

CULTURA, CREATIVITÀ E CONOSCENZA: NUOVE ECONOMIE PER NUOVI PAESAGGI URBANI

Manuel MARIN¹

Sommario

Negli anni Sessanta, il declino del modello fordista e la transizione verso un modello post-fordista, ha incentivato la crescita di nuove economie legate al campo della conoscenza e della creatività. Sono cambiati gli assets strategici: dal capitale fisico al capitale umano, dalla standardizzazione alla personalizzazione e sono cambiati anche gli stili lavorativi e gli spazi per la formazione con l'espansione dei coworking, degli incubatori, dei fablab e la nascita di comunità in cui la condivisione e la collaborazione rappresentano processi sociali e culturali che si espandono anche al di fuori del consueto spazio di produzione ed "invadono" l'intero ambiente urbano.

Creative city, tech city, start-up city, learning city, diversi sono i paradigmi utilizzati per definire l'evoluzione dell'economia post-industriale all'interno delle città e diverse sono le capitali europee che investono nelle nuove economie realizzando nuovi incubatori: da Parigi a Berlino, passando per Londra, Barcelona, Tel Aviv, Tallin.

Capannoni industriali dismessi, riconvertiti per dare spazio a start up e incubatori di imprese rappresentano oggi un'opportunità crescente di investimento immobiliare, che attrae proprietari di aree dismesse, consorzi industriali, venture capitalist e investitori attenti allo sviluppo di attività innovative. Dopo la crisi della città industriale si sta quindi assistendo ad una rinascita dei grandi centri urbani con una tendenza intrinseca forte verso l'agglomerazione geografica e la concentrazione urbana. Le città si stanno rinnovando come luoghi e spazi dell'economia creativa e della conoscenza dove nuove e fitte reti di relazioni formali e informali vengono intrecciate ogni giorno. Questo comporta trasformazioni non prive di risvolti contraddittori. Si accentuano le fratture sociali tra professionisti ad alto reddito e lavoratori dei servizi, si rafforzano la segregazione delle residenze e degli spazi urbani, si implementano politiche che comportano la gentrificazione di interi quartieri.

¹ Università degli Studi di Firenze. DIDA Dipartimento di Architettura, Via della Mattonaia, 14 – 50121 Firenze
e-mail: manuel.marin@unifi.it

1.Introduzione

Una delle principali caratteristiche del capitalismo contemporaneo è la crescente importanza, in termini di sviluppo economico, di reddito e di occupazione, dei settori i cui output hanno un rilevante contenuto cognitivo, simbolico e culturale (Scott, 2001). Negli ultimi cinquant'anni siamo passati da un'economia basata sulla produzione di beni materiali a un'economia basata su conoscenza, innovazione e creatività a seguito di una progressiva dematerializzazione dell'economia, segnata da una maggiore rilevanza assunta dalla conoscenza quale fattore chiave dei processi produttivi (Gershuny e Miles, 1983; Rullani, 2004).

La riconversione di ex-edifici industriali dismessi in nuovi spazi per coworking e start up, ex laboratori artigianali sfitti all'interno di centri storici trasformati in fablab, stanno trasformando i centri urbani in un ambiente complesso e ricco di interrelazioni che favorisce la creazione di nuove idee e nuovi modi di fare impresa. Organizzazioni che inizialmente sono state veicolate attraverso tecnologie di relazione come siti di social network o blog iniziano a occupare anche quelli fisici. Si spiega in questo modo la rapida diffusione di spazi di coworking, ma anche fablab, maker space, hackerspace, oltre ai più tradizionali incubatori e acceleratori di impresa. Se negli anni Ottanta si parlava di "rivoluzione del tempo scelto", ora si pone la questione dello "spazio scelto" (Pais, 2012).

L' interazione sociale che si viene a creare in questi spazi tra nuovi imprenditori, ricercatori, start upper tende a generare opportunità d'apprendimento che vanno a beneficio dell'innovazione, della produttività ma anche dello sviluppo del territorio, attraverso partnership con imprese, associazioni e amministrazioni locali.

Operando in contiguità geografica, gli innovatori rafforzano reciprocamente il proprio potenziale creativo e accrescono le proprie possibilità di successo con una forte tendenza verso l'agglomerazione e la concentrazione urbana. Molte attività legate ai settori cognitivo-culturale scelgono di localizzarsi nelle aree centrali delle regioni urbane sia per la logica organizzativa richiesta, sia per le capacità del milieu urbano presente, di fornire capitale umano specializzato, riducendo anche le incertezze economiche a cui sono esposte imprese appena formate.

2. Mutazioni in atto nei processi economici: dall'ascesa dell' economia digitale ad una possibile terza rivoluzione industriale.

Internet, i social network, il mobile, le stampanti 3D, le nanotecnologie stanno velocemente trasformando il mondo e la sua economia e stanno generando nuove opportunità di sviluppo e crescita soprattutto per quelle imprese, start up, associazioni, università e centri di ricerca che accettano la sfida del cambiamento, producendo idee, prodotti, processi e visioni attraverso l'innovazione digitale.

2.1 L'impatto dell'economia digitale

L'economia digitale è un ambito dell'economia che si basa sulle tecnologie digitali, talvolta chiamata anche internet economy, new economy o web economy.

La rivoluzione della digital economy si basa sulla disponibilità di connessioni offerta da internet, che va a potenziare i fattori chiave della produzione di beni e servizi attraverso la comunicazione tra luoghi distanti del pianeta, riducendo così i costi di transazione. Oggi, quest'economia digitale s'intreccia sempre più spesso con l'economia industriale. La trasformazione, globale e intersettoriale è già in corso e per molti economisti e analisti di mercato, entro il 2020 entrerà a pieno regime, producendo impatti profondi nei differenti settori industriali.

La confluenza tra le quattro “forze”: mobile, social, cloud e informazione sta ridefinendo l'Information Technology e spinge ormai anche la digitalizzazione dei diversi settori industriali, esistono infrastrutture digitali di rete che forniscono una piattaforma globale su cui le persone e le organizzazioni, come ad esempio imprese, enti pubblici o privati, elaborano strategie, collaborano, si scambiano informazioni e creano attività imprenditoriali.

Contemporaneamente, molti governi stanno investendo in infrastrutture. Per l'Unione Europea, l'economia digitale è considerato uno dei quattro fattori di crescita, individuati nell'Atto per il Mercato Unico II, adottato dalla Commissione Europea. Con il suo peso economico e i suoi importanti effetti di ricaduta, in termini di produttività e coesione sociale, la rivoluzione dell'economia digitale resta un'opportunità da non perdere. Al fine di realizzare il Mercato Unico Digitale entro il 2015, la Commissione europea ha proposto, tra le varie azioni, di agevolare il commercio elettronico nell'UE affrontando una delle principali cause dei mancati investimenti nelle connessioni veloci a banda larga, ovvero i costi dell'ingegneria civile e di rendere comune la fatturazione elettronica, nelle procedure relative agli appalti pubblici.

“Nella catena del valore di un'azienda completamente digitalizzata o nel suo ecosistema, tutto avviene a velocità accelerata, l'informazione è l'asset critico, determinante per ogni scelta. Per ogni settore si aprono nuove possibilità”, afferma Peter Sondergaard (2013) illustrando i diversi livelli nei quali questa condizione impatta: migliorano i processi, prodotti e servizi, così come l'esperienza del cliente o cittadino, emergono nuovi modelli di business e la scelta del “momento di business” diventa cruciale, la capacità di saper sfruttare dinamicamente momenti transitori, cogliendo opportunità di business impreviste, determinate da un concatenamento di eventi digitali è diventata fondamentale per un'impresa.

