

## «Coinvolgere le imprese non solo come sponsor»

### È necessario far incontrare economia e cultura sul web

Giuseppe Giaccardi

Molte riflessioni importanti sono state scritte nel corso del pregevole forum di Ravenna & Dintorni. Alcuni temi di respiro strategico però non sono stati considerati. Per esempio: il coinvolgimento delle imprese, che rappresentano contenuti e modelli caratterizzanti la cultura contemporanea del territorio; l'innovazione continua indotta dalla crescita di diffusione del web 2.0 e dei social network, nuovo paradigma di confronto tra generazioni e probabile standard di riferimento nei rapporti di scambio lungo il secondo decennio di questo secolo; la metodologia di ampliamento della partecipazione al progetto della candidatura e il conseguente sistema di governance, al fine di far emergere e portare a sintesi i paradossi virtuosi di antinomie necessarie quali creatività/programmazione, confronto/selezione, trasparenza/controllo, eccetera. Penso sia utile ricordare inoltre i criteri in base ai quali Ravenna, come ogni altra città italiana candidata, verrà esaminata nella pre-selezione e poi in quella finale. La giuria, composta da tredici esperti (sei nominati dallo Stato italiano e sette dalla Commissione Europea) valuterà la migliore candidatura in rapporto a sei variabili: 1) competenze della governance, 2) affidabilità del bilancio, 3) coinvolgimento dei cittadini, 4) dimensione europea del progetto, 5) completezza delle intenzioni del programma, 6) stile e strategia di comunicazione (cfr. [http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc633\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc633_it.pdf)). Molto importante è e sarà il focus del progetto, cioè il disegno strategico che si intende realizzare e quindi comunicare anche come parola d'ordine unificante del programma esposto nel progetto di candidatura. È chiaro pertanto che queste variabili sono le coordinate fondamentali da tenere presente per orientare analisi, elaborazioni, discussioni e valutazioni. In questa prospettiva, e considerando la giusta decisione delle istituzioni ravennati di esprimere una candidatura di "area vasta" che coniughi gli interessi dei principali capoluoghi comunali e delle province di Forlì-Cesena e Rimini, pensare al ruolo delle imprese e degli operatori economici in generale, al loro coinvolgimento come protagonisti e non solo come sponsor o possibili beneficiari della domanda/offerta di beni e servizi collegati, è determinante per il futuro che ci riguarda. Afferma infatti il Governatore Draghi nella Relazione Annuale 2010 che «In Italia, nella fascia di età tra 20 e 34 anni, la disoccupazione ha raggiunto il 13 per cento nella media del 2009. La riduzione rispetto al 2008 della quota di occupati tra i giovani è stata quasi sette volte superiore a quella osservata tra i più anziani [...] Aprire il mercato del lavoro ai giovani non significa aggravare il conflitto generazionale, tutt'altro: i paesi europei ad alto tasso di occupazione nella fascia 55-64 anni sono anche quelli con la maggiore occupazione giovanile». E inoltre che «la produttività del lavoro in Italia negli ultimi dieci anni è salita del 3% contro il 14% di Eurolandia; l'economia italiana è cresciuta in quel periodo del 15% contro il 25% del resto dell'area e che il tasso di occupazione degli italiani in media è al 57% contro il 64% della media euro». Poiché è ampiamente condiviso che cultura e investimento in conoscenza generano crescita strutturale di ricchezza e di civiltà, allora il progetto di Ravenna Capitale Europea della Cultura non può prescindere dal ricercare e sostenere il confronto con la maggior parte delle persone d'impresa nel territorio, perché rappresentano il più significativo giacimento contemporaneo di esperienze, competenze tecniche e tecnologiche, modelli organizzativi, progetti e relazioni anche internazionali, utili a cortocircuitare quella grave situazione economico sociale tramite la leva delle motivazioni e delle potenzialità insite nel processo stesso di candidatura europea. Oggigiorno tutto ciò è possibile farlo ed è anche conveniente, perché il coinvolgimento esteso di titolari, manager, quadri, tecnici, progettisti, venditori, eccetera, mette in modo quel processo