

BQT Banca delle Qualità Toscane.
Viaggio nella Toscana delle qualità.
Impresa, centri di ricerca, cultura,
società, tradizione e hi-tech.

Coordinamento

Domenico Sturabotti

Elaborazione e redazione

Sara Consolato

Analisi documentale e delle fonti

Viviana Forcella, Romina Surace, Valentina Tsilikopoulos

Realizzata in collaborazione con

Serico Cresme per l'analisi dell'industria culturale Asvi/Cooperativa Sociale Sole - Percorsi per l'analisi del Terzo settore

Con il contributo di



Un ringraziamento particolare va ai soci toscani di Symbola, che della Banca delle Qualità Toscane rappresentano il capitale originario, per il loro contributo alla riuscita della ricerca: Nazzareno Belleggia Presidente Terra Uomini e Ambiente, Valterio Castelli Presidente TD Group, Enzo Manenti Sindaco Comune di Liciana Nardi, Gualtiero Masini Presidente Teseco, Paolo Massobrio Presidente Associazione Club Papillon, Valentino Mercati Presidente di Aboca, Paolo Panattoni Sindaco protempore Comune di San Giuliano Terme, Simone Pezzatini Direttore Matura Impresa, Alessandro Regoli Winenews, Matteo Renzi Presidente Provincia di Firenze; Andrea Surbone Titolare Fattoria Poggio Gagliardo.

Si ringraziano inoltre:

Ambrogio Brenna Assessorato Attività Produttive Regione Toscana, **Francesco Fragola** Federsolidarietà, **Confcooperative Toscana**, **Rosa di Giorgi** CNR, **Fabio Lenzi** Esperto di Politiche Sociali, **Tullio Marcelli** Presidente Coldiretti Toscana, **Alessandro Martini** Assessore alle Politiche Sociali della Provincia di Firenze, **Fabrizia Paloscia** Assessorato Attività Produttive Regione Toscana, **Alessandra Patrono** Osservatorio sulle Imprese hi-tech Regione Toscana, **Gian Bruno Ravenni** Assessorato alla Cultura della Regione Toscana, **Vincenzo Striano** Presidente ARCI Toscana.

- | | | | | | |
|----|---|-----|---|-----|--|
| 5 | PREMESSA
di Ermete Realacci | 66 | DE BOND
I puristi del “cioccolato d'autore” | 118 | IVV - COOPERATIVA INDUSTRIA VETRAIA VALDARNESE
La forma toscana del vetro artistico |
| 10 | SISTEMA PRODUTTIVO | 70 | DIGITART
Spazi di vita contemporanea | 122 | L'OSPITALE DELLE RIFIORENZE
L'altra Firenze |
| 22 | TERZO SETTORE | 74 | EL.EN
Tecnologie d'avanguardia per dare futuro al passato | 126 | MUSEO DEL TESSUTO
Trame di futuro |
| 26 | INDUSTRIA CULTURALE | 78 | EXIBART
La comunicazione multiplatforma a servizio dell'arte | 130 | NUOVO FUTURO E CONSORZIO SOCIALE IL TIRRENO
Accompagnare il tempo |
| 30 | F.LLI ALINARI
Gli archivi della memoria | 82 | FDS - LA FABBRICA DEL SOLE
Creatività... all'idrogeno | 134 | OPD - OPIFICIO DELLE PIETRE DURE
La clinica del patrimonio artistico nazionale |
| 34 | ALTA
La conquista dello spazio passa per Pisa | 86 | FESTAMBIENTE
In Maremma il più grande festival ambientale d'Europa | 138 | ORT - ORCHESTRA REGIONALE TOSCANA
Le note dell'eccellenza |
| 38 | ARCI BASSA VAL DI CECINA
Cultura dell'accoglienza e pragmatica dell'integrazione | 90 | FONDAZIONE FABBRICA EUROPA
La fucina dello spettacolo | 142 | PERINI NAVI
Creatività e innovazione per l'easy sailing |
| 42 | ASTIR
Spazi di vita a misura d'anziano | 94 | FONDAZIONE MICHELUCCI
Quando il sociale incontra l'architettura | 146 | POLIMODA
L'officina dei talenti |
| 44 | CASANOVA DI NERI
Storia e filosofia del vino | 98 | FONDAZIONE OSPEDALE MEYER
La “casa natia” della pediatria italiana | 150 | SIENABIOTECH
Un polo di eccellenza nella ricerca biomedica |
| 48 | CONSORZIO DELL'OLIO TOSCANO
Alle radici del paesaggio toscano | 102 | FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA
Creatività in rete | 154 | TEATRO DEL MAGGIO MUSICALE FIORENTINO
Il cuore pulsante del più antico e prestigioso festival europeo |
| 52 | CONSORZIO SMARTEX
Vestire il futuro | 106 | GIUSTO MANETTI BATTILORO
Dove l'oro si fa nuvola | 158 | UCODEP - UNITÀ E COOPERAZIONE PER LO SVILUPPO DEI POPOLI
Progetti e iniziative per i sud del mondo |
| 56 | CONSORZIO VERA PELLE ITALIANA
CONCIATA AL VEGETALE
Quando la materia diviene arte | 110 | IL CERRO E IL FONDO ETICO E SOCIALE DELLE PIAGGE
Microcredito di quartiere | 164 | VISCONTI
Orgoglio e privilegio di una firma |
| 60 | CORTONANTIQUARIA
Il “salotto buono” del mercato antiquario | 114 | IL PUNGIGLIONE
L'alveare della solidarietà | | |
| 64 | Co&So e FIORDISAPORI
Catering fuori dai luoghi comuni | | | | |

“La Toscana appare come l'Italia immagino che sia”

J.W. Goethe

PREMESSA

Così, con queste parole, il grande scrittore tedesco descrive la sua permanenza in Toscana, tappa – fra le tante – del lungo e celebre viaggio compiuto in Italia nel 1740. La Toscana simbolo dell'intero Paese, suggeriva, prototipo di quello straordinario intreccio di paesaggi, storia, cultura e tradizioni che da sempre caratterizza l'Italia, la sua percezione, e ne alimenta l'immaginario collettivo internazionale. Sono passati più di due secoli da allora, e guardando ora a cosa è diventata la Toscana si ha l'impressione di trovarsi di fronte a uno scenario che, pur mantenendo inalterati i suoi colori originali, si è arricchito di nuove e inedite sfumature, diventando ancor più complesso e affascinante.

Sbaglia di grosso chi si ostina a contrapporre due idee di paese: quella di chi vede nel terziario, in particolare nel turismo e nell'enogastronomia, il futuro della nostra economia; e quella di chi, invece, pensa che l'industria sia il settore su cui puntare per competere nei mercati globali. L'Italia è capace di proporre un modello produttivo nuovo, in cui la competitività è il risultato della nostra capacità di tenere assieme tradizione e innovazione, ricerca, coesione sociale e territorio. Nel viaggio di Symbola in Toscana emerge proprio questa capacità di tenere assieme: accanto alla Toscana dei vigneti, dei casolari, dei piccoli borghi e delle città d'arte, dei settori industriali tradizionali, sta crescendo una nuova Toscana, quella che a fronte di cambiamenti determinati dal nuovo assetto del mercato globale cerca, e trova, una originale via allo sviluppo, capace di integrare competitività e coesione sociale, memoria e innovazione.

L'ingresso sui mercati internazionali di nuovi competitors – i giganti Cina e India – ha portato a una progressiva polarizzazione fra chi produce qualità e chi, invece, punta sulla quantità, anche a costo di ridurre paghe e diritti. Un terreno questo su cui inevitabilmente il sistema Toscana ha fatto fatica a confrontarsi, stretto fra la necessità di stare al passo con i tempi e quella, non meno importante, di mantenere la propria identità.





Ma il momento di crisi ha portato con sé nuove opportunità, e innescato un processo di rielaborazione che ha spinto la regione a rivedere il proprio modello di sviluppo e a puntare sulle caratteristiche che da sempre ne fanno un bell'esempio di soft-economy. Un modello produttivo tutto italiano, dove la competitività è il risultato della somma fra tradizioni produttive, capitale umano e comunità. Chi ha valorizzato questo intreccio ha risalito la china. E i segnali di ripresa iniziano a vedersi. C'è una Toscana che cresce nella ricerca e nell'innovazione e ha in Pisa un polo di eccellenza capace di far convergere il sapere accademico delle università – dalla Normale alla Scuola di Sant'Anna – con il sapere "contestuale" delle imprese e dei territori. C'è un settore produttivo organizzato in distretti industriali a forte vocazione manifatturiera che, a fronte della competizione asiatica, gioca la carta dell'aggregazione, dell'innovazione e delle produzioni di qualità. È un cambiamento che lontano dai riflettori sta selezionando le imprese e le produzioni. Così la Toscana sta progressivamente uscendo dalle produzioni di massa, dove il fattore costo è stato l'elemento forte della competitività, per entrare nelle produzioni su misura, però realizzate con modelli e organizzazioni di tipo industriale. Sembra di vedere un rapporto nuovo fra strategia industriale e spirito artigianale, come dimostrano molte delle esperienze raccontate. Tutto questo è stato possibile grazie all'allargarsi dei mercati, fattore che ha permesso anche a produzioni di nicchia – come la concia o la lavorazione della foglia d'oro – di crescere fino a creare imprese dai connotati industriali. C'è poi la Toscana che sperimenta con successo la strada del turismo sostenibile e di qualità, puntando sulle tradizioni e sulle tante identità locali che animano il territorio, e costruendo itinerari inediti che incrociano l'agroalimentare, l'artigianato artistico e altri settori produttivi. Piombino, Massa-Carrara e alcuni distretti rurali come il Chianti sono diventati protagonisti di uno sviluppo locale di qualità, e si sono affermate come realtà dinamiche e innovative in cui la



ricerca e innovazione



produzione industriale si accompagna a una fiorente attività turistica. Non solo paesaggio, non solo storia, ma anche modernità. È cresciuta l'area metropolitana di Firenze, "città regione", che raccoglie oggi molteplici attività e molte funzioni metropolitane. Il capoluogo ha consolidato la sua identità di centro internazionale con la concentrazione di un patrimonio storico-artistico eccezionale che richiama flussi turistici molto rilevanti, una forte tradizione produttiva che alimenta l'esportazione verso i mercati internazionali, e la presenza di un prestigioso sistema formativo. Siena ha rafforzato la sua vocazione di centro finanziario senza disperdere l'identità di meta turistica mondiale e anche di polo farmaceutico; Lucca sta divenendo una realtà industriale plurisetoriale. C'è poi la presenza di un terzo settore particolarmente vivace e ricco, che è riuscito a integrarsi col sistema di welfare pubblico e ad avvalersi di operatori con alta professionalità, grazie anche a un humus culturale molto fertile. Sono tante le esperienze innovative in cui la dimensione sociale si intreccia con quella economica attraverso politiche di rete che vedono la collaborazione di diversi soggetti del territorio, pubblici o privati. È questa la Toscana che abbiamo incontrato e abbiamo voluto raccontare attraverso la voce dei suoi protagonisti. Le realtà descritte, pur appartenendo a settori diversi, sono tutte rappresentative delle tendenze in divenire. Si tratta di 35 storie che per mission, creatività, lungimiranza, capacità di innovazione di processo e di prodotto, propensione alla coalizione, forte radicamento territoriale, centralità del capitale sociale, qualità dei processi organizzativi, emergono nel panorama imprenditoriale e associativo toscano. Le storie dimostrano che prioritaria è la rete dei saperi che sa incoraggiare una cultura della qualità. Qualità come condizione per partecipare, con strumenti appropriati, alla grande



opportunità offerta dal mercato globale con coraggio imprenditoriale, capacità di innovazione, formazione manageriale di eccellenza, assunzione di responsabilità della classe dirigente. La ricerca ha monitorato le principali aree produttive e le più significative esperienze associative e imprenditoriali, individuando i pezzi di un'economia che funziona pur nelle difficoltà del ciclo economico e dei ritardi organizzativi e culturali che rischiano di diventare veri e propri freni allo sviluppo. Symbola ha scelto di raccontare storie ad alto valore tecnologico, esperienze che appartengono a settori cosiddetti maturi che fino a qualche tempo fa si davano per spacciati, e che invece, riqualificati e innovati, tornano a essere competitivi. Basta citare la pelletteria¹, le calzature, il mobile. Queste esperienze confermano il positivo trend delle esportazioni toscane, come dimostrano i dati dell'ultimo rapporto Unioncamere²: non a caso la competitività sui mercati esteri risulta essere un punto di forza delle aziende selezionate. Si compone così l'immagine di un mosaico complesso, costituito da ambienti economici e sociali che fanno della Toscana una realtà poliedrica. Pensieri e analisi che ci autorizzano a parlare di "Toscane della Toscana" per la ricchezza e la varietà degli scenari. Un'eterogeneità che, non va dimenticato, si muove all'interno di un'identità regionale forte e definita che caratterizza la percezione del territorio a livello internazionale. Unione nella diversità, si potrebbe dire. Un apparente ossimoro nella Toscana che cresce, cerca e trova nuovi equilibri.

Ermete Realacci

¹ Il comparto prosegue il suo percorso di forte crescita, con un passo però, in questi ultimi 12 mesi, più contenuto rispetto a quello nazionale: l'1% rispetto al tasso generale del 14,9%.

² Rapporto Unioncamere 2008, a cura del Centro Studi Unioncamere, consultabile sul sito www.unioncamere.it

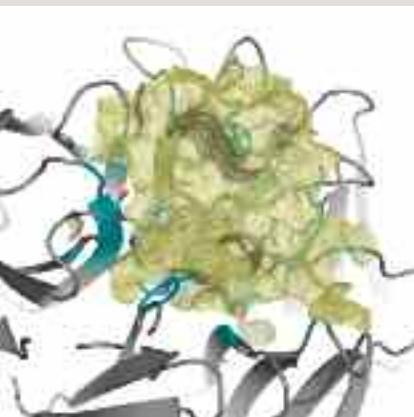
SISTEMA PRODUTTIVO

Se c'è un ambito in cui la diversità e l'eterogeneità che caratterizzano il territorio toscano trovano migliore rappresentazione, questo è senza dubbio il settore produttivo, luogo in cui si declinano le tante "Toscane della Toscana". Sono tante, infatti, le attività a cui rimanda l'economia di questa regione, e ognuna di esse è strettamente legata a un luogo fisico preciso: Prato per il tessile, Arezzo per l'oro, Carrara per il marmo, Lucca per la carta. Per molto tempo la Toscana è stata principalmente questo: un sistema economico basato su distretti industriali a forte vocazione manifatturiera. Un modello che a lungo si è dimostrato esaustivo, capace di descrivere le tendenze in atto e di anticiparne le nuove. Ma oggi molto è cambiato. Si è fatta sempre più evidente l'azione di alcune variabili che hanno mutato i contorni di un sistema economico stabile e ben definito. Prima fra queste, un'ulteriore differenziazione delle attività economiche all'interno della regione che ha contribuito a arricchire il già variegato insieme di sistemi produttivi locali. Accanto al manifatturiero, si sono sviluppati nuovi settori che concorrono a fare di quella toscana un'economia molto articolata. Fra le nuove tendenze in atto, va annoverata la progressiva terziarizzazione dovuta alla crescita del settore dei servizi sia in termini di produzione che di addetti, trend che segue quello nazionale generale³. I cambiamenti degli stili di vita stanno rapidamente, radicalmente e continuamente modificando il tessuto socio-economico che, sempre più, vede le attività del terziario divenire protagoniste della vita sociale e dello sviluppo economico del territorio. Questo è ancora più evidente in una regione come la Toscana a forte vocazione turistica. In risposta a una sempre più generalizzata domanda di qualità e a un sempre maggior numero di individui che richiede strutture di elevato livello, con servizi che possano soddisfare un nuovo insieme di bisogni, si è sviluppato un turismo di qualità, capace di diventare esso stesso elemento di valorizzazione e promozione del territorio e della sua identità. Un turismo rispettoso dei luoghi, curioso e

³ *Toscana 2020. Una regione verso il futuro*, a cura di Alessandro Petretto, Irpet., p. 51.



capitale
umano



attento, in grado di valorizzare – accanto ai tradizionali itinerari – località piene di fascino e di atmosfera, nelle quali cultura e natura convivono ancora in un perfetto equilibrio. La Toscana, grazie a uno straordinario territorio a alta “densità di rarità”, sta appunto sperimentando la strada nell’intersectorialità delle politiche: quelle del turismo che si coniugano con quelle ambientali, sociali, di gestione del territorio, di valorizzazione del patrimonio agricolo.

Ma le novità riguardano anche lo sviluppo di altri settori che sfuggono alla tradizionale organizzazione in distretti territoriali e offrono una nuova caratterizzazione a una regione che – pur partendo dalle produzioni tradizionali che la identificano – assume nuove identità. La Toscana diventa così sempre più sinonimo di alta tecnologia. E i numeri lo confermano: **623 imprese in 17 diversi settori**, fra cui è quello informatico a occupare una posizione di leadership⁴, **70 centri di ricerca**. Un fenomeno rilevante, come testimonia anche la nascita dell’**Osservatorio Toscano sulle Imprese hi-tech** diretto dalla Scuola Superiore di Sant’Anna, che monitora lo stato di avanzamento del settore in tutte le province toscane. L’asse della ricerca poggia su **3 poli universitari: Pisa, Firenze e Siena**. Intorno a Pisa si sono sviluppate realtà importanti come il **polo di Navacchio**, che ospita a oggi circa **60** realtà, con un giro di affari in progressiva crescita. O anche il **laboratorio Percro della Scuola Superiore di Sant’Anna**, con i suoi interessanti progetti di biorobotica, un’ingegneria “gentile” che studia i sistemi viventi e è al servizio dell’uomo.

Siena invece è sempre più legata alle biotecnologie, mentre Firenze annovera fra i suoi punti di eccellenza il **polo di Sesto**. A questi centri si aggiunge la presenza di grandi gruppi che, dal settore farmaceutico a quello meccanico – si pensi a Nuovo Pignone, Galileo, Breda Ely Lilli – svolgono un’intensa attività di ricerca e vendono progetti fuori dai confini nazionali. Una tendenza, questa, che ha un risvolto paradossale: la Toscana esporta servizi per la ricerca e l’innovazione in

⁴ Dati dell’Osservatorio Imprese hi-tech Toscana, www.osservatorio.sssup.it



tutto il mondo, ma al suo interno non riesce a promuovere adeguatamente i servizi relativi al trasferimento tecnologico alle imprese. A confermarlo è anche la bilancia tecnologica dei pagamenti, strumento che misura i rapporti di acquisto e di vendita di prodotti tecnologici fra le regioni italiane e quelle estere. Da questi dati emerge che la Toscana occupa il secondo posto, dopo il Piemonte, con un **saldo positivo di circa 85 milioni di euro**, determinato da **incassi per 222 milioni e pagamenti per 136**. Le voci più importanti della bilancia sono: cessione di brevetti⁵ e relativi diritti di sfruttamento, acquisto e cessione di marchi di fabbrica, ma anche interscambio di tecnologia non incorporata in beni fisici. Quest’ultimo elemento testimonia il paradosso toscano: c’è molta ricerca, ma poco trasferimento tecnologico. Ci sono comunque delle eccezioni. L’ultima in ordine di tempo riguarda l’investimento in energie pulite, altro settore in cui la Toscana si sta dimostrando all’avanguardia. La regione, infatti, ospita il **primo distretto italiano dell’idrogeno**, che è stato inaugurato nel 2007. Un progetto innovativo e ambizioso che ha l’obiettivo di mettere a punto un sistema di mobilità a emissioni zero. Grazie a un finanziamento di quasi **11 milioni di euro**, è stata realizzata una serie di attività per la produzione (attraverso fonti di energia rinnovabile), lo stoccaggio, la distribuzione, la sperimentazione e la realizzazione di motori per auto e scooter: Il progetto, che ha sede a Pisa, è frutto di un protocollo d’intesa che ha visto la collaborazione di: **Regione Toscana, Provincia di Pisa, Comune di Pontedera, Università di Pisa, Scuola Superiore di Sant’Anna, Società Cosortile Pont-Tech e Pontedera&Tecnologia**. A questi si aggiungono numerosi altri soggetti, pubblici e privati. Un esempio di come un intero territorio possa fare gioco di squadra per valorizzare i propri punti di forza, riconvertendo il proprio tessuto produttivo e preparandosi alle sfide sul piano energ

⁵ Sono in aumento i brevetti depositati dalle imprese toscane presso l’European Patent Office. Particolarmente attive in questo senso sono le imprese di Firenze e Lucca. Insieme, i due territori coprono il 15% del totale dei brevetti regionali.



etico e ambientale. Altro esempio molto interessante di trasferimento tecnologico è **Grado Zero Space**, società specializzata nel trasferimento di materiali e tecnologie dai settori aerospaziale e medico-chirurgico nell'uso quotidiano. L'obiettivo è quello di mettere in contatto comparti industriali e di ricerca pura, università, laboratori di analisi, inventori e ricercatori, per promuovere lo scambio di know-how e individuare nuove soluzioni d'uso di materiali e di tecnologie applicate.

Molto interessanti i progetti realizzati per il tessile: tessuti autostiranti, ultraleggeri, rivestimenti termoisolanti. Un esempio di come trasferimento tecnologico e diversificazione possano rappresentare una strada da seguire per un settore, come quello del tessile, che sta ora vivendo una lenta ripresa, dopo un periodo di forte crisi dovuta principalmente alla comparsa di nuovi competitors.

Ed è proprio il processo di globalizzazione, infatti, a aver indotto i cambiamenti più rilevanti all'interno dell'assetto economico toscano e a aver messo in discussione antichi equilibri. L'apertura dei mercati e la concorrenza da parte delle economie emergenti hanno rappresentato una nuova e inedita sfida per un sistema produttivo – quello dei distretti industriali – chiamato a affrontare la necessità di un profondo ripensamento della propria struttura e organizzazione. La Toscana si caratterizza per la fortissima presenza di imprese di piccole e medie dimensioni che, di fronte alla concorrenza globale, hanno mostrato evidenti segni di difficoltà, tanto da far temere per la loro tenuta nel lungo periodo. Si è avviata così una profonda riflessione sull'adeguatezza del modello dei distretti alla nuova situazione economica globale. Il quesito al quale in molti – economisti e amministratori anzitutto – hanno cercato di dare una risposta è: come può un sistema produttivo polverizzato, ancorato alla presenza sul territorio di imprese di piccole dimensioni, rispondere alla sfida dei nuovi giganti asiatici? Come recuperare competitività senza snaturare un sistema industriale che ha fatto del legame col territorio uno

dei suoi punti di forza? Come proiettare il locale nel globale senza pagare un alto prezzo in termini di coesione sociale, qualità delle produzioni, costo del lavoro? Interrogativi che trovano una risposta nella necessità – fatta presente da più parti, in primis dal governo regionale⁶ – di spingere sul pedale di uno sviluppo orientato alla qualità. La Toscana ha tutte le carte in regola per perseguire l'obiettivo della crescita qualitativa: un sapere contestuale, inteso come insieme di conoscenze e saper fare unici e indivisibili dal luogo un cui sono stati generati, una miriade di casi di eccellenza diffusi su tutto il territorio che possono essere maggiormente valorizzati, un serbatoio di talenti nel campo dei beni culturali, dei servizi e soprattutto della ricerca ancora da esplorare, una radicata cultura della solidarietà. È da questi elementi che si sta ripartendo per ridisegnare i contorni di un sistema economico che, più che al superamento dei distretti, punta oggi alla loro evoluzione e riorganizzazione in chiave qualitativa.

Nonostante i tanti cambiamenti in corso e un lungo periodo di stagnazione, il sistema manifatturiero toscano conserva ancora una posizione fondamentale: la sua capillarità, la capacità di agire come elemento di forte coesione sociale, di creare ricchezza, ne fanno un elemento imprescindibile per qualsiasi processo di rilancio dell'economia regionale. Proprio per questo diventano sempre più necessarie politiche economiche che siano in grado di rivitalizzare e rendere maggiormente competitivo il tessuto imprenditoriale, puntando su innovazione, trasferimento tecnologico, ricerca, internazionalizzazione, sistemi “a rete” capaci di tenere insieme i vari sistemi locali. Il passaggio dallo sviluppo basato sulla quantità a quello che individua la qualità come obiettivo richiede innanzitutto la capacità dei distretti di uscire dai loro confini territoriali tradizionali attraverso politiche di integrazione settoriale. In altre parole, si tratta di promuovere la trasversalità dei settori attraverso la ricomposizione delle nicchie di eccellenza dei vari comparti del territorio. In questo modo si permetterà alle piccole e medie imprese di continuare a



⁶ Maggiori riferimenti in *Toscana 2020. Una regione verso il futuro*, a cura di Alessandro Petretto, Irpet



crescere sfidando a testa alta gli attacchi dei colossi e evitando di divenire preda dei grandi gruppi con fattori di scala superiori. Le piccole imprese non hanno, da sole, la capacità di emulare i grandi gruppi sul piano della capacità di investire in attività di ricerca e sviluppo, ma – d'altra parte – è sempre più necessario per queste stesse imprese rinnovare continuamente il proprio modo di produrre. La promozione dell'innovazione nei settori tradizionali, quindi, giocherà un ruolo fondamentale. Sarà necessario ricomporre la creatività, l'eccellenza dei sistemi locali attraverso politiche di filiera che favoriscano l'apprendimento, lo scambio e l'uso di conoscenze fra imprese e territorio, e una maggiore interconnessione fra sapere contestuale, sapere tecnico e ricerca di base. Creando, così, filiere cognitive che funzionino da propulsore per il trasferimento tecnologico, che oggi rappresenta uno dei punti deboli della filiera dell'innovazione toscana. La dimensione della ricerca si profila quindi come assolutamente fondamentale per le aziende che vogliono crescere o che intendono consolidare il loro primato entro nicchie di mercato. Emerge la necessità di acquisire la ricerca che si produce in laboratori specializzati e, ancor più, di sviluppare partnership con università, centri di studio e imprese, in modo da creare importanti reti di cooperazione a livello territoriale. Si tratta quindi di rafforzare quei lineamenti di "economia della filiera" in cui l'economista Enzo Rullani ha ravvisato il tratto distintivo della media impresa: "terminale italiano di una rete transnazionale di grande scala", che attraverso il collegamento fra locale e globale struttura le nuove reti della divisione del lavoro. Un nuovo modello, quindi, basato su una maggiore interazione fra le competenze a monte – ricerca e conoscenza – e quelle a valle – marketing e commercializzazione – e sull'allungamento delle filiere che diventano globali e verticali, con confini che non coincidono con quelli dei distretti. Il rafforzamento di processi di ibridazione fra competenze, la progressiva specializzazione, la costruzione di reti differenziate, ma allo stesso tempo

interconnesse, e una sempre maggiore cooperazione con altri settori del sistema diventano parte integrante del processo di rilancio del sistema economico toscano. Così come dimostra il nuovo programma di sviluppo economico della regione, che pone fra i suoi obiettivi strategici proprio la creazione di un distretto integrato regionale: "Il distretto integrato regionale non si configura come il superamento della dimensione territoriale oltre che sociale e produttiva dei distretti, ma come un nuovo paradigma competitivo fondato sulla loro messa in rete su scala regionale che comprenda settori, attori, imprese, territori, centri di ricerca". Ed è in questa direzione che alcuni distretti si stanno già muovendo. L'evoluzione dei modelli organizzativi aziendali sta seguendo la strada della creazione di reti di imprese, che puntano a una crescita del distretto al di fuori della tradizionale specializzazione.

Si assiste a una progressiva diversificazione settoriale che vede molti distretti – nati su base monosettoriale – trasformarsi in aggregati settorialmente eterogenei: lo scopo è proporre non più singoli beni, ma grappoli di prodotti collegabili. Un esempio su tutti è la provincia di Pistoia, protagonista del cosiddetto "rilancio multisettoriale" in cui tessile, meccanica e vivaismo sono diventati i cavalli di battaglia di una provincia poliedrica in cui la specializzazione sta lasciando il passo a una forte diversificazione. O ancora Pisa, dove i settori del legno e del mobile hanno affrontato la crisi allargando l'orizzonte della loro produzione ai cantieri nautici. Due realtà più vicine di quanto si pensi, capaci di realizzare quella "integrazione di filiera" fra comparti differenti di cui l'Irpet, con un'apposita ricerca, ha cercato di individuare i risultati economici. I dati di questa indagine, effettuata per conto dell'amministrazione provinciale su un campione di **400 aziende** del settore legno/mobile presenti nei due nuclei **Cascina-Vicopisano** e **Lari-Ponsacco**, mostrano tutta la "convenienza" del mettersi in rete. Fra le **190** aziende che producono beni utilizzati dai cantieri nautici, i casi di crescita del fatturato sono più frequenti (**29,5%** dei casi) rispetto alle imprese fuori della filiera (**17,2%**), così come le perdite sono meno numerose (**16,7%** contro il **26,8%** per quelle non in filiera); un andamento simile si registra anche dal punto di vista occupazionale⁸.

reti

⁷ Programma Regionale di Sviluppo Toscana 2006-2010, p. 14.

⁸ *Mobile e Nautica: un'integrazione possibile*, Irpet, consultabile sul sito www.irpet.it.



L'allungamento delle reti produttive oltre i circuiti locali sta portando all'evoluzione dei sistemi distrettuali in sistemi territoriali o cluster. All'interno di questi cluster, un ruolo sempre più importante assumono le medie imprese che fanno da traino a questi nuovi sistemi produttivi, sfruttando, da una parte, le risorse materiali e immateriali presenti sul territorio e dall'altra "connettendo le diverse economie locali di cui sono espressione ai circuiti internazionali". Le politiche di filiera consentono non solo maggiori sinergie nel campo dell'innovazione e dello scambio di conoscenza, ma sono anche necessarie per una nuova e più efficace politica di internazionalizzazione, obiettivo fondamentale per la crescita del sistema produttivo toscano.

La Toscana deve proseguire su questa strada e aprirsi al mondo: solo con la costruzione di collaborazioni e sinergie tra i protagonisti della filiera produttiva le piccole aziende possono trovare spazio sui mercati globali e uscire dai confini del sistema locale. Per questo il nuovo Programma Regionale di Sviluppo pone grande attenzione alle politiche di filiera e alla necessità di aggregazione e di innovazione delle imprese.

Fare rete per competere è la parola d'ordine del nuovo corso del sistema produttivo toscano. E non mancano già delle esperienze interessanti che confermano il trend, come il **Consorzio Centoperceto Italiano** che raccoglie **63 imprese del settore conciario** che producono esclusivamente in Italia.

Il consorzio, grazie alla tracciabilità certa del prodotto al cento per cento italiano, sta dando un importantissimo contributo alla lotta alla contraffazione e alla tutela di quel made in Italy che unisce tradizione e innovazione.

La necessità di un nuovo modello di sviluppo basato sulla qualità come risposta alle sfide imposte dalla globalizzazione è la strada da seguire non solo per la Toscana, ma per tutto il Paese. La conferma viene anche dal Rapporto Unioncamere 2008⁹ che sottolinea come le nuove politiche di filiera – che stanno interessando tanti territori italiani, modificando la tradizionale struttura dei distretti – stiano permettendo alle piccole imprese manifatturiere di competere sui mercati internazionali.