2.2 La terza rivoluzione industriale

Diverse sono le variabile descritte e diverse sono le definizioni date da economisti, accademici, ricercatori a quella che oggi, la rivista The Economist, descrive come la terza

rivoluzione industriale. Tra differenti processi analizzati, Jeremi Rifkin parla di cinque pilastri su cui si fonda la nuova rivoluzione (Rifkin, 2011), ma c'è un punto su cui tutti sembrano d'accordo, l'utilizzo di massa delle stampanti 3D cambierà radicalmente il settore manifatturiero.

Le precedenti due rivoluzioni industriali, la prima iniziata nel tardo diciottesimo secolo, con la nuova industria tessile e gli stabilimenti meccanizzati e la seconda rivoluzione arrivata all'inizio del Novecento, con la catena di montaggio e la produzione di massa, cambiarono radicalmente la vita di milioni di persone, favorendo l'urbanizzazione e incremento il benessere sociale.

Ora è in corso una terza rivoluzione e la digitalizzazione è il punto chiave del cambiamento tecnologico che sta trasformando la produzione industriale tradizionale, con le nuove tecnologie che stanno rendendo sempre più semplice ed economicamente vantaggioso la customizzazione, con produzione di prodotti personalizzati a seconda delle richieste dei singoli acquirenti,

Il cambiamento è favorito però non solo dalla digitalizzazione ma anche dal progressivo emergere di nuove tecnologie a partire da software più funzionali, nuovi materiali come la fibra di carbonio, l'automazione sempre più diffusa e intelligente, la diffusione dell'applicazione delle nanotecnologie, una grande quantità di servizi disponibili grazie al web e nuovi processi produttivi attraverso la stampa in tre dimensioni.

Le stampanti 3D sono la forma produttiva per eccellenza di questa nuova economia perché con il loro modello produttivo che riduce quasi a zero i costi marginali, sostituiranno gradualmente la produzione di massa con la produzione delle masse (Rifkin, 2013).

Una delle conseguenze più importanti di questa rivoluzione, potrebbe essere la democratizzazione della produzione e la possibilità che, dopo anni di delocalizzazione in Oriente, i paesi industrializzati occidentali tornino a produrre con risorse interne. Il fenomeno definito con il termine reshoring, per particolari settori si sta già verificando: i produttori riportano le catene di produzione nei loro paesi non perché in Oriente aumenta il costo della manodopera, ma perché le società vogliono essere più vicine ai loro clienti, per soddisfare le loro richieste di alta personalizzazione dei prodotti e per rispondere ai cambiamenti nella domanda.

Il numero e la diversità di prodotti che possono essere costruiti in lotti più piccoli, in modo economicamente conveniente, più flessibile e con meno manodopera, sono destinati ad aumentare, anche grazie al fatto che la produzione additiva, può lavorare nuovi materiali quali la fibra di carbonio ed integrare nei prodotti la nanotecnologia.

Gli esperti prevedono che, in una combinazione eterogenea con le nuove tecnologie, la produzione tradizionale e la produzione in serie continueranno a sopravvivere per diversi anni, in particolare nelle grandi aziende con grandi volumi. Le aziende di piccole e medie dimensioni invece saranno portate ad utilizzare sempre di più i nuovi strumenti a

disposizione, dato il minor impegno economico necessario a produrre articoli complessi in piccole quantità (Marsh, 2012).

Un'altro fenomeno legato a questa nuova rivoluzione industriale che prevede oltre alla condivisione delle idee e degli spazi, anche la condivisione dei macchinari ad alta innovazione sono i fabrication laboratory.

Nato tra la fine degli anni '90 e l'inizio degli anni 2000 da un'idea di Neil Gershenfeld, direttore del Centre for Bits and Atoms del MIT (Massachusetts Institute of Technology) che profetizza il passaggio dal personal computer al personal fabbricatori. Il fab lab è uno spazio che mette a disposizione macchinari innovativi, come la stampante 3D, la fresatrice, la macchina a taglio laser ed esperti che spiegano i funzionamenti delle macchine, in modo da diffondere il know how per rendere materiali le proprie idee, creare prodotti e prototipi.

3. Dalla città creativa ai distretti dell'innovazione

Negli ultimi due decenni il dibattito intorno alle “città creative” e al loro modello di sviluppo è stato vittima di numerose contraddizioni, concetti estremamente ambigui, studi e metodologie poco consolidate, indici e indicatori versatili, duttili, adottabili in ogni contesto, indicazioni pratiche di politica urbana poco articolate. Molti autori concordano con una possibile definizione molto generale e poco strutturata di “città creativa”, intendendo con questo termine le città che sono in grado di utilizzare il settore culturale e creativo e le specifiche economie esterne create, come vantaggio competitivo nella competizione urbana. Le città europee attualmente non rappresentano solo economie di densità, ma anche economie di interazione e in tal modo, si cerca di trovare un equilibrio tra economia, tecnologia, società e cultura, trasformando lo spazio urbano come piattaforma d'azione per accelerare la crescita economica capitalistica, mobilitando tutte le risorse possibili estrapolabili nel sottofondo economico, sociale e culturale.

Di conseguenza, è diventato di moda considerare le potenti espressioni culturali, come ad esempio la musica, l'arte, i festival, la pubblicità, i media digitali, la moda, il design, dei “segnali” per l'individualità e l'identità urbana e un potente settore economico per una nuova industria culturale urbana fonte di vantaggio competitivo delle città (Florida, 2002, Merkel, 2008, Miles, Paddison, 2005, Musterd, Ostendorf, 2004, Zukin, 1995). In un mondo globalizzato, è chiaro che le città più che isole di uno sviluppo stabile, sono invece agglomerati dinamici che operano in un campo di forze, in cui la creatività e l'innovazione possono diventare assets strategici competitivi per migliorare le prestazioni socio-economico delle città. Il modello della città creativa viene così considerato, più che un obiettivo definito da raggiungere, un processo in grado di incrementare la competitività in vari settori dello sviluppo urbano: dall'innovazione all'attrattività, dalla ricerca all'apertura internazionale. Dal punto di vista del dibattito scientifico, a partire dagli anni ottanta, all'interno delle scienze

sociali e delle discipline territoriali come la geografia, l'economia regionale, la sociologia urbana, si è sviluppata una tradizione di riflessioni teoriche, riguardanti proprio il ruolo dell'ambiente come stimolo alla produzione di conoscenza e creatività.

In una prima fase, tali studi hanno enfatizzato il ruolo della conoscenza tecnologica, in un contesto di coscienza consolidata dalla crisi del fordismo, il cambiamento tecnologico era visto come l'unica strada possibile per mantenere in vita i sistemi produttivi e le economie urbane.

Tuttavia, è oggi ormai assodato come l'innovazione tecnologica, così come la creatività e l'estro artistico, non provengano solamente da università, accademie, o centri di ricerca isolati rispetto al resto del mondo. Al contrario, le idee si formano dall'interazione fra persone, dal contatto con la varietà e la differenza, da esperienze di vita ricche e diversificate: in altre parole da esperienze urbane. Si è diffusa la consapevolezza di come la costruzione di città sempre più adatte alla proliferazione di idee e conoscenze sia funzionale al successo economico delle città stesse, non solo tecnologia ma anche cultura, subcultura, settore creativo, spazi di produzione e consumo, giocano oggi un ruolo fondamentale nel determinare l'attrattività e il successo dei centri urbani. Il settore creativo è così diventato con il passare degli anni, un importante "cartello" per la moderna urbanistica e architettura, con importanti implicazioni sia per le micro strutture della città che per la sua immagine verso il mondo esterno.