di innovazione fondato sul confronto e sullo scambio di conoscenze di cui molti avvertono il bisogno ma che non può passare evidentemente (Draghi docet) per gli abituali canali della concertazione istituzionale e della rappresentanza associativa. Non si tratta di esautoramento delle tradizionali funzioni di classe dirigente bensì di potenziamento oggettivo di conoscenze e opportunità a disposizione delle responsabilità costituite, in un periodo di eccezionale difficoltà e complessità. Ma come si fa ad attivare e gestire processi così estesi di intelligenza collettiva? Ci possono essere più modi e strumenti, ma principalmente quelli basati sulla combinazione stretta di tre fattori: a) ascolto diretto e strutturato dei soggetti economici e dei cittadini, b) analisi statistiche e benchmarking di buone prassi omologhe, c) accessibilità sul web a strumenti partecipativi quali blog, forum on-line, piattaforme di collaborazione e progetto, eccetera. Non l'una o l'altra cosa di per sé, ma tutte queste tre modalità interattive tra loro contemporaneamente, in base a policy (scelte) di coinvolgimento, trasparenza e comunicazione liberamente definite, ad esempio, dagli organismi istituzionali per la candidatura di Ravenna. Quando nel mondo si contano oltre 1,8 miliardi di persone su internet, centinaia di milioni di imprese on-line, 400 milioni di iscritti a Facebook (14 milioni in Italia su 20 milioni di pc esistenti), 300 milioni di blog, crescita a due cifre della pubblicità a pagamento su internet e oltre il 50% delle informazioni che sono di tipo turistico, non è più possibile progettare futuro senza convincersi che cultura ed economia si incontrano sul web e qui generano nuove opportunità per tutti. Per i giovani in particolare, che qui re-inventano linguaggi cognitivi e modelli di comunità, riconoscendo e mettendo ai margini vicendevolmente le forme più surreali di imbonimento commerciale. Nell'insieme: è il principio della conversazione che si afferma in linguaggio universale di condivisione e trasmissione delle conoscenze; è la struttura del confronto tra pari che sgretola cecità e sordità di cambiamento di ciò che è auto-referenziale e lontano dai cittadini; è così che infine si realizza innovazione e cresce creatività, recuperando anche il gap di cultura tecnologica che tuttora scontiamo a causa degli errori di politica industriale dei due decenni precedenti. Con queste logiche diventa ancor più attraente recuperare la storia relativamente fugace di Ravenna Capitale dell'Impero d'Occidente e trasporla all'oggi in un mondo che non muove più da occidente verso oriente in modo uni-direzionale come è stato negli ultimi tre secoli, bensì da oriente verso occidente con flussi bi-direzionali di persone, brevetti, competenze, merci, mezzi e masse monetarie enormi. Sono quelle fondamenta partecipative che possono farci pensare credibilmente ad una Ravenna Capitale Europea della Cultura perché "Porta d'Oriente in Occidente" e su questo focus di progetto declinare una missione di futuro a livello regionale, nazionale ed europeo, valorizzando gli asset storico-culturali, il welfare, l'università e le scuole, il sistema economico e l'infrastruttura porto, costruendo benefici diretti anche per le altre città dell'area vasta e l'insieme dei cittadini. È questa la generazione della ricchezza che verrà per il 2019 e li ci dovranno essere i nostri ragazzi della nuova Ravenna, per dare senso a questo formidabile impegno comune. **BIOGRAFIA.** Giuseppe Giaccardi (Bologna, 1953) è consulente di direzione in strategie economiche e d'impresa. Il suo percorso professionale comincia nel 1977 a Ravenna con la Cooperativa di Ricerca e Progettazione Supergruppo e prosegue dal 1985 come libero professionista a Bologna e a Milano. Dal 1999 è titolare dello Studio Giaccardi & Associati ([www.giaccardiassociati.it](http://www.giaccardiassociati.it)) sorto dall'incontro con un gruppo di giovani neo laureati tra i quali gli attuali partner Lidia Marongiu, esperta di marketing e strategie web, e Andrea Zironi, ricercatore e capo analista. In 10 anni lo Studio realizza oltre 50 interventi di ricerca a sostegno delle strategie di sviluppo per aziende e istituzioni in Sardegna, Abruzzo, Marche, Emilia-Romagna e Liguria.

03 giugno 2010