In Toscana è anche il caso dell'artigianato artistico, da sempre fiore all'occhiello dell'intero sistema produttivo regionale, che conta oltre **24.000 imprese**, per un totale di circa **94.000 addetti**. Un settore che si caratterizza per un patrimonio di conoscenze, abilità progettuali e produttive uniche, ma allo stesso tempo variegate, per il quale sono necessarie azioni e interventi altrettanto differenziati. A questo scopo è nato, su iniziativa delle associazioni artigiane CNA e Confartigianato, il centro **Artex**, che si occupa di valorizzare e promuovere l'artigianato artistico e tradizionale, con una particolare attenzione alla ricerca, alla distribuzione e al legame col territorio. Il tutto sempre sotto il segno della qualità. La riorganizzazione delle imprese artigiane, quindi, passa sempre di più per una "razionalizzazione all'insegna della qualificazione dell'offerta". Detto in altre parole, le imprese che hanno superato la crisi sono proprio quelle che hanno investito in qualità, in tecnologia e design: fattori che, insieme al sapere contestuale e alla capacità di inserirsi in reti di collaborazione inter-aziendali, sono in grado di determinare il successo imprenditoriale. La Toscana si sta muovendo proprio su questi binari, e i risultati positivi registrati nel campo dell'esportazione – **+6,9%**, dato che resta positivo, nonostante la flessione rispetto allo scorso anno¹⁰ – sembrano testimoniare che la strada imboccata è quella giusta.

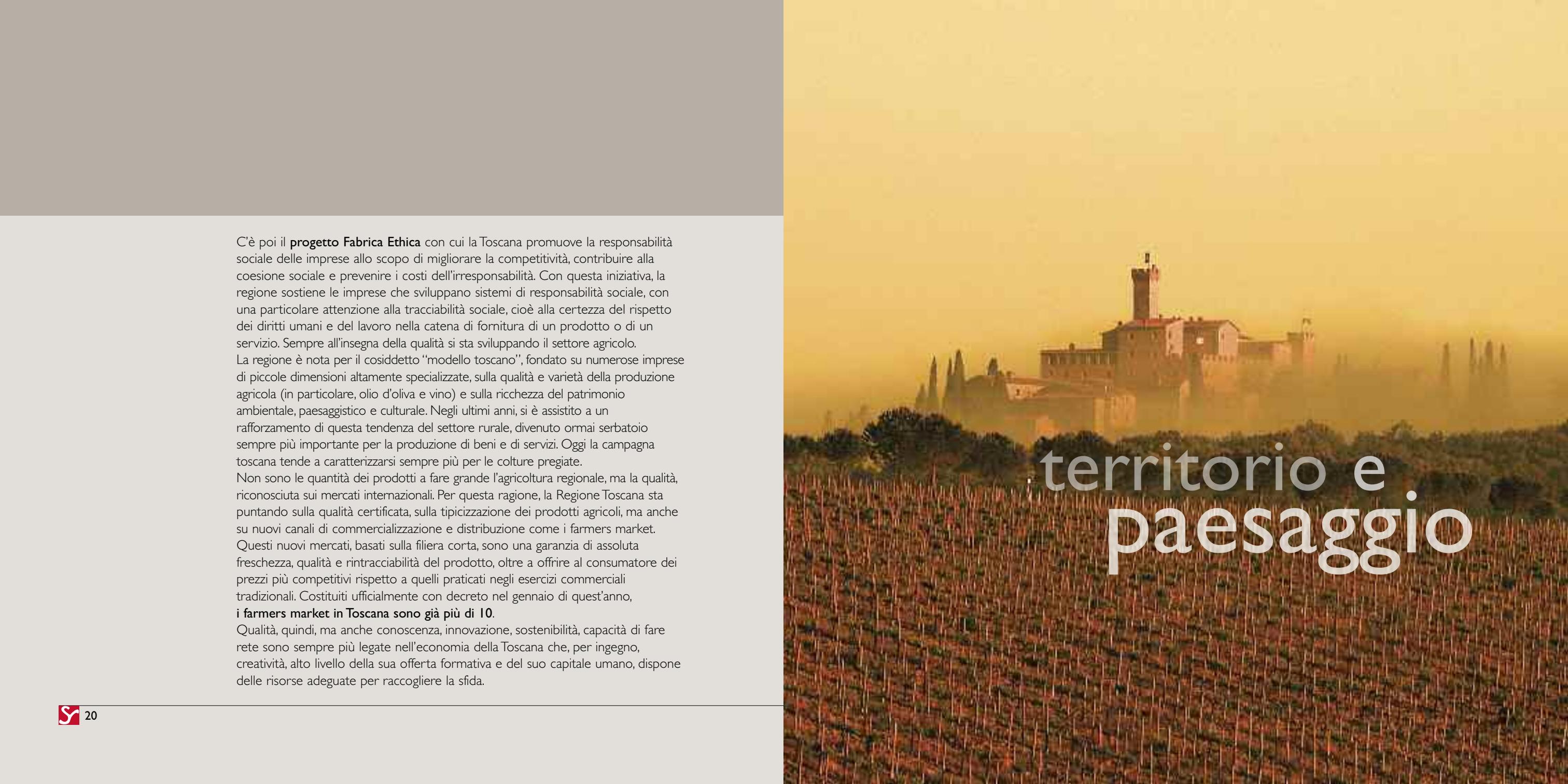
Anche la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa fanno parte di questo percorso verso la qualità, come dimostrano diverse iniziative promosse a livello regionale. Fra tutte **Green Home**, il marchio di eco-compatibilità per le aziende del settore del mobile impegnate sul fronte della tutela dell'ambiente.

La Toscana è la prima regione europea a dotarsi di un marchio verde per l'arredamento. Un lavoro collettivo che ha visto la partecipazione della Regione Toscana, del Consorzio Casa Toscana, del Centro sperimentale del mobile di Poggibonsi, delle Facoltà di Agraria e Architettura dell'Università degli Studi di Firenze, dell'Istituto ambiente Italia di Milano e dell'Agenzia per la promozione economica della Toscana.

⁹ Rapporto Unioncamere 2008, a cura del centro Studi Unioncamere, consultabile sul sito www.unioncamere.it

¹⁰ *Commercio estero della Toscana. Rapporto 2007-2008*, Irpet, 2008.

C'è poi il **progetto Fabbrica Ethica** con cui la Toscana promuove la responsabilità sociale delle imprese allo scopo di migliorare la competitività, contribuire alla coesione sociale e prevenire i costi dell'irresponsabilità. Con questa iniziativa, la regione sostiene le imprese che sviluppano sistemi di responsabilità sociale, con una particolare attenzione alla tracciabilità sociale, cioè alla certezza del rispetto dei diritti umani e del lavoro nella catena di fornitura di un prodotto o di un servizio. Sempre all'insegna della qualità si sta sviluppando il settore agricolo. La regione è nota per il cosiddetto "modello toscano", fondato su numerose imprese di piccole dimensioni altamente specializzate, sulla qualità e varietà della produzione agricola (in particolare, olio d'oliva e vino) e sulla ricchezza del patrimonio ambientale, paesaggistico e culturale. Negli ultimi anni, si è assistito a un rafforzamento di questa tendenza del settore rurale, divenuto ormai serbatoio sempre più importante per la produzione di beni e di servizi. Oggi la campagna toscana tende a caratterizzarsi sempre più per le colture pregiate. Non sono le quantità dei prodotti a fare grande l'agricoltura regionale, ma la qualità, riconosciuta sui mercati internazionali. Per questa ragione, la Regione Toscana sta puntando sulla qualità certificata, sulla tipizzazione dei prodotti agricoli, ma anche su nuovi canali di commercializzazione e distribuzione come i farmers market. Questi nuovi mercati, basati sulla filiera corta, sono una garanzia di assoluta freschezza, qualità e rintracciabilità del prodotto, oltre a offrire al consumatore dei prezzi più competitivi rispetto a quelli praticati negli esercizi commerciali tradizionali. Costituiti ufficialmente con decreto nel gennaio di quest'anno, **i farmers market in Toscana sono già più di 10**. Qualità, quindi, ma anche conoscenza, innovazione, sostenibilità, capacità di fare rete sono sempre più legate nell'economia della Toscana che, per ingegno, creatività, alto livello della sua offerta formativa e del suo capitale umano, dispone delle risorse adeguate per raccogliere la sfida.



territorio e paesaggio



TERZO SETTORE

“La Toscana deve, consapevolmente, diventare il porto franco dei popoli e delle culture. Donne, uomini, bambini, anziani, ognuno di noi è un mondo, ma non ci conosciamo. Ognuno di noi è diverso, e non solo per le tradizioni che porta in sé. Abbiamo in comune la diversità dei punti di vista. E la necessità di farli incontrare, con rispetto e curiosità, con passione e intelligenza. Questo viaggio ci renderà più simili e più diversi, e la grande Babele delle culture e dei linguaggi si trasformerà nel laboratorio collettivo di culture nuove, di nuovi linguaggi. Affermando il diritto di essere diversi, avendo tutti uguali opportunità. Affermando i valori della cultura e della civiltà contro l'ignoranza e la barbarie”.

Queste parole sono tratte dal manifesto di Porto Franco¹¹, il progetto della Regione Toscana dal quale è nata una fitta rete che si occupa di integrazione e inclusione sociale sul territorio. Ed è proprio il territorio con le sue risorse, le sue esigenze e i suoi protagonisti, il fulcro dell'azione delle diverse realtà che compongono il variegato mondo del non profit toscano. La Toscana è la seconda regione per numero assoluto di Organizzazioni di Volontariato e per loro densità rispetto al numero di abitanti¹², è sempre seconda in base all'indice che rileva il rispetto delle pari opportunità; è al di sopra della media delle altre regioni italiane per il rispetto dell'ambiente e, infine, si distingue nello scenario nazionale anche per gli altissimi livelli di istruzione e mobilità universitaria.

A livello giuridico, l'associazionismo è la forma aggregativa più diffusa, non a caso la Toscana è la culla dell'Archi. Tutti questi dati confermano la presenza di una società civile informata, sensibilizzata, con una grande capacità di aggregazione, parte integrante di un terzo settore che vanta una lunghissima tradizione. Il non-profit toscano affonda le sue radici nell'opera delle **pubbliche assistenze** e delle **Misericordie**, organizzazioni di solidarietà che hanno costruito nel tempo una vera e propria **rete di sanità popolare** che include anche qualificati servizi di diagnostica sanitaria. In Toscana, infatti, diversi centri diagnostici, poliambulatori,

centri di riabilitazione sono enti non profit che costituiscono una rete di strutture significative, collegate alle ASL, in cui lavorano anche i medici del SSN.

Dalla sanità, il raggio di azione del terzo settore toscano si è poi progressivamente allargato. Ampio spazio trovano oggi i servizi dedicati a anziani, minori e disabili, ambiti in cui il non profit ha dimostrato una spiccata capacità di cogliere e dare una risposta efficace a nuovi bisogni emersi nella società. Come nel caso degli asili nido, che a differenza di quelli gestiti istituzionalmente, si caratterizzano per una maggiore flessibilità di orari che più si adegua alle esigenze delle famiglie di oggi. Anche nei servizi per i disabili psichici il ruolo delle ONP¹³ è stato essenziale, specie a seguito della chiusura degli istituti. Le cooperative, in particolare, si sono impegnate in quei contesti urbani in cui le reti informali non erano sufficienti a far fronte alle esigenze della popolazione, prendendo in carico la gestione del servizio. Anche per quanto riguarda gli anziani, è stato proprio il non profit a promuovere la necessaria integrazione tra servizi d'assistenza domiciliare e strutture residenziali. Questo è stato possibile anche grazie ai molti immobili di proprietà delle ONP, che spesso sono stati riconvertiti in strutture multifunzionali costruite a misura d'anziano, con un'offerta diversificata di servizi.

Infine, nell'ambito della prevenzione e cura delle tossicodipendenze e dei servizi ai disabili, le organizzazioni non profit hanno offerto le soluzioni più innovative.

Come il **Progetto Domus**, promosso dal **consorzio Zenit**, in collaborazione con la società **I-Più** e finanziato dalla Regione Toscana, che prevede la **sperimentazione di nuovi modelli assistenziali** per sostenere l'autonomia di persone con disabilità, grazie a soluzioni abitative domotiche.

Rispetto a altre esperienze italiane, il non profit in Toscana si distingue per un approccio intersettoriale, soprattutto per quel che riguarda i servizi agli immigrati, altro ambito in cui il terzo settore è attivo con successo da molti anni.

L'impegno a favore degli immigrati si caratterizza per una logica che supera la



¹¹ “Porto Franco. Toscana, terra dei popoli e delle culture”, è un progetto di una rete di centri interculturali nato nel 1998 su iniziativa della Regione Toscana. È stato realizzato grazie a un'ampia partnership fra istituzioni pubbliche e organizzazioni non profit (tra le quali anche organizzazioni di immigrati), coinvolgendo tutte le categorie cui il progetto è destinato: giovani, studenti, anziani, donne, immigrati.

¹² Dati Istat, censimento 2001.

¹³ Organizzazioni Non Profit.



mera assistenza, puntando a un'integrazione dei servizi. Un esempio è Epikouros, il progetto del **Cospe** finalizzato a sviluppare **nuovi profili professionali per gli immigrati** in imprese editoriali o nel giornalismo.

La costante ricerca di modelli innovativi, fa del terzo settore toscano una realtà non solo profondamente radicata, ma in costante evoluzione, grazie alla costruzione di solide reti con tutti gli altri attori del territorio e di best practices che hanno superato i confini regionali e si sono affermate in ambito nazionale e internazionale. Si pensi, a esempio, al prezioso lavoro del CNMS¹⁴, all'esperienza di **Terra Futura**, la **mostra-convegno sulle buone pratiche della sostenibilità**, al progetto di Slow Food nelle carceri toscane e, ancora, alla **Rete Remi per la protezione dei minori non accompagnati**. Questi progetti nascono dall'esperienza di una o più organizzazioni, da reti di diversi soggetti (privati, pubblici, non profit) e confluiscono sempre nella nascita e/o nel consolidamento di relazioni sociali, network. I principi che ne ispirano l'azione sono la condivisione, l'accoglienza e l'auto-organizzazione: dalla finanza etica all'inclusione sociale, dalla sostenibilità alla riqualificazione architettonica e urbanistica, dalla mutualità alla società della conoscenza.

Oggi il non profit toscano si prepara a affrontare nuove sfide: dal ricambio generazionale nei vertici delle organizzazioni alla necessità di riequilibrare il rapporto con la pubblica amministrazione, soprattutto attraverso una maggior professionalità e imprenditorialità. Un'esigenza, quest'ultima, particolarmente sentita dalle cooperative sociali, a un bivio tra la dipendenza e un'emancipazione che passi attraverso l'acquisto di strutture e mezzi.

Di fronte a queste sfide, comuni anche al contesto cooperativo nazionale, è necessario dare maggior visibilità a una costellazione di piccole organizzazioni che in uno sguardo d'insieme spesso non emergono, ma la cui azione è fortemente innovativa. Come la **Sartoria di Vaiano dell'Auser**, un progetto che ha



coinvolto gli industriali, i commercianti e gli artigiani del distretto tessile di Prato che hanno offerto le loro stoffe alle numerose **"sartorie della solidarietà"** per il confezionamento di vestiti per le popolazioni bisognose.

C'è poi la necessità di potenziare le dinamiche di rete già in atto, per evitare una controproducente concorrenza fra associazionismo, cooperazione, volontariato e pubblica amministrazione. Tantissime sono oggi le collaborazioni di successo tra ONP e istituzioni locali. Basti pensare al **progetto Porto Franco**, sopra citato, e alla **rete MIROD**, l'**osservatorio sulla povertà creato dalla Caritas Toscana in collaborazione con la regione**. Queste e moltissime altre "idee in cantiere" dimostrano ancora una volta come il terzo settore toscano sia realtà in movimento.

¹⁴ Centro Nuovo Modello di Sviluppo con sede a Vecchiano, in provincia di Pisa, fondato nel 1985 da sette famiglie per affrontare i temi del disagio economico, sociale, fisico, psichico e ambientale sia a livello locale che internazionale con particolare attenzione al Sud del mondo (le singole iniziative sono poi portate avanti da alcune delle famiglie fondatrici).

Il Centro che nel 1995 ha introdotto in Italia il termine di "consumo critico" e è stato il primo in Italia a portare l'attenzione sui risvolti sociali del consumo attraverso studi, pubblicazioni (citiamo la Guida al Consumo Critico) e campagne (quelle più note: boicottaggio Nike e l'Uomo del Monte).

INDUSTRIA CULTURALE



“Cultura e Toscana sono due concetti che vengono spontaneamente collegati, tanto sono imprescindibili nell’immaginario collettivo; esistono infatti le ‘Toscane’ dell’industria, del commercio, delle attività agricole, che hanno costituito o costituiscono motori di sviluppo della Regione, ma quasi mai è possibile isolare la Toscana produttiva da quella delle grandi tradizioni culturali e scientifiche che sono largamente rappresentate nelle istituzioni culturali piccole e grandi, presenti nel territorio regionale”.¹⁵

Queste parole sottolineano bene la duplice natura del settore culturale toscano, il suo essere al contempo patrimonio storico e industria, fonte di coesione sociale e di diffusione di valori condivisi, ma anche centro propulsore di azioni innovative per promuovere la competitività, lo sviluppo sostenibile e la crescita del mercato del lavoro. Investire sul patrimonio culturale toscano significa oggi non solo recuperare, restaurare e valorizzare l’eredità, i segni e le testimonianze di un’antichissima tradizione, ma anche sperimentare nuove tecnologie, nuovi modi di fare, di conoscere e di comunicare cultura. Significa rinnovare e arricchire quel patrimonio di nuovi valori, di nuovi significati, favorendo così la crescita di un’industria culturale capace di competere sul mercato. Ed è proprio su questa linea che si sta muovendo oggi la Toscana, grazie a iniziative e progetti che non si limitano a agire sull’esistente, ma si pongono come strumenti di trasformazione, rilettura e rielaborazione, secondo una concezione di “cultura” dinamica e in continua trasformazione. Questo nuovo approccio ha ispirato alcune politiche di riequilibrio territoriale che hanno permesso di valorizzare le potenzialità, spesso inespresse, della Toscana “minore”. In questo modo è stato possibile superare gli stereotipi di una politica culturale elitaria e attenta esclusivamente ai “centri” forti della tradizione, creando positive esperienze di reti territoriali policentriche. Un processo, questo, iniziato a partire dalla metà degli anni '90 con la creazione delle reti territoriali del sistema bibliotecario, con l’attivazione dei primi sistemi

¹⁵ *Le dimensioni del settore culturale in Toscana*, a cura di G. Maltinti, Irpet, 2002, Firenze.



museali e la costruzione del circuito regionale dei piccoli teatri. Questa fase sperimentale, che ha prodotto risultati sostanzialmente positivi, ha permesso di progettare una politica culturale regionale articolata per reti, unitaria e trasversale ai diversi ambiti di intervento: dall’archeologia all’arte contemporanea. La Toscana, a esempio, è l’unica regione in Italia a sostenere un progetto coordinato “di rete” delle attività di spettacolo all’interno degli istituti penitenziari, promuovendo così un processo culturale innovativo e necessario. Sin dalla fine degli anni '80, l’incontro fra i detenuti e le compagnie teatrali ha portato alla realizzazione di numerosi eventi, spesso di notevole rilevanza artistica e, insieme, sociale. Così le carceri, da Volterra a Arezzo, da Pisa a San Gimignano, si sono trasformate in un insolito luogo di creatività e comunicazione artistica. Un altro elemento particolarmente innovativo è quello introdotto con la legge regionale n. 33 del 18 febbraio 2005, destinata a sostenere interventi di promozione della cultura contemporanea in Toscana. Tale legge è di certo una delle più innovative soprattutto per l’azione di forte sostegno alla produzione culturale e artistica. Questo provvedimento ha favorito la nascita di due importanti reti culturali, la rete regionale dei centri interculturali di Porto Franco e la rete regionale per l’arte contemporanea di **Tra Art** che, coordinate dalle Province o da altri enti locali con funzione di enti capo-progetto, hanno intrecciato il tema dell’intercultura con quello dell’arte. Sono stati così sperimentati nuovi modelli “di rete” per sottrarre all’isolamento i singoli centri e costruire sinergie, promuovendo le relazioni tra realtà “maggiori” e realtà “minori”, tra i due centri per l’arte contemporanea, il **Pecci di Prato** e il **palazzo delle Papesse di Siena**, e i territori più marginali. Questi processi culturali, coordinati dalla regione e fortemente partecipativi, hanno creato nel corso degli anni un tessuto ricco e dinamico nel quale la produzione teorica si è stabilmente intrecciata con lo sviluppo delle esperienze territoriali. Questo quadro è decisamente innovativo, per le sue





tematiche e per le modalità relazionali, e costituisce una peculiarità della Toscana nel panorama nazionale e internazionale.

Sempre secondo lo stesso approccio, è stato realizzato il progetto "Toscanacinema" che ha portato alla nascita di una rete di festival cinematografici toscani per diffondere quelle opere che, nonostante il valore artistico, non trovano facile accoglienza nei circuiti distributivi commerciali. O ancora il progetto "La Toscana dei festival", che promuove un calendario unitario di tutti i festival della regione così da superare le separazioni tra i generi.

Il tema delle reti, dunque, ma anche il tema dell'innovazione e della creatività, fattori strategici per lo sviluppo non solo culturale, ma anche sociale e economico della Toscana. Ne è un esempio l'utilizzo di strategie innovative in materia di tutela, conservazione e valorizzazione dei beni culturali. Come il sito internet dell'Ufficio Musei, Paesaggio e Attività culturali della Regione Toscana

(<http://www.cultura.toscana.it/musei.htm>) che offre agli operatori museali la possibilità di consultare in rete il sistema informativo dei musei toscani.

O anche il progetto "St@rt, scienze e tecnologie per il patrimonio artistico e archeologico toscano" che ha l'obiettivo di avviare InDiCo, un laboratorio pubblico-privato per l'innovazione, la diagnostica, la conservazione del patrimonio culturale. Numerosi i partner del progetto: dalla Direzione Regionale per i Beni culturali e paesaggistici della Toscana all'Opificio delle Pietre Dure, dai centri di ricerca delle Università di Pisa e Firenze alla Scuola Superiore di Sant'Anna. L'innovazione richiede però anche la disponibilità di nuove capacità e figure professionali. Fondamentale sarà la capacità di investire nello sviluppo delle professionalità della cultura e nella formazione e qualificazione di nuove professionalità. L'innovazione gestionale dovrà quindi correlarsi con l'innovazione di prodotto con la tradizione e, allo stesso tempo con i linguaggi, i bisogni e alla creatività del mondo giovanile.

Le risorse della cultura contribuiscono pertanto in modo trasversale alla competitività e alla visibilità internazionale della Toscana, al benessere della popolazione, allo sviluppo economico nell'area dei servizi, del turismo e delle tecnologie applicate ai beni culturali. Le tendenze in atto nella Regione Toscana dimostrano la vitalità di questo territorio e la partecipazione attiva al mutamento in atto da parte della cittadinanza e delle imprese locali. La vivacità delle piccole-medie imprese, il sostegno degli enti pubblici e l'inventiva della società hanno fatto sì che nella regione siano nate iniziative particolarmente interessanti, che hanno saputo valorizzare le risorse di un territorio, rispettandone allo stesso tempo la storia e le peculiarità.

L'immagine che si ha della Toscana oggi è quella di un grande laboratorio in cui la ricerca e la voglia di rinnovarsi sono alla base di un processo di sviluppo culturale che, partendo dalla tradizione, si muove verso la contemporaneità e la scoperta di nuove opportunità e prospettive. Un altro esempio è il **Genio Fiorentino, promosso dalla Provincia di Firenze**, una ricca kermesse di eventi in cui la riscoperta delle radici e delle eccellenze del territorio fiorentino si accompagna alla scommessa sull'innovazione, per coniugare la genialità del passato con le sfide dell'attualità.

L'industria culturale è una risorsa fondamentale per attrarre investimenti, attivare la domanda turistica, supportare lo sviluppo di nuove tecnologie e promuovere la coesione sociale e territoriale. E la Toscana, puntando sulla qualità, sulla creatività e soprattutto sul valore della cultura, ha innescato un processo di crescita che guarda al futuro.





FLLI ALINARI Gli archivi della memoria



“Faremo circolare nel mondo le opere d'arte italiane su un pezzo di carta”. È questo il principio guida che ispira da sempre il lavoro di Alinari, la più antica impresa del mondo dedicata alla fotografia, capace di unire il bagaglio di una tradizione secolare a una professionalità tecnologica sempre aggiornata.

Tutto ha inizio nel 1852, anno in cui Leopoldo Alinari aprì un laboratorio fotografico a Firenze, dopo che la forte passione per la pittura lo aveva portato a svolgere la professione d'incisore e a appassionarsi in modo crescente al nuovo mondo della fotografia. Due anni dopo nacque la società Fratelli Alinari, specializzata nel ritratto, nelle vedute di opere d'arte e di complessi monumentali. Il laboratorio fiorentino riscosse immediatamente successo, sia in ambito nazionale che internazionale, grazie alla natura dei soggetti fotografici e alla qualità dell'immagine. Fiore all'occhiello della produzione Alinari era, già all'epoca, l'utilizzo delle tecniche più innovative, come quelle per eliminare

l'effetto della parallasse o per rendere le riproduzioni dei quadri a grandezza naturale. In questa prima fase, la produzione artigianale si rivolgeva a un pubblico di nicchia, composto in prevalenza da ricchi viaggiatori. Con la pubblicazione, negli anni '70, delle prime raccolte di immagini “da non perdere”, che contribuirono a allargare il pubblico di riferimento, iniziò una seconda fase della produzione che portò a una forte crescita del numero di fotografi impiegati dall'azienda, presenti su tutto il territorio nazionale e in grado di fotografare secondo quello che da tutti era e è ancora riconosciuto come lo stile Alinari. Nonostante l'ottima posizione conquistata sul mercato mondiale, gli anni che seguirono la diffusione della macchina fotografica Kodak, videro l'Alinari – così come tutte le altre aziende “storiche” – misurarsi con problemi nuovi, primo fra i quali la necessità di ridefinire la propria filosofia operativa. Determinante fu l'intervento del giovane Vittorio Emanuele III, il quale riuscì a trovare 96 azionisti e a



raccogliere così la somma di denaro necessaria a acquistare e ridefinire le metodologie di lavoro della società che, dal canto suo, seppe dimostrare grandi capacità di rinnovamento interno.

Questo episodio, oltre a rappresentare il primo riconoscimento nazionale dell'azienda, costituì un momento di grande rilievo poiché diede origine alla prima public company europea della



cultura. Il nuovo assetto della società produsse importanti cambiamenti, che videro la produzione fotografica diminuire per lasciare spazio al noleggino dei diritti di copyright delle foto d'archivio da parte di editori di cataloghi e libri d'arte. In seguito alla crisi mondiale del 1929, molti azionisti decisero però di vendere le loro quote, che vennero acquistate dal senatore Vittorio Cini. Fu proprio quest'ultimo a dare un grande impulso agli investimenti e all'ampliamento del patrimonio fotografico, avviando una nuova fase della produzione Alinari, durante la quale molti capitali vennero utilizzati per l'acquisto di archivi fotografici concorrenti di grande prestigio. Alla morte del senatore Cini, nel 1977, l'azienda ha vissuto un periodo di stallo, dal quale è riuscita a uscire solo grazie all'impegno di Claudio de Polo, un elegante signore di antica nobiltà dalmata che ha traghettato Alinari nella contemporaneità. Grazie alla sua gestione, l'azienda è diventata una realtà estremamente attiva e dinamica, come dimostrano i numeri: un patrimonio di 4.500.000 foto, una trentina di dipendenti e un fatturato annuo di 6 milioni di euro. Ma non solo. Grazie alle capacità manageriali di de Polo e del suo team, l'impresa fiorentina ha ampliato la sua struttura e differenziato la propria attività con la creazione, nel 1985, del Museo di Storia della Fotografia Fratelli Alinari, oggi



ribattezzato "Museo Nazionale Alinari della Fotografia". Il museo, che al suo interno accoglie anche una biblioteca specializzata in storia della fotografia, è il primo del genere fondato in Italia. Nelle sue collezioni vengono conservati 900.000 "vintage prints" e migliaia di strumenti, cornici, album e oggetti legati alla fotografia dal 1839 in poi. Il complesso museale è dotato di un'area riservata alle mostre temporanee (sei all'anno) e di uno spazio dedicato alla collezione permanente, secondo un percorso di sette sezioni, attraverso cui il visitatore percorre l'evoluzione delle tecniche fotografiche dall'800 fino a oggi. Il museo può contare su prestigiose collaborazioni, fra cui anche quella del regista Giuseppe Tornatore, che ne ha curato la scenografia. Uno degli obiettivi principali di questo moderno museo è la creazione di una rete di istituzioni per il coordinamento dei progetti espositivi. Proprio dalla collaborazione fra soggetti diversi, tra cui l'Unione Italiana Ciechi e la Stamperia Braille della Regione Toscana, è nato il Museo Tattile, un percorso di visita per non vedenti che offre – primo al mondo – una differente modalità di lettura delle immagini esposte nel museo Alinari. Questa e le tante altre iniziative hanno permesso all'azienda fiorentina di entrare nel mondo della contemporaneità, pur conservando antiche maestranze artigianali, come

quelle che ancora oggi lavorano all'interno dei laboratori della stamperia d'arte, dove, da più di un secolo, si realizzano collottipie su carta e su lastra d'argento a tiratura limitata, secondo un'antica tecnica artigianale. Molti sono i riconoscimenti ottenuti. Dal 1997 Alinari è diventata concessionaria ufficiale del Ministero per i Beni e le Attività Culturali per la vendita dei diritti di riproduzione di fotografie che raffigurano opere d'arte di proprietà dello Stato Italiano. Nel frattempo è proseguita la ricerca di linguaggi più moderni, che ha portato, nel 1990, alla digitalizzazione dell'archivio fotografico. Il passo successivo è stato la nascita, nel 2001, di "Alinari on-line", il catalogo digitale consultabile attraverso il web: più di 300.000 immagini a alta definizione che non smettono di crescere di numero. Alinari on-line offre inoltre la possibilità di consultare sul cellulare le immagini degli archivi e di acquistare prodotti. La creatività e la capacità di rinnovamento continuano a ispirare l'attività dell'azienda toscana. Due sono le direzioni che Alinari sta seguendo. La prima è quella che riguarda il presente: "Alinari 24 Ore", una società commerciale nata in collaborazione con il quotidiano "Il Sole 24 Ore" che si occupa del noleggino dei diritti di copyright delle fotografie Alinari, dell'organizzazione di mostre, della pubblicazione di libri. L'obiettivo è



quello di rendere accessibile al mercato tutto il patrimonio fotografico dell'azienda fiorentina. La seconda direzione è quella che conduce a Trieste, città che ospiterà il futuro Alinari Image Museum (Aim), progetto sostenuto dalla Regione Friuli Venezia Giulia e dal Comune di Trieste. Il nuovo museo-laboratorio sarà rivolto a visitatori che vorranno navigare fisicamente nel vastissimo database di immagini Alinari, integrando l'esperienza conoscitiva con quella emozionale. La capacità di coniugare innovazione e tradizione, l'integrazione di competenze e attività diversificate, l'apertura ai linguaggi contemporanei e al mercato globale hanno fatto di Alinari un vero punto di riferimento per la storia della fotografia mondiale, tanto da ribaltare la premessa iniziale. Fare circolare le immagini delle opere d'arte del mondo grazie all'utilizzo della tecnologia, sembra essere la nuova missione di Alinari nel terzo millennio.



