



impulsi(vi)²

Storie di innovazione culturale

Edizione

2019



impulsi(vi)²

Un progetto di

AUTONOME PROVINZ BOZEN - SÜDTIROL



PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO - ALTO ADIGE

Realizzato da

IRECOOP

Alto Adige - Südtirol

e

blum

Business as a medium

impulsi(vi)²

Indice

(3)

Introduzione	(5)
Saluti istituzionali	(6)
Il percorso	(9)
Workshop	(13)
I progetti selezionati	(15)
Gli eventi	(25)
Le interviste	(37)



Workshop e

Cultura: un'idea d'impresa
15-16 dicembre - Torino, Italia - 100 Euro

Modelli e metodi per strutturare u
12-13 gennaio - Torino, Italia - 100 Euro

Sviluppo delle competenze m
19-20 gennaio - Torino, Italia - 100 Euro

Strumenti e supporti per l'iv
19 gennaio - Torino, Italia - 100 Euro

Business Model
19 gennaio - Torino, Italia - 100 Euro

Idea Branding
19 gennaio - Torino, Italia - 100 Euro

Workshop

Impulsi Vivi, il percorso che rende vincenti idee di innovazione culturale

Storie vincenti di **innovazione culturale**. Si può riassumere così, in cinque parole, la terza edizione di Impulsi Vivi, il percorso di incubazione dell'Ufficio Politiche Giovanili della Ripartizione Cultura Italiana della Provincia Autonoma di Bolzano realizzato da Irecoop Alto Adige - Südtirol.

Storie, perché **al centro ci sono le persone**, con le loro idee - magari abbozzate, ma sempre creative - e la capacità di mettersi in gioco. Innovazione culturale, ovvero il collegamento stretto, indissolubile, fra la **capacità di fare impresa**, mettendo in circolo nuovi stimoli e spunti, e il **settore della cultura**. Dopo la terza edizione si può smentire, con ancor più certezza, un falso mito che per anni, se non decenni, ha accompagnato chi voleva mettere insieme creatività e impresa: «Con la cultura non si mangia».

Non è così, come hanno dimostrato gli under 40 che hanno partecipato a Impulsi

Vivi finora, ma anche come ci hanno raccontato gli esperti e i professionisti che hanno accompagnato tutto il percorso, puntellandolo di **preziose testimonianze e consigli**. Tecnologie in evoluzione, mercati sempre più globali e in continuo cambiamento, si sono così trasformati in opportunità, non in ostacoli alla voglia di fare impresa.

Impulsi Vivi ha così fornito ai partecipanti competenze e formazione ad hoc, accompagnandoli nel far crescere, e diventare realtà, le idee di impresa culturale frutto dei loro talenti e passioni. Fino ad arrivare a quell'ultimo, essenziale, aggettivo: «**Vincenti**». Perché questo è quanto resta: progetti imprenditoriali in grado di camminare sulle proprie gambe, continuando a crescere. Una bellissima eredità per la quarta edizione del percorso che sta per iniziare: nuovi volti, nuove idee pronte ancora una volta a prendere forma.

Giuliano Vettorato

Assessore alla Cultura Italiana
Provincia Autonoma di Bolzano



Impulsi vivi è un progetto prezioso del nostro territorio, un'ottima opportunità per tutti i giovani imprenditori che vogliono fare della cultura il proprio lavoro. Un percorso innovativo e vincente, che offre strumenti e conoscenze sia teoriche che pratiche a coloro che sono intenzionati a vivere grazie alla propria passione.

La cultura e la creatività sono elementi essenziali per la crescita della società tutta e trovano nei giovani il loro soggetto ideale. Una mente plastica e ricettiva è in grado di trovare risposte nuove e creative a vecchi e nuovi problemi che ci vengono posti.

Non posso che augurare un radioso futuro a tutti i partecipanti di questa edizione.

Andrea Grata

Presidente di Irecoop Alto Adige Südtirol

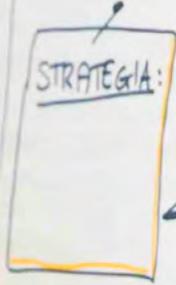
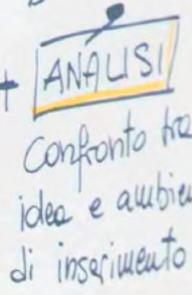
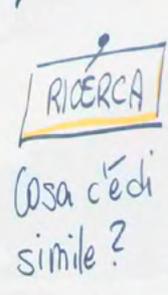


Prosegue anche per l'edizione 2018/2019 l'impegno di Irecoop Alto Adige Südtirol nella formazione e nell'accompagnamento dei giovani alla creazione d'impresa nel settore creativo e culturale.

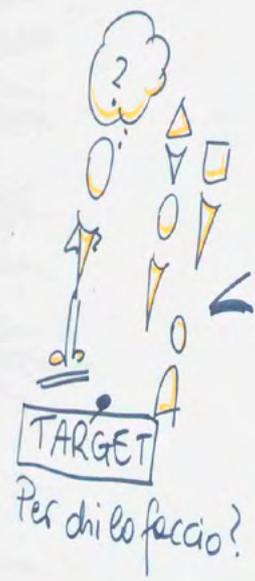
Una sfida - quella del fare impresa oggi - che vede la cooperazione in prima linea proprio in virtù delle caratteristiche necessarie oggi per il successo. Non più solo competitività, innovazione e capacità imprenditive, ma soprattutto capacità di cooperare con il contesto, non sempre agevole nella comprensione e nelle dinamiche.