Il modello della città creativa può essere articolato in almeno quattro distinti approcci che attraverso delle relazioni costanti tra cultura, creatività e spazio urbano, modificano i caratteri e i requisiti delle politiche urbane attuali. Il primo approccio affronta lo studio sulle città creative intese come luoghi che favoriscano lo sviluppo della creatività degli attori sociali e delle comunità locali, studiando gli attributi e i caratteri dei contesti urbani per analizzare le cause, in grado di creare i preamboli per la progettazione di nuove soluzioni a problemi esistenti o per ideare percorsi completamente nuovi (Landry, 2000). Successivamente l'attenzione di numerosi ricercatori si è concentrata sulla nuova "economia sociale delle metropoli", l'economia della cultura e della conoscenza, caratterizzata da attività produttive legate alla cultura e alla conoscenza sempre più dipendenti da risorse umane di tipo intellettuale ed emotivo (Scott, 2011). Questo secondo approccio affronta il modello della città creativa sotto un profilo economico-urbano, analizzando le conseguenze della progettazione di quartieri culturali e cluster creativi, le esternalità positive e negative prodotte dalle diverse scelte localizzative, i meccanismi di produzione della conoscenza e le relazioni con l'ambiente urbano (Scott, 2000, 2008, 2011; Evans, 2009, Pratt, 2009). Il terzo approccio al modello della città creativa riguarda uno dei concetti più abusati in questo nuovo millennio da amministratori locali, architetti, urbanisti e policy-maker di tutto il mondo, cioè la "creative class" di Richard Florida (Florida, 2002). La classe creativa viene utilizzata per indicare quella categoria di lavoratori altamente specializzati le cui professioni sono, in

diversi modi collegati alla creatività, che viene attratta nella città, sulla base delle infrastrutture e dei servizi presenti, portando con sé sviluppo economico, innovazione e creatività (Florida, 2003). Questa sua ricerca nasce dal fatto che in questa fase del capitalismo, le forze guida dello sviluppo economico non sono solo tecnologiche ed organizzative ma umane (Peck, 2005).

Il quarto e ultimo approccio concerne il potenziale della cultura nella rigenerazione del tessuto urbano e nella creazione di servizi economici ad essa collegati. Dai progetti culturali che riqualificano un piccolo quartiere cittadino, alla “culture-led regeneration” per la pianificazione e progettazione di “iconici templi della cultura” o megaprogetti culturali. (Evans, 2005, 2006, 2009 ;Comunian e Sacco, 2005; Miles, Paddison, 2005). Dei quattro approcci appena introdotti, gli ultimi tre sono stati quelli più implementati dai policy-makers negli ultimi anni e che hanno dato al modello della città creativa una forma concreta e tangibile.

Ripartendo da questa tassonomia della creatività all'interno dello sviluppo urbano ed economico, molti ricercatori hanno approfondito il tema della diffusione dell'innovazione all'interno dello spazio urbano. Innovazione definita come l' introduzione di un prodotto, bene o servizio, nuovo o significativamente migliorato, o di un processo produttivo, o di un nuovo metodo di marketing, o di un nuovo metodo organizzativo nelle pratiche degli affari, nell'organizzazione del luogo di lavoro, nelle relazioni esterne (OECD, 2009).

L'attuale fase di profonda trasformazione economica, demografica e culturale sta modificando la geografia spaziale dell'innovazione.

Molti poli dell'innovazione su scala regionale legati quasi esclusivamente ai parchi industriali manifestano una evidente sofferenza, mentre piccoli distretti connessi in rete all'interno dei centri urbani sono in rapida crescita ed evoluzione.

L'ascesa di un nuovo modello definito “Distretto dell'Innovazione” (Katz, Bradley, Wagner, 2013) sta trasformando il paesaggio industriale dismesso di molte città europee e americane. Questo modello di distretto è caratterizzato sia dall'interconnessione spaziale e digitale tra imprese innovative, centri di ricerca, incubatori e acceleratori di impresa, università e spazi di sperimentazione come coworking, fab lab, etc. sia dalla presenza di residenze anche a canone calmierato, servizi e spazi pubblici non solo a disposizione dei knowledge workers (Davenport, 2005) o alla creative class (Florida, 2002), producendo quella mixite urbana richiesta dalla città post-moderna e che rimanda a una strategia progettuale tipica della fase di passaggio da un modello industriale a un modello basato sul terziario e sull'informazione. Attraverso l'interconnessione tra aspetti morfologici, funzionali e sociali, le attività vengono integrate in maniera da convivere simultaneamente all'interno di una logica progettuale plurifunzionale in cui la relazione tra vita pubblica, sociale e privata acquistano nuove conformazioni.

Una regione o una città per essere competitiva in questo mercato globale sempre più dinamico, necessita di un'ecosistema per l'innovazione che produca un ambiente particolarmente favorevole all'innovazione e alla crescita. Occorre un sistema aperto e dinamico che porti a collaborare un insieme ampio e variegato di attori pronti a sfruttare le opportunità della globalizzazione e delle relazioni internazionali dei propri partner.

Il distretto innovativo può favorire l'estensione delle discipline tradizionali a nuovi soggetti interdisciplinari promuovendo quel flusso di informazioni tra le persone, le aziende e le istituzioni accademiche e permettendo alle istituzioni di specializzarsi attraverso potenti modelli di creazione di competenze, portando così un immenso vantaggio competitivo alla regione. Occorre assolutamente porsi su un orizzonte temporale di lungo periodo per la costruzione di ecosistemi di successo, negli Stati Uniti gli ecosistemi di maggior valore possiedono anche più di quarant'anni.

Con la generazione di nuove idee in rete e l'ascesa dell'open innovation² definita da Chesbrough (2003) come paradigma secondo cui le imprese se vogliono progredire nelle loro competenze tecnologiche debbono fare ricorso a idee interne e esterne, accedendo con percorsi interni ed esterni ai mercati; l'imperativo della collaborazione è esteso a un ampio gruppi di settori ad alta intensità di conoscenza, tra cui campi scientifici e tecnologici.

Secondo questo modello di innovazione, nessuna singola azienda può padroneggiare tutte le conoscenze di cui ha bisogno, anzi, l'innovazione si basa su una rete di imprese collegate per cui le aziende devono collaborare per competere.

Inoltre l'open innovation stessa ci insegna che imprese e persone debbano interagire nella costruzione fisica della città: i distretti dell'innovazione favoriscono così la riprogettazione di aree ed immobili a sostegno dell'open innovation e forniscono una piattaforma fisica e sociale per la crescita imprenditoriale.

I distretti dell'innovazione si fondano su tre diversi assets: quello economico che può essere suddiviso attraverso tre categorie: innovation drivers, innovation cultivators e neighborhood - building amenities. Gli innovation drivers corrispondono alle istituzioni "ancora" ossia alle grandi imprese e centri di ricerca che possono fare da traino per lo sviluppo, le PMI, le start up, gli spin-off focalizzati sullo sviluppo di tecnologie d'avanguardia e di prodotti e servizi per il mercato.