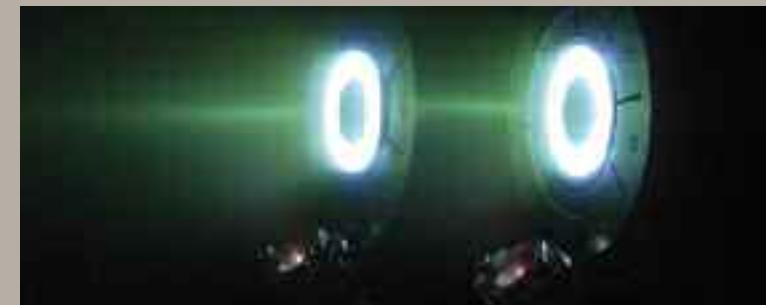


ALTA

La conquista dello spazio passa per Pisa

Sotto la torre pendente si sperimenta il futuro. Un futuro che passa attraverso l'esplorazione del nostro Sistema Solare. La ricerca pisana è sempre più protagonista nel campo delle tecnologie aerospaziali, a dimostrazione di come i confini del made in Italy toscano si stiano progressivamente allargando fino a inglobare settori innovativi che fino a poco tempo fa sembravano appartenere alla dimensione del futuribile. E invece ora sono realtà, come i componenti propulsivi al plasma che accompagnano le sonde europee nel loro viaggio attraverso lo spazio. A realizzarli è Alta Spa, azienda di Ospedaletto (Pisa), specializzata nella propulsione al plasma e nelle tecnologie spaziali. Nata nel 1999 come spin-off dell'Università di Pisa e del Consorzio Pisa Ricerche, oggi Alta è un'azienda completamente indipendente e a capitale privato, con una sede centrale a Pisa e sedi secondarie a Grosseto, Bari e Southampton (GB), un organico di 45

addetti di cui 35 ingegneri specializzati. Una bella, piccola realtà imprenditoriale che dalla Toscana si sta affermando sui mercati europei – francese, tedesco e britannico su tutti – tenendo testa a competitors di ben più grandi dimensioni. E i risultati lo dimostrano: un fatturato che nel 2006 ha superato i 4 milioni di euro e un numero di clienti sempre crescente, fra i quali l'Agenzia Spaziale Europea (ESA), l'Agenzia Spaziale Italiana (ASI) e l'Agenzia Spaziale Francese (CNES). Fiore all'occhiello di Alta è la produzione di propulsori al plasma per veicoli spaziali, tecnologia d'avanguardia per la quale l'azienda è leader in Europa. Si tratta di motori a razzo nei quali il gas viene accelerato non per combustione chimica, ma utilizzando processi elettromagnetici, con un maggiore risparmio di propellente rispetto alle tecnologie tradizionali. Nel corso degli anni passati, l'azienda di Ospedaletto ha collaborato allo sviluppo dei motori per la sonda Smart-1 e delle tecnologie per la



sonda Cassini-Huygens che ha esplorato le lune di Saturno. Attualmente Alta sta realizzando i motori per le sonde Lisa Pathfinder e Microscope, e è uno dei leader del team, completamente europeo, per lo sviluppo del sistema di propulsione al plasma della sonda Bepi Colombo, che per la prima volta studierà in maniera



dettagliata il pianeta Mercurio. E sempre made in Pisa è il più grande simulatore spaziale d'Europa, 11 metri di lunghezza e 6 di diametro, progettato e realizzato da Alta grazie a un importante investimento, finanziato in parte dall'Agenzia Spaziale Italiana e in parte dalla Regione Toscana. Un impianto innovativo con caratteristiche uniche al mondo, fra cui la possibilità di provare a terra motori spaziali fino a 50 kilowatt. La stessa Nasa lo ha indicato come un centro di eccellenza per la tecnologia spaziale. Per capire l'origine dell'altissima tecnologia e della professionalità di Alta bisogna risalire sino al 1989, anno in cui ha visto la luce, all'interno del Consorzio Pisa Ricerche, Centrospazio, moderno laboratorio completamente dedicato alla ricerca in campo aerospaziale. Grazie alla sua attività, il centro ha conseguito importanti risultati nel campo della propulsione spaziale, sia chimica che a ioni. Un filone di studi che con il tempo si è arricchito fino a costituire una solida piattaforma per attuazioni pratiche di tipo industriale. Ed è così che nel 2000 è nata Alta. Un bell'esempio di come sia possibile realizzare una proficua collaborazione fra mondo della ricerca e impresa, fra avanzamento della conoscenza e capacità di dare un seguito "aziendale" ai risultati ottenuti. Nonostante il successo nel settore aerospaziale, Alta non si è fermata.

Negli ultimi anni, l'azienda pisana ha deciso di differenziare le proprie attività, applicando in nuovi campi il know-how acquisito nella propulsione spaziale. Una delle nuove frontiere è l'ambiente: la specializzazione nelle tecnologie del plasma consente all'azienda di operare in un ambito, quello del trattamento di rifiuti, che sta attraversando un periodo di transizione dalle tecniche di smaltimento classiche, discarica e inceneritore, a quelle nuove, come incenerimento a alta temperatura, stabilizzazione, vetrificazione, raccolta e riciclaggio. Proprio per questo è nata la Divisione Ingegneria e Plasmici: la tecnologia delle sorgenti di plasma usata per i motori spaziali può essere applicata a alcuni processi industriali di fabbricazione, come la vetrificazione e la stabilizzazione di rifiuti speciali o pericolosi, tra cui, a esempio, l'amianto o i rifiuti di conchiglia. Ma non finisce qui. L'azienda pisana punta anche sulla ricerca nel campo delle fonti rinnovabili – solare, eolica, termica, biomasse – e sulle tecniche di ottimizzazione energetica. Ed è così che, in collaborazione con altre aziende toscane, Alta ha ideato e realizzato dei piccoli impianti di cogenerazione e rigenerazione che possono produrre in modo combinato energia elettrica e energia termica (calda e fredda), con un bel risparmio in termini economici e ambientali. Questi impianti sono basati su microturbine alimentate da biomasse



o gas naturale e permettono di ridurre i costi, di risparmiare energia e di diminuire le emissioni di anidride carbonica. Nonostante i diversi impegni, gli ingegneri di Alta sono sempre pronti a raccogliere nuove sfide tecniche e a mettersi alla prova in nuovi ambiti. Come è avvenuto anche in occasione dell'ultima Coppa America di Valencia. L'azienda ha collaborato alla progettazione dell'imbarcazione di uno dei team italiani che partecipavano alla competizione, realizzando, tramite computer, avanzate simulazioni sul comportamento della barca in diverse condizioni meteorologiche. Ora l'obiettivo a breve termine è arrivare a un bilanciamento fra la produzione nel settore spazio e le varie applicazioni terrestri delle tecnologie di cui l'azienda è proprietaria.





ARCI BASSA VAL DI CECINA

Cultura dell'accoglienza e pragmatica dell'integrazione

Dai tempi delle società di mutuo soccorso ottocentesche, passando per i circoli e le case del popolo, fino al primo congresso nazionale che a Firenze, nel 1956, diede vita all'associazione, la Toscana è stata la culla dell'Arco e di moltissime sue iniziative. Non a caso, è tutt'ora la regione con il maggior numero di circoli e case del popolo, circa 1350. Il Comitato Arco Bassa Val di Cecina – associazione di promozione sociale – si colloca nel solco di questa lunga tradizione. Costituito nel 1981, è oggi una realtà dinamica e molto attiva sia nell'Alta che nella Bassa Val di Cecina, con un fortissimo radicamento sul territorio, come dimostrano i numeri: su 70 mila abitanti, si contano 40 circoli e 7000 soci, il 10% della popolazione totale. La storia del Comitato è stata, nei primi anni successivi alla sua costituzione, strettamente legata alla crescita del fenomeno dell'immigrazione. Proprio in quel periodo, l'area della Val di Cecina ha visto aumentare al proprio interno il

numero di immigrati, specialmente senegalesi e marocchini. L'associazione ha messo immediatamente in campo le proprie risorse a favore dei nuovi arrivati, in particolare dei membri della comunità marocchina che versavano in una condizione di grande disagio. Un intervento che è diventato subito concreto. Nel 1989, infatti, è stato inaugurato il Centro di Accoglienza, il primo in Italia a carattere pubblico, di competenza del Comune di Rosignano, ma gestito dall'associazionismo. Da allora sono passati quasi vent'anni, ma l'impegno dell'Arco non si è fermato. Anzi. Il Comitato della Bassa Val di Cecina è oggi uno dei pochi casi di eccellenza citati nell'ambito degli interventi per gli immigrati, grazie soprattutto al contributo dato all'interno del programma nazionale asilo – oggi Sprar – di cui è stato uno dei più attivi promotori. Nato nell'aprile del 2001 su impulso dell'Acnur, del Ministero dell'Interno e dell'Anici, questo progetto ha come obiettivo quello di ottimizzare



l'accoglienza, l'orientamento e la consulenza legale a favore dei cittadini stranieri e richiedenti asilo, attraverso una rete nazionale di tutti i soggetti che operano nel settore (privati, pubblici, non profit, inclusi i volontari) e successivamente di promuovere la completa integrazione sociale dei rifugiati. L'Arci Bassa Val d' Cecina è membro attivo della rete per la



gestione territoriale del progetto e si occupa di tutte le attività di integrazione e di inserimento, mentre il Comune di Prato cura la gestione amministrativa. Sotto il nuovo "ombrello" dello Sprar, il comitato continua le sue attività e le sue battaglie. Dall'assistenza ai profughi del Kosovo molti successi sono stati ottenuti, uno per tutti: i rifugiati non devono per forza passare attraverso i centri di permanenza temporanea. La tempistica dell'azione è fondamentale per colmare le lacune della legge sull'asilo e evitare che persone disperate che fuggono da guerre e persecuzioni cadano nella rete della microcriminalità. L'Arci insiste sull'obiettivo di offrire un tetto, un lavoro, l'inserimento scolastico e la mediazione linguistica ai rifugiati e ai migranti, dal momento in cui presentano la domanda d'asilo politico all'apposita commissione nazionale fino alla decisione finale, per la quale occorrono alcuni mesi. Ma l'impegno del comitato a favore degli immigrati non finisce qui. Oltre ai due centri di prima accoglienza per immigrati e cittadini in condizione di disagio abitativo, l'associazione gestisce, in sei dei quattordici comuni della sua area di competenza, gli "sportelli informa-immigrati" che, da oltre dieci anni, offrono consulenza ai migranti extracomunitari per le procedure di rinnovo e richiesta dei permessi di soggiorno, per l'inserimento scolastico, e

per altre pratiche burocratiche. Un contributo prezioso che richiede un grosso lavoro di mediazione linguistica, svolto da personale di comprovata professionalità e esperienza sul campo, fra cui molti operatori di lingua araba e di altre lingue. Ci sono poi le attività di doposcuola a favore dei bambini stranieri, svolte da volontari e operatori Arci, e anche i laboratori seminariali sulle tematiche di pace e intercultura per studenti e docenti. Un altro aspetto importante, coerente con politiche d'integrazione dell'Arci Bassa Val di Cecina, è rappresentato dai corsi di italiano gratuiti per immigrati, che si rivolgono, da molti anni, ai migranti presenti sul territorio e agli ospiti dei progetti e dei centri di accoglienza. Sotto l'impulso politico e culturale del Comitato, sono già molti i comuni della zona a essersi dotati di consiglieri comunali aggiunti e consulte dei migranti. Un altro progetto significativo è quello di protezione, accoglienza e integrazione del popolo Rom. Oggi il Comitato della Val di Cecina è attivamente presente nel tessuto sociale e culturale del territorio e svolge una funzione di stimolo e incoraggiamento nei confronti degli enti locali, al fine di promuovere l'adozione di politiche innovative a favore dei giovani e dei più deboli sul piano dei diritti. La sua attività si articola in sei aree d'intervento strettamente connesse: politiche sociali,

politiche culturali, pace e cooperazione, servizio civile e politiche per i giovani, politiche associative, infanzia e adolescenza e i cosiddetti "nuovi modelli di sviluppo" che comprendono le politiche per l'ambiente e lo sviluppo sostenibile in senso allargato. Molto intensa è anche l'attività culturale, di cui il meeting internazionale antirazzista – evento organizzato dall'Arci regionale, giunto nel 2007 alla tredicesima edizione – è solo uno degli aspetti più visibili. In questi anni, infatti, il Comitato si è fatto promotore di svariate iniziative incentrate sul dialogo, sull'educazione interculturale e sulla pace, attraverso un capillare lavoro sul territorio che ha visto la collaborazione con le scuole, con il Comitato di Cooperazione Decentrata di cui fanno parte enti e associazioni locali, e con il Cisp, il Centro Interdipartimentale di Studi sulla Pace dell'Università di Pisa, con il quale ha realizzato progetti di cooperazione internazionale nei paesi del sud del mondo. Il variegato insieme di attività che da anni caratterizza l'azione della associazione sul territorio, nasce da una gestione partecipata e democratica, in cui il tessuto dei circoli, trentacinque nella Bassa Val di Cecina, è fortemente legato al tessuto culturale, sociale e politico del Comitato. Il tutto lasciando totale autonomia ai circoli, considerati, a ragione, "la base".





ASTIR

Spazi di vita a misura d'anziano

Progettare servizi che garantiscano non solo assistenza, ma anche un'alta qualità della vita degli anziani. È quello che fa Astir, lo storico consorzio pratese che unisce oggi 32 cooperative attive anche nell'area pistoiese, livornese e in alcune zone di Lucca. Un successo possibile grazie a innovativi modelli di intervento che poggiano su una consolidata rete: convenzioni con istituzioni pubbliche e privati, collaborazioni con altre cooperative, ascolto e studio del territorio, coinvolgimento degli attori locali. Il consorzio è oggi un laboratorio di progetti innovativi che vanta un'agile struttura organizzativa, coniugando i vantaggi della piccola dimensione, come la presenza capillare sul territorio, con quelli della grande organizzazione, come le economie di scala e la gestione accentrata di alcune funzioni generali.

Astir rappresenta un modello di eccellenza per la cooperazione sociale: superato il ricorso alle gare d'appalto, oggi il consorzio finanzia i suoi progetti

attraverso convenzioni con le istituzioni locali, mantenendo però la proprietà delle strutture, acquistate tramite la collaborazione con soggetti privati. La creazione di nuove alleanze sul territorio e il progressivo coinvolgimento dei privati nel settore ha consentito a Astir di realizzare interventi di successo fortemente radicati nel tessuto sociale, fra i quali "Old Man".

All'origine di questo progetto vi è la collaborazione fra il consorzio e alcuni finanziatori privati e pubblici, fra cui il comune di Prato, il Cna, la Confartigianato. Nel 2005, grazie a questa alleanza, è stato istituito un numero verde tramite cui gli anziani di Prato, Pistoia e del Mugello hanno potuto usufruire, a tariffe agevolate, di servizi di uso quotidiano, spesso inaccessibili sia per difficoltà relative ai mezzi che alle risorse economiche. Con "Old Man", chiamare un idraulico, un elettricista, una parrucchiera, un'estetista o un addetto alle pulizie oggi non rappresenta più un problema

per gli anziani: anche se il progetto è ormai concluso, le reti informali, i legami personali con i commercianti locali continuano a essere attivi, determinando così il successo di un modello innovativo e alternativo alla semplice assistenza. Ed è proprio questa la filosofia che ispira il lavoro del consorzio a favore degli anziani: per ogni progetto, Astir cerca di realizzare strutture all'avanguardia che siano "a misura d'anziano". Come nel caso delle nuove residenze di assistenza sanitaria di Viaccia, a Prato: 2 edifici fra loro collegati che coprono una superficie di 3760 mq. L'obiettivo del progetto è coniugare una struttura residenziale costruita secondo i migliori standard architettonici, con l'esperienza, l'attenzione alla persona, la flessibilità gestionale del Consorzio Astir, che è finanziatore e realizzatore del progetto. Ma c'è di più. Questo intervento è nato anche da una profonda conoscenza del contesto: nella Provincia di Prato, infatti, il rapporto fra popolazione anziana e posti disponibili



in residenze assistite è il più basso di tutta la Toscana e si colloca ben 6 punti al di sotto della media regionale. Gli edifici ospiteranno nel complesso 92 ospiti anziani tra autosufficienti e non. Saranno inoltre disponibili 7 miniappartamenti e 1 centro diurno per 20 anziani. Nella struttura sarà anche realizzato un moderno centro di fisioterapia e riabilitazione specializzato nelle patologie dell'anziano e dotato di piscina per idroterapia. Un progetto di assistenza all'avanguardia in cui la qualità della vita degli ospiti è garantita, in primo luogo, da spazi ampi e moderni, vissuti e organizzati in modo da renderli più familiari e vicini alla sensibilità personale. In una sola parola, "a misura d'anziano".



CASANOVA DI NERI Storia e filosofia del vino



Uno dei suoi vini – Tenuta Nuova – è stato giudicato dalla rivista americana *Wine Spectator*, la bibbia della critica enologica internazionale, il migliore del mondo nel 2006. Sempre il suo Brunello da Montalcino è stato insignito più volte dei “tre bicchieri” della guida *Gambero Rosso*, e della medaglia d’oro dell’International Wine Challenge. Questi sono solo alcuni dei prestigiosi riconoscimenti che la Cantina Casanova di Neri ha ottenuto negli ultimi anni, a coronamento di un lavoro cominciato nel 1971, quando Giovanni Neri fondò l’omonima azienda in una vasta tenuta alle porte di Montalcino. Una passione – quella dell’imprenditore toscano per il vino – così forte che lo portò a abbandonare il suo lavoro di commerciante di cereali per intraprendere un nuovo percorso professionale e umano. E i risultati gli hanno dato ragione. Premi a parte, oggi il marchio Casanova di Neri è diventato sinonimo di vino di grandissima qualità, grazie a tre Brunello, un rosso di Montalcino e un cabernet Sauvignon.

Un piccolo gioiello di 48 ettari di superficie vitata, situati in tre diverse aree della docg, che è riuscito a imporsi sui mercati internazionali: dagli Stati Uniti al Canada, dal Sud America al Giappone, dall’Unione Europea alla Russia e ai Paesi Baltici. Il merito di questa crescita va senza dubbio al lavoro svolto in questi anni da Giacomo Neri che, a partire dagli anni ottanta, ha preso in mano le redini dell’azienda. Produttore di vino sui generis, amante della campagna tanto da seguire da





vicino le sue vigne e da lavorare in cantina con il suo enologo, Giacomo Neri ha portato avanti con successo la filosofia produttiva che già era stata del padre: il miglioramento costante della qualità dell'uva, che si è tradotto nella ricerca e nell'acquisto di terreni con terroir unici e inconfondibili. Come il vigneto di "Fiesole", situato di fronte



all'omonimo casolare che ospita la sede dell'azienda, la vigna del "Poderuccio" a 350 metri d'altitudine, o ancora il vigneto di "Cerretalto", un anfiteatro naturale a 300 metri sul livello del mare e, infine, le vigne di "Pietradonice" e "Cetine". Proprio la valorizzazione del forte legame col territorio di Montalcino e la cura dedicata alle vigne hanno permesso di avere uve ogni anno più buone. Il miglioramento qualitativo della materia prima è andato di pari passo con la sempre maggiore attenzione ai particolari, dalla vinificazione all'uso di legna di diversa origine e dimensione. Il tutto in una cantina moderna e innovativa, progettata per garantire la massima qualità di ogni fase produttiva. Si tratta di una struttura in tre piani interrati, non visibili dall'esterno, che ospita l'area di vinificazione con tini in acciaio termo-controllati, l'area di affinamento con grandi botti a fianco di barriques, e la linea di imbottigliamento e stoccaggio. La distribuzione dei piani di lavorazione è stata studiata anche per ridurre al minimo l'uso delle pompe. L'utilizzo della gravità naturale accompagna diverse fasi di lavorazione: il mosto passa nei tini di fermentazione per caduta, senza l'utilizzo di pompe che stressano il mosto. Si evita in questo modo di "scioccare" il vino, rompendo la trama originaria e perdendo le proprietà naturali del frutto. Il sistema d'interramento, inoltre,

consente di preservare l'integrità del paesaggio e di condizionare adeguatamente e in modo naturale il vino in corso di affinamento nei legni e in bottiglia, senza dover ricorrere al condizionamento artificiale. Un notevole risparmio di energia, con ricadute positive sull'ambiente e sulle casse dell'azienda. Un altro fattore importante per il successo dell'azienda è il capitale umano. La cantina può contare su un ristretto, ma selezionatissimo gruppo di collaboratori, fra cui spicca l'enologo Carlo Ferrini che lavora a stretto contatto, sia in vigna che in cantina, con Giacomo Neri. Ma la vera novità apportata dall'imprenditore toscano è stato il potenziamento della rete distributiva e commerciale per rafforzare la presenza del marchio Casanova di Neri sui mercati internazionali, puntando sul prestigio di cui gode in tutto il mondo il Brunello, divenuto ormai un vero e proprio "brand" globale, garanzia di qualità indiscutibile, ma anche di unicità e esclusività. Non a caso la scelta di Giacomo Neri è stata quella di mantenere una produzione limitatissima: circa 200 mila bottiglie all'anno, benché la richiesta sia dieci volte superiore. Un ennesimo esempio della predilezione dell'azienda toscana per la qualità anziché per la quantità.





CONSORZIO OLIO TOSCANO Alle radici del paesaggio toscano

È quasi impossibile immaginare il paesaggio toscano senza le fitte piantagioni di ulivi che costellano le sue colline, simbolo, assieme alla vite, di un territorio ricco di tradizioni secolari che sono state tramandate di generazione in generazione. E l'olivicultura è senza dubbio una di queste. Coltivato dagli etruschi fin dal VI secolo a.C., prima per l'impiego nella produzione del sapone e solo successivamente per fini alimentari, l'ulivo ha assunto col tempo un ruolo primario dal punto di vista ambientale, sociale e culturale. Basta considerare i numeri per farsi un'idea: in Toscana oggi si contano 97 mila ettari di coltivazione, 15 milioni di piante, 79 mila aziende e oltre 400 frantoi. Una presenza capillare che ha reso impellente la necessità di tutelare la qualità e la peculiarità di un prodotto come l'olio toscano – rinomato e conosciuto sia a livello nazionale che internazionale – per molto tempo lasciato in balia del rischio contraffazione, senza un sistema che proteggesse i produttori e

soddisfacesse consumatori sempre più attenti e esigenti. Da qui è nata l'idea di garantire l'olio d'oliva toscano al 100%, con un marchio facilmente riconoscibile, tutelato dalla legge e basato su una rigorosa procedura di certificazione che monitora l'intero processo produttivo, dalla coltivazione all'estrazione, fino al confezionamento. E a questo scopo è nato, nel 1997, il Consorzio dell'Olio Toscano, passo successivo al riconoscimento – in sede comunitaria – dell'Indicazione Geografica Protetta, che ha posto un freno al proliferare sul mercato di oli che, pur evocando i paesaggi e le atmosfere tipiche della campagna toscana, di toscano avevano ben poco. Da allora è diventato semplice riconoscere senza alcun dubbio la "toscanità" di un olio, basta vedere se il prodotto è etichettato come "Olio Extravergine di Oliva Toscano IGP". Soltanto questo marchio è certificato, cioè garantito da un controllo rigoroso e imparziale, attuato secondo una legge nazionale e comunitaria sull'origine e la

qualità del prodotto. Il consorzio ha tra i suoi principali obiettivi quello di salvaguardare la produzione toscana, tutelando e promuovendo il lavoro svolto dai produttori, dai commercianti e dai confezionatori del territorio regionale, con garanzia di massima qualità non soltanto per il consumatore in Italia, ma anche per quelli stranieri. Non bisogna dimenticare, infatti, che circa il 60% della produzione dell'olio extra vergine viene esportata oltre i confini del nostro paese, con Francia, Austria, Inghilterra, Stati Uniti e Giappone fra i principali destinatari. Acquistando un olio con il marchio del consorzio, i consumatori hanno la certezza che il prodotto in questione è toscano dalla A alla Z, cioè realizzato e imbottigliato totalmente e esclusivamente in Toscana. Tutti i produttori che fanno parte del consorzio, infatti, devono aver ottenuto dall'organismo di controllo autorizzato "Certiquality settore CertiAgro", la certificazione Igp. Le olive utilizzate nella produzione





vengono raccolte manualmente e lavorate, entro pochi giorni dalla raccolta, in macine tradizionali di pietra oppure nei più moderni macinatori.

Ogni bottiglia, inoltre, viene identificata con un codice che consente di ricostruirne la storia: dalla terra su cui è cresciuta la pianta d'ulivo sino al posto in cui si trovano le strutture di estrazione e di confezionamento. Una vera innovazione in fatto di produzione agroalimentare, possibile grazie a un sistema di rintracciabilità on line utilizzabile dai consumatori che,

digitando il codice alfanumerico univoco presente sulle bottiglie di olio Toscano, possono visualizzare, sul sito, tutti componenti della filiera produttiva. Da chi ha coltivato le olive, a chi le ha frante, a chi ha imbottigliato il prodotto: una vera e propria carta d'identità dell'olio.

Coniugando una filosofia produttiva innovativa con la tutela della tradizione, il consorzio si è imposto come una realtà economico-sociale capace di mettere in rete tutti i produttori che basano la loro attività sulla qualità e sull'identità del territorio. Non a caso le cifre dell'attività del consorzio sono in continua crescita: più di diecimila produttori, 265 frantoi, una produzione di olio complessiva che supera i 18 milioni di chili e una diffusione capillare che ha raggiunto persino le tavole di Montecitorio.





CONSORZIO SMARTEX Vestire il futuro

Nell'immaginario collettivo il concetto di "innovazione tecnologica" è generalmente associato a settori quali l'informatica, l'elettronica, la ricerca medica. Pochi sanno, invece, che uno degli ambiti in cui la capacità di innovare sta assumendo un ruolo sempre più importante è quello del tessile. Quella dei tessuti è una competizione che oggi si sposta sempre più sul terreno delle nuove sperimentazioni e della contaminazione fra competenze differenti.

Una "battaglia" che si combatte non solo con la matita degli stilisti o con le idee dei designer, ma anche con le "invenzioni" dei chimici e degli ingegneri. Un vero e proprio trend che risponde all'esigenza di un'utenza che non si accontenta più dell'eleganza, ma cerca prodotti che siano funzionali e salutari. I "tessuti hi-tech" sono diventati sempre più richiesti, così come le loro applicazioni sempre più diffuse e differenziate. Lo dimostra il consorzio Smartex, nato nel 1999 con l'ambizioso obiettivo di lanciare il più

grande distretto europeo del tessile nel mondo delle nuove tecnologie, coniugando i risultati più interessanti raggiunti nella ricerca applicata con una realtà imprenditoriale – quella di Prato – duramente provata da una concorrenza asiatica che punta sulle produzioni a basso costo.

A scommettere sulle potenzialità di questo connubio sono state alcune industrie pratesi – Mlior, LineaPiù, Penelope Spa, Virginia e altre – e il Centro Interdipartimentale "E. Piaggio" della Facoltà di Ingegneria Biomedica dell'Università di Pisa. Il risultato è stata la creazione, all'interno del polo tecnologico di Navacchio, di un centro di ricerca avanzato completamente dedicato alla ricerca e alla produzione di nuovi materiali, i cosiddetti tessuti sensorizzati, basati sulla combinazione di fibre classiche e materiali, anch'essi sotto forma di filati, dotati di proprietà elettrofisiche. Senza bisogno di sovrapporre delle apparecchiature elettroniche, i filati in grado di veicolare l'energia e l'informazione vengono

integrati nella trama stessa dei tessuti. Dei veri e propri "e-textures" che hanno aperto la strada a diversi e interessanti progetti. Come "Wealthy" (Wearable Health Care System), versione "hi-tech" della vecchia e cara maglietta della salute, la cui creazione era da tempo oggetto di studio da parte di alcuni laboratori americani. Ma Smartex è stata più veloce di tutti, mettendo a punto il primo prototipo di maglia della salute "intelligente" in grado di monitorare, in tempo reale, le condizioni dei pazienti cardiopatici o di chi è stato colpito da infarto. Realizzata nell'ambito di un progetto europeo che ha visto la partecipazione, fra gli altri, dell'Università di Pisa e dell'Ospedale San Raffaele di Milano, Wealthy è prodotta con fili commerciali che "funzionano" come elettrodi capaci di rilevare cinque derivazioni dell'elettrocardiogramma, l'attività respiratoria e i movimenti del paziente. Questi dati vengono poi registrati su un piccolo dispositivo elettronico grande quanto un palmare





e possono essere inviati – wireless – in qualunque luogo per il controllo da parte del personale medico. La maglietta, prodotta in cotone e con un peso di 250 grammi, risponde a tutte le esigenze di comfort del potenziale utilizzatore: flessibile al punto di adattarsi al corpo, mimetizzabile e facilmente lavabile, può essere impiegata per monitorare a distanza le persone colpite da infarto o da scompensi cardiaci. Non a caso l'Istituto Scientifico Universitario San Raffaele di Milano ne ha testato la validità attraverso un progetto pilota che ha coinvolto alcuni pazienti dell'unità coronarica. Salute, ma non solo. Le applicazioni di Wealthy, infatti, possono essere altre: dal jogging al controllo dello stress fisico di chi pilota un aereo o un'auto veloce, come quelle di Formula 1, dove la tuta "intelligente" è stata sperimentata per la prima volta dai piloti della Toyota. Ma la creatività di Smartex non si ferma qui. Altro interessante progetto in corso, di cui capofila è la Philips e finanziatore l'Unione Europea, è MyHeart, nato per sperimentare nuove applicazioni tessili in ambito medico: dal monitoraggio delle apnee da sonno al controllo dell'obesità sui teenagers, dal monitoraggio delle valvole cardiache al controllo della sudorazione. Punto di forza di Smartex è la capacità,



a partire dalle fibre classiche, di realizzare prodotti "sostanziosi" in termini di prestazioni, ma estremamente semplici da utilizzare e creare. Prodotti "multifunzionali" in grado di rendere la vita di tutti i giorni più salutare, comoda e sicura e, al contempo, di promuovere il progresso del settore, attraverso la sintesi fra competenze diverse. I tessuti elettronici rappresentano la nuova frontiera dell'industria tessile tradizionale: l'innovazione tecnologica può funzionare da spinta al rilancio dell'intero settore, chiamato a far fronte al cambiamento sempre più rapido che il mercato sta vivendo. Il caso del consorzio Smartex è un esempio di come si possa rispondere a questa sfida, integrando innovazione tecnologica e tradizione, e rafforzando la collaborazione fra imprese e istituti di ricerca. Il prossimo passo per l'industria pratese è la prova del mercato, con il passaggio dalla creazione di prototipi alla produzione su larga scala.