La sfida per i giovani che si affacciano alla intrapresa creativa è il saper leggere i contesti dal punto di vista socio-culturale e non più solamente economico, quindi porsi in costante dialogo con clienti e portatori di interesse, che divengono il fulcro del proprio operato. Ecco allora che il metodo cooperativo riacquista valore e diviene il modello cui fare riferimento per progettare ed avviare un'impresa attenta alla dimensione locale e alla crescita condivisa.

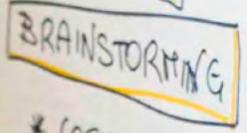
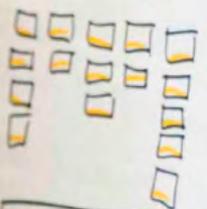
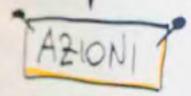
Un percorso appassionante, che anche quest'anno ha visto l'impegno e la partecipazione di giovani provenienti da esperienze e settori diversi uniti in un percorso capace di arricchire proprio a partire dagli scambi di chi vi partecipa.



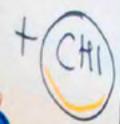
Facciamo il punto?



Qual'è lo scopo? Cosa voglio raggiungere?



- * COSA
- * COME
- * CHI





Il percorso

Workshop e formazione ad hoc
per i progetti innovativi



Workshop e formazione su misura per crescere passo dopo passo

Prima si disegnano i contorni, si prendono le misure di spazi, si giudica la giusta prospettiva. Poi si lavora sulla definizione dell'immagine, curandone i particolari. Scegliendo colori e tipo di pennellata, per rifinire poi al momento dello sguardo d'insieme. Immaginando Impulsi Vivi come fosse un dipinto, il percorso si può riassumere così. **Due fasi, un cammino unico.** Dal generale al particolare, come vuole la formula ormai definita.

I primi mesi sono stati dedicati a **workshop tematici** partendo dal tema generale della «Cultura: un'idea di impresa». Si è passati poi allo sviluppo delle competenze manageriali utili a mettere a fuoco la propria idea. Competenze accompagnate, nel terzo workshop, dagli «Strumenti e supporti per l'idea



imprenditoriale». Impulsi Vivi ha visto quindi proseguire i workshop con l'approfondimento sui modelli di business, seguito dal focus sul fundraising, per concludere la prima parte del programma con l'«Idea branding». Decine di persone hanno seguito i workshop in programma: parte essenziale per capire se – e come – la propria intuizione poteva avere uno sviluppo concreto.

Al giro di boa, come sempre, c'è stata la valutazione. Momento essenziale in cui si decidevano quali progetti avevano reali possibilità di riuscita. E anche per la terza edizione del percorso si sono sviluppate idee in ambiti diversi: le quattro che hanno completato tutto il cammino hanno avuto la possibilità di essere sviluppate da 100 ore di **formazione ad hoc**, sartoriale, fatta da esperti e tutor. Altro passaggio cruciale: l'esperienza e le competenze di chi fa parte del settore hanno permesso alle idee di prendere una fisionomia propria, una forma definita. Veri e propri coach infine hanno affiancato la loro «squadra», quella che è arrivata all'appuntamento finale di Impulsi Vivi, per la presentazione al Centro Trevi.





Workshop e mentor

Cultura: un'idea d'impresa

9/10 novembre - Teatro Cristallo

Sviluppo delle competenze manageriali

16/17 novembre - Teatro Cristallo

Strumenti e supporti per l'idea imprenditoriale

23/24 novembre - Teatro Cristallo

Business & idea modelling

30 novembre - Camera di commercio, 1 dicembre - Teatro Cristallo

Fundraising

14/15 dicembre - Teatro Cristallo

Idea branding

11/12 gennaio - Teatro Cristallo

Mentor:

dott. Luigi Cavaliere
dott. Gabriele Paglialonga

dott.ssa Cristina Larcher
dott. Carlo Battisti

Vocal coach:

Alessandra Limetti



Elementi del business model

- VALUE CREATION: risolvere il problema attraverso un prodotto o servizio creato. E? CO2A
- VALUE DELIVERY: scegliere il modo di offrire il servizio
- VALUE CAPTURE: creare o realizzare





I progetti selezionati

Protagonisti e temi delle quattro idee innovative

“

Abbiamo voluto dar vita ad un'iniziativa che potesse unire arte e design, per poter così creare opere reali. Crediamo fortemente che ogni momento della nostra vita abbia un valore e che possa essere ricordato e condiviso



Tangible Recollections

(17)

L'arte che fissa i ricordi delle persone
Modelli realizzati in stampa 3D per «immagazzinare» la memoria

Trasformare idee, ricordi e pensieri in oggetti concreti, tangibili. Perché in fondo, come diceva Aldous Huxley, «la memoria di ogni uomo è la sua letteratura privata». Ed è proprio a fissare, per non farli sfuggire, i bei momenti vissuti l'obiettivo a cui mira **«Tangible Recollections: Your Memories, 3D printed»**.