Gli innovation cultivators invece si riferiscono alle organizzazioni e gli enti che sostengono la crescita delle imprese ossia gli incubatori, gli acceleratori d'impresa, le università, gli uffici di trasferimento tecnologico, i centri per l'imprenditoria sociale.

Infine le "neighborhood – building amenities" comprendono tutti i servizi per i residenti e i lavoratori che presiedono il distretto. Dallo studio medico ai negozi di alimentari, dal ristorante al piccolo albergo, dalla libreria indipendente al negozio di abbigliamento. Thomas

² Il termine Open Innovation è stato coniato nel 2003 da Henry Chesbrough, professore e direttore esecutivo del "Center for Open Innovation at Berkeley", autore del libro "Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology".

Hutton evidenzia come questi servizi non riflettono solo dei modelli di consumo urbano contemporaneo, ma anche una distintiva *geography of amenities*, la quale integra le interazioni sociali della *new economy* (Hutton, 2008).

Gli assets fisici sono rappresentati da spazi pubblici e privati. Spazi accessibili al pubblico come parchi piazze e strade che diventano terreno di energia e attività. Nei distretti di innovazione i luoghi pubblici vengono creati e ri-configurati per essere digitalmente accessibili con reti wireless, fibre ottiche, computer e display digitali incorporati negli spazi. Il re-make di beni fisici si estende comunque ben oltre i luoghi della tecnologia diffusa parchi di piccole dimensioni e piazze programmate con concerti, mostre d'innovazione, e ristoranti sono un'occasione per i residenti, i city user e i knowledge workers di incontrarsi nel tentativo di facilitare la costruzione di reti. Tra gli spazi privati si amplifica il modello del micro-housing, queste unità offrono piccoli spazi privati

tipicamente 300-600 metri quadrati e l'accesso a spazi per il coworking, spazi di intrattenimento e aree comuni per mangiare.

Infine gli assets di rete rappresentano le attività di rete che costituiscono il tessuto connettivo tra attori-imprenditori, imprese e istituzioni. La costruzione di networking tra imprese che lavorano anche in settori diversi è attualmente un aspetto fondamentale per costruire sistemi guidati dall'innovazione. Il fuoco dell'attenzione si sta sempre più spostando dal singolo lavoratore alla rete in cui è inserito. Il capitale umano acquista infatti valore grazie al capitale sociale, alla rete di relazioni che consente la circolazione delle informazioni e delle conoscenze che creano competitività e innovazione. L'azione individuale e quella collettiva lasciano il posto quindi all'azione connettiva.

Katz, Bradley e Wagner nelle loro ricerche, basate sul paesaggio economico e urbano americano attuale, individuano tre tipologie di distretti dell'innovazione: il modello "anchor plus" sviluppato nelle città metropolitane data la confluenza tra "central business district" e la midtown area dove tendono a concentrarsi istituti di ricerca o gli headquarters di importanti aziende dell'innovazione.

Il secondo modello è quello del "re-imagined urban areas", distretti dell'innovazione localizzati lungo i waterfront, nei brownfield bonificati o seguendo lo sviluppo transit-oriented con l'obiettivo di riqualifica e rivitalizzazione dell'area e il terzo e ultimo modello il "urbanized science park" sviluppato in clusters che incoraggiano la densità e lo sviluppo di reti aperti tra le aziende e gli istituti di ricerca che presiedono il distretto.

4. Casi studio. Da Barcellona ad Helsinki

I distretti dell'innovazione ripropongono spazi, strutture e politiche che in Europa hanno già visto luce in questi anni. L'area Poblenou a Barcellona e il quartiere Arabianranta a Helsinki rappresentano questi casi.

4.1 Poblenou e il progetto 22@

Il Poblenou costituisce oggi una delle aree più dinamiche di Barcellona, nonchè principale piattaforma economica e tecnologica dell'intera Catalogna. Motore di questa strategia è stato il progetto "22@ Barcelona", un progetto di rigenerazione urbana che coniuga politica di rinnovamento urbano con strategie di sviluppo economico, rigenerando un insediamento industriale in progressivo declino dalla metà degli anni '60, in un innovativo distretto produttivo di circa 155 ettari, dotato di infrastrutture di eccellenza, spazi tecnologici e flessibili.

Il progetto rientra in un più ampio disegno strategico elaborato per il settore orientale di Barcellona, un triangolo i cui vertici sono contrassegnati dall'area del Forum UNESCO 2004, dalla Placa de las Glorias e dalla stazione per l'alta velocità, e i cui lati sono costituiti dal corridoio ferroviario della Sagrera, dalla Rambla de Prim e dalla estensione dell'Avenida Diagonal fino al mare.

Dopo l'investimento iniziale di 192 milioni di euro da parte dell'amministrazione di Barcellona, sono arrivati i fondi privati e con loro più di 1687 milioni di investimenti. La rigenerazione dell'ex area industriale ha permesso di creare nella zona più di 44000 nuovi posti di lavoro con l'inserimento di circa 1500 imprese, il recupero di 4614 alloggi abusivi, costruiti in passato all'interno di zone con una destinazione d'uso per sole attività industriali, la costruzione di nuova edilizia residenziale agevolata, circa 4000 alloggi, la realizzazione di spazi verdi per 114000 mq e di 145000 mq di attrezzature e servizi pubblici, e per la collettività c'è stato un ritorno economico di quasi venti milioni di euro di tasse annue.

Il documento *Criterios, objetivos y solución generales de planeamiento de la renovación de las áreas industriales del Poblenou*, pubblicato dal Municipio di Barcellona nel 1998, segna l'avvio per il definitivo cambiamento delle previsioni contenute nel Piano Generale Metropolitano del 1976. Uno dei contributi più importanti alla definizione di nuovi indirizzi di pianificazione è dato dal Cercle digital, composto da esperti in settori come l'urbanistica, le tecnologie dell'informazione, le politiche urbane e guidati da Miquel Barcelò allora direttore del Catalan Institute of Technology. La difesa di un modello di città compatta e differenziata, secondo il Cercle digital, è la condizione affinché il Poblenou possa aderire ad un nuovo tipo di rivoluzione, quella tecnologica, dopo quella industriale del XIX secolo.

Lo stesso studio *Ciutat digital*, precisando il modello di distretto produttivo integrato nel tessuto urbano, diviene la base concettuale e pratica dei nuovi orientamenti urbanistici.

La variante al Piano Generale Metropolitano, che definisce le condizioni per l'attrazione nel Poblenou di attività in vario modo legate all'economia della conoscenza e all'universo digitale, per il rinnovamento delle aree industriali del Poblenou è approvata nel 2000. La trasformazione dell'area in distretto urbano dell'economia della conoscenza richiede un processo complesso ed innovativo, nel quale le strategie di attrazione degli investitori finali,

la fattibilità economica finanziaria, gli strumenti della governance e la programmazione temporale delle azioni diventano di fondamentale importanza. Una funzione considerevole è stata attribuita alla Comisiòn Asesora, una sorta di comitato di vigilanza sull'andamento del programma che partecipa al processo di aggiornamento e di adattamento del catalogo delle attività innovative, esercitando in tal modo un monitoraggio costante sul rapporto tra domanda e offerta insediativa.

Alla società municipale 22@Barcelona, creata nel 2001 è stato affidato il compito di promozione e gestione dello sviluppo di sei aree, dislocate in punti strategici che funzionano da "condensatori urbani", capaci di stimolare, a loro volta la riqualificazione di altre parti del territorio. Esse rappresentano il 47% della superficie dell'intero distretto e la loro trasformazione avviene attraverso piani speciali di iniziativa pubblica. A questi settori strategici è assegnato il compito di garantire la leggibilità e la qualità della struttura urbana.