CONSORZIO VERA PELLE ITALIANA CONCIATA AL VEGETALE Quando la materia diviene arte

Creare capi in pelle che siano compatibili con l'ambiente e abbiano effetti benefici per la salute. Un ossimoro, questo, in cui si muovono le nuove tendenze in atto nel settore conciario, dove si sta diffondendo una rinnovata sensibilità ecologica che sta cambiando a poco a poco il modo di lavorare la pelle. Messi al bando i prodotti chimici e gli additivi, oggi la vera novità è il ritorno al naturale: pelli lavorate secondo gli antichi metodi della conceria vegetale che seguono il lento scorrere del tempo e si affidano alla sapienza manuale degli artigiani. Una corrente ancora minoritaria, che coinvolge poche imprese intraprendenti che hanno deciso di seguire la strada della sperimentazione. E in questo la Toscana ha fatto da apripista. Fra le esperienze più interessanti vi è un gruppo nutrito di aziende delle province di Firenze e Pisa che ha dato vita al Consorzio Vera Pelle Italiana Conciata al Vegetale, con lo scopo di

realizzare prodotti di altissima qualità, certificati e non inquinanti. Alle spalle vi è la lunga tradizione del distretto della pelle toscano, dei suoi maestri artigiani custodi di abilità secolari che sono state tramandate sino a oggi da padre in figlio. Quella della concia al vegetale è una lavorazione che ha origini lontanissime e di cui il territorio toscano è oggi l'unico grande erede. Un "sapere contestuale" preziosissimo che può fare la differenza in un mercato sempre più globale e competitivo, diventato ormai un mare magnum in cui molte aziende manifatturiere italiane fanno fatica a tenersi a galla, strette come sono fra necessità di internazionalizzare da una parte, e lo spettro della delocalizzazione dall'altra. Rinnovarsi nella tradizione sembra essere la nuova sfida da affrontare, cercando un equilibrio fra innovazione, valorizzazione di conoscenze che non possono essere replicate altrove – poiché intrinsecamente legate a uno specifico luogo e a una comunità – e



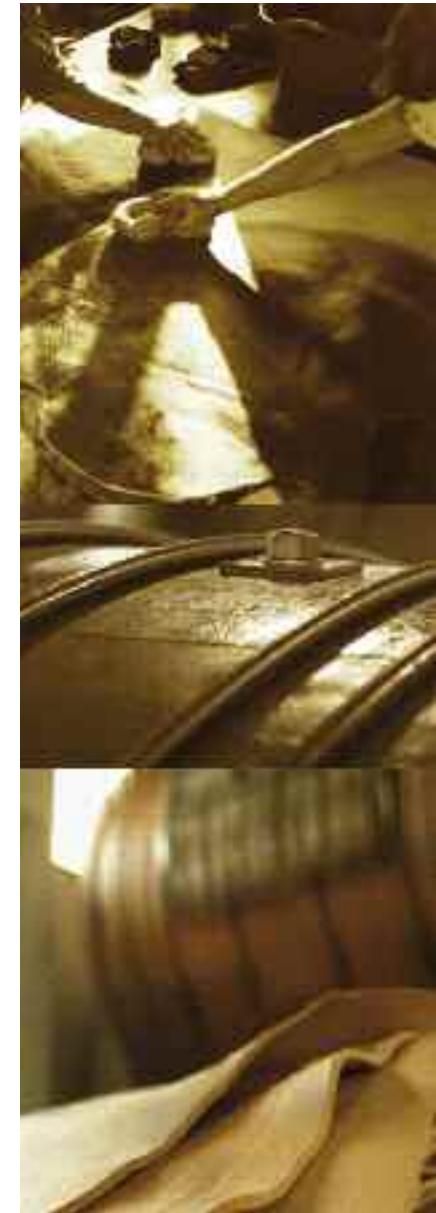
capacità di cogliere gli “umori” di un consumatore le cui scelte di acquisto diventano sempre più consapevoli e meno ancorate agli schemi del passato. E su questo connubio il Consorzio Vera Pelle ha costruito il proprio successo, intercettando la domanda crescente di beni sostenibili e compatibili con l'ambiente che viene



da più parti, coerentemente con “un’etica ecologica” del consumo che è sempre più diffusa. E anche i grandi marchi se ne sono accorti, come dimostra il nutrito parterre di prestigiose firme che si rivolge al consorzio toscano per l'acquisto di pelli: Gucci, Roberto Cavalli, Armani, Valentino, Tod's, The Bridge. Dalle cinture agli orologi, dalle borse agli stivali, dai vestiti all'interior design: le applicazioni della “pelle verde” diventano sempre più numerose. Nato nel 1994 con lo scopo di preservare e promuovere nel mondo l'antica arte della concia al vegetale, oggi il consorzio è una realtà composta da circa 26 aziende, con un fatturato di circa 161 milioni di euro e una forte vocazione all'esportazione, testimoniata dal successo riscosso in Europa, Stati Uniti e Giappone. Un'eccellenza del made in Italy in cui antichi processi di lavorazione che si compiono, come una volta, in grandi bottai di legno, vanno di pari passo con le più moderne tecnologie. La concia al vegetale richiede molti giorni di lavorazione, dai trenta ai quaranta. Una lenta metamorfosi attraverso cui la pelle assume caratteristiche che durano nel tempo, morbidezza, calore e resistenza, e sfumature uniche che fanno sì che ogni pezzo sia diverso dall'altro. Il tutto viene poi rifinito dal sapiente lavoro artigianale delle maestranze con

una cura dei particolari che rasenta l'opera d'arte. Il prodotto finale è un pellame completamente biodegradabile e adatto a persone allergiche ai metalli, realizzato nel pieno rispetto dell'ambiente, con il solo utilizzo di sostanze naturali – i cosiddetti tannini – presenti nel tronco e nella corteccia di alberi quali il quebracho, il castagno e la mimosa. L'attenzione all'ambiente è testimoniata da un procedimento che segue regole ferree: utilizzo di pellami che rappresentano scarti di macellazione, ingenti investimenti negli impianti di depurazione, estrazione dei tannini senza arrecare danni al patrimonio boschivo. E poi c'è il marchio omonimo, nato per garantire la qualità del pellame prodotto dalle aziende associate, che il consorzio ha adottato molti anni fa, anticipando una tendenza che avrebbe poi interessato altri settori. Il marchio assicura la naturalezza dell'intero processo produttivo garantendo che il pellame prodotto rispecchi i parametri e le caratteristiche descritti nella norma Uni 10885. Ma non finisce qui. I prodotti realizzati dalle aziende consorziate si riconoscono grazie allo specifico cartellino di garanzia che – oltre a testimoniare che il pellame è stato conciato esclusivamente con estratti naturali – consente di rintracciare la conceria fornitrice e il produttore del

manufatto. Ampio spazio viene dedicato agli eventi promozionali in Italia e all'estero. Proprio per comunicare la ricchezza storico-culturale di questa preziosa lavorazione della pelle e farne conoscere in tutto il mondo l'unicità e le tantissime applicazioni creative, il consorzio organizza, tra le varie iniziative, Natural Sensations: una manifestazione che si pone come sintesi di fashion, design e arte per rivelare i trend della pelle nel mondo della moda. Un evento di portata internazionale, che ogni anno prevede date a Firenze, Milano, Tokyo, Parigi e Londra, in cui le conterie consorziate presentano in anteprima alle griffe della moda e dell'interior design le lavorazioni della pelle, elaborate secondo i concept suggeriti dai più affermati trend setter del momento. Oltre a rappresentare un'originale sintesi fra sapienza artigianale e tecnologia avanzata, il consorzio è anche la prova di come “mettendosi insieme” si possano ottenere risultati eccellenti. Da più parti si invoca la creazione di reti come possibile antidoto alla crisi strutturale che le piccole e medie imprese italiane stanno attraversando. Un invito a “fare squadra” che spesso cade nel vuoto, ma che può essere, come dimostra l'esperienza del consorzio, la strada giusta da seguire per tornare a competere nel segno della qualità.





CORTONANTIQUARIA Il “salotto buono” del mercato antiquario

Oggi si chiama Cortonantiquaria, ma nel 1963 era la Mostra Mercato Nazionale del Mobile Antico, nata per offrire una “vetrina” ai molti falegnami restauratori che popolavano Cortona, alimentando un’antica tradizione di grande valore economico e culturale. Quella di creare una mostra dedicata all’antiquariato fu una decisione innovativa, visto che all’epoca l’unico evento di questo genere era la Biennale di Firenze. Già dalla sua prima apparizione, nei locali del comune della città, la manifestazione si caratterizzò per un’offerta culturale integrata: con il biglietto d’ingresso, infatti, si poteva visitare il palazzo Comunale e le prestigiose sale del Palazzo dei Marchesi Bourbon di Putrella in via Guelfa. Nel 1964, visto il successo della prima edizione, l’esposizione venne allestita presso i locali del Seminario Vescovile di Palazzo Vagnotti, ancora oggi sede principale dell’evento. Gli anni iniziali furono difficili, ma ricchi di soddisfazioni, tanto che Cortonantiquaria diventò, in breve,

molto conosciuta e apprezzata in tutta Italia. Da allora molto tempo è passato, ma la mostra è riuscita a passare indenne attraverso i grandi cambiamenti vissuti dal mercato antiquario e più in generale dalla società italiana, proponendosi sempre come centro vitale.

Oggi Cortonantiquaria è un vero e proprio evento capace di richiamare un altissimo numero di visitatori e di “dettare” le nuove tendenze del mercato antiquario. È uno spazio d’incontro tra espositori di tutta Italia e il mercato internazionale. Non a caso, l’ultima edizione ha visto la partecipazione di una delle migliori gallerie antiquarie d’Oltralpe, la PlusArt di Montecarlo.

Grandissima attenzione è posta alla ricerca dei pezzi da collezione che verranno poi esposti. Un’apposita commissione di esperti, composta per lo più da docenti universitari, si occupa di verificare ogni singolo pezzo, controllandone nel dettaglio l’autenticità e certificandolo attraverso



la scrittura di un verbale. Una forma di tutela, questa, che pone gli acquirenti al riparo dai falsi d'epoca. Il carattere innovativo e l'attenzione alla ricerca di soluzioni originali, si esprime anche nella forma espositiva e nell'ideazione di eventi collaterali. Un ricco calendario offre al pubblico l'opportunità di partecipare a dibattiti

su diversi temi: dal mondo dell'arte e dell'antiquariato alla moda, dalla tavola alla televisione. Ospiti illustri come John Huston e François Mitterrand hanno partecipato all'evento negli anni passati, restando estasiati dalla manifestazione e dalla città. Altro elemento originale di Cortonantiquaria è l'incontro con

l'enogastronomia. Nel chiostro di Palazzo Vagnotti è stata ricostruita una cucina toscana dell'Ottocento con tanto di madia, paioli, mestoli, anfore in rame e altre suppellettili, tutto rigorosamente d'epoca. L'ambiente così allestito offre un luogo d'incontro ideale tra la cucina e l'antiquariato, animato da degustazioni di vini toscani, grazie anche alla collaborazione con i ristoranti del circuito "Le stagioni di Vetrina Toscana a tavola". Nata per operatori e appassionati del settore, Cortonantiquaria richiama oggi un folto pubblico di turisti e di curiosi, caratterizzando fortemente l'identità della città e accrescendone la fama. Oltre 40 espositori presenti e circa trecentocinquantamila visitatori costituiscono il bilancio positivo di un evento che, giunto ormai alla sua quarantacinquesima edizione, non mostra segni di cedimento. Anzi, grazie a Cortonantiquaria, l'antiquariato, oltre che oggetto di piacere estetico nell'ambito dell'arredamento, è diventato motivo di ricerca e di studio, strumento di cultura.





CO&SO E FIORDISAPORI

Catering fuori dai luoghi comuni

Cooperazione, carcere, solidarietà e impresa sociale, vale a dire volontà di coniugare opportunità di lavoro con servizi professionali: questo è il risultato del lavoro svolto in sinergia tra il consorzio Co&So di Empoli e il carcere della città.

Il Consorzio Co&So Evv è l'espressione della cooperazione sociale empolesse, una società con autonomia imprenditoriale, nata nel 2002, che opera nei 15 comuni dell'area (227.038 abitanti), coprendo moltissimi ambiti d'intervento: dall'infanzia agli anziani, dalle dipendenze alla disabilità, dalle carceri all'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati. Oggi il consorzio, che comprende 17 cooperative, è il nodo fondamentale della cooperazione territoriale, promuovendo la nascita di nuove cooperative, sostenendo quelle più giovani, creando occasioni di scambio tra le cooperative storiche.

La storia recente di Co&So Evv è legata all'impegno a favore dei detenuti, in particolare delle donne della Casa

Circondariale Femminile di Empoli.

La conoscenza del disagio della popolazione carceraria femminile, spesso confinata all'interno di un sistema carcerario strutturato sulle esigenze di custodia di una popolazione maschile, ha spinto il consorzio a ricercare nuove forme di inclusione sociale per le detenute. È nata così l'idea di creare una cooperativa di catering e servizi di ristorazione che coinvolgesse sia le donne del carcere sia altre donne del territorio empolesse in difficoltà economiche. Il primo passo del progetto è stato il corso di formazione "misto" all'interno dell'istituto penitenziario, che ha visto, per la prima volta nel nostro paese, persone esterne "entrare" in carcere per seguire il training. Cinque donne detenute e sei donne "esterne" e libere, extracomunitarie e/o disoccupate di lunga durata, hanno così frequentato un corso professionale di cucina che ha portato alla nascita della cooperativa Fiordisapori, vera e propria esperienza

di "carcere aperto" al territorio.

Oggi Fiordisapori è una realtà imprenditoriale tutta al femminile che offre servizi di catering anche a privati, confrontandosi con altri attori sul mercato e interagendo direttamente con il pubblico. Ne fanno parte, in qualità di soci fondatori, 4 ragazze della Casa Circondariale Femminile di Empoli, altre 7 donne, tutte ex partecipanti al corso di formazione, l'educatrice della struttura penitenziaria e 2 operatori del consorzio Co&So Evv. Unite da situazioni di difficoltà, ma intenzionate a vivere con determinazione e coraggio, il gruppo di donne di Fiordisapori ha dato prova delle sue capacità in alcune performance pubbliche: eventi socio-gastronomici per gustare piatti "diversi", ma anche per comunicare all'interno e all'esterno del carcere. La cooperativa, che oggi può contare su commesse di lavoro sia da parte di soggetti pubblici che di aziende private, punta ora a rafforzarsi attraverso la creazione di un ristorante-pizzeria nelle



adiacenze del carcere, accessibile a tutta la cittadinanza, in cui inserire direttamente le ragazze detenute. Grazie a questo progetto è nato un luogo di incontro sul modello del "carcere aperto", un carcere che ha un rapporto diretto con la comunità, svincolato da pregiudizi e paure. Grazie all'impegno e agli sforzi delle ragazze, e di tutti coloro che hanno contribuito alla nascita di questa giovane cooperativa, sfidando i luoghi comuni, è stato possibile creare un servizio di qualità.

L'esperienza di Fiordisapori dimostra come la cooperazione sociale possa diventare uno spazio in cui soggetti diversi collaborano per realizzare progetti solidali in grado di recepire e stimolare le istanze più egualitarie che emergono dalla società.





DE BONDT

I puristi del “cioccolato d'autore”

Anche la Toscana può vantare oggi il suo pregiato “oro nero”. E trovarlo è tutt'altro che difficile. Senza bisogno di scavare chilometri e chilometri sotto terra, è sufficiente fare un giro nelle tante pasticcerie o cioccolaterie sparse nell'area compresa fra Pisa e Pistoia. È qui, in quella che le riviste straniere hanno ribattezzato la “Chocolate valley”, che affonda le radici un'antica lavorazione dolciaria che fa della Toscana il regno del cioccolato d'autore, seconda regione italiana per produzione e prima per tradizione storica, come confermato da numerose testimonianze che risalgono al diciassettesimo secolo. La vallata che da Prato va a Pisa, passando per Agliana, Monsummano Terme e Montopoli, ospita una vera e propria filiera produttiva artigianale – divenuta col tempo e con una sapiente azione di marketing anche un fenomeno territoriale – che si compone di tanti piccoli laboratori e negozi che realizzano un cioccolato di altissima qualità. Con un solo imperativo, quello

di difenderne la purezza: cento per cento burro di cacao, senza aggiunta di grassi vegetali. Fra questi “puristi”, un posto di rilievo è occupato dalla De Bondt, piccola azienda pisana che in poco più di dieci anni è riuscita a imporsi come una delle migliori cioccolaterie al mondo. Merito della creatività di Paul De Bondt e Cecilia Iacobelli, chef di origini olandesi lui e designer pisana lei, che coniugando estetica e qualità, forma e sostanza, hanno ideato una formula vincente che in pochissimo tempo li ha proiettati nell'olimpo del cioccolato. Quella di Cecilia e Paul, coppia nel lavoro e nella vita, è un'avventura che comincia nel 1993 in via Turati a Pisa. È qui che i due fondano il piccolo laboratorio in cui, grazie alla scelta delle migliori materie prime e a una fantasia inesauribile, provano e riprovano le loro creazioni fino a individuare la combinazione “perfetta”. Un lavoro interamente artigianale nel senso più stretto del termine: a bando i macchinari, eccezion fatta per la





temperatrice, tutto è fatto rigorosamente a mano, persino le confezioni. E proprio la ricercatezza nelle forme e nel packaging, improntati entrambi a rigorosi canoni di estetica e funzionalità, è uno degli elementi che fa del cioccolato De Bondt qualcosa di unico, capace di evocare il nuovo, ma di rimandare allo stesso tempo all'antica tradizione del territorio. A occuparsi del design è proprio Cecilia: a lei si deve la creazione sia delle confezioni che del marchio



dell'azienda, un elegante triangolo dorato. Il tutto all'insegna di un'estetica che rifugge dall'eccessiva elaborazione e punta all'essenziale, riflettendo così quel gusto tutto toscano che si basa sulla qualità delle materie prime, come dimostra l'uso prevalente del fondente e di materiali del territorio, fra cui i pinoli del Parco Regionale Migliarino, San Rossore, Massaciuccoli e il miele di spiaggia di Migliarino. E poi c'è la grande capacità di sperimentare basata sulla creazione di sottili alchimie fra sapori e di straordinari connubi con prodotti rari e pregiati: dall'anice stellata al cardamomo, dalla rosa al gelsomino, fino al coriandolo e al finocchio selvatico.

Una vocazione all'innovazione che è iscritta nella produzione toscana del cioccolato sin dalle origini. Se ne trova traccia in alcuni scritti del 1600 che rivelano come, già all'epoca, i cioccolatieri della regione erano soliti proporre stravaganti abbinamenti come il cioccolato al cedro, al limone, o ancora, all'ambra, alla cannella e al muschio. E proprio di questa tradizione i De Bondt si sono saputi fare interpreti, promuovendo la rinascita del cioccolato d'autore quando questo era ancora merce rara. Più di dieci anni fa, all'inizio della loro avventura imprenditoriale, puntare sul cioccolato di qualità rappresentava una vera e propria scommessa. Ma i De Bondt hanno visto giusto.

E i riconoscimenti non si sono fatti attendere: Paul e Cecilia sono stati i primi artigiani italiani del cioccolato invitati a esporre i propri prodotti nella londinese Fortune&Mansons, mentre la prestigiosa rivista *The chocolate companion* – una vera e propria bibbia in materia di cioccolato – li ha collocati fra i migliori 15 cioccolatieri del mondo. Ma nonostante la pioggia di premi e l'attenzione da parte dei media, i due non hanno cambiato abitudini. Li puoi trovare sempre nel loro laboratorio, impegnati nella ricerca di nuove e originali soluzioni. Continuano a occuparsi di tutto come all'inizio: dalla produzione alla distribuzione, senza ricorrere a intermediari. La produzione rimane – per scelta – di piccole dimensioni: assieme a loro lavorano altre quattro persone, tutti o quasi uniti da legami di parentela.

Col tempo, alla creazione di cioccolato Cecilia Iacobelli e Paul De Bondt hanno abbinato anche l'attività di consulenza per aziende del settore e per le più importanti manifestazioni di cioccolato, ma soprattutto l'organizzazione di corsi, degustazioni, e persino di cene a base di pietanze al cacao di cui sono gli ideatori. Il tutto per rispondere al sempre maggiore interesse del pubblico verso "il cibo degli dei". La loro arte, unita a una spiccata fantasia e raffinatezza, è capace di rinnovarsi di continuo, proponendo sempre qualcosa di diverso in cui la qualità si fonde con un bellissimo design.





DIGITART

Spazi di vita contemporanea

Elettrodomestici collegati in rete, luci, impianti di riscaldamento e climatizzatori che si regolano da soli attraverso sensori; gestione a distanza di funzioni di routine come annaffiare i fiori o azionare le tapparelle; sistemi di allarme che avvisano per cellulare o per e-mail. Non si tratta di uno scenario ascrivibile a un lontano futuro, ma di alcune delle possibili applicazioni che la tecnologia oggi è in grado di offrire. La casa intelligente è ormai davvero a portata di mano, o meglio di un tocco. A renderne possibile la realizzazione è un'impresa toscana, la Digitart, che – come suggerisce lo stesso nome – è specializzata nel campo dell'arte digitale. A voler essere più precisi, la Digitart si occupa di "domotica", una disciplina nuova e in rapida evoluzione che studia l'automazione della casa e degli ambienti confinanti in genere, allo scopo di ottenere un'integrazione fra i diversi dispositivi e impianti installati nelle abitazioni. Detto altrimenti, la Digitart progetta tecnologie in grado

di rendere "intelligenti" gli apparecchi domestici, attraverso sistemi integrati di automazione e di telegestione, attivati e controllati dall'uomo mediante sensori, telecomandi, tastiere, dispositivi di riconoscimento vocale e altro ancora. Il tutto secondo un approccio che coniuga alta tecnologia e design.

Per Digitart la domotica deve essere "naturale": intuitiva nell'uso, rispondente e adattabile alle esigenze degli utenti, capace di integrarsi con i sistemi esistenti, economica e poco intrusiva. L'azienda toscana è in grado di realizzare degli ambienti che interagiscono e comunicano con l'uomo in modo semplice, nel rispetto degli elementi architettonici. Grazie alla "leggerezza" della tecnologia proposta e alla ricercatezza nel design delle apparecchiature hardware, Digitart ha introdotto una nuova concezione di qualità degli spazi in cui la funzionalità sposa l'estetica. Un'idea vincente, come dimostrano i risultati che l'azienda ha ottenuto nel giro di soli 6 anni:





un fatturato che è raddoppiato ogni anno - passando dai 90 mila euro iniziali nel 2000 a 3 milioni e mezzo nel 2007, 24 dipendenti e un mercato di riferimento in continua espansione che va dagli yacht di lusso alle ville in Lombardia e a Londra. E poi ci sono le case "domotizzate" del quartiere milanese di Santa Giulia, in cui basta un

cellulare o un computer per accendere il forno o per vedere da chilometri di distanza chi sta suonando alla porta. Un progetto di "casa ideale" pensato dall'architetto britannico Norman Foster, esempio di quella "rivoluzione urbanistica", alla quale la tecnologia Digitart sta dando un importante contributo. Nel frattempo, si è rafforzata la collaborazione con il mondo accademico e della ricerca, in particolare con il Cnr e il Dipartimento di Scienze dell'Informazione dell'Università di Pisa. Esempio di net company in cui a creare valore aggiunto sono creatività e originalità delle idee, la Digitart muove i suoi primi passi nel distretto pisano in modo singolare. Il tutto ha origine da un sistema di home-theatre "fatto in casa", completamente gestibile tramite l'utilizzo di un software. A realizzarlo è Nicola Tinucci che ne intuisce immediatamente le possibili applicazioni in altri campi. L'incontro con la domotica è il passo successivo. All'inizio l'azienda si focalizza sulla progettazione di sistemi home-cinema e, successivamente, sulla gestione di impianti elettrici. Più di recente è la volta della nautica, in cui attualmente si concentra l'80% delle attività di Digitart, con commesse che arrivano dai Cantieri Benetti di Viareggio, il più grande gruppo mondiale del settore, e addirittura dal sultano del Bahrein.



Secondo stime ufficiali del Montecarlo Yacht Show (2006), un motor yacht "domotico" incrementa il suo valore totale sul mercato di circa il 3%. Per questa ragione oggi molti armatori seguono il trend dei colleghi più "tecnologici", scegliendo di equipaggiare i propri spazi con un sistema Digitart SpA. Quello degli yacht di lusso, è per l'azienda toscana il luogo di sperimentazione delle tecnologie più avanzate, con progetti di sicurezza, telecontrollo, illuminazione e intrattenimento capaci di creare degli ambienti "tailor made", tagliati su misura. Al centro della progettazione vi è il cliente a cui è lasciata carta bianca: è lui a scegliere i prodotti, mentre compito di Digitart è "collegarli" sulla base di un preciso set di esigenze, funzionali o estetiche. Un approccio coerente con l'universo dell'arte digitale in cui non si realizzano beni tangibili, bensì "progetti" in grado di creare - modulando il clima, le luci, i tendaggi - degli scenari che si configurano e riconfigurano in relazione ai reali bisogni di chi vive in un determinato ambiente. Da questo punto di vista, la domotica rappresenta una vera e propria "rivoluzione" nel modo di intendere la gestione degli spazi e della vita quotidiana dell'uomo. Da luogo governato da abitudini e scelte spesso casuali, la casa si

trasforma in un ambiente in grado di "autogestirsi", sollevando l'uomo da una serie di incombenze e operando, momento per momento, le scelte migliori in termini di comfort, sicurezza e risparmio energetico. La domotica di Digitart non solo rende accogliente ogni ambiente, integrando ogni funzionalità dal punto di vista architettonico e del design, ma abbatte anche le barriere architettoniche. Una tecnologia "democratica" che fa sì che ogni azione possa essere svolta con la stessa semplicità da qualunque individuo. E poi c'è la possibilità di risparmiare: l'ottimizzazione delle prestazioni ha un riscontro immediato sul piano del contenimento dei consumi energetici e, di rimando, della tutela ambientale. Il punto cruciale diventa ora trasformare questi sistemi da tecnologie "d'elite" a tecnologie diffuse. Ed è proprio da qui che prende le mosse la nuova sfida di Digitart: portare la domotica al di fuori del circuito del lusso, applicando il patrimonio di conoscenze acquisite in nuovi settori nei quali è possibile realizzare produzioni seriali e standard. Come nel caso degli uffici o delle grandi aziende. L'applicazione in questi ambiti, attraverso economie di scala, consentirebbe di abbattere i costi e i consumi e di conquistare i mercati di fascia più bassa. Per rendere la "casa intelligente" davvero alla portata di tutti.

Immagini per gentile concessione di Rumor Communications. Fotografie di Tommaso Imbimbo.





EL.EN

Tecnologie d'avanguardia per dare futuro al passato

La tecnologia avanzata al servizio della tradizione, un ossimoro in cui passato e futuro si intrecciano dando vita a un inedito sodalizio. E così può succedere che un fascio di luce laser sia capace di annullare gli effetti del tempo, con tutte le sue alterazioni, restituendo agli antichi splendori i capolavori dell'arte. Questo è solo un esempio di cosa le nuove tecnologie applicate ai beni culturali possano fare oggi, offrendo un nuovo strumento da affiancare e integrare con gli altri mezzi meccanici e chimici sinora utilizzati.

Un settore in continua evoluzione che in Toscana è già una realtà consolidata, grazie anche al gruppo El.En, il primo in Italia a aver sviluppato, nella prima metà degli anni '90, sistemi laser per la pulitura di superfici artistiche, dai bassorilievi dei portali del SS. Sepolcro a Gerusalemme, alla statua del ratto delle Sabine in piazza della Signoria a Firenze, sino la facciata di S. Frediano a Pisa. Fondato nel 1981 su iniziativa di Leonardo Masotti, professore universitario della facoltà di ingegneria

dell'Università degli Studi di Firenze, e di un suo studente, l'ing. Gabriele Clementi, il gruppo toscano si è imposto in poco tempo come uno dei leader del settore opto-elettronico, grazie a un originale percorso che dalla produzione e commercializzazione di apparecchiature laser medicali è giunto sino all'ampio settore industriale delle marcature laser. Le macchine targate El.En sono utilizzate in tutto il mondo al posto di aghi e bisturi in medicina estetica, angioplastica, fisioterapia, chirurgia, ortopedia, nel taglio e nella marcatura di metallo, legno, plastica, vetro, cristallo, tessuti e pelli.

Ma il fiore all'occhiello del gruppo toscano è oggi "Light for Art", il settore interamente dedicato alle applicazioni delle tecnologie laser nel restauro e nella conservazione di beni culturali che ha aperto una nuova frontiera nella tutela del patrimonio artistico, in cui si fa sempre più pressante la richiesta di tecniche di pulitura accurate, selettive e poco invasive. Le applicazioni messe a punto da

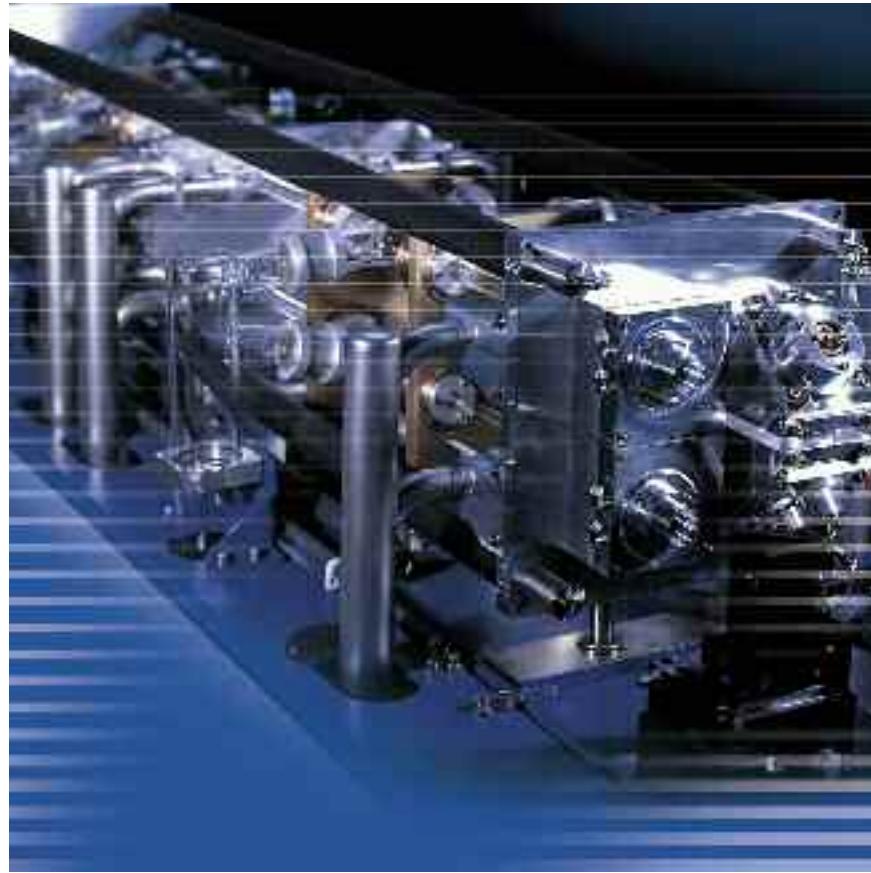
El.En rispondono proprio a queste caratteristiche. La possibilità di definire con precisione il punto di focalizzazione dei raggi consente di eseguire operazioni di pulitura selettiva che non intaccano minimamente la struttura originaria dell'opera d'arte e che non richiedono l'uso di sostanze chimiche o materiali abrasivi.

La durata dell'impulso laser, la costante adozione delle fibre ottiche, la facile trasportabilità, fanno di questi macchinari uno strumento sempre più flessibile e capace di adeguarsi a ogni condizione di lavoro e alle particolari esigenze dei restauratori.