Un progetto che cammina sulle gambe di tre giovani, che hanno unito le loro forze per portarlo avanti: **Mehdi Rizvi** - la persona che ha avuto l'idea - **Veronica Zen** e **Qurratulain Shaukat**. Insieme hanno partecipato al percorso di incubazione definendo nei dettagli il loro progetto, che parte dall'unione, positiva, di creatività e design. «Abbiamo voluto dar vita ad un'iniziativa che potesse unire arte e design, per poter così creare opere reali - spiega Veronica -. Crediamo fortemente che ogni momento della nostra vita abbia un valore e che possa essere ricordato e condiviso».

Proprio per questo i ragazzi vanno incontro

a chiunque desideri «immagazzinare» il proprio ricordo o la propria memoria, per poterla rivedere ogni giorno. Come? Attraverso dei modelli realizzati con la stampa 3D. «Possiamo ricreare o modellare momenti importanti o qualsiasi altra cosa ruoti attorno alla persona che ce ne fa richiesta, trasformandoli in una forma fisica, in un oggetto artistico» continua Veronica.

E i primi risultati, esperimenti in grado di affinare e far crescere il progetto, non si sono fatti attendere. «Finora abbiamo realizzato diverse opere: mappe di città, modelli di edifici e anche installazioni interattive». Il team infatti, ha partecipato alla realizzazione della mostra **«Bozen, the living city»**, un'installazione multimediale composta da modellini fisici in 3D della mappa di Bolzano e dei suoi edifici più iconici. L'espansione storica della città durante gli ultimi secoli proiettata su di una mappa sotto forma di animazioni accompagnate da effetti sonori.

“

Il servizio dà la possibilità a chi, per diverse ragioni, deve creare un video in cui si interpreta o si legge un testo e che allo stesso tempo non vuole apparire sugli schermi, di delegare il lavoro a un attore o attrice che può comodamente scegliere da un vasto catalogo da noi offerto



Selfiefy

(19)

Il video su commissione a portata di mano
La piattaforma che mette insieme attori, aziende e agenzie

Aspiranti attori e amanti dei video, ma anche aziende e privati che necessitano di commissionare un video su richiesta. Diversi player tutti riuniti da un'unica piattaforma: **Selfiefy**, ideata da **Rocco Rampino**, giovane proveniente dalla provincia di Trento.

«Da grande appassionato di cinema e video, ho voluto creare un prodotto che vada incontro alle esigenze di registi, attori, aziende e agenzie - racconta Rocco, già gestore della realtà «Destinazione Cinema», con il quale contribuisce alla diffusione della cultura cinematografica -. Il servizio dà la possibilità a chi, per diverse ragioni, deve creare un video in cui si interpreta o si legge un testo e che allo stesso tempo non vuole apparire sugli schermi, di **delegare il lavoro a un attore o attrice** che può comodamente scegliere da un vasto catalogo da noi offerto».

Il metodo è semplice ed intuitivo:
«Innanzitutto gli attori e le attrici si registrano sulla piattaforma, inserendo i propri

dati personali e specificando le proprie caratteristiche artistiche direttamente sulla vetrina e-commerce, **creando di fatto la propria "vetrina" virtuale** - spiega l'ideatore -. Così facendo, i potenziali clienti avranno sott'occhio diverse tipologie di attori o attrici tra cui scegliere. Dopo la scelta, il privato invia all'attore il copione del testo da dover recitare con tutte le indicazioni per il video. Il cliente paga il video online ed il "selfista" crea il prodotto, seguendo appunto le indicazioni ricevute in precedenza».

In un secondo momento, lo staff di Selfiefy visiona il prodotto, **assicurandosi che il video segua le linee guida richieste dal cliente**. Infine, il video viene consegnato. La piattaforma dà, in questo modo, un prezioso aiuto alla crescita e alla produzione di video indipendenti, oltre che la possibilità agli attori di guadagnare su questi macro-lavori, sempre più richiesti sul mercato.

“

Cerchiamo di creare narrazioni, percorsi, storie da raccontare attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie. Vogliamo declinare, sciogliere argomenti anche complessi, relativi magari ad aziende o enti, e renderli disponibili a tutti



Impronta del digitale

(21)

La realtà virtuale aiuta lo storytelling
Nuove tecnologie per raccontare storie complesse

Raccontare **storie e argomenti complessi attraverso l'uso delle nuove tecnologie: è lo scopo di «Impronta del digitale»**, uno

dei quattro progetti che ha completato il percorso di innovazione culturale. L'idea è stata pensata e sviluppata da due amici, **Paolo Fenu** e **Nicola Mittempergher**, che si sono conosciuti qualche anno fa all'Università di Trento, durante un master: «Io e Nicola proveniamo entrambi da studi filosofici - racconta Paolo - e abbiamo già avuto la possibilità di collaborare nel campo culturale con la gestione di alcune iniziative in ambito artistico e creativo».

«Nel corso degli anni abbiamo sviluppato una serie di competenze e nuove skills in campo culturale e digitale, e le vogliamo utilizzare in questo progetto come alleate.

Con "Impronta del digitale" cerchiamo di creare narrazioni, percorsi, storie da raccontare proprio attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie - spiega Nicola -. Vogliamo declinare, sciogliere argomenti anche complessi, relativi magari ad aziende o enti, e renderli disponibili a tutti».