L'attrazione delle attività legate all'economia della conoscenza e creativa nell'area è regolata da un articolato sistema di vincoli e incentivi, per esempio per poter fruire dei diritti edificatori, i proprietari fondiari devono includere attività in misura non inferiore al 20% all'interno dei loro progetti.

Il piano stabilisce, con l'obiettivo di rafforzare la presenza di funzioni elevate all'interno del distretto e facilitare l'interazione tra il mondo produttivo e il sistema universitario, che il 10% dell'area di intervento generata dal processo di trasformazione debba essere concesso ai cosiddetti Servizi 7@, il settore pubblico a supporto delle attività produttive, che comprendono sedi universitarie, laboratori di ricerca e trasferimento tecnologico, centri di formazione e incubatori di impresa, alcuni dei quali sono ospitati all'interno di vecchi stabilimenti industriali ristrutturati.

Nel settore nuovi media, all'interno del Parc Barcelona Media situato lungo l'Avenida Diagonal hanno sede aziende del settore audiovisivo, istituzioni universitarie, centri di ricerca e per il trasferimento tecnologico, incubatori d'impresa, residenze temporanee e spazi espositivi.

Il progetto 22@ definisce quindi un nuovo modello di spazio produttivo rifiutando la zonizzazione e la monofunzionalità industriale prevista dal piano del 1976 e affermando anzi un sistema di trasformazione flessibile a più livelli, volto a favorire la costruzione di edifici con differenti dimensioni e vasto assortimento tipologico.

Il progetto 22@ ricerca l'integrazione tra gli elementi propri dell'identità storica dell'area e i nuovi interventi. Il piano risulta così flessibile prevedendo uno sviluppo progressivo ai rispettivi programmi funzionali, consentendo che i diversi interventi si adattino meglio alla morfologia storica del quartiere e integrando gli elementi tipici dell'identità storica dell'area, con i nuovi edifici e con nuove funzioni residenziali, produttive e di servizio.

Ne risulta un tessuto urbano eterogeneo, stratificato e discontinuo, dove edifici industriali restaurati si giustappongono ai nuovi spazi dell'economia creativa e della conoscenza, producendo un'atmosfera produttiva "identitaria".

Il Plan Especial de Infraestructuras (PEI) definisce un nuovo modello di gestione delle reti per incentivare la localizzazione di nuove attività. Le opere "strutturanti" costituiscono l'ossatura primaria delle reti e sono costruite indipendentemente dalla tempistica programmata dello sviluppo edilizio, mentre le opere "derivate" rappresentate dalle connessioni alle reti strutturanti, sono realizzate contemporaneamente alla costruzione o ristrutturazione degli edifici.

Restando nell'ambito digitale e manifattura, sempre a Barcellona si sta innescando un altro ambizioso progetto che riguarda il fenomeno in continua espansione dei makers o artigiani digitali e dei loro spazi di creazione e condivisione, i fab lab. L'amministrazione di Barcellona sta infatti progettando con l'esperienza di Tomàs Diez, amministratore del primo fab lab nato in città, un sistema a rete di fab lab in ogni quartiere della città spagnola, una Fab City fondata più sull'importanza della cooperazione delle comunità locali che non sulla scala di massa dei grandi eventi o del turismo low-cost. In questo modo i fab lab possono crescere e radicarsi nella città, collegandosi tra loro e collaborando con le industrie e gli artigiani presenti nel territorio.

Barcellona sta cambiando rapidamente la sua specializzazione produttiva nella rete delle città metropolitane, quasi due terzi delle esportazioni riguardano beni a contenuto tecnologico alto o medio-alto e il futuro della sua competitività dipende in buona misura, dalla capacità di intensificare le attività industriali e di servizio connesse alle nuove tecnologie ICT.

4.2 Arabianranta

Risorse culturali e creative identitarie, tecnologia, istruzione e partecipazione, sono questi gli elementi centrali che hanno favorito la nascita di uno dei più radicali esperimenti di riqualificazione urbana degli ultimi decenni. Definito il paradiso dei creativi e dal professore Michael Joroff professore al Massachusetts Institute of Technology: "il più interessante del mondo", il quartiere di Arabianranta a Helsinki nella sua progettazione presenta vari caratteri che possono riassumere il concetto di hub creativo precedentemente evidenziato.

Il quartiere nei prossimi anni dovrebbe dare alloggio a 8000 nuovi residenti, 6500 studenti e 5000 lavoratori si sviluppa in un'area di circa 110 ettari, a nord-est rispetto al centro di Helsinki, area che fino a poco tempo fa era il rifugio dei senzatetto, un'area abbandonata e degradata dove le fabbriche di ceramiche Arabia, fondata nel 1874, sono diventate il simbolo di questo processo di rigenerazione.

Negli anni '80 fu decisa per il sito una destinazione residenziale, e dopo il trasferimento nel 1987 dell'Università di Arte e Design nei vecchi edifici della fabbrica Arabia, nel 1990 il

Dipartimento di Urbanistica assieme agli architetti Pekka Pakkala e Mikael Sundman, in linea con l'amministrazione comunale, ne cominciò la pianificazione con l'idea di costruire un quartiere sia residenziale ma anche creativo con la creazione di un polo culturale.

Le basi per la progettazione del quartiere sono rappresentate dal *genius loci* e dall'identità del territorio, dalla natura che circonda l'intero quartiere, dall'*humus* culturale e creativo presente, con il settore del design ormai campo creativo per eccellenza della capitale finlandese, dalla diversità sociale, dall'innovazione tecnologica e dalla presenza di università e istituzioni culturali e artistiche.

Il masterplan dell'area (fig.54) venne completato nel 1992, e nel 1995 venne siglato un accordo preliminare da istituzioni didattiche e culturali, attori privati e istituzioni pubbliche costituendo la partnership pubblico-privata ADC, Art and Design City Helsinki Oy, il cui obiettivo principale era proprio quello di trasformare Arabianranta in uno dei poli creativi del design più importante dell'area baltica.

La partnership ADC, oggi fulcro del progetto di rigenerazione urbana è partecipata dall'Università di Arte e Design, dal Conservatorio di Pop&Jazz, dal Ministero del Commercio e dell'Industria, dal Comune di Helsinki, dal Politecnico di lingua svedese Arcada, dalla società locale di servizi Arabian Palvelu Oy che gestisce gli spazi comuni, la rete informatica, il verde e i parcheggi e dalla società Oy Hackman Ab oggi acquistata dal Gruppo Iittala che produce oggetti di design famosi in tutto il mondo.

Il progetto coordinato dall'Ufficio Sviluppo Urbano del Centro di Economia e Urbanistica del Comune di Helsinki sta ottenendo importanti riconoscimenti dal mondo accademico e non solo, grazie soprattutto a due fattori: la costituzione di un importante struttura di governance, fondamentale per la riuscita del progetto, a coinvolgere l'amministrazione cittadina e a connettere e coordinare attraverso attività di comunicazione e negoziazione tutti i principali attori coinvolti: dalle imprese di costruzione alla comunità locale, dagli artisti ai nuovi creativi, dalle istituzioni pubbliche ai media fino alla partnership ADC e l'alta percentuale, quasi l'80%, della proprietà dei terreni dal parte dei comuni, che ha semplificato i diversi passaggi del processo.

