'export, ed un settore turistico, legato alle numerose attrattive della Regione, che fa del Veneto la prima regione italiana per importanza dei flussi turistici con 40 milioni di presenze (22% del totale nazionale) registrato nel 2016.

I caratteri distintivi della nostra cultura industriale sono radicati nel passato, nelle complesse relazioni tra ambiente, arte, cultura e industria, che sono ancora presenti e mutevoli, riflettendo l'unicità della "via veneta all'industrializzazione".

Il sistema produttivo si compone soprattutto di piccole e medie imprese in cui si fondono, nonostante le piccole dimensioni, importanti elementi di innovazione e modernizzazione.

Le principali caratteristiche del “modello veneto” sono le dimensioni dell’impresa (piccola-media), la compresenza di produzioni tradizionali e attività tecnologicamente innovative, l’attività in settori di nicchia oltre che in quelli tradizionali più comuni, la flessibilità organizzativa che ha permesso di far fronte alle situazioni economiche sfavorevoli, l’apertura all’internazionalizzazione, oltre che la posizione strategica rispetto alle principali direttrici del commercio nazionale ed europeo.



4.1 La Cultura industriale come strumento di sviluppo regionale

a) “Spirito pionieristico”

Il successo economico dell'industria italiana, in particolare del Nord-Est, si basa principalmente sullo spirito pionieristico, sulla voglia di tanti imprenditori, che spesso hanno iniziato con piccole produzioni artigianali, o come dipendenti in altre imprese, riuscendo, con spirito d'iniziativa, a cogliere negli anni le opportunità offerte dal mercato. Spirito pionieristico significa conoscere e riconoscere i trend del mercato, approfittare delle opportunità offerte dall'innovazione, mirando ad esempio al paradigma “industria 4.0” come modello di produzione.

b) “Spirito di squadra” e distretti

Il “modello veneto” di sviluppo si fonda su quella cultura d'impresa, che ha fatto sì che la nostra Regione si sia trasformata, dagli anni '60 del secolo scorso, in un unico grande “cluster multispecializzato”.

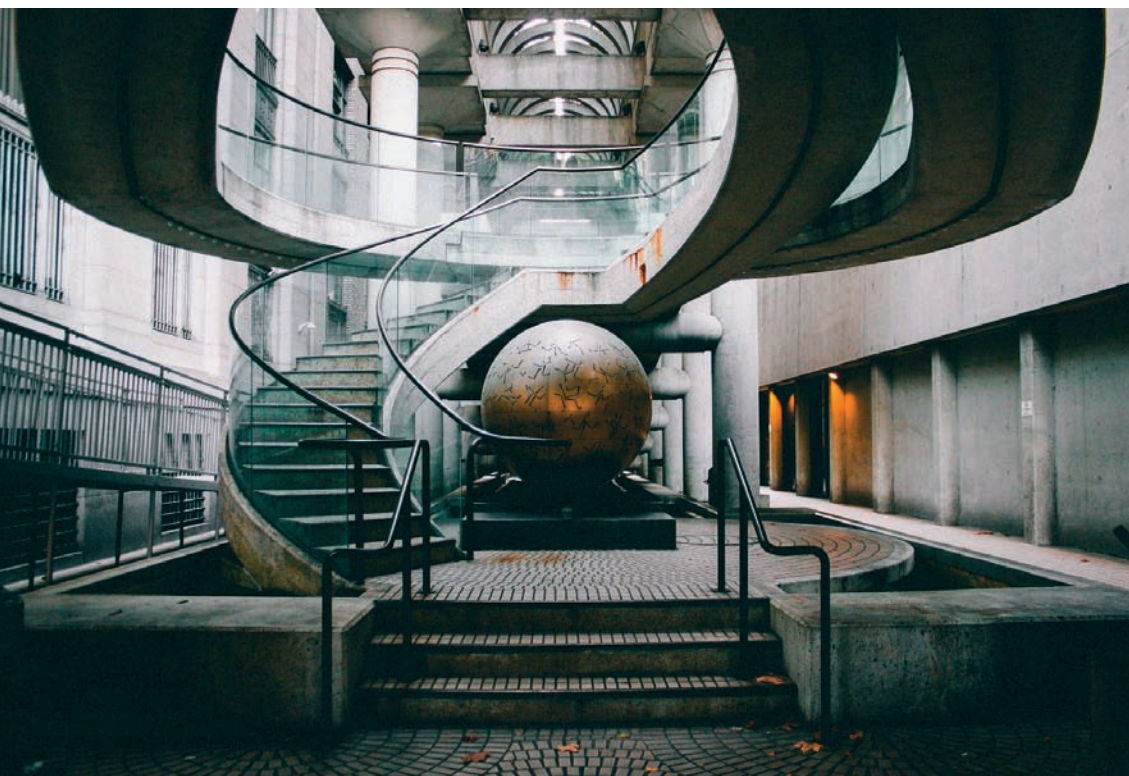
La struttura distrettuale ha un impatto positivo sul sistema industriale poiché consente sia di affrontare problematiche trasversali di processo o prodotto comuni alle imprese del distretto favorendone la crescita