Un'idea, la loro, che può trovare un riscontro positivo in collaborazioni con enti pubblici, come i musei, e aziende private, soprattutto quelle che desiderano fortemente raccontare la loro storia, le loro tradizioni e i valori su cui si basa il loro lavoro. «Per fare ciò utilizziamo tecnologie moderne, **che vanno dalle videoproiezioni alla realtà virtuale**, passando per le più comuni app per smartphone».

“

Abbiamo coltivato sempre questa passione insieme e abbiamo poi deciso di darle nuova vita, tentando di creare qualcosa che andasse incontro alle esigenze di altri artisti locali e non



La prima web radio universitaria altoatesina
Trasmessa in molti locali della città, fa dell'innovazione il punto di forza

Riunire artisti locali con idee innovative, giovani emergenti con tanta voglia di fare e gli studenti dell'Università di Bolzano (ma non solo). «Beaz Radio» è la **prima web radio universitaria** altoatesina nata dall'unione di forze del **MUA**, Movimento universitario altoatesino, l'associazione **"Ascolto Giovani"** e alcuni studenti, appunto, di Unibz. L'idea è nata da un gruppo di matricole dell'ateneo: al timone di comando ci sono tre giovani amici, compagni di avventure da una vita, legati dalla profonda passione per la musica: **Ivan Imperiale**, **Samuele Marzola** e **Alessandro Veronesi**.

«Beaz Radio vuole essere un prodotto che fa dell'innovazione il suo punto di forza - spiega Ivan -. E lo fa soprattutto sfruttando i nuovi tool che il web ci offre». Nato nel 2017, il progetto raggruppa sotto la sua ala contenuti innovativi e dinamici, di tipo culturale, sociale e musicale diffondendoli appunto attraverso lo strumento della radio, tanto conosciuta quanto sottovalutata, soprattutto tra i giovani altoatesini.

«Abbiamo tutti un background musicale molto vivo. Abbiamo coltivato sempre questa passione insieme e abbiamo poi deciso di darle nuova vita, tentando di creare qualcosa che andasse incontro alle esigenze di altri artisti locali e non. Beaz Radio va in onda in streaming audio 365 giorni all'anno sul sito web, ed è trasmessa anche da diversi locali della città» racconta Ivan. Lo studio di registrazione si trova nella sede della fondazione Upad di via Firenze, a Bolzano, che ha dato un valido aiuto ai ragazzi nel lancio del loro prodotto, fornendo spazi e attrezzature.

«L'idea è quella di **rendere la radio più interattiva possibile**, costruendo una solida fanbase soprattutto grazie all'aiuto dei social network, fondamentale al giorno d'oggi. Proprio per questo motivo apriamo le nostre frequenze a tutti coloro che vogliono mettere in campo idee vincenti e innovative, anche in lingua straniera». Il team è già diventato media partner di diversi eventi locali. Insomma, vale la pena sintonizzarsi e ascoltare il ricco palinsesto di Beaz Radio.

SOTTOVALUTARE
GLI INPUT
DALL'AMBIENTE



Gli eventi

Idee in circolo

Storie di chi ce l'ha fatta, il «buon esempio» agli eventi di Impulsi Vivi

Le testimonianze di professionisti provenienti da settori e con sensibilità diverse. Ma anche i racconti di chi aveva partecipato - con successo - alle prime due edizioni del percorso. Formula che vince non si cambia: più di 200 persone hanno formato il pubblico dei **quattro eventi targati Impulsi Vivi**.

Tra **Centro Trevi**, la «casa della Cultura» altoatesina e **Botteghe di Cultura**, ai due eventi che hanno perimetrato il cammino (il lancio e la finale, con la presentazione dei progetti), si sono aggiunti due aperitivi in salsa Impulsi Vivi, ovvero appuntamenti informali, dove si sono mescolate testimonianze e domande, dibattito e consigli.

Ed è attraverso le parole (e le immagini, grazie ai QR Code che permettono di andare a vedere i contenuti multimediali) che andremo a rivivere, nelle prossime pagine, gli eventi di Impulsi Vivi e i loro protagonisti. Perché l'innovazione, e non fa eccezione quella culturale, **corre sempre sulle gambe delle persone**.



L'EVENTO DI LANCIO

Martedì 6 novembre 2018

Centro Trevi



Fare cultura? «Aiuta a capire il mondo che ci circonda»: il kick-off di Impulsi Vivi al Centro Trevi.

«Senza creatività non c'è innovazione». Anche perché fare cultura significa creare «spazi liberi dove esprimersi e trovare mezzi per capire il mondo che ci circonda». Le parole di Alberto Lago, giovane designer, e le **testimonianze di storie di innovazione culturale** hanno dato il via alla terza edizione di **Impulsi Vivi**. E la sala del **Centro Trevi** a Bolzano, lunedì 6 novembre, era gremita. Il desiderio di unire, ancora una volta, impresa e cultura è stato l'occasione per ascoltare dal vivo testimonianze dirette di chi nell'ambito culturale-innovativo ci lavora quotidianamente.

La cultura allarga gli orizzonti. Lo ha spiegato **Alberto Lago**, giovane designer e grafico veneziano, che partendo dal progettare grattacieli negli Usa si è spostato poi ad un livello più urbano e comunitario, collaborando con artigiani per unire innovazione con la manodopera tradizionale: «Nella mia carriera ho sempre avuto un approccio piramidale, partendo però dalla punta, e scendendo verso lo strato della comunità. L'innovazione aiuta a creare nuove possibilità, e dà una spinta concreta alle persone che vogliono realizzare le proprie idee».

