

Gli eventi e la creatività

XISTER

“Le città più dinamiche del futuro prossimo saranno città creative, non solo detentrici di poderose risorse culturali, ma soprattutto produttrici di nuova cultura, creatrici di nuovo valore urbano, capaci di moltiplicare gli investimenti e ... in grado di competere nel panorama internazionale attraverso la valorizzazione e la promozione della propria identità culturale e la creazione potente di nuove identità urbane in evoluzione. La città deve tornare a “generare valore” a partire dalle proprie risorse spaziali, sociali, culturali e relazionali”.

Maurizio Carta (autore di “Creative Cities”) intervistato da xister.

YOUTH OF TODAY di *Riccardo Zamurri*.

Un progetto credibile per la costruzione di un Paese deve considerare il capitale creativo che può esprimere come una risorsa primaria e indispensabile. Un capitale potenziale a cui occorre preparare il terreno, il terreno dell’interazione tra soggetti in grado di tradurre le proprie qualità creative in valore tangibile per la collettività. Ci riferiamo alla capacità di costruire progetti esportabili fuori dai confini nazionali. Che creino occupazione giovanile, promuovano le istanze culturali emergenti. Che indaghino criticamente il nostro tempo e producano le eccellenze di cui ogni Paese ha necessità.

Il nostro lavoro, come soggetto di mercato operante nel settore della comunicazione, è sempre stato mosso da un obiettivo preciso: ibridare il mercato con la produzione culturale, trovando i momenti e i luoghi d’incontro per questi due mondi apparentemente paralleli e non tangenti. Lavoriamo affinché si ricavi valore aggiunto dalla triangolazione tra mercato, istituzioni e istanze creative. Il nostro osservatorio privilegiato e terreno d’azione è ROMA. Roma è la geografia che ci interessa esplorare, che scandagliamo e pratichiamo sin dalle nostre prime mosse. La Roma che indaghiamo è quella della classe creativa che ha prodotto contenitori ed eventi di alto valore culturale, confidando nelle spinte generatrici e innovative di chi ha urgenza di emergere. Nello scenario che da qui si dipana ci permettiamo di utilizzare come angolo di visuale privilegiato quello di **C.O.R.E. - Council of Roman Establishment (www.c-o-r-e.it)**. Un network creativo che realizza un originale processo di produzione culturale grazie all’interazione di soggetti operanti in contesti diversi.

In un momento in cui le occasioni di fruizione culturale si moltiplicano fino a penetrare le nicchie, diventa indispensabile immaginare nuovi contenuti per formati inediti. Un risultato raggiungibile solo con l’interazione di soggetti che scelgono di collaborare assieme per dare vita ad altro da sé. C.O.R.E. è una piattaforma innovativa che connette competenze professionali diverse per intercettare anche le più piccole sfere di consumatori culturali. Pezzi di C.O.R.E. sono: **xister**, **Snob Production** e **Melting Pop** (Gianluca Marziani) quali motori d’innescio progettuale, **Edizioni Zero** (Zero6) quale antenna attiva della contemporaneità, **Lifegate** quale anima che studia la sostenibilità evoluta.

Un network comunque aperto e in continua evoluzione. Oltre gli inutili confini di una pattuglia d’avanguardia, è sempre viva la stima e la connessione verso

i focolai di innovazione metropolitana. Sono tante le realtà che collaborano con C.O.R.E, tra tutte Fondazione Musica per Roma (Auditorium Parco della Musica), spazio della totalità culturale che crede in questo network di nuova generazione e lo sostiene, lavorando singolarmente con i partner o con tutto il network.

Frutto della collaborazione con **Fondazione Musica per Roma** sono eventi multidisciplinari che spaziano dai concerti di musica (**Meet in Town, Carl Craig & Innerzone Orchestra live in Rome**) alle rassegne di arte (**Scala Mercalli, Melting Cinema**) eventi che smuovono un pubblico trasversale, attento ai segni della contemporaneità.

Dietro le sigle ci sono poi le persone, con le loro esperienze e le loro storie. Individui che hanno vissuto la produzione creativa degli ultimi venti anni in questo suolo, quello romano, con passione e disincanto, tra illusione e difesa del reale, con lo sguardo avanti ma la memoria sempre viva.

MIX & THE CITY di *Enzo Abbate*.

Sembra un secolo, un'eternità trascorsa a discutere, immaginare, programmare, organizzare, diffondere, sensibilizzare, infine festeggiare. Eppure erano solo gli anni '90.

La generazione che oggi produce cultura a Roma è partita dalle università degli anni '90, all'inizio dell'era internet e mobile, dalle agenzie di comunicazione,

dalle radio, dagli studi di produzione e dai negozietti di dischi e fumetti, dai laboratori di grafica e stampa, dalle sale prove e dalle scuole di musica. Dal design industriale, dall'arte e dalla performance, dal web, dalla fotografia. Dai giornali e dalle fanzine. Dai rave oceanici e dai centri sociali. Dall'associazionismo e dalle culture antagoniste. Dai ceppi etnici di seconda e terza generazione. Dalle poche istituzioni che hanno tentato di rinnovarsi.