complessiva attraverso l'acquisizione di nuove conoscenze, sia di mantenere elevata la competizione a favore di una sempre più alta qualità del prodotto finale: l'elevata competizione tra aziende con una produzione simile le spinge ad innovare e la vicinanza territoriale permette alle nuove soluzioni individuate di essere adottate con grande rapidità sia dalle altre aziende del distretto sia dai fornitori con cui cooperano.



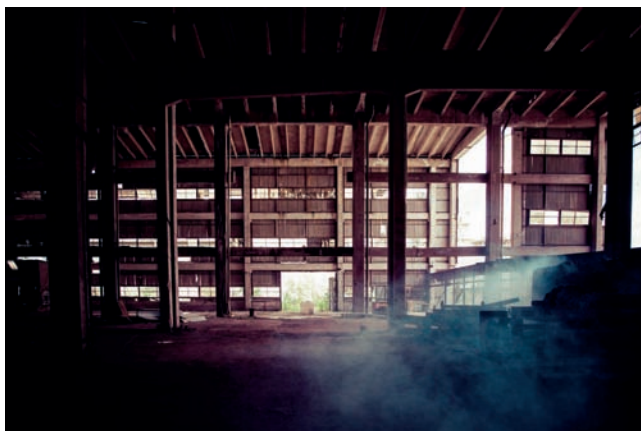
c) Innovazione e creatività

Il nostro modello di industrializzazione mostra l'importanza della contaminazione in quanto processo di scambio di idee e competenze tra diversi settori per generare nuovi vantaggi comuni per raggiungere soluzioni "innovative", non solo basate sul miglioramento tecnologico ma anche sul mix di sinergie, conoscenza e sperimentazioni. Il tratto comune è l'alto valore dato alla creatività, non solo legato ai prodotti, ma ai metodi, alla gestione, alle strategie di comunicazione. Le aziende ricercano nei propri collaboratori capacità tecniche e competenze trasversali di tipo gestionale, relazionale e sempre più spesso, accanto a profili tecnici, le imprese ricercano professionalità legate a discipline tradizionalmente meno collegate con l'industria manifatturiera, ad esempio per quanto riguarda la componente sociologica per il marketing, la comunicazione, il "problem solving". Si evidenzia l'importanza della contaminazione declinata come processo di scambio di idee e competenze provenienti da ambiti differenti allo scopo di generare nuovi comuni benefici fino ad arrivare a soluzioni di "disruptive innovation" dove non è solo la tecnologia a innescare innovazione ma è l'insieme di più sinergie, saperi e sperimentazioni.



d) Patrimonio industriale e turismo

Il territorio del Veneto è ricco di esempi di strutture non più attive appartenenti al passato industriale, che rivestono un'importanza architettonica e storica: si tratta di miniere, fabbriche ed edifici a destinazione produttiva/commerciale dismessi, diventati parte del paesaggio, ma spesso anche valorizzati grazie ad attività di recupero e rivitalizzazione. Allo stesso tempo sono presenti nel territorio molte imprese attive che hanno o potrebbero avere un valore anche per il turismo attraverso musei d'impresa, archivi storici, collezioni produttive del passato, outlet aperti al pubblico, iniziative promozionali di apertura al territorio/pubblico che via via sviluppano un nuovo turismo "industriale" interessato a conoscere la storia dei prodotti locali.



e) Cultura industriale e il lavoro

Il nostro modello di industrializzazione ha portato il Veneto da essere una delle regioni italiane più povere nel XIX secolo ad essere ai primi posti in Europa per ricchezza prodotta. Grazie all'industria e all'impresa sono stati creati molti posti di lavoro, ma le esigenze dell'industria, in un mondo in continua evoluzione, richiedono nuove competenze, nuove forze, nuove professionalità.

Negli ultimi anni sono stati realizzati molti progetti locali per consentire ai giovani di entrare in contatto con le imprese e il mondo del lavoro e promuovere i legami tra i giovani e Industrie locali, rafforzando la consapevolezza del valore della cultura industriale.

In questo senso l'Alternanza Scuola-Lavoro è un'opportunità da rafforzare: serve ai giovani per entrare in contatto con il mondo del lavoro, serve alle imprese che possono venire in contatto con possibili, talentuosi, futuri collaboratori.



f) Una lunga e interessante storia da raccontare

L'industria è una caratteristica della vita nella nostra Regione: ogni azienda, ogni prodotto è la parte finale di una storia ... che parte da un'idea, da una necessità a un progetto, alle fasi sorprendenti del concetto e alla realizzazione, al risultato finale ... e al successo.