I residenti sono stati coinvolti attraverso regolamentari riunioni avvenute prima della retifica finale del piano. Sono state fornite informazioni e studi sulla bonifica dell'area contaminata che il Comune ha dovuto eseguire prima di procedere con il piano. Al centro del coinvolgimento dei cittadini c'è stata una forte comunicazione, riunioni congiunte tra i vari servizi amministrativi, con l'interazione personale e la connettività, un buon funzionamento delle riunioni congiunte, la creazione di reti, l'accesso rapido a informazioni specialistiche e buone relazioni interpersonali (Lehtovuori, 2007).

Anche nella progettazione dei singoli edifici residenziali, gli architetti Sundaman e Pakkala hanno deciso di coinvolgere i residenti attraverso il modello della co-production, essendo loro gli utilizzatori finali del servizio, costruendo dei modelli in scala 1:1 degli angoli degli edifici

progettati e sistemandoli in loco per studiare l'effetto insieme ai residenti stessi, confrontandosi con loro per assimilare le preziose osservazioni per il miglioramento dello schema generale.

Ma i residenti sono stati coinvolti anche in altri progetti come ad esempio nell'edificio Arabianvillat dove è stato svolto un progetto d'arte comunitario in concomitanza con tutta la costruzione del sito. Il progetto è stato gestito dall'artista Tiina Kuhanen e l'architetto Johanna Hyrkas e gli abitanti sono stati in grado di partecipare nella creazione delle opere d'arte da . Appena iniziata la costruzione dell'edificio, Kuhanen e Hyrkas hanno istituito uno spazio in una piccola baracca all'interno del cantiere, organizzando dibattiti e altri eventi per i residenti, progettisti e costruttori. I residenti hanno preso parte a una serie di attività artistiche come ad esempio la progettazione di un "murales" nel corridoio d'entrata dell'edificio, ma hanno anche portato le loro opinioni e osservazioni nella progettazione dell'edificio. Questo tipo di progetti porta alla creazione di una comunità di residenti attivi prima del loro reale insediamento (Isohanni,2007).

Un altro elemento caratteristico fondamentale per risolvere la formazione di enclaves e divisioni socio-spaziali è stato il controllo del mix sociale dei nuovi residenti, attivato fin da subito nel processo di pianificazione. Gli amministratori comunali e i pianificatori temendo di ripetere gli errori già presentati da numerosi progetti di rigenerazione urbana culture-led dove furono attirati principalmente residenti di status elevato comportando quindi una situazione sociale omologata ed appiattita, oltre a predisporre la progettazione di corti comuni, considerati come lotti indipendenti di proprietà della società locale di servizi Arabian Palvelu Oy, evitando di conseguenza la privatizzazione di questi spazi con le imprese di costruzioni già pronte ad investire, hanno reso accessibile la vita e il lavoro nel quartiere a classi socio-economiche differenti, attraverso un variegato panorama di tipologie di abitazione e contratti d'affitto.

Il progettisti e le imprese proprietarie/costruttrici hanno dovuto cooperare al fine di acquisire i lotti. Un fattore essenziale è tutti i lotti sono stati assegnati attraverso un processo concorrenziale. Le gare d'appalto per le assegnazioni dei lotti hanno costituito la spina dorsale di tutti gli edifici in costruzione, e lo sviluppo di ogni blocco è stato reso effettivo a seguito di un piano di emendamento.

Dalle case popolari , alle case a diritto di occupazione dove gli occupanti pagano il 15% del costo reale rimborsabile più una rata mensile fino a quando vogliono mantenere il diritto all'occupazione, fino agli appartamenti venduti sotto il controllo del sistema HITAS che garantisce che il prezzo di vendita finale delle case sia quello approvato dal Comune, il quale ha precedentemente sottoscritto un contratto preliminare con i costruttori. Oltretutto una volta acquistato l'appartamento i proprietari si impegnano in caso di rivendita ad applicare un prezzo inferiore a quello di mercato.

Prezzi di acquisto che si aggirano dai 4-5000 euro a m² e che scendono a 2-3000 euro a m² a canone calmierato.

L'alloggiamento per forma di conduzione è composto dal 50% di appartamenti in vendita e il restante 50% da affittare. Degli appartamenti da affittare il 10 % è concesso a privati mentre il 90% è di uso sociale.

Un altro interessamento elemento delle politiche abitative predisposte per il quartiere di Arabianranta è il progetto pilota degli edifici destinati a diventare “new loft” a disposizione soprattutto per artisti e creativi. Questi appartamenti a doppia altezza e pianta libera vengono costruiti ex-novo, e venduti allo stato di rustico senza tramezzi e rifiniture. Tutto questo allo scopo di ottenere un prezzo di vendita molto più basso e dare maggiore libertà all'acquirente di trasformarlo secondo suoi gusti ed esigenze. Fin dalla progettazione del sito è stata studiata la possibilità di costruire, contemporaneamente alle altre infrastrutture, una rete sperimentale in fibra ottica a banda larga che avrebbe garantito ai residenti, alle imprese e alle diverse istituzioni presenti nella zona di servizi di connessioni prestanti e a costo ragionato. Così il Dipartimento Lavori Pubblici e la ADC realizzarono delle linee guida, che furono anche incluse tra i criteri di valutazione finale dei bandi d'asta per l'assegnazione dei lotti alle imprese di costruzione, per includere nei progetti degli edifici residenziali tutte le tecnologie necessarie. Le aree di connessioni di rete sono state installate nelle abitazioni durante la fase di costruzione e gli abitanti hanno oggi accesso alla rete senza un specifico abbonamento o canone mensile. Ad Arabianranta, il cablaggio è considerato parte della infrastruttura di base come l'acqua e l'elettricità.

È in questo contesto tecnologico e informatico che ad Arabianranta è stato sperimentato uno dei progetti sociali più interessanti degli ultimi anni. Con la realizzazione del portale Internet locale Helsinki Virtual Vintage, gestito dalla ADC, ogni residente può scambiare informazioni, socializzare e conoscere gusti e preferenze di tutti i residenti del quartiere, una specie di Facebook locale lanciato nel 2007, aderente anche alla rete europea Living Lab. Tramite le chat interne di ogni edificio, i residenti possono conoscersi e socializzare e discutere di vari problemi sotto la supervisione di un “moderatore volontario”. Questo network sociale non vuole essere uno strumento sostitutivo alla socializzazione e interazione reale, quella praticata nella corte comune, nel parco pubblico adiacente o nei numerosi servizi presenti nel quartiere, ma vuole diventare un importante valore aggiunto che aiuti a costruire un forte senso di appartenenza alla comunità. Il portale è diventato anche uno straordinario mezzo di comunicazioni per le associazioni culturali, le istituzioni universitarie e pubbliche e le imprese creative presente nel quartiere che possono comunicare direttamente con tutti i residenti dell'area, ad esempio le associazioni culturali possono comunicare un particolare evento artistico nel quartiere o le istituzioni culturali possono sponsorizzare festival, mostre o concerti.

Il distretto culturale e creativo che sorge all'interno del quartiere, è composto da edifici riconvertiti dalle fabbriche e nuove costruzioni ad alta efficienza energetica ben integrate nel contesto (fig.55).

