

CAPITALE ITALIANA DELLA CULTURA

Imprese protagoniste: porte aperte e il racconto del nostro «saper fare»

Conferenze, visite guidate, installazioni e concerti fuori e dentro gli stabilimenti: le proposte delle aziende

KATIA GOLINI

■ Si può andare dal percorso d'arte all'interno del prosciuttificio (e nei dintorni) al «tour» cittadino nei cantieri «storici», dal percorso alla scoperta dell'identità cosmetico-farmaceutica di Parma all'allestimento da opera lirica dentro la fabbrica.

E ancora «porte aperte» nei laboratori di ricerca e catene di produzione, incontri a tema, conferenze, mostre, concerti fuori e dentro le mura degli stabilimenti industriali: le più differenti esperienze da vivere dentro e intorno alle aziende - tra i collaboratori e con i cittadini - per «raccontare» la lunga tradizione di quel «saper fare» che caratterizza il sistema economico parmense. E perché no, anche per crescere.

Ecco come le imprese - a partire da marzo - saranno protagoniste del calendario di Parma capitale italiana della cultura, con una lunga serie di proposte mai messe in campo prima su così larga scala.

SFORZO CORALE

Ormai si sa, se Parma ha conquistato il titolo è grazie a uno spiegamento di energie e forze che hanno visto lavorare all'unisono pubblico e privato. L'intero dossier di candidatura è stato costruito con il contributo essenziale delle imprese. Dal dossier alla vittoria fino alla scrittura del calendario degli eventi del 2020 i privati hanno giocato in prima linea. Ora, con il debutto alle porte, sono pronti per entrare in scena.

Sono una quarantina le imprese che hanno accettato di mettersi in gioco, aderendo a un multiforme progetto pensato e guidato da «Parma, io ci sto!» e Unione parmense degli industriali (Upi), con la collaborazione e il supporto tecnico operativo del Cisita. Una chiamata alla partecipazione da cui è scaturito un florilegio di proposte, dopo un dettagliato percorso di preparazione, che ha coinvolto gli imprenditori in prima persona.

INTRECCI VIRTUOSI

Fin dal principio del lungo viaggio che ci ha portati alla vittoria del titolo erano presenti percorsi di partecipazione attiva delle imprese. Due in particolare intendono favorire l'incontro tra sistemi imprenditoriali appartenenti ad ambiti produttivi non strettamente legati alla cultura tradizionalmente intesa: «Imprese aperte» e «Imprese creative driven».

IMPRESE APERTE

Raccontare e mostrare la «cultura d'impresa» l'obiettivo del progetto «Imprese aperte» (sviluppato in tre linee d'azione definite «Porte aperte», «Cultura in impresa», «Cultura da/ell'impresa») che prevede la promozione della conoscenza e l'apertura degli stabilimenti con visite guidate (gratuite e prenotabili su VivaTicket da ogni parte d'Italia), rivolte a singoli appassionati, famiglie, associazioni, studenti e turisti alla scoperta del «genius faber» parmigiano.

L'arte del «saper fare», di cui



L'idea di fondo è portare un nuovo approccio culturale in azienda attraverso la creatività, il gioco e la sperimentazione di percorsi comuni alternativi.

Un esperimento, il primo in Italia su numeri così grandi. Una prova, ma di quelle che possono portare lontano. Un tassello di quel «modello Parma» che resterà a fondamento per le attività future su tutto il territorio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pharmacopea Viaggio nell'antica tradizione

■ L'identità storica chimico-farmaceutica della città diventa punto di partenza per un «viaggio» tra passato e presente (a cura di Chiesi Farmaceutici e Davines), attraverso i luoghi cardine dell'eccellenza locale di settore e svelandoli con inedite interpretazioni, anche grazie al volontariato d'impresa. Dalle grandi aziende alle vetrine dedicate nei negozi del centro, dalla produzione di un profumo «limited edition 2020» fino ad un grande evento (con installazione) dell'artista Rebecca Luise Law, che regalerà un nuovo cielo di fiori a San Tiburzio.



IMPRESE CREATIVE DRIVEN

Quando la creatività cambia l'azienda

■ Imprese guidate dalla creatività. Potremmo tradurre così il titolo della «open call» inserita nel dossier di candidatura «Imprese creative driven», una delle quattro promosse per valorizzare la cultura come mezzo di innovazione e sviluppo per quelle imprese che intendono stimolare la creatività e l'innovazione nei processi, nei prodotti, nell'ambiente di lavoro.

Icd è un vero e proprio bando, una «application» pubblicata sul sito www.parma2020.it (doveva scadere in dicembre, ma è stata prorogata fino al 24 gennaio), con cui si vuole portare la creatività e la cultura nelle imprese e promuovere una relazione di interdipendenza tra il settore imprenditoriale e culturale, raccogliendo proposte progettuali destinate a stimolare la creatività e l'accesso alla cultura nelle imprese candidate. Dopo la fase di formazione e informazione, avvenuta nei mesi scorsi attraverso il percorso «Scintille», sono stati innescati processi per raccogliere le manifestazioni di interesse delle aziende e per focalizzare gli obiettivi delle proposte da ricevere rispetto al sistema creativo. In seguito ai creativi è stato chiesto di elaborare un progetto in risposta agli obiettivi aziendali a cui è seguita una fase di valutazione e selezione.

Il 2020 sarà l'anno della messa in opera dei progetti e il monitoraggio delle attività, fino alla presentazione dei risultati in autunno. L'obiettivo del progetto è stimolare e accompagnare l'incontro tra due ambiti produttivi, che entrando in contatto sono naturalmente destinate a creare valore per sé stesse, per le persone coinvolte, per il loro territorio.

«Imprese creative driven», ovvero tutte quelle imprese che non fanno parte del sistema delle cosiddette imprese culturali e creative, ma sviluppano i servizi e creano i prodotti attraverso processi a «base creativa». Tali servizi e prodotti sono destinati ad un mercato ampio e diversificato che va dal settore alimentare, all'arredamento, al design, all'edilizia, al turismo, e si caratterizzano fortemente come veicolo di contenuti e innovazione rispetto al sistema economico di riferimento. Il mercato riconosce, infatti, uno specifico valore all'immateriale che il processo genera: la ricerca, il design, il brand, l'informazione, l'organizzazione, la comunicazione, contribuiscono a creare il «senso» dei prodotti rendendoli non solo competitivi rispetto a quelli più tradizionali, ma riferimenti nell'ambito della loro filiera e talvolta persino «status symbol».

Dialoghi Qualità, sostenibilità e responsabilità

■ Fra gli appuntamenti di «cultura da/ell'impresa» prenderà corpo anche il progetto «Stop and think», un format a cura di Michela Bondardo che, attraverso il dialogo informale, punta a mettere in luce il sistema di valori di imprenditori del territorio dotati di visione, coraggio e capacità di orientare i loro comportamenti. Il progetto prevede quattro incontri a Palazzo Soragna per ragionare insieme su cosa voglia dire essere imprenditori in un mondo in cui la rivoluzione digitale mette al centro la qualità - senza la quale non c'è sostenibilità - e il senso di responsabilità - senza il quale non c'è futuro.