



## Obiettivi generali di progetto

Il progetto strategico ICE – *Innovation, Culture and Creativity for a new Economy*, è finalizzato allo sviluppo e alla promozione delle industrie creative attraverso l'identificazione e la conseguente valorizzazione di eventi culturali e beni del patrimonio primari, qualificabili come attrattori turistici e motori dell'economia culturale a livello regionale. Inserito nell'ambito del Programma di cooperazione territoriale transfrontaliera Grecia-Italia 2007-2013, il progetto ha come Lead Partner la Regione Puglia e si propone di realizzare azioni integrate ed esemplari di sviluppo, collegate ai grandi eventi ed agli attrattori culturali del territori per rafforzare, qualificare e valorizzare il Sistema delle Industrie Culturali e Creative di Puglia e Grecia.

## Fase I - Individuazione

Sviluppare, condividere e scambiare buone pratiche e know-how per formulare approcci e strumenti che contribuiscano alla progettazione di una nuova identità del *brand* Puglia, attraverso la creazione di nuovi prodotti; rendere trasferibili e dimostrabili i risultati ottenuti, tramite la definizione di metodi di ricerca territoriale e strategie, divulgando esperienze di connessione tra Design, Artigianato e Arte, sperimentate a livello regionale, nazionale e internazionale.

Output: Report di benchmarking

### Esperienze locali:

- PETRE di Renzo Buttazzo
- TTRAME di Alessandro Cannoletta
- ARTEGO dei fratelli
- FUTURO REMOTO di Gianni De Benedittis
- BOTTEGA VESTITA di Mimmo Vestita
- SMETWORK di Pietro Monitillo
- OFFICINE TAMBORRINO di Licio Tamborrino
- MOMANG di Giandomenico Florio
- NOBILI PASTICCI di Sara Latagliata
- PROMIS BIOTECH di Vittorio Capozzi
- NANA'E'EL by NANAALEO di Ivana Pantaleo

### Esperienze nazionali:

- MILANO MAKERS
- MADE IN CARCERE di Luciana delle Donne
- DUILIO FORTE
- FARM CULTURAL PARK
- FONDAZIONE ORESTIADI
- REGIONE MARCHE – Assessorato al Turismo, progetto "MARCHE DI CHARME: TURISMO A CINQUE SENSI"

### Esperienze a livello internazionale:

- SANTRALISTANBUL
- PLAINE IMAGES IMAGINARIUM
- LILLE DESIGN

## Fase II – Interazione e attivazione

Inaugurare gli interscambi di un virtuoso network di imprese culturali e professionisti di altri settori produttivi legati all'industria creativa, come il design e l'artigianato suggerire il dialogo e lo scambio di competenze (tecniche, progettuali, culturali) tra gli attori degli ambiti creativi oggetto d'interesse e, al contempo,

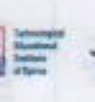


PROÀGO s.r.l. • Via M. R. Imbriani, 24 • 73100 LECCE

Tel.: +39 348 5592041 • Fax: +39 0832 1831475

proago@legalmail.it • www.proago.it • P. IVA: 03561230750





salvaguardare la diversità delle espressioni culturali e le peculiarità delle risorse locali; individuare un alfabeto comunicativo identitario che rappresenti le esperienze culturali pugliesi, destinatarie della ricerca semantica e culturale in corso, al fine di potenziare il know-how culturale e il capitale socio-economico delle realtà territoriali.

**1) Attività di sensibilizzazione e approfondimento** - Si prevede l'organizzazione di incontri di sensibilizzazione e approfondimento con esperti e stakeholders - professionisti facilitatori di processi di "design thinking", creativi con esperienze di attività assimilabili condotte in Italia e all'estero - e con artigiani e operatori del sistema delle I.C.C. pugliesi, individuati nel corso della Fase I.

n. 1 focus group con designer

n. 2 professional workshop con artigiani del territorio (Lecce e Bari)

n. 1 seminario di lancio delle attività di progetto 21-22 novembre 2014, Cineporto di Bari

**2) Attività di sintesi finale** - Le attività svolte nella Fase II, volte alla reciproca conoscenza e alla condivisione di esperienze, competenze culmineranno nell'evento di sintesi finale.

In questo incontro saranno coinvolti, attraverso il ricorso a metodologie democratiche di partecipazione come il GOPP, gli artigiani, i designer, i makers e i creativi, al fine di avviare una collaborazione progettuale, basata sulla condivisione delle professionalità di ciascuno nell'ottica di nuove idee di business, che troverà espressione nel successivo Creative Day.

**3) "Creative Day"** - Le attività di cui al punto 1) e 2) della Fase II saranno propedeutiche all'evento di incontro in forma di brainstorming del "Creative day", in programma nel mese di marzo 2015 e successivo all'evento di sintesi. L'incontro si articolerà nella forma di brainstorming, di confronto e interazione tra i diversi destinatari coinvolti, che in una sorta di sharing-lab, suddivisi in team da 5-7 persone, tireranno le fila del percorso di contaminazione di prassi, metodi e competenze intrapreso con le attività della Fase II, per sviluppare progetti sperimentali di produzione "brand oriented" in forma di concept.

**4) Presentazione pubblica dei risultati del "Creative Day"**

### Fase III – SVILUPPO DI ESPERIENZE PILOTA

La fase di sviluppo delle esperienze pilota ha l'obiettivo specifico di:

- Attivare alcune esperienze pilota di sviluppo merchandising, coinvolgendo nella sperimentazione altri settori chiave (turismo, agroalimentare, ecc.);
- Caratterizzare uno scenario di riferimento per la vendita e distribuzione dei nuovi prodotti di merchandising ottenuti con il metodo del "brand oriented";
- Realizzare un piano di distribuzione e vendita dei prodotti dei progetti pilota;
- Individuare le sinergie con l'evoluzione del brand Puglia per lo sviluppo del turismo.

*Elaborazione di un'analisi previsionale dei potenziali mercati di distribuzione e vendita per le diverse categorie di prodotti di merchandising*

n. 1 professional workshop e n. 1 training seminar - I due incontri, partecipati da designer e artigiani, costituiranno dei veri e propri tavoli di lavoro, affinché la proposta di prodotti "brand oriented" assuma il carattere di concretezza, di progettazione esecutiva e di immediata cantierabilità da parte dei destinatari coinvolti.

*Idea di presentazione dei prodotti*

*Comunicazione finale* - La strategia di comunicazione finale delle attività di progetto prevede:

- organizzazione di una conferenza stampa di presentazione dell'evento finale, in occasione del quale presentare il progetto e i risultati di progetto, oltre che eventi collaterali del progetto I.C.E.;
- progettazione e diffusione su quotidiani nazionali e riviste di settore delle attività progettuali;
- progettazione e implementazione dell'attività di mailing verso gli stakeholders per promuoverne la partecipazione;
- progettazione grafica ed editoriale di materiale di comunicazione (manifesti stampa, cartelle stampa, brochure, ecc.), coerentemente con la visual identity del progetto.



**PROÀGO s.r.l.** • Via M. R. Imbriani, 24 • 73100 LECCE

Tel.: +39 348 5592041 • Fax: +39 0832 1831475

proago@legalmail.it • www.proago.it • P. IVA: 03561230750