La chiave del successo è tutta nella ricerca applicata, in cui viene investito annualmente oltre il 12% del fatturato, e che si avvale del lavoro di ricercatori interni e della collaborazione con numerose università e centri di ricerca nazionali come il Cnr, l'Enea e l'Inoa. Fra i progetti più interessanti c'è Ris+,



promosso dalla Regione Toscana, che ha portato alla realizzazione del primo laser dedicato ai beni culturali, "Smart Clean", progettato dall'Istituto di Elettronica Quantistica del Cnr di Firenze, prodotto da El.En e testato presso l'Opificio delle Pietre Dure. La continua e sempre più ampia partecipazione a progetti di ricerca nazionali e internazionali ha arricchito negli anni il know-how interno del gruppo toscano, contribuendo notevolmente alla dinamicità e flessibilità delle diverse linee di prodotti. Grazie alla continua ricerca, infatti, il campo delle applicazioni su differenti materiali si sta continuamente ampliando, come



dimostra l'utilizzo ormai consolidato del laser su superfici lapidee di singoli monumenti, quali le superfici architettoniche degli edifici di interesse storico e artistico. Alla base dell'impegno nel settore c'è anche il forte radicamento a Firenze, città simbolo del Rinascimento: la volontà di contribuire alla tutela del suo patrimonio rappresenta uno stimolo per un impegno sempre maggiore, coerentemente con una filosofia che vede nella conservazione della memoria e nell'innovazione come strumento al servizio dell'uomo le due forze ispiratrici che guidano il lavoro di El.En.





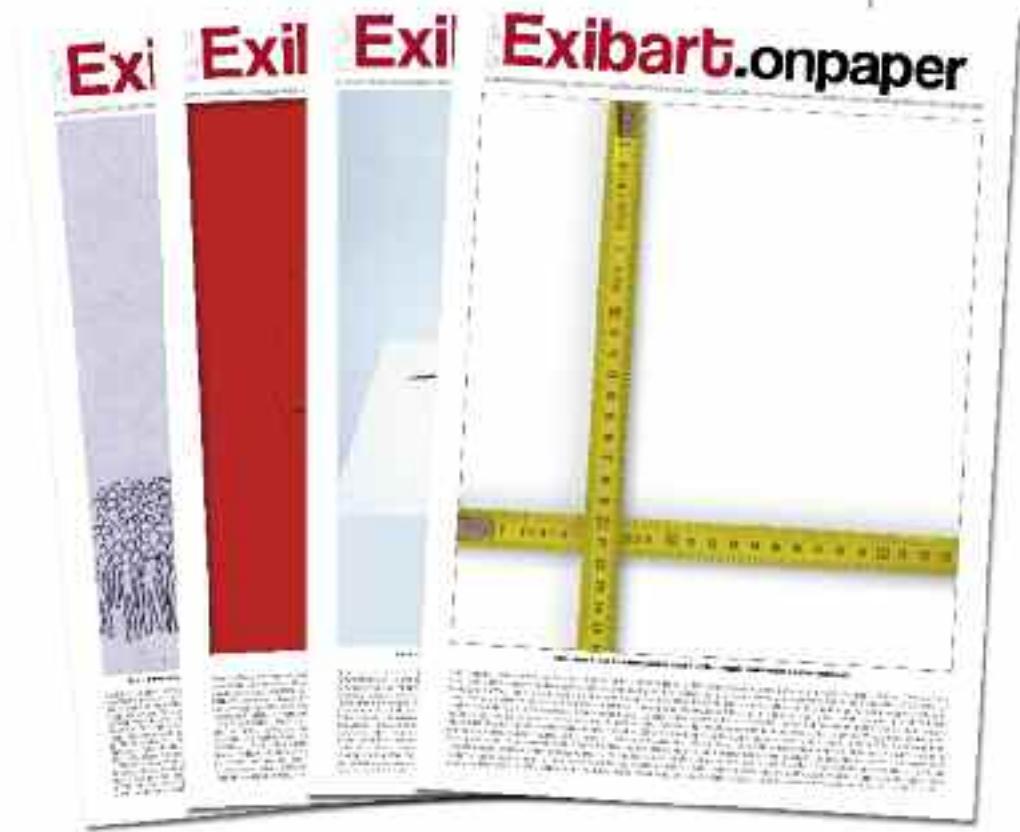
EXIBART

La comunicazione multiplatforma a servizio dell'arte



Uno spazio virtuale in cui offrire informazioni sull'arte in tempo reale, con recensioni, news, approfondimenti, inchieste e servizi. È questa l'intuizione che ha ispirato la nascita di Exibart, la più ricca piattaforma informativa e di approfondimento sull'arte oggi presente in Italia. Con un nucleo di professionisti motivati e un network sia web mail che cartaceo, Exibart ha superato la fase pionieristica affermandosi come articolata azienda di comunicazione multiplatforma. Il tutto secondo un modello di business totalmente incentrato sulla cultura: non solo arte, ma anche design, moda, musica e teatro. Nata come sito Internet nel 1996 su iniziativa di Giovanni Sighele, l'azienda toscana si è imposta in breve tempo sulla scena, valorizzando il binomio comunicazione-cultura. La possibilità di accedere a una vastissima gamma di informazioni ha fatto accrescere velocemente la notorietà del sito, consultato sia per contenuti di respiro nazionale sia per quelli di origine locale

che, grazie al web, possono arrivare a un pubblico più ampio, superando i limiti imposti da un sistema di comunicazione tradizionale. Attraverso Exibart e i suoi strumenti, si moltiplicano le opportunità di diffusione delle notizie su eventi di carattere artistico. Il sito ha saputo sviluppare le potenzialità offerte da Internet, fino a diventare, oltre che un diffusore di informazioni sulla cultura, un creatore di cultura. Così, dopo l'originale proposta in rete, è nato, nel 2002, Exibart.onpaper, freepress distribuito in 60.000 copie cartacee, il cui obiettivo è quello di essere "l'unica rivista d'arte che riesce a farsi leggere da un pubblico che non comprende solo la strettissima cerchia di addetti ai lavori". La distribuzione avviene attraverso tre specifici canali: la presenza negli Exibart.point, l'abbonamento, la spedizione a opinion leader di riferimento per il mondo della cultura, dell'arte, della politica. Oggi Exibart opera in cinque aree



definite: community, mobile, content, crossmedia, advertising; ognuna destinata a pubblici diversi, individuati sulla base dei media utilizzati. La community ha come riferimento gli strumenti più tradizionali della rete.

Il sito Exibart.com, punto nodale del sistema, vanta oltre 2 milioni di pagine visitate ogni mese. Oltre a approfondimenti sugli eventi, riporta recensioni per territorio, 16 rubriche tematiche, una sezione a cura di importanti critici, una rassegna di artisti, di uffici stampa e di editori. La seconda area, definita come mobile, fa riferimento alla tecnologia della telefonia. I servizi offerti in questa sezione si sono evoluti di pari passo con il procedere della tecnica. Oggi, attraverso i telefoni cellulari o il posizionamento su navigatori, con Exibart.mobile è possibile conoscere le proposte in Italia, recensioni, punti di interesse e letteratura di riferimento. Con content, invece, Exibart ha rafforzato il suo ruolo di produttore di contenuti, trasferendo le notizie a altri supporti e a altri intermediari. Sono nati così, oltre a Exibart.onpaper, Exibart.pdf, per costruire il giornale personalizzato, Exibart.content, per la fornitura di contenuti a altri siti e portali, Exibart.rss, per condividere anche tecnologicamente le informazioni. Crossmedia è l'ultima frontiera dello sviluppo di Exibart. Immagini e suono affiancano la classica comunicazione scritta all'interno di Exibart.radio, Exibart.podcasting, Exibart.tv, Exibart.video. Segnalazioni, consigli e appuntamenti del mondo dell'arte sono prima trasmessi a voce attraverso un accordo con Radio 24 - Il Sole 24

Ore, poi direttamente attraverso internet, dove è possibile ascoltare la lettura di alcuni tra i principali articoli. Non solo voce però. Con Exibart.tv nasce un vero e proprio archivio video che come una tv on demand consente di accedere a servizi su mostre, eventi e protagonisti del mondo artistico internazionale, con approfondimenti su arte, turismo culturale, musei e monumenti. La piattaforma creata si propone come elemento di aggregazione, selezionando e accogliendo anche proposte nate dagli utenti o dagli artisti stessi. Exibart.advertising e Exibart bookshop sono la dimostrazione della possibilità di applicare i concetti del marketing anche all'universo della cultura. L'universo dei consumatori d'arte, le istanze di approfondimento e di conoscenza, diventano un potenziale commerciale che passa attraverso la distribuzione editoriale e la vendita di spazi pubblicitari a sostegno di un'iniziativa che trae dal mercato la fonte principale per la sua esistenza. Il segreto di Exibart sta nell'aver compreso che il valore dell'oggetto artistico non è soltanto nella sua sostanza e materialità, ma anche nel suo essere veicolo di comunicazione. Sviluppare tale comunicazione ha portato alla nascita di tecnologie che vanno oltre lo specifico artistico, generando conoscenza e sapere specialistici.

Exibart è quindi un esempio di come la cultura possa funzionare da motore di sviluppo di un indotto – tecnologico, conoscitivo e economico – spendibile anche in settori differenti.





FDS - LA FABBRICA DEL SOLE Creatività... all'idrogeno

L'idrogeno combustibile del futuro? Potrebbe essere così, a detta di molti studiosi e ricercatori. Con le tradizionali risorse energetiche in fase di esaurimento più o meno rapido, sempre più spesso ci si pone il problema di come sostituire le fonti non rinnovabili con nuove fonti che possano garantire la sostenibilità ambientale. Un candidato d'eccellenza sembra appunto l'idrogeno, su cui in molti stanno già puntando. Come a esempio La Fabbrica del Sole, cooperativa aretina che ha fatto della progettazione e realizzazione di progetti innovativi in campo ambientale il suo indiscusso fiore all'occhiello. Nata nel 1999 su iniziativa di undici giovani laureati mossi da un forte interesse per i temi ecologici, La Fabbrica del Sole trae ispirazione da un'idea di ecologia "sociale", capace cioè di conciliare sostenibilità ambientale e processi partecipativi. La cooperativa nasce all'inizio come onlus, per progettare e organizzare eventi e percorsi didattici nelle scuole

medie e elementari, attività che svolge tutt'ora. Il passo successivo è la progettazione: proprio per realizzare un impianto di compostaggio a biocelle dinamiche da 2.000 t/anno per conto della provincia di Arezzo, l'associazione si è trasformata in cooperativa. Da allora l'impegno della Fabbrica del Sole si è costantemente rafforzato seguendo due binari. Il primo è quello delle campagne di sensibilizzazione, dei percorsi didattici nelle scuole, delle manifestazioni culturali, dibattiti, incontri, conferenze, confronti e workshop sui temi dello sviluppo sostenibile e dell'ecologia sociale; il secondo è la progettazione e la produzione di impianti eco-compatibili. Attraverso queste attività il gruppo cerca di promuovere relazioni fra associazioni, enti locali e altri attori territoriali in un'ottica di sviluppo locale auto-sostenibile che rinnovi i modi e i contenuti dei progetti di trasformazione del territorio. È in questa ottica che si colloca "Idrogeno per Arezzo": un progetto

che ha realizzato un idrogenodotto sotterraneo nella località San Zeno, nei pressi di Arezzo. Si tratta di una novità assoluta nel panorama internazionale: l'idea è di produrre idrogeno, ma da fonti rinnovabili, per alimentare le aziende orafe locali che utilizzano idrogeno da decenni in grande quantità, aumentandone così la competitività e la sicurezza. Un progetto, quindi, che cerca di conciliare sviluppo locale e sostenibilità, tradizione e territorio (l'attività orafa a Arezzo ha radici etrusche), competizione e globalizzazione, puntando sull'innovazione. Quella realizzata, infatti, è la prima urbanizzazione a idrogeno in Europa: la distribuzione dell'idrogeno avviene attraverso la rete e non, come normalmente accade, con le tradizionali bombole a pressione. All'origine del tutto c'è un protocollo di intesa che lega la Regione Toscana, co-finanziatrice al 50%, la Provincia di Arezzo, il Comune di Arezzo, l'Associazione Industriali, la Cna, la



Confartigianato, la Coingas, la Sapiro (azienda leader nazionale nella produzione e distribuzione di idrogeno), l'Arcotronics - Fuel Cells (azienda italiana produttrice dei generatori) e la Cooperativa La Fabbrica del Sole quale soggetto coordinatore del progetto. Un bell'esempio di rete territoriale che coinvolge i più diversi attori locali. Il progetto ha previsto anche l'installazione di una baia di stoccaggio, di generatori di energia a idrogeno con



celle a combustibile e la creazione di un laboratorio per le energie rinnovabili gestito dalla Fabbrica del Sole, che è stato inaugurato lo scorso inverno. L'HydroLab – questo è il nome della struttura – è coperto da pannelli fotovoltaici per 3,5 kWp che ne garantiscono l'autosufficienza energetica e permettono di alimentare la produzione di idrogeno dall'acqua. Il progetto della Fabbrica del Sole, con il suo forte investimento nell'integrazione tecnologica per una filiera sostenibile dell'idrogeno, suggerisce la direzione verso cui è necessario muoversi in un contesto di costante diminuzione delle risorse fossili e di indispensabile riduzione delle emissioni in atmosfera di sostanze inquinanti. La sua alta riproducibilità e il suo legame con una realtà produttiva concreta, ne fanno un'esperienza che guarda al futuro e che potrebbe

costituire un valido modello per altre realtà.

La cooperativa Fabbrica del Sole continua, nel frattempo, a svolgere attività di ricerca e di offerta di servizi e progetti nei settori dell'energia e della tutela ambientale.

Dall'installazione sui tetti industriali di grandi impianti fotovoltaici "chiavi in mano" alla gestione del calore residuo per climatizzare e dare energia rinnovabile ai processi produttivi, fino alla formazione tecnica presso l'HydroLAB. La cooperativa produce pannelli solari termici e è l'unica in Italia, assieme al Politecnico di Milano, a possedere un'installazione miniaturizzata di solar cooling (aria condizionata dai pannelli solari termici). L'altra parte della sfida della cooperativa si svolge sul piano culturale, attraverso la sensibilizzazione dell'opinione pubblica rispetto ai temi

ambientali e dello sviluppo sostenibile, coerentemente con un'idea di ecologia sociale che unisce l'aspetto tecnologico-scientifico e quello socio-culturale.





FESTAMBIENTE

In Maremma il più grande festival ambientale d'Europa

Garantire la compatibilità delle attività umane con le risorse ambientali, rispettare e proteggere il territorio e le sue peculiarità. Ma non solo: porre attenzione alla scoperta, alla creatività, ai linguaggi moderni e ai saperi locali. Tutto per una migliore qualità della vita. È un trend che, recentemente, appare inarrestabile, soprattutto a Rispeccia, a sud di Grosseto, dove si tiene Festambiente, il festival internazionale di ecologia e solidarietà di Legambiente.

Tutto comincia 15 anni fa, nell'estate del 1989, quando i primi volontari del locale circolo di Legambiente, guidati da Angelo Gentili, danno vita, in un edificio pubblico per anni abbandonato, a una piccola "festa dell'ambiente" che si propone di coniugare divertimento e convivialità con i temi del movimento ecologista. La vera forza di Festambiente è stata, sin dall'inizio, quella di credere in una nuova visione dell'ambientalismo, che uscisse dallo spazio limitato alla semplice protezione ambientale e che ponesse in primo

piano le tematiche dello sviluppo sostenibile.

Da allora questa esperienza è cresciuta di pari passo col crescere della sensibilità e dell'attenzione dei cittadini nei confronti dell'ambiente, caratterizzandosi come una vera e propria "vetrina" nella quale promuovere e far conoscere al grande pubblico servizi e prodotti ecologici, e fornire occasioni di riflessione sui temi dell'attualità politica e sociale, senza dimenticare l'intrattenimento. Oggi il festival, che nel frattempo è diventato la manifestazione nazionale di Legambiente, è un progetto multidisciplinare che ha saputo trasformarsi da piccola iniziativa locale in evento internazionale pressoché unico nel suo genere.

Ogni anno, nel Parco Naturale della Maremma, per dieci giorni, si realizza la più grande agorà ambientalista del vecchio continente: musica, teatro, dibattiti e gastronomia di qualità dedicati all'ambiente e alla solidarietà, capaci di unire territori, buone

pratiche, cultura, intrattenimento, spettacolo e sviluppo sostenibile.

Festambiente è una città partecipata dove i cittadini sono protagonisti in prima persona, è un luogo di incontro e di dialogo, come dimostra il ricco calendario di dibattiti su diversi temi. Dalle tecnologie per le energie rinnovabili a programmi di tutela per il Mediterraneo, dalla valorizzazione delle identità territoriali allo smaltimento dei rifiuti, dalla tutela della qualità agroalimentare al turismo sostenibile. C'è poi lo spazio riservato alla gastronomia e al ricco e variegato patrimonio italiano di settore, in cui la Toscana, con i suoi 455 prodotti tipici, ha un posto di rilievo. Attraverso un percorso polisensoriale, i visitatori sono invitati alla scoperta di specialità locali, prodotti biologici e golosità naturali. Un grande successo per il ristorante vegetariano più grande d'Italia, che sforna ogni sera circa 20 ricette diverse: piatti preparati con cura e attenzione per i consumatori. Tutti i prodotti utilizzati in cucina dagli chef di





Festambiente sono biologici e tipici: alimenti sani, sicuri e ricchi di sapore. All'Officina dei Sapori è inoltre possibile riscoprire la cucina regionale italiana grazie a tre laboratori di educazione alimentare, aperti ai visitatori dai palati più raffinati. Un viaggio nella storia della nostra tavola, dove protagonista indiscusso è il territorio con i prodotti tradizionali e di qualità: vino, olio, miele, formaggi e molti altri prodotti tipici. Ma a Festambiente i profumi non finiscono mai. Ci sono anche le essenze dei prodotti della cosmesi naturale e della medicina alternativa. Nello spazio dedicato alla cura della persona si può seguire una lezione di tai chi, fare un trattamento di riflessologia plantare o una seduta di iridologia, curandosi in armonia con se stessi e con l'ambiente. Ma la cifra distintiva dell'evento è il divertimento. Festambiente rimane soprattutto una festa che si alimenta della magia dei giocolieri, delle risate del teatro dei burattini, della musica dal vivo di grandi artisti italiani, dell'eleganza delle musiche barocche, dell'interesse per documentari e mostre fotografiche. Un programma ricco di appuntamenti, che aiuta a comunicare il rispetto verso l'ambiente con l'arte e l'intrattenimento nelle loro varie forme. Diventano così occasione di riflessione gli allestimenti fotografici che compongono le varie mostre su temi ambientali e naturalistici, ma anche i documentari,

proiettati durante le serate del festival grazie alla collaborazione, tra le altre, di Cinemambiente di Torino. Ogni anno, inoltre, spettacoli teatrali di alto livello vengono proposti nel main stage che ha ospitato finora artisti del rango di Marco Paolini, Teo Teocoli e Paolo Rossi. Per la musica, artisti di fama nazionale e internazionale travolgono il pubblico in concerti rock, blues, rap e jazz: nel 2007 sono stati superati i 9.000 spettatori in un'unica serata. Un'attenzione particolare è riservata ai più piccoli, cittadini del presente e futuri abitanti del pianeta. All'interno dell'evento, i bambini partecipano alle scelte, respirano e giocano in aree libere da automobili, riescono facilmente a incontrarsi e a stare all'aria aperta in spazi verdi attrezzati con giochi in plastica riciclata, laboratori manuali, percorsi didattici sulla fitoterapia e l'astronomia, teatro interattivo e danze popolari da tutto il mondo. Nelle strade e nelle piazze di Festambiente ci sono spazi e opportunità per il gioco, ma anche per imparare a difendere l'ambiente. La città dei bambini vuole essere un esempio di area verde, divertente e ecologica, che ogni amministratore nella propria città, nel proprio quartiere, dovrebbe realizzare. Con questo evento Legambiente è riuscita, in modo dinamico e propositivo, a creare un'opportunità di incontro e scambio importante.

Tutto questo perché Festambiente è qualcosa di più di un semplice meeting ambientalista: è il tentativo di costruire uno spazio totalmente ecologico, una città in cui regni l'armonia tra uomo e natura, il luogo ideale per entrare in contatto con i temi dello star bene, del tempo libero, dei consumi consapevoli. Un successo testimoniato anche dai numeri: nell'ultima edizione più di 130 stand espositivi, 150 tra volontari e

collaboratori coinvolti, circa 400 enti patrocinatori, oltre 100 associazioni presenti in rappresentanza della società civile e del terzo settore, oltre 120 relatori ai dibattiti. Il tutto all'insegna della sostenibilità. Anche nel 2007 la manifestazione è stata "carbon neutral", dato che le 238 tonnellate di anidride carbonica prodotte sono state neutralizzate attraverso l'adesione alla campagna nazionale "Azzerò CO²".





FONDAZIONE FABBRICA EUROPA La fucina dello spettacolo

Ogni definizione univoca di Fabbrica Europa sarebbe contraddittoria e incapace di cogliere la natura dell'evento. Al contrario, i dati sono chiari: oltre cento spettacoli accuratamente organizzati per tutto il mese di maggio, realizzati in diversi spazi espositivi della città di Firenze. Fabbrica Europa è un luogo dove si progettano e si realizzano produzioni culturali che travalicano i confini nazionali, uno spazio nel quale convergono realtà e linguaggi solo in apparenza distanti.

A occuparsi della realizzazione dell'evento è la Fondazione Fabbrica Europa, creata nel gennaio del 2003 su impulso di Associazione Fabbrica Europa, Fondazione Pontedera Teatro e Associazione Music Pool.

Una collaborazione proficua che ha dato vita a un circolo virtuoso in cui le esigenze strutturali della Fondazione si coniugano con il progetto artistico frutto del lavoro dei tre direttori. Il filo conduttore dei diversi appuntamenti cambia ogni anno, offrendo nuove prospettive attraverso

cui guardare l'arte contemporanea e rafforzando le reti culturali che legano Firenze alla Toscana, all'Europa e al resto del mondo. L'edizione del 2007, ispirata al tema "Geometrie variabili", ha posto l'attenzione sull'Europa contemporanea come luogo del continuo cambiamento: i parametri territoriali, linguistici e culturali mutano in continuazione dando vita a forme sempre in evoluzione, che fanno riflettere sul significato stesso di confine. Fabbrica Europa propone un'idea di confine intesa come margine, in cui le identità soggettive e collettive si formano attraverso l'incontro e l'interazione con l'altro. L'intento è quello di stimolare una riflessione sul rapporto tra Europa e resto del mondo in termini di dialogo interculturale. Con questa edizione si amplia così un percorso di integrazione culturale coerente con le iniziative proposte nelle stagioni precedenti e con iniziative simili realizzate in Europa. La Fondazione è impegnata in molti progetti importanti, realizzati grazie a





un'efficace rete di collaborazioni locali, nazionali e internazionali e a risorse provenienti da diversi enti, a partire dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali fino a arrivare agli indispensabili attori territoriali: Regione Toscana, Comune e Provincia di Firenze, Ente Cassa di Risparmio di Firenze. Particolarmente forte è il legame con l'Europa, testimoniato anche dalla politica di investimenti dell'Unione Europea che negli anni ha contribuito al finanziamento dei progetti più significativi, fino a riconoscere nel 2006 la Fondazione Fabbrica Europa come organismo culturale che persegue obiettivi di interesse europeo. Uno dei progetti di recente realizzazione è l'evento triennale "Roots&Routes", di cui Fabbrica Europa e Cospè (Cooperazione per lo Sviluppo dei Paesi Emergenti) sono i partner italiani insieme a altri otto soggetti europei: un'iniziativa rivolta a giovani di talento nel campo della musica, della danza e dei nuovi media, che hanno l'opportunità di partecipare a

laboratori, masterclass e spettacoli. Il progetto è anche un'occasione per creare reti culturali tra famiglie e comunità, istituzioni e territori. Anno dopo anno le collaborazioni si consolidano, le reti si infittiscono, la cultura promuove sviluppo e il territorio avvia un vitale processo di internazionalizzazione. Oltre alla dimensione europea, i punti cardine di Fabbrica Europa sono la contaminazione tra i linguaggi del movimento, dell'immagine, della musica, del teatro, e la promozione dei giovani artisti attraverso laboratori e workshop basati sulla sperimentazione creativa. Attraverso il talento di giovani scoperte, con performance di danza, concerti musicali e installazioni avveniristiche, Fabbrica Europa vuole andare sempre più lontano. Oltre i confini dell'Europa ma, soprattutto, oltre i limiti e i pregiudizi delle gabbie culturali. Oggi la Fondazione vive una fase di trasformazione che potrebbe portare il Festival a affermarsi a pieno

titolo come un evento di respiro mondiale. Condizione indispensabile per questa evoluzione sarà la capacità dell'istituzione di accrescere le proprie produzioni per estendere l'offerta culturale al di là dell'evento festivaliero. Solo in questo modo, la fondazione potrà proseguire il suo percorso di crescita, rafforzando la sua capacità di

anticipare tendenze e interpretare il nuovo. Centri culturali come Fabbrica Europa, orientati alla sperimentazione e alla ricerca, assumono un ruolo sempre più decisivo nello sviluppo di una comunità grazie alla capacità di essere laboratori limite che prefigurano, simulano e inventano quello che ancora non c'è.





FONDAZIONE MICHELUCCI

Quando il sociale incontra l'architettura



Nella "vita lunga un secolo", l'architetto Giovanni Michelucci (Pistoia 1891 - 1990) ha attraversato, con un lavoro sempre teso all'apertura di nuovi linguaggi e proposte, la complessità di eventi, trasformazioni, idee che hanno animato il '900. È stato artigiano, disegnatore artistico, professore all'Istituto d'arte di Roma, architetto d'interni, Preside della Facoltà di architettura di Firenze, docente alla Facoltà di ingegneria di Bologna,

fondatore di diverse riviste, autore di opere di riconosciuto valore internazionale non solo per la funzionalità, ma anche per la qualità di



inserimento nel contesto storico e urbano. Considerato un "eretico", difficilmente classificabile rispetto all'appartenenza a correnti e scuole di architettura, è stato per lunghi periodi messo in disparte nelle facoltà di architettura e ignorato dalla critica. Entusiasta e infaticabile promotore di iniziative e attività culturali e sociali, Michelucci ha partecipato con grande passione ai temi fondamentali del dibattito sulla città, con posizioni anticonformiste e sempre innovative. La capacità di risposta dell'architettura alle esigenze che nascono da una condizione drammatica d'esistenza ha segnato la sua lunga attività progettuale e ha ispirato la costituzione di una fondazione con "lo scopo di contribuire agli studi e alle ricerche nel campo dell'urbanistica e dell'architettura moderna e contemporanea, con particolare riferimento ai problemi delle strutture sociali, ospedali, carceri e scuole". Preceduta dalla realizzazione del centro studi La Nuova Città a Fiesole e dal

Centro di documentazione Giovanni Michelucci a Pistoia, la fondazione viene costituita nel 1982 con la Regione Toscana e i comuni di Pistoia e Fiesole. Nel 1999 aderisce anche il Comune di Firenze.

La fondazione, dopo 25 anni di attività, è diventata un originale e consolidato punto di riferimento sui temi dell'habitat sociale e del rapporto fra spazio e società: dalla salute all'assistenza, dalla devianza ai problemi legati all'immigrazione e alla convivenza. Oggi la fondazione, in collaborazione con istituzioni culturali e enti pubblici, sta realizzando diversi progetti basati su strategie di intervento innovative rispetto ai più scottanti problemi urbani. Come l'Osservatorio sociale sul disagio abitativo, gestito in collaborazione con la Regione Toscana, che monitora la condizione abitativa e urbana delle popolazioni immigrate, degli istituti penitenziari presenti nella regione e degli insediamenti di Rom e Sinti. In collaborazione con Arci Toscana, la fondazione ha realizzato,





nel 2006, un atlante dell'alloggio sociale e dell'accoglienza in Toscana che raccoglie le più innovative esperienze abitative che coinvolgono soggetti "deboli": anziani, donne in difficoltà, minori, immigrati, profughi, popolazioni Rom, ex detenuti, persone senza dimora o con problemi di dipendenze. Le strutture sono state selezionate secondo criteri che ne evidenziano gli elementi d'innovazione e sperimentazione: la qualità del servizio offerto, il rapporto con i destinatari delle strutture, il personale attivo. In molte occasioni, inoltre, la fondazione si è occupata della relazione tra salute e città. In collaborazione con il Comune di Pistoia, ha condotto uno studio per delineare un nuovo modello di struttura ospedaliera, mentre col Comune di Fiesole, ha realizzato una ricerca per la creazione di una rete di servizi e residenze per gli anziani del territorio comunale. Uno degli ambiti di ricerca più complessi della fondazione è



rappresentato dallo studio sul rapporto città-ospedale e bambini-ospedale. I ricercatori, in collaborazione con l'Azienda Ospedaliera Meyer, hanno condotto uno studio pre-progettuale per la realizzazione del nuovo polo pediatrico, incentrato sul rapporto spazi ospedalieri - bambini. Questo progetto, come gli altri della Fondazione Michelucci, s'inserisce in una strategia urbana di rinnovata attenzione all'infanzia, e s'ispira a un'idea di città non solo fisica, ma sociale, fondata, cioè, su un costante rapporto con la cittadinanza.





FONDAZIONE OSPEDALE MEYER La “casa natia” della pediatria italiana



Aveva smesso di funzionare la Ruota degli Innocenti¹⁶ e Carlo Lorenzini inventava Pinocchio, quando a Firenze nasceva l'ospedale pediatrico Anna Meyer, il primo della regione Toscana dedicato esclusivamente alla cura dei bambini. “L'ospedalino”, come lo chiamavano i fiorentini, costruito grazie a un finanziamento del commendatore Giovanni Meyer tra il 1884 e il 1887, ha rappresentato una tappa di grande rilievo nella storia dell'assistenza all'infanzia: è stata la prima struttura a differenziare la degenza dei bambini da quella degli adulti. Da allora, il Meyer si è imposto come punto di riferimento nel panorama pediatrico italiano, assumendo un ruolo di traino nella riqualificazione della rete di servizi territoriali per la prevenzione e la salute di base. I numeri parlano da soli: 210 posti letto, di cui 50 di day hospital, 7 sale operatorie, 9 sale diagnostiche, 5 mila metri quadrati di giardini sui terrazzi e sul tetto, una superficie complessiva di 32 mila metri quadrati. Un ospedale che, per le soluzioni

biocompatibili, per le accortezze progettuali adottate, per l'utilizzo di materiali semplici e atossici e il vasto impiego del colore e della luce, rappresenta un'assoluta novità nel panorama di edilizia sanitaria italiana. Non c'è ambiente, né il più piccolo dettaglio, che non sia stato pensato per il bambino e la sua famiglia, veri protagonisti del nuovo complesso ospedaliero: il nuovo Meyer vuole essere un ospedale in cui ogni piccolo paziente può sentirsi a casa. Proprio per questo, i caratteri architettonici dell'ambiente sono stati pensati per trasmettere un'idea di equilibrio, rassicurazione, protezione: stanze colorate, spazi non austeri, illuminazione naturale differenziata a seconda della funzione e del luogo, quinte divisorie, mobili di varia forma. Contemporaneamente all'attività clinica, l'Ospedale ha cercato di rafforzare la propria presenza sul territorio. Per raggiungere questo obiettivo si è dotato di una fondazione ad hoc¹⁷ – primo esempio in Italia di una fondazione nata

¹⁶ La “ruota degli innocenti” è uno strumento, una ruota appunto, dove le donne, rimanendo nell'anonimato, potevano abbandonare i loro figli appena partoriti che poi venivano prelevati, curati e allevati da una istituzione che poteva essere una chiesa, un ospedale o un orfanotrofio.