Fra gli ospiti anche **Hans Renzler**, manager per l'Italia di VerVieVas, agenzia di comunicazione austriaca che si occupa di aiutare le aziende a promuovere, spiegare e semplificare i temi complessi che le riguardano. Per farlo, Hans e il suo team utilizzano video, infografiche e graphic recording: «È importante aiutare le aziende nell'ambito comunicativo, che sia per il cliente ma anche per l'impiegato stesso. Penso che la chiave di successo per sviluppare un'idea d'impresa in ambito culturale sia quella di avere tanta dedizione e fiducia nel proprio lavoro».

A concludere la serata sono stati i discorsi di tre ex partecipanti: **Luca Bresadola**, gestore di "Emberfly", spazio espositivo per opere artistiche, **Elena Forcato**, fondatrice di una piattaforma web per la vendita e la promozione del fumetto indipendente, e **Matteo Prina**, creatore di un gioco da tavolo pensato per sensibilizzare i giovani al mondo dell'ambiente e della sostenibilità. Per tutti un feedback positivo. «Questo percorso ci ha aiutati a capire se le nostre idee fossero realizzabili o meno».



SBAGLIARE DA PROFESSIONISTI

Martedì 4 dicembre 2018

Centro Trevi



Sbagliare, che grande opportunità. Massimiano Bucchi e quegli errori diventati trampolino di lancio

«Tutti noi sbagliamo, non bisogna avere paura di fare errori, l'importante è usarli come trampolino di lancio per i nostri obiettivi, avendo consapevolezza di ciò che ci possono insegnare». E nel mondo dell'impresa – anche quella culturale – non potrebbe essere altrimenti. Capire i motivi dei nostri sbagli, analizzarli per poterne trarre enormi benefici. È quanto ha spiegato **Massimiano Bucchi**, professore di Sociologia della Scienza e Comunicazione, Scienza e Tecnica all'Università di Trento, martedì 4 dicembre al Centro Trevi, durante il primo aperitivo informale di Impulsi Vivi.

Bucchi ha presentato la sua ultima fatica letteraria «**Sbagliare da professionisti. Storie di errori e fallimenti memorabili**», un vero e proprio viaggio tra i più "celebri" errori della storia: «L'errore ha sempre fatto parte delle nostre vite, mi sembrava strano però che la sociologia non gli avesse mai studiati in maniera sistematica. Da qui ho deciso di intraprendere la mia analisi, rendendola più accessibile ai lettori attraverso il racconto di

alcune storie» ha detto Bucchi. Già, perché chissà cosa ha pensato successivamente il produttore discografico che non scritturò i Beatles, o chissà che successo avrebbero avuto i Google Glass se sponsorizzati meglio, invece che essere così mal considerati in America. Storie di insuccessi, legate a valutazioni sbagliate che però, inevitabilmente, fanno parte del processo di crescita di ciascuno di noi.

«L'errore nella nostra società è un tabù, tutti vogliono cercare di evitarlo. Nel nostro piccolo, la cosa migliore che possiamo fare è prendere lo sbaglio come un momento di conoscenza e di riflessione di noi stessi». Una considerazione che ha portato i presenti al Centro Trevi a scrivere su un foglietto il loro errore più grande (in forma anonima), per poi venir letti tutti assieme: un momento di raccolta per dimostrare che davanti agli errori siamo tutti uguali.



I LAVORI DEL FUTURO

Mercoledì 6 febbraio 2019

Botteghe di Cultura



Competenza e «voglia di inseguire un sogno»: ecco come trovare «I lavori del futuro»

Alla fine la curiosità e il confronto l'hanno fatta da padrona. E non poteva essere altrimenti per un argomento così importante e allo stesso tempo ancora tutto da scoprire. «**I lavori del futuro**» è stato il tema centrale del secondo aperitivo di **Impulsi Vivi** andato in scena il 6 febbraio nelle **Botteghe di Cultura** - Cooltour e Youth Magazine - a Bolzano.

Un tentativo reale di offrire uno spaccato del contesto attuale e del mercato di domani. Come? Attraverso storie vere e testimonianze dirette. Ospiti della serata sono stati **Manuel Agostini**, youtuber bolzanino con un canale che supera i 100mila iscritti, **Nicholas Santini**, Project Manager di YOB, piattaforma dedicata a lavoro giovanile. Con loro anche un intervento in video di **Mirna Pacchetti**, CEO & Founder di InTribe, che non è riuscita a essere presente fisicamente alla serata.

Il **segreto** per far diventare la propria passione un lavoro? Secondo Agostini alla base c'è la dedizione: «Una volta che avete trovato il vostro sogno, inseguite lo. Nonostante le difficoltà per raggiungerlo, con costanza e impegno, il risultato si raggiunge e ci può togliere enormi soddisfazioni.

La determinazione in quello che fate è fondamentale». Come ha fatto lui con i suoi video. «Inizialmente prendevo tutto come un hobby, non avevo programmato nessuna crescita costante - ha spiegato - con il passare del tempo però le opportunità e i contatti sono cresciuti e quindi anche il tempo da mettere a disposizione doveva necessariamente diventare di più. Ho capito anche l'importanza di mantenere vivo il contatto con i miei fan. D'altronde senza di loro questo lavoro non avrebbe futuro».