L'obiettivo del cluster considerato di "terza generazione", dal momento che offre opportunità di lavoro, studio e formazione, ricerca, numerosi servizi e residenze, in cui oggi trovano spazio più di 300 piccole-medie imprese grazie ai due grandi incubatori d'impresa Arabus della Aalto University e Movense Ltd e al Portaali Business Park prevalentemente specializzate nel campo del design e dei media in cui trovano lavoro circa 4000 lavoratori, è quello di continuare ad attirare nuove imprese e società interessate ad investire nel capitale umano e nel know-how posseduto dal quartiere.

Il sistema di servizi per l'incubazione Arabus creato nel 1996 ora è parte dello Start Up Center di Aalto University. Arabus opera sui campi del Design: concept e product design con una particolare attenzione ai temi della usability e dell'interaction; e del campo dei media: produzione di formati, contenuti e servizi per Internet, digital, mobile applications and conventional media.

Sempre all'interno del Centro Arabia è presente l'Aalto Media Factory che promuove la ricerca interdisciplinare attraverso il finanziamento periodico annuale di progetti selezionati attraverso Open Calls. I temi dei progetti possono essere molto diversi: dalla ricerca sulle nuove applicazioni multimediali, al focus su processi di giornalismo o lo sviluppo di collaborazioni con agenzie di pubblicità. L'elementi comuni ai progetti devono essere l'utilizzo di mezzi di comunicazione e la cooperazione con almeno due diverse unità di ricerca all'interno della Aalto University. La Media Factory ha una dotazione economica annuale di 1.500.000 euro³. All'interno della Media Factory operano full time 12 persone tra docenti e ricercatori. I creativi coinvolti sono produttori cinematografici e multimediali, web designer e consulenti nel campo dei media.

Ha quattro spazi di lavoro disponibili su prenotazione: due meeting room, un auditorium e una sala per workshop. Nella Media Factory non ci sono laboratori eccetto il FabLab; c'è un invece una rete di laboratori situati nei diversi dipartimenti a cui Media Factory si appoggia per lo svolgimento delle attività di ricerca. All'interno del distretto è presente anche il Portaali Business Park costituito da sei edifici per uffici per un totale di 70000 m² uffici che possono essere affittati e modificati secondo le diverse esigenze delle imprese, con aziende

³ Il metodo di innervamento delle iniziative di sperimentazione è quello della preincubazione delle idee.

In sostanza la Media Factory opera con una logica di seeding capital sostenendo con piccoli budget le iniziative interessanti (tesi di laurea, progetti di dottorato, idee provenienti da progetti di ricerca ecc. Se il progetto si rinforza c'è la possibilità di svilupparlo come programma formativo o di ricerca all'interno dell'Università oppure promuoverne lo sviluppo imprenditoriale collegandolo al sistema degli incubatori di Aalto University.

specializzate soprattutto nel settore del design e dei media, tra le imprese spicca la Hackman Oyj, azienda all'avanguardia in Finlandia nel settore del Design.

Oltre al Hackman Oyj altre imprese importanti localizzate nel cluster, conosciute anche a livello globale sono il già citato Gruppo Iittala proprietario anche del prestigioso marchio Arabia e Digia Oyj. Il polo è costituito anche da diversi campus universitari: Aalto University - Scuola di Arte e Design che contiene al suo interno anche il Lume Media Centre, the National Research and Development Center of audiovisual media (fig.56), dove è presente anche una galleria per l'esposizione dei lavori degli studenti (fig.57); il Politecnico di lingua svedese Arcada, il Politecnico Stadia con il suo conservatorio di Pop&Jazz, Metropolia Università di Scienze Applicate per la Cultura e i Media e la biblioteca e galleria Aralis.

Questi campus assieme al vicino campus di Kumpula formano un'incredibile mole di lavoratori creativi e ricercatori che rappresenteranno la vera classe creativa di Helsinki nel settore della cultura, del design e dei media.

Oltre alle numerose università è localizzata all'interno del quartiere anche una scuola primaria con 700 studenti e diversi istituti di formazione nel campo creativo.

All'interno del distretto oltre alla produzione e all'istruzione e formazione non mancano servizi e attività, dal sociale e al consumo commerciale e culturale. Centri per giovani mentalmente disabili, un centro privato per anziani, una casa per bambini disabili, convivono nello stesso quartiere con due musei tra cui l'Arabia Museum presente all'interno del Centro Arabia, dove è presente anche l'Arabia Factory Shop, con il marchio Arabia che costituisce uno dei brand più famosi e caratteristici di tutta la Finlandia, una sala concerti, un centro commerciale da 25000 m², due gallerie, due biblioteche, ristoranti, caffè, negozi, infrastrutture sportive, insomma i tipici servizi, attività e amenities che rendono un quartiere vitale sia per i lavoratori creativi che per la comunità e che portano un contributo allo sviluppo economico locale.

5. Considerazioni conclusive

Il contemporaneo sviluppo di nuovi processi culturali, economici e sociali avvenuti a scala mondiale sta ridisegnando il paesaggio urbano post-industriale.

La diffusione dirompente di nuove tecnologie nel campo dell'informazione e della comunicazione, della manifattura, della robotica, nel settore creativo, assieme alla conseguente ascesa dell'economia digitale e alla lunga crisi economica, che ancora attanaglia alcuni stati europei, hanno modificato i paradigmi di sviluppo della società contemporanea portando alla luce nuove opportunità ma anche sfide insidiose da affrontare con l'ausilio di nuove conoscenze, strumenti e strategie.

Focalizzando le mie conclusioni sui sistemi di innovazione nelle città italiane e sul modello di ecosistema precedentemente descritto, analizzo brevemente il caso dell'ex carcere delle

Murate a Firenze, che rappresenta, seppur con dimensioni di scala molto modeste, un interessante applicazione di modello urbano di innovazione che bene si innesca nel tessuto rinascimentale del centro storico fiorentino.

Il Piano Unitario di Recupero Urbano dei 2700 ettari complessivi dell'area, è stato realizzato dagli architetti Melosi e Pittalis sotto la guida di Renzo Piano. Il complesso che contiene circa 70 alloggi di cui la metà a canone agevolato, dopo un lungo percorso di contrattazione con gli stakeholders, i cittadini, le associazioni coinvolte, ha visto negli anni insediarsi numerose attività economiche, sociali, culturali, creando una mixite urbana unica nella città. All'interno degli edifici rigenerati attualmente sono situati il Parco Urbano dell'Innovazione che ospita numerose imprese innovative per i beni culturali e la città sostenibile, riconoscendo la specificità territoriale di città culturale, il MICC (Media Integration and Communication Centre), centro di eccellenza nazionale sui new media dell'Università di Firenze, fondato dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca nel 2001 che integra al proprio interno il laboratorio Nemech (New Media for Culture Heritage), la fondazione Kennedy, lo sportello Eco-Equo del Comune di Firenze punto di informazione per i cittadini sul consumo critico e gli stili di vita, la cooperazione e la sostenibilità ambientale, il Caffè letterario luogo di divulgazione culturale per tutta la città, il SUC (Spazio Urbano Contemporaneo) uno spazio attrezzato per mostre, spettacoli, proiezioni e convegni, ed infine una libreria, una gallerie d'arte, un ristorante. Ma le imprese innovative, gli start upper, e gli altri attori sociali ed economici presenti all'interno del complesso non rimangono disconnessi ma dialogano con la rete fisica e virtuale di luoghi e persone presenti in città. Spazi in continua crescita, coworking, fab lab, makerspace, incubatori di start up.