¹⁷ La Fondazione Meyer ha ricevuto numerosi premi tra cui: Premio speciale Profit - no profit, conseguito insieme a Esselunga, nell'ambito del Premio Oscar di Bilancio e della Comunicazione delle Organizzazioni non profit 2002; Primo premio assoluto Impresa e cultura 2002 con il Progetto “Meyer Cultura”.



a supporto di un ospedale pediatrico – a cui affidare la realizzazione di progetti di ricerca, con particolare riferimento alle problematiche psico-pedagogiche del bambino paziente. Le attività principali della Fondazione Meyer sono il miglioramento dell'assistenza e dell'accoglienza dei bambini e delle loro famiglie nell'ambiente ospedaliero, il sostegno a tutti i progetti che qualificano il Meyer sotto il profilo tecnico e scientifico e l'attività di raccolta fondi, realizzata con

moderni strumenti che fanno capo al marketing sociale, alla comunicazione e ai rapporti di partnership fra il settore profit e il non profit. Grazie alle donazioni di privati e di imprese, la Fondazione Meyer è in grado di sostenere la ricerca scientifica, acquistare nuove attrezzature tecnologiche, supportare iniziative di cooperazione internazionale e rendere più confortevole l'ambiente ospedaliero, attraverso progetti di accoglienza. Fra questi, ci sono la presenza di clown e della musica in corsia, le attività della ludoteca, e il Care Toys, il primo laboratorio di ricerca per la progettazione di giochi per l'infanzia e di spazi ludici per le realtà pediatriche. Perfettamente integrata con le scelte programmatiche dell'Ospedale, la fondazione rappresenta un valido sostegno per tutte quelle azioni che danno "valore aggiunto" all'attività del Meyer, rendendolo sempre più qualificato sotto il profilo tecnico-scientifico e sempre più apprezzato e caro all'opinione pubblica.





FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA Creatività in rete



La Fondazione Sistema Toscana nasce nel 2004 per volontà della Regione Toscana e della Banca Monte dei Paschi di Siena, con lo scopo di realizzare un "sistema regionale multimediale integrato" per promuovere la competitività di uno dei territori più evocativi e famosi del mondo.

L'obiettivo è rafforzare e moltiplicare le reti di relazioni esistenti tra i diversi soggetti del territorio toscano, affinché i settori culturale, economico e sociale della Regione si sviluppino in modo forte e coeso, grazie a un sistema di informazione e diffusione della conoscenza capace di accrescere la partecipazione democratica dell'intera cittadinanza. In altre parole, un sistema integrato di comunicazione multimediale in grado di tutelare e valorizzare le specificità, i punti d'eccellenza e le capacità attrattive che identificano la Toscana.

Per promuovere la propria immagine, la fondazione ha scelto come logo la figura della Polyhedra di Leonardo,

perfetta sintesi espressiva dei valori alla base della sua mission.

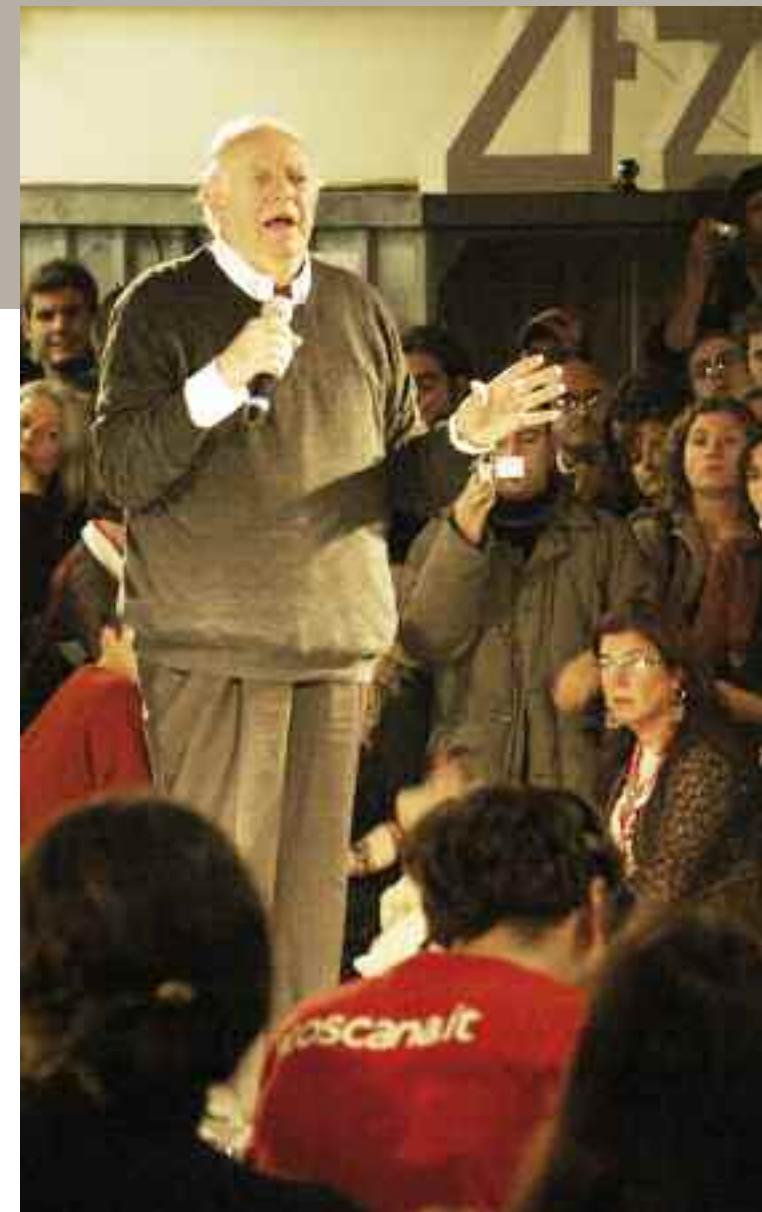
La Polyhedra rappresenta in modo efficace l'ingegno creativo toscano, il valore delle interconnessioni, la versatilità e la molteplicità delle competenze, la propensione all'innovazione, la compresenza di elementi di solidità e apertura.

La fondazione opera principalmente su due fronti: la costruzione e l'aggiornamento continuo del portale intoscana.it e il Festival della Creatività.

Le finalità del nuovo portale internet della Toscana sono molteplici: dalla valorizzazione del patrimonio culturale, economico e sociale del territorio al miglioramento della competitività del sistema regionale, dallo sviluppo della società dell'informazione e della conoscenza alla gestione di servizi innovativi in risposta ai nuovi bisogni dei cittadini e degli utenti. Non da ultimo, forte è l'impegno dimostrato per sostenere l'azione della Regione e delle

istituzioni locali attraverso la promozione e la diffusione dei programmi regionali di e-government. Il Festival della Creatività, giunto quest'anno alla sua seconda edizione, si è affermato come luogo d'incontro dei diversi linguaggi della contemporaneità, come spazio aperto e dinamico in cui la creatività, in tutte le sue forme, è la vera protagonista. Un'iniziativa di grande richiamo, come confermano i dati sull'affluenza di pubblico della passata edizione: 350.000 presenze, il doppio di quella precedente.

Allo scopo di stimolare la partecipazione attiva del territorio, il festival ha attivato numerose collaborazioni con enti e associazioni locali e nazionali. Protagonisti d'eccezione, coerentemente con un approccio molto innovativo, sono gli stessi fruitori del festival che, attraverso l'iniziativa "Your Festival", partecipano con le proprie idee alla costruzione dell'evento. Ogni anno il festival si sviluppa



attorno a un argomento particolare. Quest'anno il filo conduttore è stato il tema "le reti", in tutte le sue possibili declinazioni, dal riferimento al web al fitto intrecciarsi di rapporti umani e ambientali. Il Festival della Creatività è ormai il fiore all'occhiello della Fondazione Sistema Toscana che, non a caso, è

stata segnalata come uno dei casi imprenditoriali di maggior successo nel Rapporto Eurispes sull'Eccellenza in Italia 2007. A pochi anni dalla sua creazione, la Fondazione è riuscita a imporsi fra le prime cento realtà "migliori" del Paese, per capacità d'innovazione, qualità dei processi organizzativi, efficienza e qualità dei

servizi offerti al cittadino. E ora, grazie anche a un innovativo approccio al mercato, aspira a conquistare un'indipendenza economica sempre maggiore. Il tutto seguendo sempre una strategia precisa: puntare sulla sinergia tra territorio, imprese e dimensione istituzionale per valorizzare il profilo economico e imprenditoriale della Toscana e accrescerne il prestigio internazionale. La fondazione, infatti, è inserita in una fitta rete di collaborazioni fortemente radicata sul territorio, che comprende istituzioni pubbliche e soggetti privati legati al mondo del profit, del non profit, della formazione, della ricerca e dell'associazionismo. All'interno di questa rete, Sistema Toscana coordina e integra le diverse attività, ne promuove la visibilità, ma soprattutto individua nuove possibili aree di collaborazione tra i diversi soggetti. Fra i primi a aver risposto in maniera positiva, ci sono i consorzi industriali, le università, i poli tecnologici, le agenzie di promozione e gli Internet Service Provider. La Fondazione Sistema Toscana è oggi una realtà d'eccellenza capace di diffondere un'immagine nuova del territorio e di cogliere la creatività della società contemporanea, leggendo i suoi molteplici linguaggi e dando voce alle sue numerose espressioni.





GIUSTO MANETTI BATTILORO Dove l'oro si fa nuvola

“Artigiano specializzato nella lavorazione di metalli preziosi per ridurli in lamine o foglie sottilissime”. È questa, secondo il dizionario della lingua italiana, la definizione di “battiloro”. Dietro quelle foglie d'oro che decorano palazzi, chiese, oggetti preziosi, così sottili da rompersi con un semplice soffio, c'è un lavoro certosino che richiede raffinata abilità artigiana e tempi lunghissimi. Pochi sanno, infatti, che per trasformare un lingotto d'oro in foglia sono necessarie più di 10 ore di lavoro e grande esperienza. Un'arte antichissima, le cui origini risalgono agli antichi egizi, a cui l'azienda Giusto Manetti Battiloro di Firenze si dedica da più di due secoli. Erano i primi anni del 1800 quando Luigi Manetti rilevò la prima bottega nel centro storico di Firenze. A lui seguì, nella direzione di quella che allora era una piccola attività industriale, il figlio Giusto, da cui l'azienda prende il nome. Fu proprio lui a trasferire il laboratorio in via Ponte alle Mosse, dove tutt'ora ha sede. Gli anni successivi alla prima guerra

mondiale videro la Manetti vivere uno dei periodi più felici della sua storia. Sotto la guida della quarta generazione, l'azienda conobbe un grande sviluppo: apertura ai mercati esteri, forte spinta all'industrializzazione, aumento del numero di dipendenti. Questa fase positiva fu interrotta bruscamente dallo scoppio del secondo conflitto mondiale, durante il quale lo stabilimento fu raso completamente al suolo. Nonostante i gravi danni subiti e l'assenza di molte maestranze maschili, l'azienda riprese a lavorare a pieno regime in pochi mesi. Fu in questo periodo che, grazie alla collaborazione e all'esperienza di tutti i dipendenti, la meccanizzazione iniziò a sostituire parte delle lavorazioni manuali, dando nuovo impulso al processo produttivo. Con la rapida riduzione dei tempi di produzione, l'azienda iniziò a espandersi nei mercati esteri, in Europa e in America. Un successo dovuto alla capacità di garantire una qualità di prodotto decisamente superiore alla

concorrenza del tempo. Da allora, il cammino della Manetti Battiloro non si è più arrestato. Con l'arrivo negli anni '60 di Lapo e Fabrizio Manetti, tutt'ora proprietari dell'azienda, l'attività si è ampliata. Alla storica produzione di foglia d'oro e d'argento si è affiancata la realizzazione della pellicola per impressione a caldo. Si tratta di un sistema di decorazione a secco termo-trasferibile dalle molteplici applicazioni: dalla grafica al packaging industriale, dallo stampaggio di pellami all'industria del mobile. Grazie a una tradizione millenaria e alla capacità di mantenersi sempre al passo con le innovazioni tecnologiche, la Giusto Manetti Battiloro ha saputo conquistare una posizione di leadership mondiale nel suo settore, di cui controlla oltre il 20%. Con due stabilimenti a Firenze, una sede a Milano e Napoli, due aziende consociate in Spagna e Polonia, l'azienda è oggi una realtà consolidata e altamente competitiva.





Lo dimostrano un fatturato di oltre 22 milioni di euro l'anno e gli oltre 150 dipendenti, con un'età media inferiore ai 37 anni.

Nonostante l'attenzione ai mercati esteri e la politica di decentramento, punto di forza dell'azienda rimane il suo radicamento sul territorio: fiorentine sono le sei generazioni che si

sono succedute alla sua guida, fiorentine sono le maestranze che, passandosi spesso il lavoro da padre in figlio, hanno contribuito a tramandare l'arte del battiloro. Ed è proprio questo "sapere contestuale", inimitabile e non trasferibile altrove, che ha permesso all'impresa fiorentina di affermarsi in un mercato sempre più globalizzato.



L'utilizzo di procedure meccanizzate e il ricorso alle nuove tecnologie non hanno completamente cancellato il lavoro artigianale. Alle sapienti mani dei maestri è ancora affidata la cura e il taglio delle sottilissime lamine d'oro e d'argento che da tempo immemorabile vengono utilizzate per decorare e restaurare i più prestigiosi edifici del mondo: dalle sale del palazzo di Caterina II a San Pietroburgo alla galleria di specchi di Versailles, dal teatro La Fenice di Venezia, danneggiato da un terribile incendio nel 1996, a una parte del castello di Windsor, dal Louvre di Parigi alla "palla" del duomo di Firenze, dai grandi alberghi a Dubai e Las Vegas fino alla doratura del New York Life Building. Sempre Manetti Battiloro sono le lamine utilizzate per rifinire il modello di Harley Davidson realizzato dalla casa motociclistica statunitense in occasione del suo centenario.

L'attenzione al territorio si concretizza anche in progetti legati all'ambito sociale, come quello nato da un

accordo con la Provincia di Firenze e Villa Lorenzi, associazione da anni impegnata nella prevenzione e nella riabilitazione del disagio giovanile. Il programma prevede la possibilità, per uno dei ragazzi del centro, di svolgere, una volta raggiunta la maggiore età, un periodo di stage presso Manetti Battiloro.

Questa e altre esperienze dimostrano come l'azienda fiorentina, dopo più di due secoli, continui a essere una realtà in mutamento.

Una nuova generazione, la sesta, è ora al timone dell'azienda: Bernardo, Lorenzo e Jacopo figli di Fabrizio e Niccolò; Angelica e Bonaccorso figli di Lapo. Sono loro, affiancati da un personale qualificato, a garantire la continuità della tradizione, puntando su qualità, stile e tecnologia, da sempre alla base del successo di Manetti Battiloro.





IL CERRO E IL FONDO ETICO E SOCIALE DELLE PIAGGE Microcredito di quartiere

In Italia l'esperienza della "finanza critica" nasce negli anni '70 con le Mag (Mutue di Auto-Gestione), cooperative che raccoglievano sul territorio i risparmi di tante persone per finanziare progetti con finalità etico-sociale. La prima Mag nasce a Verona nel 1978, seguita poi da quelle di Milano, Torino, Venezia e Reggio Emilia. Ed è proprio la mutua emiliana a dare un contributo significativo all'avvio del primo progetto italiano di microcredito, pensato da don Alessandro Santoro, sacerdote e animatore della Comunità di Base delle Piagge, quartiere popolare alla periferia di Firenze (10 mila abitanti). È lui che nel 1998 ha l'idea di istituire una cassa di quartiere a cui attingere per aiutare i vicini in difficoltà, con l'obiettivo di promuovere il superamento della beneficenza in favore del prestito vero e proprio, in un'ottica di investimento nella e per la comunità. A raccogliere la sfida lanciata dal sacerdote ci sono, sin da subito, la cooperativa sociale Il Cerro e appunto la Mutua di Auto-Gestione di Reggio Emilia, che mette a

disposizione del progetto la sua esperienza quindicinale nel campo della finanza etica. Da questa collaborazione nasce, dopo più di un anno, il primo Fondo Etico e Sociale italiano, gestito dalla cooperativa Il Cerro. Caratteristiche fondamentali del progetto sono la partecipazione attiva di tutte le persone coinvolte, risparmiatori e beneficiari; la stretta aderenza al territorio delle Piagge; la volontà di diventare un modello per altre esperienze simili con le quali poter fare rete. Il Fondo è un'esperienza di microcredito ma anche, e forse soprattutto, un'attività di finanza alternativa critica. Critica nei confronti di un sistema bancario e finanziario lontano dalle persone, mosso esclusivamente da interessi economici; critica verso un sistema sociale che più che dare strumenti di autodeterminazione agli individui li rende sempre più dipendenti da strumenti di assistenza. Il meccanismo di funzionamento del Fondo si basa su





un'idea semplice, ma allo stesso tempo rivoluzionaria, se applicata al mondo della finanza: la fiducia. La cooperativa Il Cerro "raccolge" il denaro dalle famiglie del quartiere le Piagge e non solo, e poi lo versa alla mutua che, dietro indicazione dell'assemblea del Fondo Etico e con la garanzia fideiussoria della cooperativa stessa, utilizza i fondi raccolti per finanziare progetti locali o per aiutare persone in difficoltà: famiglie che non hanno i soldi per l'affitto o giovani che non trovano un lavoro fisso. E alle Piagge ce ne sono a centinaia. A chiedere i prestiti sono tutte persone "non bancabili", persone, cioè, che mai riuscirebbero a avere un prestito da un istituto di credito e che, senza un appoggio, non avrebbero un'alternativa e magari rischierebbero di diventare facile preda degli usurai. Il tasso d'insolvenza è zero: tutti coloro che prendono soldi a prestito li restituiscono regolarmente. Il prestito deve essere restituito entro tre/quattro anni, con un tasso d'interesse pari al tasso d'inflazione più

1,5% per il pagamento delle spese gestionali. In pratica, non si applica alcun tasso d'interesse, e è anche questo che differenzia il Fondo Etico e Sociale delle Piagge da altre esperienze di finanza etica. Un istituto di credito, per quanto etico sia, non può permettersi di concedere prestiti al solo tasso d'inflazione. Né può permettersi di prestare soldi a chi non ha garanzie patrimoniali o di solvibilità. L'unica garanzia, nel caso della cooperativa, è la fiducia e la relazione che si instaura tra le persone. Il richiedente deve presentare la fideiussione di due persone (familiari, amici o conoscenti) che garantiscano per lui la totalità del prestito. Chi riceve il denaro è responsabile verso la comunità, ma allo stesso tempo sa che la comunità crede in lui offrendogli il proprio appoggio. Chi presta il denaro, invece, blocca i suoi risparmi per un anno e, oltre a percepire un interesse sulla somma versata, partecipa direttamente alla gestione di tutta la cassa, promuovendo la crescita e lo



sviluppo del proprio quartiere. Oggi Il Cerro conta più di 90 soci, per un totale di 95 mila euro di capitale. Finora i prestiti concessi, per svariati progetti, sono stati 89: dall'agricoltura biologica al giardinaggio, dal recupero e riciclaggio di abiti e oggetti a attività commerciali e di assistenza sociale. Il Fondo Etico e Sociale della Comunità delle Piagge rappresenta una proposta concreta per rispondere ai problemi più immediati degli abitanti del quartiere e per finanziare progetti di promozione del territorio, attraverso il microcredito e l'autogestione, ma soprattutto, antepoendo la relazione umana e lo sviluppo del tessuto sociale al patrimonio e alle garanzie finanziarie. Il Fondo è una risposta all'esclusione: l'importante non è quanto si dà o quanto si riceve, ma il grado di partecipazione alla costruzione di un percorso condiviso di finanza etica e di uso critico del denaro.



IL PUNGIGLIONE L'alveare della solidarietà

Circa 1000 alveari, 4000 metri di superficie coperta lavorativa, 800 quintali di miele biologico a annata. Siamo in Lunigiana, nel Comune di Mulazzo, provincia di Massa Carrara, all'estremo nord della Toscana, dove la cooperativa sociale Il Pungiglione gestisce l'intera filiera del miele, dalla costruzione degli alveari alla produzione e vendita, avvalendosi del prezioso lavoro di una decina di persone provenienti dal carcere, ex detenuti o detenuti che stanno scontando la pena e si trovano in affidamento sociale, in libertà vigilata o agli arresti domiciliari.

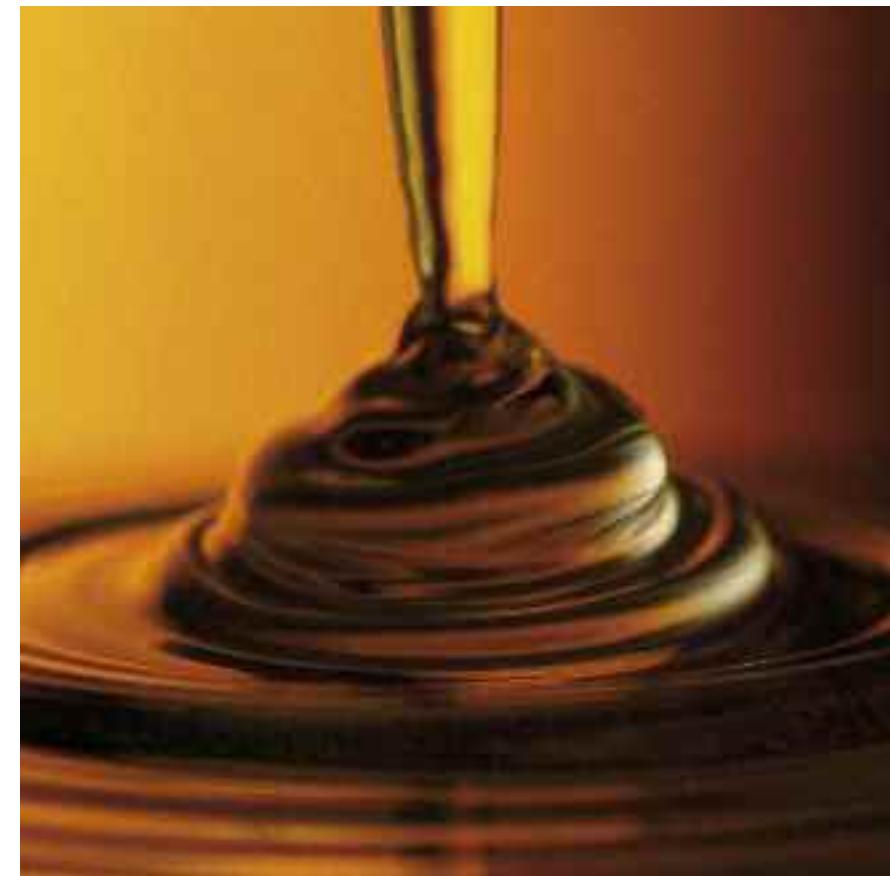
Un progetto ampio, ambizioso, che unisce la ricchezza e la tipicità di una terra pregiata al tentativo di favorire l'inclusione sociale e lavorativa di persone a rischio di emarginazione. Il Pungiglione fa parte del Consorzio "Condividere Papa Giovanni XXIII", che racchiude le cooperative promosse e sostenute dall'associazione riminese Comunità Papa Giovanni XXIII, fondata da don

Oreste Benzi, per promuovere la cultura dell'accoglienza e favorire il reinserimento lavorativo e sociale di persone provenienti in prevalenza dall'area penale e delle tossicodipendenze. All'origine del progetto c'è il lavoro di una coppia di coniugi che gestisce da anni una casa famiglia: sono Mauro e Norina Cavicchioli, i referenti in Toscana dell'associazione Comunità Papa Giovanni XXIII.

Mauro, 51 anni, aveva un lavoro ben pagato alla centrale di produzione di energia elettrica del territorio, mentre Norina, a casa, era impegnata nel difficile lavoro di mamma. Poi è accaduto qualcosa. Galeotto è stato l'incontro con una comunità di tossicodipendenti della zona che ha spinto i due coniugi a impegnarsi direttamente nel volontariato, collaborando con la Caritas di Pontremoli. Il passo successivo è stato l'incontro con il carcere e con i detenuti, ai quali, una volta usciti, Mauro e Norina non hanno esitato a

aprire le porte della propria casa.

Oggi nella casa famiglia Giovanni XXIII abitano in venti: ex detenuti, detenuti in stato di detenzione domiciliare o in affidamento e poi, naturalmente, Mauro e Norina, le rispettive madri, i figli naturali Lisa, Michele e Francesca e l'ultima new entry Lorella, in affidamento. Mauro ha deciso di lasciare il lavoro per dedicarsi completamente ai suoi ragazzi. Il primo problema da affrontare è stato quello di trovare loro un lavoro, per garantirgli un reale percorso di integrazione sociale. Ed è così che è nata l'idea di costituire la cooperativa il Pungiglione, per produrre miele di alta qualità. I ragazzi di Mauro e Norina hanno iniziato a lavorare in un vecchio capannone (ora in fase di ristrutturazione) dove un tempo si fabbricava la dinamite, trasformando in arsenale di pace ciò che una volta era un arsenale di guerra. Gli alveari sono dislocati nei Comuni di Mulazzo, Villafranca Lunigiana, Filattiera, Pontremoli e Aulla. Il progetto, cui



Cavicchioli e la sua famiglia hanno dato la spinta iniziale, ha poi trovato l'appoggio e il sostegno economico degli enti di competenza della zona: i comuni in cui sono collocati gli alveari, la Comunità Montana della Lunigiana, la Provincia di Massa Carrara, l'Asl I di Massa Carrara, il carcere di Pontremoli, il Cssa di

Massa, il Centro Igiene Mentale di Aulla, la Conferenza dei Sindaci, l'Ente Cassa di risparmio di Firenze, le fondazioni della Cassa di risparmio di Carrara, della Spezia, di Lucca, del Monte dei Paschi di Siena, la Fondazione Bancaria. E ancora, l'UE, la Regione Toscana, il Ministero di Grazia e Giustizia e la Caritas italiana.



Una risposta del territorio che ha consentito alla cooperativa di crescere e di affermarsi come una realtà economica di qualità.

Il miele della Lunigiana è il primo miele italiano che ha ottenuto dall'Unione Europea il marchio Dop, Denominazione di Origine Protetta, il massimo riconoscimento della tipicità di un prodotto. Il territorio di produzione comprende 14 comuni della Lunigiana, il cui paesaggio tipicamente montano presenta una vegetazione molto varia, con una particolare diffusione di boschi di acacia e di castagno, essenze vegetali molto pregiate dal punto di vista dell'apicoltura. Le caratteristiche del territorio, unite a una tradizione che risale alla fine del 1400 e al basso grado di industrializzazione, hanno favorito lo sviluppo di un ambiente idoneo all'apicoltura di qualità. Fiore all'occhiello della produzione è un miele di acacia e di castagno con caratteristiche chimico-fisiche e organolettiche eccellenti. I produttori



che hanno aderito alla certificazione Dop sono oggi 25, per un totale di oltre 1800 alveari. Alcuni di loro hanno scelto il doppio marchio di qualità, aggiungendo alla certificazione Dop anche quella dell'Agricoltura Biologica che dà al consumatore ulteriori garanzie circa i metodi di gestione degli alveari e di trasformazione del prodotto.

Quella che è iniziata quasi per scommessa è oggi una bella realtà: il miele di acacia e di castagno Dop della Lunigiana, ottenuto grazie a tecniche di produzione biologiche, è conosciuto in tutto il Paese, grazie alle grandi catene di distribuzione commerciale (Esselunga, Coop, Standa) e alla capacità di attrarre altri apicoltori del territorio. La cooperativa punta ora al salto di qualità. Per il momento è in grado di offrire ai ragazzi ospitalità e l'opportunità di impegnarsi in un'iniziativa che cresce e sta dando soddisfazioni, ma la prospettiva, nel lungo periodo, è di creare veri e propri posti di lavoro.





IVV - COOPERATIVA INDUSTRIA VETRAIA VALDARNESE La forma toscana del vetro artistico



Si può competere nella globalizzazione, senza perdere il radicamento nel territorio, si può avere un forte legame con le comunità locali e saper, contemporaneamente, proiettarsi nella dimensione internazionale. Si può essere, in una sola parola, glocal. È questo in sintesi il percorso che la Cooperativa Industria Vetraria Valdarnese ha compiuto negli ultimi cinquant'anni, da quando, nel 1953, fu fondata per reintegrare un gruppo di maestri vetrai rimasti senza lavoro dopo la chiusura della Vetreria Ivi-Taddei. Quello del legame con il territorio valdarnese e con la sua lunga tradizione nella lavorazione del vetro è il filo rosso che accompagna tutta l'esperienza della Ivv. Una storia nel segno della continuità nella produzione e nel rapporto con i soci, ma allo stesso tempo, innovativa nell'approccio al mercato e nel rapporto con la comunità. Un'artigianalità di alto pregio, basata sulla lavorazione a mano e la soffiatura a bocca, un design raffinato totalmente

ideato dall'ufficio progettazione interno, il continuo rinnovamento della gamma grazie anche al lavoro del laboratorio sulle nuove tendenze e una spiccata creatività hanno fatto dei prodotti di Ivv un'eccellenza dell'handmade in Italy affermata nel mondo. Dalla Russia al Giappone, dall'Australia agli Stati Uniti, dalla Francia alla Germania, gli oggetti in vetro soffiato della cooperativa hanno conquistato consumatori stranieri che ricercano la qualità e apprezzano prodotti interamente artigianali. Una costante attenzione al mercato internazionale, senza perdere di vista, però, la realtà di un distretto su cui, come su altri, è soffiato il vento della crisi. E a questa congiuntura negativa Ivv ha risposto investendo sempre più nella creazione di nuove competenze professionali e manageriali, grazie a una formazione costante, alla partecipazione a corsi di aggiornamento da parte di progettisti, tecnici e vetrai, e a una stretta collaborazione con maestri provenienti da varie parti del mondo.





Il tutto per garantire la continuità e lo sviluppo di un settore che ha proprio nel capitale umano il suo punto di forza. Occorrono in media 10 anni per trasformare un giovane apprendista in un maestro vetraio: un processo lungo che richiede dedizione, pazienza e un profondo attaccamento al mestiere. Ma la vera innovazione di Ivv è l'approccio al mercato: già a partire dagli anni '70, la cooperativa ha creato una rete di vendita diretta, tanto in Italia quanto nei principali mercati esteri, eliminando ovunque possibile l'intermediazione di grossisti e distributori, e ottenendo uno stretto controllo sulla qualità della distribuzione così come feedback precisi, immediati e diretti da parte dei rivenditori.

E i risultati premiano questa strategia. Ivv è oggi una realtà solida con un fatturato di circa 16 milioni di euro, più di mille negozi concessionari in Italia e altrettanti all'estero, oltre 140 addetti, quasi tutti soci, una buona capacità di auto-finanziare i propri investimenti, la

consapevolezza del proprio ruolo all'interno della comunità locale, testimoniato anche dal bilancio sociale che viene pubblicato ogni anno e dalle certificazioni sulla qualità, fra cui le Uni En Iso 9001/2000 e 14001.