Anche Santini ha avuto un **consiglio utile** per i partecipanti alla terza edizione di Impulsi Vivi - e non solo - che vedono nell'impresa culturale il proprio futuro: «lo penso sempre che sia importante sentirsi un po' dei freelancer, dei piccoli imprenditori. Questo per capire l'impatto che il proprio lavoro ha sui clienti, collaboratori e sui propri superiori. Entrate in quest'ottica e le strade che si apriranno saranno molteplici».



LA FINALE - Di progetti di innovazione culturale «in mostra»

Giovedì 4 aprile 2019

Centro Trevi



La passerella finale per le idee protagoniste di Impulsi Vivi

(35)

Dalla **piattaforma web per creare video su commissione**, alla prima web radio universitaria altoatesina, dalle nuove **tecnologie al servizio dello storytelling** agli **oggetti artistici realizzati con la stampa 3D**. Quattro idee di innovazione culturale, quattro ambiti diversi, arrivate fino in fondo alla terza edizione di **Impulsi Vivi**, il percorso di incubazione dell'Ufficio Politiche Giovanili della Ripartizione Cultura Italiana della Provincia Autonoma di Bolzano realizzato da Irecoop Alto Adige - Südtirol.

Progetti che, grazie a workshop e a cento ore di formazione ad hoc, hanno preso forma e consistenza. Diventando così i protagonisti della **serata finale** di Impulsi Vivi, che si è tenuta giovedì 4 aprile al Centro Trevi di Bolzano. Nello spirito degli appuntamenti, informali e costruttivi, del percorso, non potevano mancare anche testimonianze di chi con innovazione, nuove tecnologie e cultura ha a che fare ogni giorno. Overo **Manuela Dasser** e **Alice Dellantonio**, co-founder di MarameoLab, collettivo fondato da giovani

designer nate e cresciute in Trentino- Alto Adige, **Elisa Weiss**, presidente dell'Artist Club di Bolzano e organizzatrice del Festival Studentesco di Bolzano e **Luca Meneghel**, giovane fotografo di moda e design che lavora sia in Italia che all'estero.

«Abbiamo visto progetti diversi e di alta qualità, a conferma di come buone idee, se ben guidate, possano crescere e trovare concretezza - spiega **Luca Bizzarri**, direttore reggente dell'Ufficio Politiche Giovanili di Bolzano -. Impulsi Vivi si conferma il percorso punto di riferimento per chiunque abbia idee innovative in ambito culturale». «La formazione su misura, il coinvolgimento degli attori del sistema locale e le metodologie cooperative applicate ai contesti formativi credo siano il punto forte di Impulsi vivi che, anche per questa edizione, ha raggiunto degli ottimi risultati - sottolinea **Andrea Grata**, presidente di Irecoop Alto Adige - Südtirol -. Un plauso va ai protagonisti, che con impegno e passione sono arrivati alla fine, e a tutti i docenti e mentor coinvolti».





Le interviste

Le parole di chi fa, ogni giorno,
innovazione culturale



Intervista a Bertram Niessen,
direttore di «cheFare»



Realismo e saper leggere la complessità: ecco la ricetta per fare innovazione culturale

Cosa significa per lei fare oggi innovazione in ambito culturale?

Smaltita la sbornia dell'innovazione tecnologica che rincorre la Silicon Valley e quella puramente manageriale, oggi è chiaro che l'unica strada percorribile è quella di costruire alleanze inedite tra soggetti diversi dei campi della cultura - artisti, autori, organizzazioni dal basso, istituzioni, centri di ricerca, policy makers - senza dimenticare che la cultura è innanzitutto sperimentazione, traduzione, critica, ricerca del senso. Senza sperimentazione non c'è innovazione.

Perché lei consiglierebbe a un giovane di investire le proprie capacità imprenditoriali in progetti culturali?

Con la cultura si mangia, ma spesso poco e male. E spesso si riesce a farlo dopo tanto, troppo tempo di cinghia tenuta stretta. Per questo è importante saper limitare gli "investimenti" che non pagano ma che "fanno curriculum", ed è necessario saper progettare percorsi che siano sostenibili nel tempo. Non si può farlo da soli: per affrontare la complessità è cruciale imparare a tradurre tra linguaggi, discipline, visioni del mondo diverse. Questo vuol dire costruire gruppi di

lavoro ben bilanciati nelle competenze hard e in quelle soft, interrogandosi continuamente su quali sono le attitudini (esplicitate o latenti) di tutti i componenti.

Impulsi Vivi è un percorso radicato di formazione sartoriale per giovani under 40. Quali sono, secondo lei, le competenze più importanti per trasformare una (buona) idea in realtà?

1. Realismo. Imparare che le buone idee sono una commodity: sono ovunque e non valgono (quasi) nulla.
2. Saper leggere la complessità. Il mondo è pieno di opportunità, ma spesso le correlazioni sono nascoste in mezzo alla confusione.
3. Saper costruire benchmark e comparazioni. Identificare le cose che si assomigliano e quelle che sono diverse è una risorsa impagabile.
4. Saper fare da ponte tra visioni del mondo diverse. Parlare la stessa lingua non vuol dire capirsi.
5. Saper gestire il proprio lavoro e quello degli altri.
6. Capire cosa ha valore per gli altri.
7. Imparare a lavorare con i numeri, anche se si viene dalle humanities.