Le dimensioni a scala umana, che perfettamente si integrano nel tessuto storico, di questo "distretto dell'innovazione" se così possiamo definirlo, e la presenza di un importante università, centro di ricerca o incubatore, può rappresentare un modello da perseguire in Italia e non solo necessariamente per rivitalizzare i distretti industriali.

La formazione di un ecosistema economica-sociale di innovazione è, prima di tutto un luogo dove persone e attività interagiscono tra loro suscitando comportamenti virtuosi, favorendo un rapporto sinergico tra l'innovazione, le imprese, il capitale umano e le risorse che catalizzano il processo e accelerano l'innovazione, producendo beni e servizi, facilitando la nascita e il consolidarsi di imprese innovative. Questi comportamenti innovativi influenzano l'ambiente urbano circostante, mutandone le caratteristiche fisiche e sociali.

Bibliografia

- Anderson C. (2013) *Makers. Il ritorno dei produttori. Per una nuova rivoluzione industriale*. Milano: Rizzoli Etas
- Anselin L., Varga A., Acs Z. (1997) Local Geographic Spillovers between University Research and High Technology Innovations, *Journal of Urban Economics*, 42: 422-448, 440.
- Bruce K., Bradley J. (2014) *The Metropolitan Revolution: How Cities and Metros are Fixing our Broken Politics and Economy*. Washington: Brookings.
- Bugliarello G. (2004) Urban Knowledge Parks, Knowledge Cities and Urban Sustainability, *International Journal Technology Management*, 28, 3: 388-394.
- Camerata F. (2009) Il quartiere creativo di Arabianranta, *Planum*.
- Chesbrough H. (2003) The Era of Open Innovation, *MIT Sloan Management Review*, 44, 3: 35-41.
- City of Helsinki Urban Facts (2007) *Arabianranta. Rethinking Urban Living*. Helsinki.
- Clos A. (2004), The Transformation of Poblenou: the new 22@ District. In: T.Marshall (eds.) *Transforming Barcelona*, London – New York: Routledge. 191-201.
- Coe N.M, Kelly P.F., Yeung H.W.C. (2007) *Economic Geography. A Contemporary Introduction*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Davenport T.H. (2005) *Thinking For A Living: How to Get Better Performance and Results From Knowledge Workers*. Boston: Harvard Business School
- Evans G. (2009) From cultural quarters to creative clusters – creative spaces in the new economy In: Legner, M. *The sustainability and development of cultural quarters: international perspectives*, 32-59.
- Evans G. (2009) Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy”, *Urban Studies*, 46, 5-6: 1003-1040.
- Florida R. (2002) *The Rise of the Creative Class. And How It Is Transforming Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida R. (2008) *Who's your city?*. New York: Basic Books.
- Gershenfeld N. (2005) *Fab: Dal Personal Computer al Personal Fabricator*. Torino: Codice.
- Gershuny J., Miles I. (1983) *The New Service Economy. The Transformation of Employment in Industrial Societies*. London: Pinter.
- Hutton T.A. (2008) , *The New Economy of the Inner City. Restructuring, regeneration and dislocation in the twenty-first-century metropolis*. Oxford: Routledge.
- Jacobs J. (1970) *The economy of cities*. New York: Vintage Books.
- Kangasojä J., Schulman H. (2007) *Arabianrantaan! Uuden kaupungin miihinousu. Arabianranta-Rethinking Urban Living*, City of Helsinki Urban Facts, Helsinki.

- Landry C., Bianchini, F. (2000) *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*, London: Earthscan.
- Leon N. (2008), Attract and Comment: The 22@Barcelona Innovation District and the Internationalisation of Barcelona Business, *Innovation: Management, Policy & Practice*, 10, 2: 235–246.
- Markillie P. (2012) A Third Industrial Revolution, *The Economist*. April 21st 2012.
- Marsh P. (2012) *Fabbricare il futuro. La nuova rivoluzione industriale*. Torino: Codice.
- Micelli S. (2011) *Futuro artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani*. Venezia: Marsilio.
- Miles S., Paddison R. (2005), Introduction: the rise and rise of culture-led urban regeneration, *Urban Studies*, 42, 5-6 : 833-839.
- Moretti E. (2013) *La nuova geografia del lavoro*. Milano: Mondadori.
- OECD (2009) *Innovation and growth. Chasing a moving frontier*, OECD e World Bank, Parigi.
- Oliva A. (2004) *El districte d'activitats 22@ben, Collecciò Model Barcelona*. Barcelona: Quaderns de gestió n.15.
- Pais I. (2012) *La rete che lavora. Mestieri e professioni nell'era digitale*. Milano: EGEA
- Pareja-Eastaway M., Pique M.P. (2011) Urban Regeneration and the Creative Knowledge Economy: the Case of 22@ in Barcelona, *Journal of Urban Regeneration and Renewal*, 4, 4 : 1-9.
- Peck J.(2005) Struggling with the Creative Class, *International Journal of Urban and Regional Research*, 740-770.
- Pratt, A., Jeffcutt, P., (2009) (eds.), *Creativity and innovation and the cultural economy*, London: Routledge.
- Rifkin J. (2000) *L'era dell'accesso*. Milano: Mondadori.
- Rifkin J. (2011) *La terza rivoluzione industriale*. Milano: Mondadori.
- Rifkin J. (2014) *The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Rullani E. (2004) *Economia delle conoscenze. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*. Roma: Carocci.
- Scott A.J. (2000) *The Cultural Economies of Cities*. London: Sage.
- Scott, A.J. (2006) Creative cities: Conceptual issues and policy questions, *Journal of Urban Affairs*, 28, 1: 1-17.
- Scott A.J. (2008) *Social Economy of the Metropolis. Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities*. Oxford: Oxford University Press.
- Scott A.J. (2011) *Città e regioni nel nuovo capitalismo. L'economia sociale delle metropoli*. Bologna: Il Mulino.
- Valentino R. (2013) *Coworking progress*. Varese: Nomos.

Yigitcanlar T., Baum S., Horton S. (2007) Attracting and retaining Knowledge Workers in Knowledge Cities, *Journal of Knowledge Management*, 11, 5: 6-17.

Zukin, S. (1995) *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.

ABSTRACT

In the sixties, the decline of the Fordist model and the transition to the post-Fordist model, has stimulated the growth of new economies linked to the field of knowledge and creativity.

The strategic assets changed: from physical capital to human capital, from the standardisation to customisation. Also the working styles and the spaces for training changed. Thus, there is the expansion of co-working, incubators, fab lab and the birth of communities in which the collaboration and sharing represent social and cultural processes which develop even outside the usual production space and "invade" the whole urban environment.

Creative city, tech city, start-up city, city learning, are different paradigms used for defining the evolution of the post-industrial inside the city. Several are the European capitals which are investing in the new economies, realising new business incubators: Paris, Berlin, London, Barcelona, Tel Aviv, Tallinn.

Disused industrial buildings, converted to give space to start-ups and business incubators, represent nowadays a great opportunity for real estate investments, which attracts owners of brownfield, industrial consortium, venture capitalists and investors who take care of the development of innovative activities. After the crisis of the industrial city, now we are seeing the rebirth of large urban centres together with a strong intrinsic tendency towards geographical agglomeration and urban concentration. Cities are becoming creative economy places and areas, where new knowledge and dense network of formal and informal relations are intertwined each day. This involves transformations which could be characterised also by contradictions. As a matter of fact this situation emphasises social rifts between high-income professionals and services workers, reinforces the segregation of housing and urban spaces, policies which lead to the gentrification of entire neighbourhoods are implemented.