Alla fine del 2005, la cooperativa ha ottenuto anche la certificazione SA8000, nella convinzione che le proprie attività debbano perseguire un giusto equilibrio fra sostenibilità economica e ambientale.

Una scelta, questa, determinata dalla consapevolezza che oggi la forte concorrenza di molte imprese straniere poggia sul basso costo della manodopera e sull'assenza di tutele per i lavoratori. Combattere tali pratiche, attraverso comportamenti trasparenti e socialmente responsabili, è uno dei modi per contrastare questi concorrenti, anche a fronte di un mercato in cui è sempre maggiore il numero di consumatori che privilegia, nelle decisioni di acquisto, quelle imprese che esprimono valori nei quali è possibile identificarsi.



Già dagli anni '80 Ivv si è impegnata nella ricerca di soluzioni tecniche che permettano una crescita in termini di qualità dei prodotti, ma anche di tutela dell'ambiente, sia interno che esterno. In questo quadro rientra la decisione di non utilizzare il piombo (che è il componente base del cristallo), rinunciando al fittizio valore aggiunto che il cristallo rappresentava per molti consumatori, a favore della purezza e della qualità di un vetro realizzato con sabbie sceltissime. Coerentemente con questo indirizzo, Ivv ha costantemente lavorato per la messa a punto di elaborazioni di vetro colorato che utilizzano componenti a basso impatto, sia sull'ambiente che sulla salute dei lavoratori. Un'ulteriore scelta a favore della qualità.





L'OSPITALE DELLE RIFIOIENZE L'altra Firenze

Firenze, come raccontava il Buontalenti, è la città del "buon'occhio" e della "cattiva lingua", merita una scoperta lenta e consapevole, fuori dai percorsi tradizionali. È una delle città più turistiche d'Italia e offre moltissime strutture alberghiere, gestite da privati e da istituzioni cattoliche. Come in ogni città, tuttavia, rivela spazi inutilizzati che sfuggono tanto all'occhio del turista quanto a quello dei cittadini. Ma non ai cinque (oggi sei) giovani fiorentini, che nel 2005 hanno fondato l'Associazione di Promozione Sociale l'Ospitale delle Rifioienze, con l'obiettivo di ristrutturare e convertire in ostello un ex convento che da un po' di anni veniva utilizzato dal Comune di Firenze per ospitare le persone senza fissa dimora nei periodi più freddi dell'anno. Il nome dato alla struttura – Ospitale delle Rifioienze – racchiude in sé il senso del progetto. "Ospitale" perchè l'ex convento non è un semplice complesso turistico, ma offre un'ospitalità a tematica sociale. "Rifioienze" per ricordare che Firenze è la città del fiore e che questo luogo è la

testimonianza del volto migliore della città. I sei fondatori dell'Associazione, Luca Biggeri, Lorenzo Santangelo, Mara Butera, Francesco Gherardi, Tommaso Cenni, Caterina Bonaiuti, animati dal desiderio di "appropriarsi" della propria città e di svelare spazi nascosti e spesso trascurati, hanno potuto realizzare il loro progetto grazie al sostegno del gruppo Mani Tese di Firenze, una delegazione della nota ONG, e del Cesvot. Ma non è finita qui: nel 1996, il gruppo dell'Ospitale, costituito da 90 volontari, ha iniziato a agire con maggiore autonomia, acquisendo una propria identità giuridica e relazionandosi direttamente con gli interlocutori locali. E oggi è proprio l'Associazione di promozione sociale Ospitale delle Rifioienze, in collaborazione con Manitese-Firenze e il Comune, e in partenariato con la Fondazione Responsabilità Etica, la Caritas, la Cooperativa Riciclaggio e Solidarietà e l'Educatario Fuligno, a coordinare la gestione della struttura, a dimostrazione della capacità di fare rete del territorio.





Oggi l'ex convento continua a offrire ospitalità ai senza fissa dimora durante l'inverno, ma da aprile a ottobre si trasforma completamente, diventando un centro di volontariato e accoglienza nazionale e internazionale. A ispirare il progetto è l'idea di un turismo diverso, sociale e sostenibile: l'associazione accoglie i turisti, li accompagna a scoprire una città fatta non solo di monumenti e musei, ma anche di persone; fa interagire i suoi ospiti con i cittadini, li educa a un turismo responsabile. All'interno della struttura si utilizzano prodotti del commercio equo e solidale e si impiegano forme di risparmio energetico. Per chi vuole conoscere la città contemporanea e solidale, c'è la possibilità di partecipare a percorsi tematici: si può scegliere tra la visita delle botteghe artigiane e la scoperta della Firenze multietnica. L'Ospitale, inoltre, è un centro del volontariato nazionale e internazionale: offre i suoi spazi per diversi convegni e dibattiti. Luogo d'incontro, di attività associative e ostello "equo e solidale"

dotato d'ogni comfort, dall'internet-point alla biblioteca, dal noleggio bici ai pasti biologici, l'Ospitale è una struttura innovativa che funziona come centro propulsore di diverse attività, anche grazie alla sua collocazione in una zona centrale della città e a una gestione a basso costo che permette di offrire i propri spazi a prezzi veramente economici. Oggi l'Ospitale è un posto "diverso e alternativo", ma pienamente integrato nell'offerta turistica fiorentina. Il suo successo, determinato anche dal passaparola, è dimostrato dai 1860 soci dell'associazione. Nella scorsa stagione, da luglio a settembre, l'ostello ha ospitato una media di 50-60 persone a notte, coprendo ampiamente i costi dell'attività. Intanto i progetti si stanno ampliando. Fra questi, di particolare interesse è la creazione di una rete con altre organizzazioni (La Cité, Pop Cafè, Associazione Tangram) con cui l'Ospitale già collabora, per rendere il quartiere San Frediano, il più popolare di Firenze, sempre più vivo.



MUSEO DEL TESSUTO Trame di futuro

Quarantamila addetti, ottomila aziende che esportano tessuti in tutto il mondo, una superficie di 700 km quadrati: sono questi i numeri del distretto tessile di Prato, che unisce il valore di una storica tradizione alla leadership dell'industria di settore. È proprio qui che nasce Il Museo del Tessuto, espressione di una realtà cittadina che dal Medioevo mantiene viva la sua vocazione tessile.

Questa innovativa struttura rappresenta un unicum nel panorama italiano: è, infatti, l'unico museo dedicato interamente all'arte e alla tecnologia tessile.

Istituito nel 1975 a seguito di una ricca donazione del collezionista Lorianò Bertini (oltre 600 pezzi), il museo conserva oggi un patrimonio tessile di estremo interesse per qualità e varietà. Le sue collezioni si sono arricchite nel tempo grazie a apporti pubblici e privati fino a raggiungere un insieme di oltre 6000 campioni di tessuti provenienti da tutto il mondo e databili dal V sec. d.C. a oggi.

Il nuovo museo è ospitato all'interno dell'ex "Cimatoria Campolmi Leopoldo e C.", un ex opificio tessile, con duecento anni di storia industriale alle spalle, che è stato di recente restaurato. La fabbrica, simbolo dell'orgogliosa industria tessile pratese e bell'esempio di architettura industriale, è stata acquistata quindici anni fa dal Comune di Prato allo scopo di creare un museo dedicato al tessuto che si caratterizzasse per un approccio innovativo. E così è stato. Il museo, moderno esempio di dialogo culturale tra arte tessile, territorio e industria, guida il visitatore attraverso un percorso che dalla creazione del panno in epoca medievale conduce sino all'odierno rapporto industria tessile/alta moda.

L'esposizione è arricchita dalla videoproiezione di immagini artistiche e storiche che ricreano le suggestioni e l'atmosfera in cui i tessuti sono stati progettati, realizzati e utilizzati nel corso dei secoli.

Il percorso della mostra continua





illustrando alcuni momenti significativi della straordinaria storia che lega il territorio alla produzione tessile e si conclude nella sezione contemporanea. Qui sono presentate in anteprima le ultime tendenze del distretto tessile pratese e le novità in campo internazionale, a disposizione degli occhi e delle mani dei visitatori prima della loro diffusione commerciale. Accanto alle esposizioni permanenti, il museo promuove una fitta agenda di iniziative e eventi per sostenere la cultura del tessile. Come la mostra dedicata alla più evocativa delle lane, il kashmir; nella quale, grazie alla collaborazione con molte aziende del distretto pratese, è stato creato un percorso che coinvolge i cinque sensi. O ancora la recente mostra "Prato come me - Atmosfere malapartiane", organizzata in occasione del cinquantesimo anniversario della morte dello scrittore Curzio Malaparte. E se questo evento è un altro esempio di riuscita interazione tra il museo e il territorio, la mostra

"Woven Spendor" ospitata al MoDA (Museum of Domestic Design & Architecture di Londra), è frutto di un accordo, sancito nel 2003, tra il Comune di Prato e la Middlesex University. La rete di collaborazioni internazionali del Museo del Tessuto comprende anche la "Tela di Aracne", un progetto che prevede il coinvolgimento di 5 paesi del Mediterraneo (Italia, Spagna, Francia, Grecia e Tunisia) nella creazione di innovativi prodotti tessili. La partnership, frutto di sinergie tra culture produttive diverse, si propone anche di valorizzare le capacità professionali femminili. Il Museo del Tessuto si rivela, quindi, come luogo dinamico, in cui il forte legame con il territorio s'intreccia a un'apertura verso il futuro e in cui le politiche a sostegno del tessile si affiancano alla cultura. Un'istituzione che è ormai una presenza importante per la città e per i suoi abitanti, nonché un punto di riferimento per l'industria di settore.





NUOVO FUTURO E CONSORZIO SOCIALE IL TIRRENO Accompagnare il tempo

Era il 1991 quando in Italia uscì la legge sulle cooperative sociali, ma in Toscana erano già presenti molte realtà che si definivano così. Le avevano costituite gruppi di cittadini, associazioni di genitori, rappresentanti del mondo del volontariato: tutte persone che rifiutavano l'apatia e l'indifferenza nei confronti delle categorie sociali più svantaggiate e che credevano possibile un'economia più solidale e partecipata. Fra queste cooperative ante litteram c'era anche Nuovo Futuro.

La sua storia comincia nel 1980, a Rosignano Solvay in provincia di Livorno, quando tre storiche cooperative decidono di dar vita a un consorzio per realizzare progetti di riqualificazione del territorio attraverso un lavoro di rete.

Da allora il Consorzio Nuovo Futuro si occupa di handicap, assistenza domiciliare, terapia occupazionale e pre-formazione professionale, gestendo un centro diurno e una casa famiglia per conto dell'Asl, e occupandosi della formazione del personale e del

rapporto diretto con gli utenti: disabili, anziani, minori con difficoltà.

Il suo punto di forza è un approccio basato sull'integrazione sociale: gli ambienti ricreativi e di lavoro gestiti dal consorzio s'intrecciano e dialogano quotidianamente con i percorsi lavorativi e di vita di tutti noi, secondo una concezione d'apertura al "diverso" contemporanea e concreta.

Questa è la filosofia che ha ispirato la realizzazione del progetto la Fattoria di Castello: una residenza sanitaria nata per accogliere anziani e disabili. Villa settecentesca di proprietà del Comune di Castelnuovo della Misericordia, in provincia di Pisa, questa struttura rappresenta un bell'esempio di recupero per fini sociali di un bene architettonico che, grazie a un sapiente intervento di ristrutturazione, è stato restituito alla cittadinanza. L'idea della Fattoria di Castello ha preso forma nel 1997 quando, grazie all'opportunità concessa dalla Regione Toscana e dalla Comunità Europea attraverso appositi finanziamenti¹⁸, il consorzio ha deciso di



¹⁸ Bando comunitario OP.2 per il recupero d'immobili d'interesse architettonico-storico-urbanistico da destinarsi a uso sociale nella precisa ottica dei servizi per le famiglie, con lo scopo di favorire le opportunità lavorative della componente femminile.

investire nella riqualificazione e conversione della struttura in una RSA, residenza sanitaria assistita.

La proprietà è rimasta al comune di Castelnuovo della Misericordia, mentre Nuovo Futuro ne cura la gestione in base a una concessione di 30 anni.

Il finanziamento ha coperto il 60% dei costi; per la parte rimanente, il consorzio ha investito le proprie risorse e ha coinvolto le realtà territoriali. L'opera di riqualificazione è stata portata a termine grazie alla collaborazione con il Comune e alla costituzione, insieme alle cooperative Di Vittorio di Massa e Zenit di Firenze,¹⁹ del Consorzio Sociale Il Tirreno, che ha poi acquisito una propria identità giuridica per continuare a gestire la residenza. Oggi il consorzio è una bella realtà del non profit con un fatturato di 1 milione e 400 mila euro.

La residenza, inaugurata nel 2001, è nata per accogliere, in un ambiente protetto e familiare, quaranta tra anziani e portatori di handicap. Il bacino d'utenza è piuttosto vasto: comprende l'intera Bassa Val di Cecina con i comuni di Rosignano Marittimo, Bibbona, Casale Marittimo, Castagneto Carducci, Castellina Marittima, Cecina, Guardistallo, Montescudaio, Riparbella e Santa Luce. Per comprendere cosa si intenda per "qualità della vita"

dell'anziano, è sufficiente vedere la residenza, una vera e propria casa "aperta" in cui, in futuro, potranno trovare spazio anche altre persone e altre attività. L'obiettivo finale è, infatti, quello di creare una struttura che vada al di là dalla "normale" residenza sanitaria e che restituisca la villa alla cittadinanza.

La Fattoria di Castello è anche una risorsa economica e sociale per il territorio: attualmente vi lavorano 36 dipendenti, soprattutto donne, fra operatori socio-assistenziali, infermieri professionali e diversi collaboratori che si occupano d'attività sociali e ricreative, come gite turistiche per gli anziani, concerti e molto altro.

Il consorzio si trova oggi a affrontare la seconda fase della sua sfida: quella di gestire un progetto sociale, assistenziale e economico che vuole integrarsi con tutto il territorio di Castelnuovo e della Bassa Val di Cecina. Con il recupero strutturale della Fattoria di Castello si è restituito al patrimonio collettivo un bene prezioso per tutta la comunità, e è iniziata una fase importante: quella dell'apertura a tutta la cittadinanza. È questa la novità: sperimentare nuove forme di partecipazione, di incontro e di comunicazione con l'esterno per legare quella che da sempre è stata considerata la "marginalità" al mondo vissuto della "normalità".



¹⁹ Il Consorzio Zenit di Firenze è stato costituito nel 1989 da un gruppo di cooperative sociali e di servizi, alcune delle quali già attive sin dal 1981. Il consorzio opera nell'ambito dei servizi alla persona con attività socio-educative, socio-assistenziali, socio-sanitarie, riabilitative e della formazione. La Cooperativa Di Vittorio di Massa, istituita nel 1995, rappresenta oggi la più grande realtà della cooperazione sociale toscana, ed è caratterizzata da una articolata e solida attività di progettazione ed erogazione di servizi socio-assistenziali ed educativo-riabilitativi.



OPD - OPIFICIO DELLE PIETRE DURE

La clinica del patrimonio artistico nazionale



Una vera e propria "officina del restauro". È l'Opificio delle Pietre Dure, che da più di trecento anni si prende cura del patrimonio artistico nazionale.

Istituito nel 1588 per volere di Ferdinando I de' Medici come manifattura di corte per la lavorazione di arredi in pietre dure, l'Opificio è oggi un moderno centro di eccellenza attivo nella conservazione, nella ricerca e nella didattica, capace di restaurare una media di 120 opere l'anno.

Momento cruciale per la crescita del centro è stato, paradossalmente, uno degli eventi più drammatici della recente storia fiorentina: l'alluvione del 4 novembre 1966. Fino a quella data, infatti, l'Opificio conservava la sua antica specializzazione nella cura delle opere lapidee e dei mosaici.

Ma quando, a seguito della catastrofe, da tutto il mondo accorsero le migliori maestranze del restauro per salvare l'immenso patrimonio cittadino duramente danneggiato, l'Istituto divenne la base operativa per qualsiasi

intervento sulle opere d'arte.

Il passo successivo per la sua evoluzione è datato 1975, anno in cui è stata varata la legge che annetteva all'Opificio tutti i laboratori fiorentini di restauro di pertinenza statale e vi istituiva una delle due scuole ufficiali di restauro in Italia.

Il centro può contare oggi su un ricco organico che ne fa uno dei più grandi laboratori d'Europa: 130 persone tra storici d'arte, restauratori, esperti scientifici, addetti di laboratorio, tecnici, impiegati, personale amministrativo e ausiliario. Tre le sedi a Firenze: quella storica di via degli Alfani, quella, recentemente restaurata, della Fortezza da Basso e la Sala delle Bandiere in Palazzo Vecchio. Parte dell'attività si svolge anche all'esterno, sia sotto forma di cantieri operativi che di consulenze tecnico-scientifiche.

Grazie alle sue competenze, l'Opificio è diventato un punto di riferimento nel panorama nazionale e internazionale del restauro.





Molte le commesse prestigiose, come i progetti di ricerca e le indagini diagnostiche per la National Gallery di Londra, il Getty Conservation Institute, il Metropolitan Museum of Art di New York e il Prado di Madrid. O ancora il restauro della famosissima Porta del Battistero di Firenze, il capolavoro di Lorenzo Ghiberti che



alla fine del 2008 sarà esposta nel museo cittadino dell'Opera di Santa Maria del Fiore. L'attività dell'istituto si articola per settori di restauro e di ricerca individuati in base ai materiali costitutivi delle opere d'arte. Alcuni laboratori – come quelli che si occupano di materiali archeologici, di materiali lapidei, di mosaico e pietre dure – hanno seguito la storia e l'evoluzione stessa dell'Opificio. Altri settori, invece, sono di più recente istituzione, come quello che si occupa dei bronzi e delle armi antiche fondato nel 1975, o quello di restauro di materiali tessili, nato nel 1982. Antichi o recenti che siano, i laboratori si distinguono per attività di ricerca, moderne tecnologie, senso estetico e operatori qualificati di altissimo livello. Non c'è materiale che non possa essere "curato" all'interno dell'Istituto. Ulteriore elemento di forza dell'Opificio è il Dar (Laboratorio scientifico di Diagnostica, Analisi e Ricerca), creato all'interno dell'istituto nel 1975 allo scopo di svolgere attività diagnostiche e di ricerca nell'area della conservazione, secondo un approccio rigorosamente scientifico che unisce fisica, chimica e biologia. L'attività di questo laboratorio è perfettamente integrata con le diverse Sezioni di Restauro dell'Istituto, oggi ben 12 e, per quanto riguarda la didattica, con la Scuola di

Alta Formazione.

Carattere essenziale del lavoro dell'Opificio è la capacità di aprirsi all'esterno. Lontano dall'essere un istituto autoreferenziale, esso è un centro articolato, sempre attento alla ricerca multidisciplinare e alla comunicazione. Una sezione dell'Opificio ospita l'originale museo in cui vengono esposti strumenti di restauro, documenti sulle tecniche utilizzate, e centinaia di creazioni artistiche realizzate con pietre dure e marmi diversi, raffinati esempi di un'arte antica che continua a rinnovarsi, conciliando tradizione e innovazione. Più che una vera e propria collezione, l'esposizione è un "racconto" che ripercorre il cammino dell'Opificio attraverso i tre secoli della sua prestigiosa attività. E poi ci sono le molte iniziative culturali organizzate e gestite dall'Ufficio Promozione Culturale: mostre, convegni, conferenze, pubblicazioni. Fra queste, va ricordata *OPD Restauro*, la rivista che dal 1986 pubblica annualmente gli approfondimenti di studio, i risultati delle ricerche, i lavori di restauro più importanti e le iniziative culturali legate alle attività dell'Istituto. L'esperienza dell'OPD dimostra come sia possibile poter unire tradizione, qualità e alta professionalità, il tutto a disposizione dell'arte, in lotta contro il tempo.





ORT - ORCHESTRA REGIONALE TOSCANA Le note dell'eccellenza

Anche la musica "seria" per eccellenza può liberarsi del suo manto di austerità diventando stimolante, creativa, divertente. Girare dietro le quinte di un teatro e cogliere i rilassati momenti delle prove di un concerto può essere un'occasione piacevole per entrare a più stretto contatto con i musicisti. Ogni musica è figlia del suo tempo, della sua cultura, delle relazioni tra tradizione e innovazione e solo un'approfondita conoscenza di tutti questi aspetti permette a chi ascolta di coglierne appieno la genialità, la passione e la tecnica.

Tutto questo può accadere anche se gli ascoltatori sono giovani studenti fiorentini delle scuole superiori, come dimostrano gli ottimi risultati raggiunti dall'ORT, Orchestra Regionale Toscana, fondata a Firenze nel 1980 su iniziativa di Regione Toscana, Provincia di Firenze e Comune di Firenze.

Fiore all'occhiello dell'orchestra è l'innovativo programma di didattica musicale basato sulla pratica dell'ascolto e sulla partecipazione alla

produzione musicale, che l'ORT propone attraverso percorsi musicali differenziati. Nell'anno 2006-2007 l'iniziativa ha incluso, a esempio, l'ascolto dal vivo di concerti del teatro Verdi di Firenze, preceduto dal lavoro preparatorio svolto in aula, fatto di lezioni frontali, seminari, attività di ricerca. La volontà di avvicinare il pubblico giovanile alla musica classica – obiettivo primario dell'orchestra – non si esaurisce solo nei progetti dedicati alle scuole superiori. Dal 1984, l'ORT dedica ai più piccoli un appuntamento annuale che comprende tre produzioni concertistiche o di teatro musicale preparate ad hoc. L'attività didattica, in questo caso, non punta solo a educare i giovani all'ascolto, ma anche a coinvolgerli attivamente: gli stessi ragazzi delle scuole elementari e medie diventano drammaturghi e musicisti, attori e cantanti, affiancati da professionisti che li guidano nella messa in scena delle piccole opere da loro prodotte nei laboratori musicali di scrittura e drammaturgia.



La risposta degli istituti scolastici è stata davvero positiva, come dimostrano i 12.000 ragazzi che hanno preso parte all'iniziativa l'anno passato. Dal 1998, l'ORT ha sede nell'ottocentesco Teatro Verdi di Firenze di cui è diventata proprietaria. L'acquisto di una struttura così importante per la vita culturale della

città di Firenze ha rappresentato la chiave di volta per la Fondazione: da un lato ha consentito una maggiore tranquillità finanziaria nella definizione della programmazione concertistica, dall'altro ha funzionato come ulteriore stimolo a accrescere la qualità dell'offerta. Prove e concerti si svolgono all'interno di questo spazio



per poi essere diffusi via etere grazie a Radio Rai Tre. Allo stesso tempo, numerose sono le presenze dell'ORT nelle programmazioni musicali di teatri, centri culturali e università del territorio toscano, nazionale e internazionale.

Grazie alla passione per la musica barocca e all'attenzione per la musica contemporanea meno eseguita, l'ORT si è costruita una propria specificità culturale nel panorama musicale italiano. Attraverso artisti di fama internazionale e un calendario che spazia dai classici "inediti" fino al Novecento storico, l'orchestra cerca di coniugare la ricercatezza delle opere in programma con l'esigenza di raggiungere un pubblico il più ampio e diversificato possibile, facendo propria la "contaminazione" dei generi che spesso ha dato vita anche a interessanti produzioni discografiche.

Dopo quasi 27 anni di attività, l'Orchestra è oggi una struttura moderna che unisce alla qualità della sua produzione un approccio di tipo imprenditoriale che pone molta attenzione alla comunicazione e al marketing. La ricca attività di promozione si basa sia su strumenti tradizionali, come politiche di prezzo differenziato per fasce di età e abbonamenti personalizzati, sia su strumenti più innovativi, come, a esempio, il trasporto gratuito per i residenti della provincia di Firenze.

Le fonti di finanziamento sono sempre più diversificate: oggi il 31% delle risorse provengono da contributi privati, mentre il 69% da sovvenzioni pubbliche, regionali e nazionali. Per quanto riguarda le politiche di fund raising, il progetto più importante è il Club delle Imprese, nato con l'obiettivo di aumentare gli investimenti privati e il numero delle persone che frequentano abitualmente il teatro. L'iniziativa prevede prezzi agevolati per il personale delle varie aziende, la possibilità di affittare gli spazi del teatro e della sua orchestra a prezzo di costo, l'organizzazione di seminari a tema rivolti alle imprese. In due anni il numero di aziende che ha aderito supera la decina: si tratta soprattutto di medie aziende nazionali, con sede nel territorio toscano. Con questo progetto l'ORT ha voluto comunicare agli stakeholders un'idea di "accessibilità" e maggior fruibilità della sua offerta culturale.

Il legame con il territorio, oltre alla collaborazione con le imprese, si fonda su contatti costanti con le amministrazioni locali, grazie a cui si favorisce il coordinamento delle attività musicali della Toscana e gli scambi nazionali e internazionali che hanno portato l'ORT a esibirsi nei più importanti teatri del mondo. Un lavoro completo, anzi, qui è il caso di dirlo, "a regola d'arte".



PERINI NAVI

Creatività e innovazione per l'easy sailing



Qualità, innovazione e una lunga tradizione marinara alle spalle. Sono queste le caratteristiche principali della nautica da diporto in Toscana. E i numeri confermano il "peso" del settore: 1200 imprese, più di 5mila addetti, circa tre miliardi di euro di fatturato, per gran parte realizzato sui mercati esteri, 23 mila posti barca tra porti turistici e approdi, otto nuovi porti in costruzione. Una vocazione manifatturiera e imprenditoriale che vede la compresenza di grandi cantieri e di numerosissime piccole imprese operanti nella produzione di componenti e servizi specializzati. Un felice connubio fra competenze di tipo tecnologico e un know-how artigianale che ha sempre dato ottimi risultati in termini di qualità e bellezza dei prodotti. C'è chi in questo settore consolidato, e a prima vista piuttosto tradizionale, ha saputo rompere gli schemi, introducendo un nuovo modo di concepire la navigazione a vela. Si tratta di Fabio Perini, imprenditore lucchese titolare degli omonimi cantieri

navali con sede a Viareggio. A lui si deve l'idea dell'"easy sailing", la costruzione di velieri di grandi dimensioni gestiti in modo ottimale da un equipaggio ridotto, grazie alla totale automazione delle manovre, dell'avvolgimento e dell'apertura delle vele. Un'invenzione che affonda le radici non, come si potrebbe pensare, nel sofisticato know-how della nautica, bensì in quello del cartario. Fabio Perini nasce come imprenditore della carta, proseguendo la lunga tradizione di famiglia. Fin da giovane dimostra una notevole capacità di intuizione: a soli 17 anni crea un automatismo in grado di tendere i feltri delle macchine della carta, un'innovazione tecnologica destinata a cambiare l'industria cartaria. Poi è la volta dell'avvolgimento periferico, un nuovo metodo che porta la sua impresa a imporsi sul mercato mondiale come leader nella produzione di macchinari per il converting tissue. Ma, nonostante i successi raggiunti nel cartario, Perini continua a nutrire un'altra grande passione: quella per le barche a vela.



Fotografie di Giuliano Sargentini & Emilio Bianchi.

Decide perciò, all'inizio degli anni '80, di tentare la strada della diversificazione, fondando un cantiere per la costruzione di barche di grandi dimensioni, con una caratteristica del tutto nuova: quella di poter essere manovrate da una sola persona. Sfruttando un progetto messo a punto per la produzione della carta, Perini realizza quello che in gergo tecnico viene

denominato "reel captive winch" – un verricello elettrico a controllo elettronico per il controllo delle scotte – grazie al quale anche una barca di 40 metri può essere governata da una sola persona. Il tutto grazie all'introduzione nel settore della vela di strumenti meccanici tipici dell'industria cartaria – gli avvolgitori dei macchinari per la produzione della

carta – opportunamente modificati per essere adattati alla nuova realtà produttiva. Un vero e proprio crossover tecnologico fra settori diversi che ha portato con sé anche una piccola rivoluzione culturale: un nuovo modo di pensare la barca a vela in cui è lo stesso armatore a avere la possibilità di condurre la propria imbarcazione autonomamente. Ma non solo.

La creazione di questo nuovo sistema di manovra – diventato ormai uno standard per l'intera cantieristica mondiale – si è tradotta nella creazione ex novo di un segmento di mercato che ha permesso a Perini di sbaragliare la concorrenza. Grazie alla spiccata capacità innovativa, alla qualità delle imbarcazioni, al loro comfort e all'eleganza degli interni, Perini Navi è diventato in poco tempo leader indiscusso dell'industria delle grandi imbarcazioni a vela, realizzando quasi il 60% delle navi oltre i 150 piedi. Oggi l'impresa viareggina conta una flotta di 42 imbarcazioni prodotte e il suo successo è confermato da un portafoglio che, da qui al 2010, vanterà commesse per un valore totale di oltre 200 milioni di Euro. Le navi attualmente in costruzione sono 12, un unicum nella realtà dei grandi yacht a vela. Inoltre il fatturato annuo di Perini Navi, in poco più di dieci anni, si è quadruplicato, passando da 20 milioni di euro del 1996 agli attuali 95. Nel frattempo l'azienda si è anche ingrandita, grazie a una politica di acquisizioni mirate, e oggi può contare su



strutture produttive situate in Turchia (Perini Istanbul - Yildiz) e nel golfo di La Spezia (Cantieri Navali Beconcini) e su un ufficio commerciale negli Stati Uniti (Perini Navi USA - Newport, Rhode Island). Un successo raggiunto anche grazie alla ricerca di tecnologie avanzate per assicurare, nelle condizioni più critiche, il comfort, la necessaria manutenzione e la sicurezza di navigazione. Le aree di ricerca e sviluppo di maggior interesse per il cantiere sono attualmente la riduzione del peso e la crescita delle performance offerte, grazie a un'attenta progettazione e ottimizzazione delle tecniche di costruzione di tutte le attrezzature veliche e la costante ricerca di materiali più leggeri. L'ultima produzione, "Salute", un mega sailer lungo 56 metri, monta l'albero più alto del mondo mai realizzato in alluminio: misura 75 metri, come un palazzo di 24 piani. È di 19 metri più alto della Torre di Pisa.

Un'altra rivoluzione targata Perini Navi.





POLIMODA L'officina dei talenti

Creatività e sapere come perni attorno a cui ruoterà l'economia del futuro. Sono in molti a scommetterci. La capacità di produrre idee, conoscenze e innovazione viene sempre più considerata come fonte del vantaggio competitivo. Per questo, i cosiddetti creative brains diventano un'importante risorsa sui cui puntare. Lo hanno capito a Firenze, dove da oltre vent'anni opera un'autentica fucina di talenti come Polimoda, l'accreditato centro di formazione e consulenza nello stilismo, produzione, commercializzazione e marketing per la moda.

Tutto ha inizio nel 1986, quando la scuola apre i battenti grazie alla volontà dei comuni di Firenze e Prato e di alcune associazioni imprenditoriali, in collaborazione con il Fashion of Technology della State University di New York. Da allora l'istituto si è distinto per una formazione professionale di qualità, in sintonia con le esigenze delle aziende. L'obiettivo, infatti, rimane quello di essere un

ponte tra il mondo accademico e la realtà produttiva e, inoltre, di fornire agli allievi un confronto costante con il panorama internazionale.