Intervista a Lia Ghilardi,
sociologa urbana e cultural planner. Lavora
in tutta Europa aiutando le città a riscoprire
identità e creatività



**Cosa significa per lei fare oggi
innovazione in ambito culturale?**

Secondo me innovazione culturale significa capire, che il nostro mondo sta attraversando un periodo di maggiori cambiamenti nel nostro modo di vivere, di produrre e di consumare cultura. La cultura di massa si dissolve, anche grazie all'aiuto della tecnologia. La nostra esistenza sociale al giorno d'oggi è segnata da una frammentazione in gruppetti. Il sociologo francese Michel Maggesoli definisce questi gruppetti come "le nuove tribù". Vale a dire che i collettivi odierni, che si basano su interessi, creano la loro propria cultura, come, quando e dove vogliono loro. In un certo

Credere in se stessi e nessuna paura di fallire: le chiavi per un'idea di successo

senso vivono e co-creano cultura all'interno di un processo di innovazione costante. Ciò significa, che istituzioni e organizzazioni tradizionali devono cedere la loro egemonia in favore a un'attitudine molto più aperta verso nuove idee e la diversità, se vogliono esistere in questo mondo frammentato. Solo così ci sarà l'innovazione.

Perché lei consiglierebbe a un giovane di investire le proprie capacità imprenditoriali in progetti culturali?

Ho la sensazione, che le persone, che ragionano così, pensino a breve termine e che percepiscano il mondo ancora con i vecchi parametri di cultura alta contro cultura bassa. A mio avviso, l'essere umano ha bisogno della cultura per concretizzare le proprie potenzialità (che, innanzitutto, sarebbe per se un incentivo potente per investire nella cultura). Ogni persona ha la capacità di creare qualcosa di nuovo e di eccitante. Cultura carbuca questo potenziale. Trasformare idee in prodotti è il fattore chiave dell'innovazione. Tanto vale anche per la cultura. Oggi come oggi non c'è un prodotto sul mercato, che non è attribuibile a un input creativo o culturale. Troviamo l'anima della

cultura nel design e la pubblicità, nel settore mediatico e nell'industria dello spettacolo, nell'economia dell'esperienza e negli eventi sportivi. Dobbiamo abbandonare la percezione di cultura come "solo arte" e entrare in un mondo, dove l'arte è vista come un ingrediente fondamentale nel creare novità ed esperienze eccitanti per il consumatore (ed il visitatore).

Impulsi Vivi è un percorso radicato di formazione sartoriale per giovani under 40.

Quali sono, secondo lei, le competenze più importanti per trasformare una (buona) idea in realtà?

Penso che gli ingredienti chiave per aver successo nel mondo d'oggi sono curiosità e il credere in se stessi. Ovvero la mente creativa deve affrontare questo mondo con uno spirito aperto a nuove esperienze ed idee. E serve il coraggio di inseguire queste idee fino in fondo. Inoltre ci si deve privare della paura di fallire, che tutti noi proviamo quando siamo confrontati con qualcosa di nuovo. Non c'è bisogno di dire, che non si va da nessuna parte nella vita professionale (e nella vita stessa) senza immaginazione ed empatia.



Alessandro Narduzzo,
docente e direttore del corso di laurea
magistrale Entrepreneurship and Innovation
della Libera Università di Bolzano



Cosa significa per lei fare oggi innovazione in ambito culturale?

Anche in ambito culturale, innovazione può essere concepita e declinata in moltissimi modi. Tradizionalmente l'attenzione è stata focalizzata sullo sviluppo di nuovi di nuovi servizi culturali, soprattutto come applicazione di nuove tecnologie. Tuttavia, questa concettualizzazione è estremamente riduttiva e lo spazio di innovazione, anche in ambito culturale, è significativamente più ampio. Di conseguenza, è possibile e necessario ragionare in modo innovativo sui modi di fare innovazione in ambito culturale. A tal fine, il punto di partenza è una riflessione sulle molteplici e intricate forme di generazione di valore, capace di spingerci oltre i confini della "fruizione" che comunque offre ancora spazi, praterie sconosciute di innovazione. Ad esempio, mi

L'importanza dell'empatia: saper ascoltare e di conseguenza modificare le proprie idee

viene in mente il progetto/startup Innovation Art Design di Fabio Valente e Fabio Rizzo che scommette sulle molteplici possibilità di creazione di valore di un'opera d'arte. In questo caso l'innovazione culturale consiste nel concepire prodotti/servizi culturali nuovi, intersecando "filieri" di attività e di competenze che altrimenti resterebbero separati, anche sviluppando modelli di business diversi da quelli a cui siamo abituati. Il finanziamento della cultura è esso stesso un tema suscettibile di innovazione, anzi un tema che ha bisogno di profonda innovazione per evitare di restare schiacciati nella contrapposizione tra chi vuole monetizzare il valore del patrimonio culturale e chi pone al primo posto la sua tutela o la sua universale accessibilità.

Attraverso l'innovazione è possibile concepire e sperimentare soluzioni di finanziamento della cultura capaci di coniugare molteplici istanze. Da questo punto di vista, le esperienze di crowdfunding applicato alla cultura costituiscono un'espressione di mecenatismo distribuito e partecipato che offrono la base per ulteriori forme di innovazione.