Ogni gesto, ogni prodotto non nasce per caso, ma è frutto di un processo ... degno di essere conosciuto.

A questo scopo sono importanti gli eventi per la promozione della cultura industriale che permettono di conoscere che cosa “sta dietro” il prodotto finito, una storia di impegno, di passione, di collaborazione...che fa parte della nostra cultura.

Il festival “Open Factory”, ad esempio, coinvolge imprese di diversi settori (manifatturiero, meccanico, design, servizi, logistica, agroalimentare) che accolgono i visitatori offrendo, oltre alla visita degli spazi, la possibilità di partecipare a workshop e laboratori, percorsi esperienziali per comprendere cosa c'è dietro al prodotto, quali tecniche, quali processi di innovazione, quali saperi.

Per quanto riguarda l'apertura all'esterno e la valorizzazione dell'attività industriale dal punto di vista della cultura industriale, le imprese possono essere distinte grosso modo in tre categorie:

a. aziende che si sono strutturate per aprirsi all'esterno (turisti, scuole, ecc.) in modo organico: spesso hanno un museo aziendale e un'area outlet, dove i visitatori possono acquistare prodotti;

b. aziende per cui l'apertura all'esterno (turisti, scuole, ecc.) avviene solo eccezionalmente, nell'ambito di eventi. Il problema è in molti casi l'impossibilità per le aziende di distogliere proprio personale per le attività di accoglienza/accompagnamento.

c. aziende che non sono aperte all'esterno, la visita può avvenire solo in modo concordato con il management (per clienti, partner, fornitori).

Nell'ambito del progetto InduCult2.0 la Camera di Commercio ha lanciato un'azione per la mappatura di tutte le imprese e i siti rilevanti dal punto di vista del "turismo industriale".

Per quanto riguarda la tipologia a) ricordiamo il sito ufficiale della Regione del Veneto www.veneto.eu/turismo-industriale e la piattaforma internazionale ERIH www.erih.net, creata grazie ad un progetto finanziato dall'Unione Europea.



Per quanto riguarda la tipologia b) non c'è ancora una mappatura completa, e anzi, si registrano comportamenti diversi, legati anche alla sensibilità dell'imprenditore e alle strategie aziendali nella scelta del giorno/dei giorni di apertura.

Per quanto riguarda la categoria c), sono la maggioranza, anche se alcune imprese di questa categoria hanno un proprio museo aziendale. La sfida è capire se e come queste aziende possono cogliere le opportunità offerte dall'aprirsi all'esterno.

Conclusioni

Il progetto europeo InduCult2.0 (che durerà fino al 31 maggio 2019) riguarda il patrimonio industriale e la valorizzazione delle risorse culturali delle industrie e anche delle imprese creative locali come elemento fondamentale della cultura industriale dell'Europa Centrale

Grazie a questo progetto vogliamo porre l'attenzione sull'importanza ed il ruolo che il patrimonio industriale può avere per la creazione di nuove opportunità per il turismo, il sistema imprenditoriale e i giovani.

Come ha affermato il Presidente Fernando Zilio *“la nostra Camera di Commercio intende assumere un ruolo centrale per l'impostazione e il coordinamento di una rete per la valorizzazione della cultura industriale nella nostra regione e collaborerà con il governo regionale ed altre realtà interessate anche nell'ambito delle due OGD (Organizzazioni di gestione del turismo) a cui aderiamo (Padova e Terme - Colli Euganei) per sviluppare una strategia che consideri l'industria e le imprese come elementi importanti del nostro patrimonio culturale”*.

Con il progetto InduCult2.0, la Camera di Commercio di Padova, con i suoi partner Associati, Confindustria Padova, Regione del Veneto e Regione Emilia-Romagna, intende promuovere una riflessione

sull'importanza della cultura industriale e della sua valorizzazione come elemento costitutivo del patrimonio culturale e strumento per la promozione di un rinnovato sviluppo economico.

Fondamentale per quest'azione sarà la creazione di un Forum composto da tutti gli stakeholders interessati (imprese, Enti, lavoratori, Associazioni imprenditoriali, Scuole e Università, Musei ed esponenti del mondo culturale).



Per ulteriori approfondimenti sul progetto e sulle prossime attività consultare il sito www.pd.camcom.it (sezione InduCult2.0)



The background of the page is a solid green color. A diagonal line runs from the bottom left towards the top right, creating a triangular shape in the upper right corner. The text is positioned on the left side of the green area.

Camera di Commercio di Padova
Piazza Insurrezione 1A Padova

Andrea Galeota
Elena Tognon
progetti@pd.camcom.it