Polimoda valorizza la creatività degli studenti con percorsi formativi ad hoc e strumenti tecnici sempre aggiornati; un sistema organizzativo aperto, impostato su scambi e relazioni. Alla base del successo dell'istituto c'è il prestigioso corpo insegnante di oltre 100 professionisti/docenti in grado di trasferire, oltre alla teoria, anche l'esperienza di sfide reali affrontate quotidianamente nelle proprie aziende. Ci sono poi gli studenti che in 4 anni sono diventati 1000, passando da un terzo a circa la metà di presenze straniere. Un approccio innovativo che punta all'autonomia economico-finanziaria: l'incidenza delle risorse pubbliche e private dei sostenitori storici che all'inizio pesava per il 45%, oggi è al 10%.

Polimoda si definisce "una scuola vicina alle aziende", come testimoniano le mostre per l'orientamento degli

studenti, i seminari, la presenza nelle fiere di settore, le visite guidate alle imprese, gli incontri con imprenditori, le conferenze di specialisti e protagonisti della moda internazionale, da Alessandro Dell'Acqua a Laura Biagiotti, da Patrick Robinson per Armani a Roberto Cavalli, da Mariuccia Mandelli per Krizia a Paul Mocherie per Iceberg. Il tutto con sbocchi occupazionali altrove inimmaginabili. I dati parlano chiaro: nel 2006/2007 il 90% dei diplomati hanno trovato occupazione entro sei mesi dalla fine degli studi (di questi oltre il 40% in seguito allo stage).

Presieduta da Ferruccio Ferragamo e sotto la guida didattica della Direttrice Linda Loppa, oggi la scuola punta a ampliare ancora l'offerta formativa, dalla grafica al leather design, dal visual and concept design fino al giornalismo di moda.

C'è poi anche la capacità di tessere relazioni e prestigiose collaborazioni sia in Italia che all'estero. Si va dal Fashion Institute of Technology della State



University di New York per gli scambi didattici, al London College of Fashion, dall'Osaka Bunka Fashion College, alla partecipazione all'International Foundation of Fashion Technology Institutes.

Ma Polimoda è anche un centro culturale. Con 20.000 volumi tematici e un'emeroteca che raccoglie 400 testate di moda internazionali da fine Ottocento a oggi, oltre a archivi multimediali e materiali rari e d'epoca, la biblioteca di Polimoda, ospitata a Villa Strozzi, è la più importante del settore in Italia e tra le prime in Europa. La scuola punta anche sull'editoria, con la "Collana Polimoda" che ha già pubblicato 8 volumi. A tutto ciò si aggiungono tanti progetti innovativi, come quelli che nel 2006 hanno portato i lavori degli studenti di talento fino in Russia per l'esposizione "Beautiful Minds" al Contemporary Art Museum della capitale russa, o in Francia per la Biennale del Design. Nel 2001, è nata Polimoda Srl, presieduta da Santo Versace, per fornire servizi di formazione e consulenza di altissimo livello alle aziende che operano nel settore moda. Trentaquattro grandi firme italiane e internazionali hanno scelto di investire in questa società, tra cui le italiane Gucci, La Rinascente, Lineapiù, Patrizia Pepe, Salvatore Ferragamo, Tod's, Gruppo La Perla, Stefanel, la giapponese Shima, la francese Sildorex.



Le imprese socie di Polimoda Srl hanno la priorità nella selezione dei neodiplomati della scuola candidati per il tirocinio di fine corso.

Un gruppo con le idee chiare, dunque – stakeholders e investitori insieme, sia pubblici che privati – capaci di unire alta qualità dell'offerta formativa, sensibilità al mercato e radicamento nel territorio. Polimoda è un chiaro esempio di "team territoriale", in cui sono confluiti tanti soggetti locali: associazioni di categorie industriali e enti pubblici, tutti attivissimi nel sostenere l'attività della scuola. L'Istituto è così diventato uno dei centri propulsivi della nuova immagine di Firenze, città che punta a trasformarsi in una "brain and creative valley", cioè in un luogo capace di attirare giovani talenti, consapevoli che, per svolgere studi nel settore della moda, il capoluogo toscano sia il posto giusto.





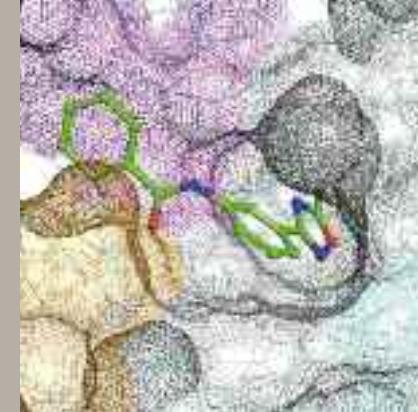
SIENABIOTECH

Un polo di eccellenza nella ricerca biomedica

Nella Toscana che cambia pelle e ridisegna la propria identità, Siena occupa un posto di tutto rilievo. Famosa nel mondo per il Palio, per la splendida Cattedrale gotica, per le colline e per la qualità della vita, la città toscana vanta anche una tradizione centenaria nel campo della biofarmaceutica che è sconosciuta ai più. Tutto comincia agli inizi del secolo scorso, quando un ricercatore torinese che allora viveva in città mise a punto il primo siero anti-vipera. Il suo nome era Achille Sclavo, e l'istituto vaccinogeno da lui fondato è stato l'esempio di prima grande industria di Siena. Da allora molto tempo è passato, ma la vocazione della città toscana è rimasta la stessa, tanto che oggi Siena è una delle più importanti realtà internazionali nel campo della diagnostica e della ricerca biomedicale. Basta guardarsi attorno per vedere un sempre più nutrito numero di aziende che operano in questo settore. Fra queste, Siena Biotech rappresenta uno degli esempi più interessanti.

Nata nel 2000 come società strumentale della Fondazione Monte dei Paschi di Siena per operare nel settore della ricerca scientifica e biotecnologica, ma completamente operativa solo dal 2004, questa innovativa azienda ha scelto la strada dell'alta specializzazione, focalizzando la propria ricerca sulle malattie del sistema nervoso centrale e sulle patologie rare, allo scopo di individuare i farmaci efficaci. Il tutto grazie a moderni processi di ricerca basati sull'integrazione di tecnologie e competenze di livello internazionale che, partendo dallo studio dei meccanismi biologici e molecolari, sono in grado di identificare farmaci innovativi. Grazie a queste piattaforme tecnologiche è possibile individuare i punti su cui attaccare le malattie per eliminarle, riducendo al contempo il rischio di effetti collaterali. Una vera e propria rivoluzione che nel caso delle malattie del sistema nervoso centrale, come la malattia di Alzheimer, particolarmente diffuse in età avanzata,

è tanto più significativa quanto più si considera l'attuale trend che vede la popolazione anziana dei principali paesi industrializzati in costante crescita. Siena Biotech, in breve tempo, si è affermata a livello nazionale e internazionale come un centro di eccellenza nella ricerca biomedica: 2000 mq di laboratori, 120 dipendenti di cui 100 ricercatori, oltre la metà provenienti dalle università toscane, e oltre 20 di 10 diverse nazionalità, un'età media fra i 30 e i 32 anni, le più avanzate tecnologie a disposizione e una struttura snella con una forte propensione alla creatività. A breve sarà anche inaugurato il nuovo centro di ricerca, di circa 4.500 mq, costruito su un terreno di proprietà dell'azienda in via del Petriccio a Siena. Il modello di business che Siena Biotech ha adottato si basa sulla creazione continua di valore attraverso la scoperta di nuove molecole che possono diventare farmaci. I risultati raggiunti, insieme al know-how prodotto, sono protetti da brevetti e





poi ceduti a altri partner interessati allo sviluppo completo dei farmaci e al loro lancio sul mercato. Siena Biotech è oggi un modello per la ricerca italiana, che ha fatto della capacità di fare rete uno dei suoi elementi strategici. Una propensione al networking che si manifesta sia a livello locale, grazie alla capacità di interagire con la comunità scientifica presente sul territorio, sia a livello globale, grazie all'abilità di inserirsi nei circuiti di ricerca internazionali. Sono tanti i progetti che vedono Siena Biotech protagonista di una fitta rete di collaborazioni con il mondo accademico e industriale. Dagli importanti accordi di ricerca e di sviluppo con Wyeth, Roche, Eisai, alle intese con l'Università degli Studi di Siena e le altre università toscane e italiane, fino all'Istituto Superiore di Sanità. La società senese ha recentemente ottenuto dall'Unione Europea un finanziamento del valore di 10 milioni di euro per due progetti sulla malattia di Alzheimer;

una patologia di cui non si conosce la cura, oltre a altri finanziamenti sulla malattia di Huntington e sui tumori cerebrali. In base all'accordo, l'azienda senese coordinerà una serie di centri di eccellenza nelle neuroscienze di cinque Paesi dell'Unione Europea. L'esperienza di Siena Biotech dimostra come la sinergia fra mondo accademico, istituzioni e privati possa portare a risultati eccellenti, promuovendo quelle "filieri intersettoriali" che in molti indicano come condizione indispensabile allo sviluppo dell'innovazione in Toscana. La ricerca scientifica è sempre più un elemento cruciale per sostenere non solo la qualità della vita, ma anche la competitività e la ricchezza economica. E Siena Biotech, grazie a una spiccata capacità imprenditoriale che ne fa un polo d'attrazione per molte realtà operanti nel settore farmaceutico, ne è appunto un esempio.





TEATRO DEL MAGGIO MUSICALE FIORENTINO Il cuore pulsante del più antico e prestigioso festival europeo

Il recupero delle origini è il leit-motiv dell'edizione n. 70 del Maggio Musicale Fiorentino: linguaggi contemporanei si legano a antiche tradizioni musicali. Così, in un intreccio di musica, danza e teatro viene celebrata la grandezza del mito che sposa il mondo contemporaneo.

Oggi la capacità organizzativa del Teatro del Maggio Musicale è il cuore pulsante che anima il più antico e prestigioso festival europeo, la cui lunga tradizione risale al 1933. Assieme alla Biennale di Venezia, il Festival Maggio Musicale Fiorentino ha ampiamente contribuito a porre le basi di un format attorno a cui si sono strutturati tutti i festival che sono nati dal secondo dopoguerra a oggi. Fin dalle sue origini, il Maggio Musicale si è contraddistinto per importanti scelte stilistiche, quali la particolare attenzione dedicata alla regia e alla rappresentazione scenica dell'opera, avvalendosi della collaborazione dei più grandi registi teatrali e cinematografici del XX secolo e di famosi pittori e scultori nelle vesti

di scenografi e costumisti. Il repertorio musicale spazia fino a tutto il Novecento, dalle opere storiche alle creazioni d'avanguardia; dagli autori contemporanei che dirigono le proprie composizioni fino alla riscoperta dei maestri del passato, inaugurando un'attualissima tendenza internazionale. Il grande spessore culturale di questo prestigioso Festival è dovuto anche ai suoi interpreti d'eccezione: direttori del calibro di Zubin Mehta (Direttore onorario a vita del Teatro), Vittorio Gui, Wilhelm Furtwängler, Von Karajan, Dimitri Mitropoulos e Riccardo Muti si sono avvicendati sulle scene, dirigendo voci celeberrime come quella di Maria Callas.

Anno dopo anno, successo dopo successo, si è così giunti alla settantesima edizione del 2007, la prima curata nella sua interezza dal sovrintendente Francesco Giambrone. Con questa edizione il festival ha voluto recuperare quella politematicità che ha segnato i suoi primi dieci anni di storia. In questo modo, diversi

linguaggi espressivi, quali la prosa, la danza e le arti figurative, hanno ritrovato un loro spazio all'interno del prestigioso evento. Ogni particolare è studiato per garantire la comunicazione e il piacere dello spettacolo, dai curatissimi allestimenti alla ricercatezza dei programmi, fino alla possibilità di assistere alle prove dei concerti e di incontrare gli artisti in uno spazio aperto alla creatività, assieme alla presentazione di un libro o a una degustazione in caffetteria. Una delle maggiori sfide che il Teatro sta affrontando in questi anni è quella di avvicinare le nuove generazioni alla musica classica, puntando su una politica di prezzi agevolati e su un'accurata scelta all'interno della programmazione. Non è un caso che l'edizione del Festival 2007 si sia aperta con l'"Antigone" diretta da Mario Martone, uno dei registi cinematografici e teatrali italiani più interessanti, seguito con attenzione da un pubblico giovanile. E proprio questo pubblico ha partecipato con





entusiasmo all'evento, decretandone il successo.

A partire dal 1996, il Teatro del Maggio ha conosciuto un profondo processo di trasformazione. Il passaggio da Istituzione di diritto pubblico a Fondazione di diritto privato ha portato con sé una serie di importanti cambiamenti, primi fra i quali l'introduzione dei criteri di efficacia, efficienza, e sostenibilità economica nella gestione del teatro. Si è innescato così un processo di rinnovamento basato su strumenti inediti, quali i controlli di gestione, il marketing culturale, iniziative di raccolta fondi, con la creazione di un apposito Comitato per il Fundraising formato da esponenti di spicco della società civile fiorentina. E non è tutto. Ci sono anche incontri con maestri e artisti nei palazzi cittadini, conferenze, audizioni musicali, proiezioni, presentazioni del calendario e di libri, trasferte in importanti teatri e festival nazionali, la pubblicazione del bollettino "Arione". Di queste e altre iniziative si occupa l'Associazione Amici

del Teatro del Maggio Musicale Fiorentino, espressione di un territorio sensibile e partecipe. L'associazione, nata nel 1987, conta oggi cinquantotto soci fondatori, riuniti dalla passione per la musica e dalla volontà di sostenere le attività del Teatro.

Il Maggio Musicale ha saputo nel tempo coinvolgere tutta la città, grazie a un approccio innovativo che punta a fare della ricerca artistica un processo condiviso e un patrimonio comune. Fra i tanti elementi di eccellenza continua a prevalere la qualità assoluta degli eventi in cartellone, la presenza di artisti di altissimo livello e la capacità di facilitare l'incontro tra antichi e nuovi miti, antiche e nuove contemporaneità. Indiscusso è il contributo apportato dal maestro Zubin Mehta, che ha reso il Teatro del Maggio un unicum nell'attuale panorama italiano grazie agli altissimi livelli raggiunti dalla sua orchestra e dal suo coro. Infine, dal punto di vista manageriale, l'esperienza del teatro poggia su due pilastri: la capacità di incarnare il genius loci



fiorentino tra eleganza, ricerca e continuità storica e quella di coinvolgere le principali istituzioni locali e nazionali nelle vesti di stakeholders. Uno dei progetti di più ampio respiro è quello che riguarda la formazione delle proprie risorse umane. Grazie alla partecipazione dell'Associazione Industriali di Firenze e la Camera di Commercio di Firenze in questi anni è nato il "Maggio Fiorentino Formazione", per offrire opportunità di alta qualità in varie specializzazioni artistiche. Da quest'anno, quest'organismo si occuperà anche della formazione dei mestieri del teatro (tecnici delle luci, del suono, etc.).

Produzione artistica di altissima qualità, diversificazione delle attività, buona pratica imprenditoriale, coinvolgimento attivo della cittadinanza sono tutti elementi che, come una cartina di tornasole, rilevano l'ottimo stato di salute e dinamicità di un'istituzione disposta a mettersi in gioco per misurarsi con le sfide del proprio tempo.



UCODEP – UNITÀ E COOPERAZIONE PER LO SVILUPPO DEI POPOLI Progetti e iniziative per i sud del mondo

“Non si può essere felici da soli”. È questo, come si legge nella carta dei valori, il principio che anima da più di trent'anni il lavoro di Ucodep, Unità e Cooperazione per lo Sviluppo dei Popoli, storica organizzazione non governativa toscana, riconosciuta dal Ministero degli Affari Esteri e dall'Unione Europea. Trent'anni di storia di un gruppo di persone partite dalla convinzione che gli squilibri che determinano il “cattivo sviluppo” possano essere risolti solo realizzando profondi cambiamenti nella nostra società e che i meccanismi che determinano la miseria e l'esclusione sociale in intere aree del Sud del Mondo siano fondamentalmente gli stessi che determinano, da noi, i medesimi problemi. La centralità attribuita al territorio e alla dimensione locale come base dello sviluppo, pur all'interno delle dinamiche di interdipendenza che legano sempre di più il locale e il globale, caratterizza, sin dalle origini, l'attività di Ucodep. Lo dimostra l'infaticabile lavoro di

“rete” svolto dall'associazione in tutti questi anni, attraverso la promozione di partnership tra soggetti del volontariato, dell'associazionismo e autorità locali e la costruzione di rapporti stabili con organizzazioni dei paesi del Sud del mondo fondati sulla reciprocità. Alla cooperazione internazionale Ucodep ha unito nel tempo iniziative di accoglienza e di integrazione lavorativa, ma anche attività di informazione, educazione e formazione sul territorio locale, finalizzate a diffondere una cultura aperta ai valori della solidarietà e dell'impegno civile. L'approccio di rete, la capacità di anticipare i nuovi scenari della cooperazione, lo sviluppo di un management professionale unito a una gestione estremamente democratica del proprio percorso di sviluppo, ne fanno un caso unico in Italia e tra i più interessanti in Europa. Ucodep è oggi una ONG che, nella sua dimensione organizzativa, cerca di sviluppare in modo originale, coerente e integrato la

dimensione associativa e quella dell'impresa sociale. Le origini dell'associazione risalgono agli inizi degli anni settanta, quando, su modello dell' U.CO.JU.CO francese²⁰, nel nostro paese si è sviluppata una rete di comitati locali per sostenere le popolazioni bengalesi coinvolte nella guerra civile del 1971. Fra questi comitati, vi era anche il “Gruppo Collegamento Terzo Mondo”, nato all'ombra della parrocchia della SS. Annunziata di Arezzo su iniziativa del parroco Don Aldo Celli, della prof.ssa Elisabetta Giustini, che poi ne sarà presidente per molti anni, di Franco Bettoli e di sua moglie Margit Svensgaard, animatori della Comunità di Emmaus di Laterina (Ar). Il gruppo ha iniziato a collaborare con il Bangladesh, il Burkina Faso (ex Alto Volta) e il Brasile, facendosi immediatamente notare sullo scenario italiano non governativo sia per l'indipendenza da qualsiasi fonte di finanziamento, sia per l'innovativa metodologia di intervento, basata su un



²⁰ La rete di comitati locali nata in Francia nel 1972, su impulso dell'Abbè Pierre, per sostenere le popolazioni del Bangladesh reduci dalla guerra del 1971

approccio che fa della collaborazione duratura con la popolazione locale il suo punto di forza. Nello stesso tempo, il comitato si è impegnato attivamente sul territorio, attraverso attività d'informazione e documentazione sui rapporti nord-sud, ma anche sulle situazioni di disagio sociale presenti localmente.



Nel 1979 la rete italiana ha adottato il nuovo nome di Ucodep, per sottolineare il più forte radicamento nei gruppi territoriali di base. Verso la metà degli anni '80, la rete si è sciolta, ma il gruppo di Arezzo ne ha mantenuto il nome e ha continuato a crescere e a proporre nuove azioni di informazione e mobilitazione dell'opinione pubblica e del mondo scolastico. Questa crescita ha segnato, tuttavia, l'inizio di una crisi acuita dal progressivo esaurimento delle attività all'estero. A risollevarle le sorti dell'associazione è intervenuto un gruppo di giovani, alcuni cresciuti nell'ambiente di Ucodep, altri provenienti dall'esterno, che ha adottato un nuovo approccio. È avvenuto così il distacco graduale dell'associazione dal suo ambiente d'origine, la parrocchia della S.S. Annunziata e il gruppo di persone che ruotavano attorno a essa, pur nella continuità di valori, obiettivi e attività. Nel 1989, con la prima mostra mercato natalizia del Commercio Equo e Solidale, è iniziata la vendita dei prodotti artigianali e alimentari importati direttamente dalle cooperative del Sud del Mondo. Nel dicembre dello stesso anno l'assemblea ha sancito la ricostituzione di Ucodep come associazione senza fini di lucro con l'approvazione di uno statuto in cui viene definita "autonoma, pluralista e democratica".

Nella stessa occasione, è stato modificato anche il significato del nome: la sigla sta ora per "Unity and Cooperation for Development of People" (Unità e Cooperazione per lo Sviluppo dei Popoli"). L'elezione dei nuovi organi sociali ha visto un notevole rinnovamento, con l'ingresso di alcuni giovani nel Consiglio Direttivo e il passaggio della presidenza a Pietro Nibbi.

Il rilancio delle attività di informazione e sensibilizzazione dell'opinione pubblica ha coinciso, nel 1992, con la campagna di solidarietà per i popoli indigeni, in occasione dei 500 anni dalla scoperta/conquista dell'America. È proprio in questa circostanza che si sono poste le basi per una ripresa delle attività all'estero, proprio in Sud America, mentre con la nascita della "cooperazione decentrata", la validità della metodologia d'intervento Ucodep, basata da sempre sul diretto coinvolgimento delle popolazioni, è stata riconosciuta anche a livello istituzionale.

Ha così preso il via una fase di consolidamento, caratterizzata da alcuni cambiamenti molto importanti: la costituzione di uno staff retribuito, la richiesta d'idoneità al Ministero degli Affari Esteri per accedere ai finanziamenti alla cooperazione, e la collaborazione con il Molisv di Roma. La svolta ha avuto anche un aspetto generazionale, con l'ingresso di giovani

neolaureati e il contemporaneo disimpegno da parte dei fondatori del "Gruppo Collegamento Terzo Mondo", anche se alcuni di loro, come Giuseppe Cirinei, Giuseppe Lusini, Giuliana Signorini, Paola Vaccari, sono rimasti nell'associazione con ruoli rilevanti. Da questo momento in poi, le attività sono cresciute rapidamente, come dimostrano i numeri: il fatturato è aumentato di 32 volte, passando da 220.000 euro nel 1998 a 7.150.000 euro nel 2006; le persone retribuite in modo non occasionale sono salite dalle 3 nel 1997 alle 120 del 2004, di cui 69 operanti in Italia, 51 all'estero. La progressiva professionalizzazione degli operatori, la messa a punto di nuove procedure di lavoro e di organizzazione interna, l'adozione sempre più convinta di un modello di azione centrato sul protagonismo degli attori locali, hanno segnato il passaggio da associazione di volontariato a impresa sociale.

Le attività di cooperazione internazionale si sono consolidate nel 1998 con il primo progetto finanziato direttamente dall'Unione Europea per lo sviluppo rurale della comunità di Tunibamba in Ecuador. Il rapporto positivo con gli enti internazionali ha portato a ulteriori possibilità di intervento grazie a progetti finanziati dalla UE nel campo dell'educazione allo sviluppo e al partenariato con UNDP (Programma delle Nazioni Unite per lo



Sviluppo), per la divulgazione dei "Rapporti sullo sviluppo umano". Nel 2000 l'associazione ha conseguito l'idoneità presso il Ministero degli Affari Esteri. Nel 2001 le attività legate al Commercio Equo e Solidale hanno subito una profonda trasformazione con l'apertura, in uno dei punti più

centrali della città, della nuova Bottega del Mondo e la costituzione di uno specifico settore d'attività dedicato all'economia sociale e solidale. La spinta decisiva in questa direzione è venuta dal successo incontrato da Equoimprendere, un progetto che ha coinvolto 20 Botteghe del Mondo toscane e si è concluso con la prima

fiera regionale del commercio equo a Firenze. Nello stesso periodo è partito anche Finanza Etica per lo Sviluppo, progetto europeo con partner in Spagna e Portogallo, per promuovere l'impiego del risparmio etico in attività di microcredito nel sud del mondo. Nel frattempo, i progetti di cooperazione finalizzati al miglioramento della produzione di caffè nell'area di Jamao a Salcedo (Rep. Dominicana) hanno fatto passi da gigante: i produttori hanno formato un consorzio con marchio di qualità, mentre la certificazione Fairtrade ha permesso al Caffè Jamao di entrare nel circuito del commercio equo e solidale. Oltre ai soggetti locali in Rep. Dominicana, molti sono i partner che Ucodep ha coinvolto nel progetto: la Regione Toscana, l'Assessorato alle Politiche Agricole e Forestali della Provincia di Arezzo, il Comitato Aretino per la Cooperazione Decentrata, il Comune di Arezzo, la Facoltà di Agraria dell'Un. di Firenze, Slow Food, Caffè River spa, Piedi Verdi, WWF, CTS. Nel 2004, è iniziata una nuova fase di riorganizzazione interna che ha portato al riconoscimento formale della presenza, in Ucodep, di due anime, l'associazione e l'impresa. Sempre in questi anni, l'associazione ha ottenuto la certificazione del Sistema Gestione per la Qualità, e ha pubblicato la prima edizione del Bilancio Sociale.



Ultimo e recente tassello, è la partnership con OXFAM International per l'apertura congiunta di un ufficio in Italia per promuovere iniziative comuni di campaigning e advocacy. Le trasformazioni della società italiana e mondiale hanno determinato un rafforzamento del ruolo culturale, politico, sociale e economico del settore non profit, chiamato a rispondere a una domanda sempre più crescente di solidarietà, equità nell'accesso ai servizi essenziali, di giustizia sociale, e di difesa dei diritti e della democrazia. Per adeguarsi a questi cambiamenti, in questi 30 anni, Ucodep si è trasformata più volte: ha rivisto lo statuto, l'organizzazione interna, i settori di attività, senza perdere mai di vista le ragioni di fondo dell'impegno originario, e cercando sempre, attraverso un lavoro di rete, nuove forme di lotta all'esclusione sociale, sia nei paesi del nord che del sud del mondo.





VISCONTI

Orgoglio e privilegio di una firma

La penna è sempre più un oggetto raro in una quotidianità in cui le tastiere, da quella del computer a quella del cellulare, sono divenute lo strumento privilegiato per la scrittura. Sfilare la biro, e ancora più la stilografica, dal taschino o dall'agenda è un gesto che, ormai, suona d'antico. Eppure c'è chi della penna ha saputo fare un oggetto estremamente contemporaneo e innovativo, capace di racchiudere in sé ricercatezza storica e tecnologia. Come Dante Del Vecchio, fondatore della Visconti Srl, l'azienda fiorentina famosa per le sue penne stilografiche in celluloidi. Quella di Del Vecchio è una storia imprenditoriale che nasce da una profonda passione personale: l'amore per le penne stilografiche d'epoca di cui è da tempo infaticabile collezionista. Nel 1988 decide così di fare il grande salto, trasformandosi da semplice collezionista in produttore. Non di penne qualsiasi però, ma di penne fatte in celluloidi. Una scelta all'insegna dell'innovazione che ha conferito subito alla neonata azienda un

primato molto interessante.

La Visconti è stata, infatti, la prima impresa al mondo a rilanciare la produzione di stilografiche in celluloidi, dopo tanti anni in cui questo materiale era andato in disuso. La celluloidi aveva avuto il suo momento d'oro durante gli anni venti, quando le penne stilografiche realizzate con questa sostanza avevano conosciuto un vero e proprio boom. Ma non era durata a lungo.

La comparsa, nel secondo dopoguerra, delle resine termoplastiche – più economiche e più facili da lavorare – aveva decretato l'uscita di scena della celluloidi che, da allora, era diventata praticamente introvabile. Ci sono voluti più di quarant'anni prima che ricomparisse, e non senza qualche difficoltà. Ma il suo ritrovato successo ha delle ragioni ben precise. Nata dal cotone o dalla canfora lavorata con l'alcool, la celluloidi è un materiale moderno e ecologico che si caratterizza per la versatilità dei colori, l'atermicità e la resistenza agli urti, qualità indispensabili per una penna di valore





che abbia, al contempo, un basso impatto ambientale.

Del Vecchio, che sin dall'inizio ha creduto fortemente nelle qualità tecniche e estetiche della celluloida, ha deciso di puntare sul suo riutilizzo. Una scommessa vinta anche grazie a una squadra di maestri che si è occupata di acquisire e affinare le tecniche di lavorazione del materiale: dallo scavo alla stabilizzazione, fino alla tornitura. La celluloida, infatti, è adatta esclusivamente alla produzione manuale: non è iniettabile in stampi, come i termoplastici, ma deve essere lavorata manualmente tornendo pezzo dopo pezzo le barre grezze. È così che ancora oggi vengono realizzate le penne Visconti: proprio l'alta qualità della lavorazione ne ha decretato il successo. Ma non solo.

Sin dall'inizio, la riscoperta di tecniche di produzione tradizionali è andata di pari passo con l'investimento nelle tecnologie più avanzate e nella ricerca di soluzioni nuove e originali. Non a caso la Visconti è oggi titolare di diversi brevetti, più di dodici, come il "sistema di caricamento a doppio serbatoio" o il "calamaio da viaggio" che consente di riempire la stilografica senza sporcare l'impugnatura, utilizzando tutto l'inchiostro contenuto. Merito anche del 10% del volume di affari investito in innovazione. E poi c'è l'attenzione alla scelta dei colori e delle forme: tutti ingredienti che – uniti alla valorizzazione della lavorazione artigianale e allo

sviluppo di sistemi sempre più sofisticati – rendono le penne Visconti inconfondibili e particolarmente apprezzate da un consumatore per il quale l'acquisto di una penna stilografica è frutto di una scelta precisa, basata sulla creatività, sui materiali, sull'innovazione. In una parola sola, sulla qualità. Una qualità testimoniata dalla "garanzia a vita" dei prodotti e dai numeri ridotti dell'after-sale service. Sullo sfondo rimane la città di Firenze, motivo ispiratore, con la sua storia e la sua tradizione, di tante penne importanti. Non a caso da anni l'azienda incide su tutte le sue creazioni "made in Florence", a sottolineare come tutti gli oggetti vengano interamente progettati e realizzati nel capoluogo toscano. Elemento non secondario per un'impresa che esporta in 40 paesi, con un fatturato annuo di circa 6.000.000 di euro. Oggi Visconti è un'azienda strutturata con la massima professionalità, divisa per dipartimenti – finanza, vendite, fatturazione, service, produzione, R&S – dove convivono creatività e organizzazione. Di recente l'impresa fiorentina ha imboccato la strada della sperimentazione, applicando il suo know-how all'avorio antico, all'ebano, ai materiali acrilici, e anche all'oro e all'argento. La più vasta gamma di materie prime mai utilizzate da un'unica azienda di accessori per la scrittura. Il tutto sempre all'insegna di tecniche innovative, bellezza e originalità

del design che hanno fatto la fortuna delle penne Visconti, facendo guadagnare all'impresa fiorentina tanti riconoscimenti internazionali. Ultimo in ordine di tempo, il prestigioso premio "penna dell'anno" della rivista PenWorld, che nel 2007 ha consacrato l'elegantissima stilografica "Divina Proporzione H.R.H." made in Florence.



Una realizzazione editoriale



Progetto editoriale e grafico

Giovanni Tavano

Impaginazione

Susanna Matricardi

Segreteria di redazione

Serena Ammazalorso

Fotografie

Stefano Ardito: pagg. 4, 29, 124.

Paolo Iammarrone: servizi Alta e Smartex.

Archivio © UCODEP: Alberto Conti pagg. 159 (*in basso*), 161 (*in basso*); Barbara Greppi pag. 28;

Demostenes Uscamayta Ayvar pagg. 27, 29, 158, 159 (*in alto*), 161 (*in alto e al centro*), 163 (*in basso*);

Ilaria Lenzi pagg. 162, 163 (*in alto*); Salvatore Maio pag. 160.

Tutte le altre immagini sono state fornite direttamente dagli uffici stampa delle rispettive aziende.