

IMPRESE LA SCOMMESSA NEL CREARE NUOVI MODELLI DI SVILUPPO LOCALE INIZIA A PRODURRE I PRIMI FRUTTI

Il "Distretto culturale evoluto" scopre e lancia i talenti del lavoro

— URBINO —

SE IL JEANS, il mobile sono distretti paralleli ma separati, con la cultura si possono integrare e sviluppare. Lo pensano al Distretto culturale evoluto Urbino e il Montefeltro, il progetto che ha per capofila la Comunità montana Alto e Medio Metauro insieme alla Provincia e all'Università di Urbino.

Ma che vuol dire un distretto per la cultura?

«Quando si parla di distretto industriale si fa riferimento ad un'entità di imprese dello stesso settore tra le quali vi è collaborazione ma anche concorrenza? — chiede Anuska Pambianchi, che si occupa della comunicazione —. Beh l'idea è quella di creare un modello di sviluppo locale a base culturale che integri insieme filiere differenti ma che hanno in comune lo stesso orientamento all'innovazione».

Overo?

«Un modello per creare un sistema territoriale in grado di portare la filiera produttiva culturale ad essere profondamente integrata con altre filiere con le quali non esistono relazioni».

Le nozze coi fichi secchi però non si fanno...

«Attraverso il bando finanziato dal Gal Montefeltro Sviluppo di 200mila euro, stiamo infatti costruendo una rete innovativa di condivisione della cultura che in questo territorio risulta atomizzata. Attualmente coinvolge la comunità, le imprese culturali, creative e produttive attraverso un percorso di formazione e soprattutto di informazione: prevede focus group di cui si occupa la società Camera Work di Jesi e seminari sui temi dei social media curati dal Dipartimento di scienze della comunicazione dell'Università di Urbino».

Tempi e obiettivi quali sono?

«Entro il 2014 vorremmo mettere in rete la nuova generazione di imprenditori e innovatori che condividono un nuovo modo di fare impresa, nuove opportunità, realtà più dinamiche e aperte al cambiamento che attraggono i giovani che ormai respingono mestieri, anche nobili, ma tradizionali».

Finora si è parlato molto del Barco.

«Quello è un progetto davvero innovativo. Al Barco di Urbina i giovani talenti con professionalità diverse daranno origine a una Officina creativa: occuperanno degli spazi, attraverso formule di co-working, all'interno di una delle residenze storiche più importanti del

Montefeltro e metteranno a disposizione la loro elevata professionalità».

A disposizione di chi?

«Naturalmente delle aziende, soprattutto di quelle che da sole non riescono ad affrontare il necessario rinnovamento per mantenersi competitive. Qui potranno avvalersi dell'esperienza maturata anche a li-

vello internazionale e che ciascuno vanta nel proprio curriculum».

Cosa c'è nel sito web curato da lei?

«All'indirizzo www.urbinoeilmontefeltro.eu, si trova il mio lavoro che è quello di andare in giro per le aziende, incontrare gli imprenditori e sentire come stanno affrontando la crisi, come investono in inno-

vazione e nella valorizzazione delle competenze. E poi scovare le buone idee, tra i ragazzi e le ragazze. Una per esempio: Paolo Carburi, 26 anni, è presidente del Lima (Laboratorio Indipendente di Musica e Arte) che da circa tre anni ha letteralmente risvegliato la cultura musicale e teatrale di Sassocorvaro».

Cosa c'è all'origine del Distretto, è la crisi lo spunto?

«L'idea venne tempo fa ad Alceo Serafini, presidente della Comunità montana. L'osservazione di partenza è che Urbino e il Montefeltro da un certo momento in poi (possiamo dire tranquillamente dal Rinascimento) non sono più riusciti a riproporre quella sintesi di innovazione e reattività che contrassegnavano la corte del Duca Federico».

Un'alibi c'è: i tempi sono cambiati da Federico...

«Sono cambiati, ma a suo modo il Duca è stato un grande *startupper*, uno che ha saputo coagulare le intelligenze e le energie». Prima ha parlato di mappatura delle imprese. Spieghi meglio. «Ad esempio il progetto parte dal censimento delle aziende culturali e produttive presenti e si basa sulla mappatura delle attività comunicative online dei diversi soggetti che costruiscono il nostro tessuto socio-culturale. La ricerca coinvolge i siti internet, la comunicazione sui social network».

Ne esce qualcosa di interessante?

«Su 36 Comuni del Distretto quelli che hanno una pagina Facebook si contano sulle dita di una mano. E sono troppo poche anche le realtà industriali e artigianali che nel loro profilo web parlano e si riconoscono nel territorio. Talvolta leggi di aziende che potrebbero essere a Milano come a Reggio Calabria, non c'è alcun riferimento geografico. Il progetto, invece, insiste molto sul valore dell'identità di Urbino e il Montefeltro».

Ci saranno eccezioni?

«Sì. Aziende molto importanti a livello internazionale per le quali è prioritario il fatto di essere radicate qui e non altrove e che comunicano questo radicamento in modo evidente anche nella commercializzazione dei loro prodotti».

Emanuele Maffei

WWW.URBINOEMONTEFELTRO.EU

👉 **Visite da ottobre ad oggi: 3mila visitatori (70% sono nuove visite)**

👉 **Prima fonte di traffico: social networks**

👉 **Articoli più letti: interviste a imprenditori e giovani talenti del territorio**

👉 **Facebook: 324 likes**

👉 **I Comuni del Distretto: 36 di cui 29 della provincia di Pesaro e Urbino e 7 della provincia di Rimini**

👉 **Popolazione complessiva: 108mila abitanti**

👉 **Azienda del Distretto che più si riconosce nel brand Urbino e il Montefeltro (dalla Ricerca del DiSCUm): Benelli Armi**



«CERCO I TALENTI» Anuska Pambianchi