Il mix che rispecchia la cultura di questa città è modulato su armonie e flussi distinti, paralleli, convergenti, ridondanti, dissonanti a volte. Città eterna che vive nella Storia e che spesso è troppo avanti per le urgenze della contemporaneità. Eppure questi flussi caotici possono essere sintetizzati ed elencati a favore dello straniero: club life & smart dancehall, web design, grafica, architettura, fotografia, radiofonia, produzione musicale, arte contemporanea, street culture, produzione tv e cinematografica, subculture antagoniste, comunità etniche, istituzioni culturali ed accademiche.

Grazie al mix di questi flussi, la generazione giovane negli anni '90 ha portato a svolgimento un compito arduo ma dannatamente interessante: animare le strade e gli angoli di questa città, incantata e disincantata, spostare il focus dai soliti palazzi del potere all'aria fresca e frizzante dell'angolo metropolitano insolito, magari bello da togliere il fiato.

This is Rome, Meetintown ed Earth Day RomaEuropa Festival, Dissonanze,

Afrodisia, Roma Art WeekEnd e ZTL, Post Romantic Empire, il Capodanno Cinese e il Gay Pride: eventi che incidono segni in una metropoli che è essa stessa un evento, per definizione.

Il **Pigneto**, un quartiere-esperimento dove l'interazione tra classe creativa, residenti e seconde generazioni crea opportunità sempre nuove.

Comunicazione, culture e cooperazione. Talento, tecnologia e tolleranza. Le categorie di Maurizio Carta (autore di "*Creative Cities*") applicate alla progettualità. Un *modus operandi* inclusivo e competente, veloce nel pensiero e aperto al confronto.

Proprio su questo pensiero crediamo che oggi più che mai Roma si stia apprestando ad abbracciare modelli di sviluppo sempre più orientati alla cultura, ponendo attenzione alle subculture emergenti, alle spinte nuove che quotidianamente si manifestano agli occhi più attenti.

Una rinascita culturale che si fonda sempre sulle radici e le identità romane, sui valori condivisi e sulla valorizzazione dei simboli della comunità.

Il quadro che vediamo è quello di una città con una forte vocazione culturale, da sempre abituata ad iniziative di ampio respiro, che si sta muovendo verso un ulteriore e continuo arricchimento dell'offerta, per rispondere ad una **domanda di cultura** che, considerata nel suo insieme, è ormai un fenomeno dalle

dimensioni assolutamente rilevanti con una crescita di interesse continua.

I numeri non lasciano dubbi e gli eventi in tale contesto offrono un'importante occasione di condivisione se ben organizzati e se fondati su elementi quali l'unicità e la qualità.

Per questo è con piacere che raccogliamo l'invito ad introdurre questa sezione di RomaCreativa, e vi proponiamo una selezione in ordine alfabetico delle realtà - alcune già presenti nel libro, altre che intersecano le occasioni citate. Eventi che hanno arricchito l'immaginario della nostra città, spingendo più in là i confini dell'intrattenimento. Prendendosene il rischio, all'ombra del cupolone:

In the mix.

Afrodisia, Alta Roma, Crack on - Festival del Fumetto Indipendente, Dissonanze, Equilibrio, Festival della Nuova Danza, Female Cut, FestArte, Festival della Letteratura, Fotografia - Festival Internazionale di Roma, Frammenti Festival - Semintesta (Frascati), Intermundia - Festival dell'Intercultura di Roma, MedFilmFestival, Meetintown, One Love HP, Roma Art WeekEnd, Romaeuropa Festival, Romics, Short Theatre, Teatri di vetro - Festival del Teatro Indipendente, Tekfestival (Roma, Genzano, Frascati), This is Rome, ZTL - Zone Teatrali Libere.



xister

Enzo Abbate e **Riccardo Zamurri** sono gli ideatori e i managing partner di **xister**, agenzia di cultural media e behavioural marketing. Nati come nucleo fondante degli uffici italiani di una agenzia multinazionale di origine inglese, *Deepend*, dal 2003 fondano xister, attiva nelle aree di strategia, ricerca e sviluppo e business development.

A Roma xister è stata partner di importanti eventi come Dissonanze, Festival Internazionale del film di Roma e, di tanti progetti di comunicazione per brand attenti al pubblico giovanile. Sono per il terzo anno a supporto del Premio Terna, in termini creativi e di strategia new media. Sono membri fondatori di C.O.R.E. - Council Of Roman Establishment - network di imprese orientate allo sviluppo di progetti a valenza culturale legati al contemporaneo. Da maggio è attiva anche una loro sede a Milano.

Enzo Abbate, classe 1976, si laurea presso la Facoltà di Scienze della

Comunicazione dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" con una tesi sui progetti e le prospettive di integrazione tra radio e web. Consegue poi un master MBA in marketing e internet economics. Parallelamente all'attività formativa, diventa socio di Radio Città Futura con la quale collabora attivamente per cinque anni. Da quando nel 2003 fonda xister, lavora nelle aree di strategy e business development.

Riccardo Zamurri, nato nel 1974, è managing partner di xister insieme ad Abbate e si occupa in particolare di ricerca e sviluppo. Entrambi sono continuamente impegnati nell'organizzazione di eventi e nell'invenzione di nuovi format per la comunicazione, come il free press a fumetti "Pic Nic Comics" presentato in primavera. Riccardo è anche partner del MUMM, il Master di Marketing Management presso la Facoltà di Economia de "La Sapienza" di Roma.