«Con la cultura non si mangia»: uno stereotipo sempre più smentito dai fatti (e dai dati). Perché lei consiglierebbe ad un giovane di investire le proprie capacità imprenditoriali in progetti culturali?

La domanda mi mette un po' in imbarazzo. In generale, direi ai giovani di diffidare dei consigli, ma ancor di più di diffidare degli stereotipi (e qui mi contraddico, perché in una sola frase ho già dato due consigli!). Questo stereotipo non solo è scorretto, ma produce dei danni: per dimostrare che si tratta di un'idea sbagliata, ci si espone al rischio di accettare e sostenere modelli di business che possono snaturare o compromettere lo stesso sistema e patrimonio culturale. Questo tipo di preoccupazione, espressa da persone come Salvatore Settis, è pienamente fondata e condivisibile e una società consapevole deve assolutamente porre dei baluardi a difesa del proprio patrimonio culturale. Proprio per questo vi è oggi l'assoluta necessità di sperimentare forme di produzione, conservazione e riproduzione di cultura capaci di coniugare esigenze apparentemente contrastanti: la tutela del patrimonio culturale, e la sua accessibilità,



senza la quale questo patrimonio cessa di essere parte della identità della società di cui quella cultura è espressione.

Lo stesso mecenatismo che vede la collaborazione fra imprese e mondo della cultura e in particolare dell'arte, può essere declinato in forme nuove. Attraverso la cultura le imprese possono trovare o rafforzare la propria identità, i propri valori o quelli dei prodotti e servizi che essa offre. Esperienze di questo tipo non sono infrequenti; ne abbiamo un esempio proprio in questi giorni al Museion di Bolzano, dove una nota impresa di finestre per tetti ha sponsorizzato un'installazione temporanea, smentendo ancora una volta lo stereotipo secondo cui "con la cultura non si mangia".

Impulsi Vivi è un percorso radicato di formazione sartoriale per giovani under 40. Quali sono, secondo lei, le competenze più importanti per trasformare una (buona) idea in realtà?

Ci sono due competenze che sono fondamentali, e purtroppo sono anche talmente ovvie e per questo vengono sistematicamente sottovalutate: la capacità di ascoltare le persone e gli altri attori

che possono essere connessi a quell'idea innovativa (ossia gli stakeholders), e di modificare le proprie idee sulla base di quanto viene appreso. Sono competenze difficili da insegnare, difficili da praticare e rispetto alle quali è difficile sviluppare una certa consapevolezza: crediamo di ascoltare gli altri e di riuscire a cambiare idea, ma spesso non è proprio così, almeno nel profondo. L'empatia è la capacità di ascoltare le persone ed è molto importante nel processo innovativo perché permette di porsi nella situazione di un'altra persona e capirne i veri bisogni. Per mettere in pratica l'empatia è necessario diventare consapevoli dei propri pregiudizi, per contenerli, e sforzarsi di essere aperti, anche e soprattutto rispetto a evidenze che violano le nostre credenze. Essere empatici richiede curiosità per gli altri e la capacità di prestare attenzione a dettagli che altrimenti verrebbero facilmente trascurati. Infine aiuta avere un'attitudine propositiva e rispettosa, in modo da far sentire a proprio agio i nostri interlocutori. Di solito, alla base di quella che sembra essere una buona idea (ossia intuitivamente convincente) c'è uno studio approfondito dei bisogni delle persone, ed è importante insegnare e infondere questo tipo di competenza.



La quarta edizione

Conclusa l'edizione 2018/2019 è arrivato il tempo dei bilanci. Il successo del format e la grande partecipazione ci hanno negli anni suggerito l'esistenza di un target parallelo a quello costituito da nuovi aspiranti imprenditori, rappresentato da giovani con idee innovative ma lontane dal modello dell'impresa tradizionale. Per incontrare anche i loro fabbisogni formativi e canalizzare l'innovazione presente sul territorio Impulsi vivi, a partire dalla prossima edizione, si rinnova.

Dopo alcune edizioni con il focus sull'imprenditorialità, Impulsi Vivi sperimenta nel 2019/2020 un nuovo approccio, volto a sviluppare ed accrescere le competenze necessarie alla gestione di progetti ed iniziative, anche con lo scopo di creare nuove connessioni e avviare nuove collaborazioni tra i giovani professionisti e le realtà consolidate del territorio.

Il tradizionale format viene dunque completamente rinnovato e trasformato in un percorso unico che offre strumenti, pratiche e tecniche di project management e la possibilità, per le idee migliori, di realizzare il proprio progetto.

Un nuovo percorso che, attraverso la sua trasformazione, vuole rimanere un punto di riferimento per gli operatori del settore culturale e per gli aspiranti nuovi professionisti senza rinunciare a porsi come best practice innovativa.

Teresa Pedretti, direttore Irecoop Alto Adige Súdtirol

L'ecosistema

CULTURA





1.916

MILIONI DI EURO



4.946

IMPRESE



33.100

PERSONE

IRECOOP ALTO ADIGE-SÜDTIROL
Via Galilei- Str. 2/E – 39100 Bolzano-Bozen
Via G. di Vittorio-Str. 33 – 39100 Bolzano-Bozen

tel: +39 0471 441886

fax: +39 0471 441895

pec: irecoppaas@pec.cooperdolomiti.it

info@irecoopbz.eu

www.impulsivivi.com

