



The Creative City

A Toolkit for Urban Innovators

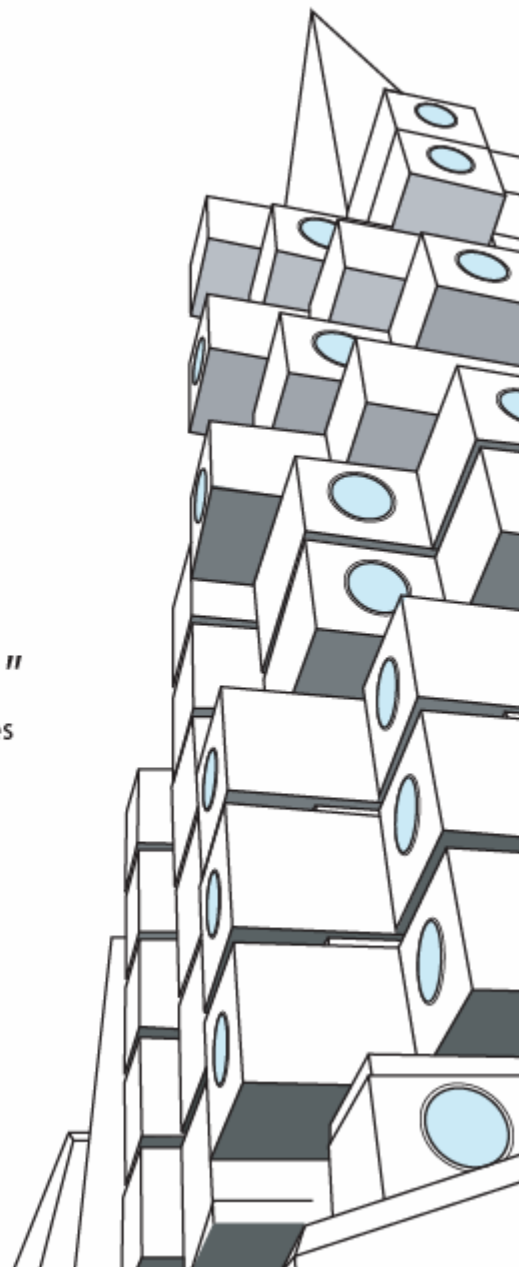
Landry Charles

"...It should inspire people to think, plan and act creatively in the city and to get an ideas factory going that turns urban innovations into reality..."

Landry Charles

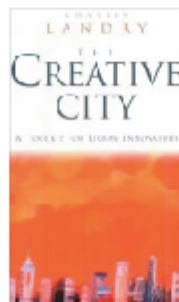
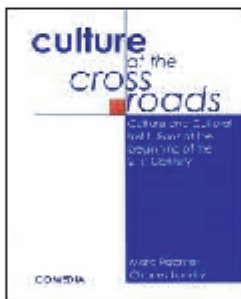
Politecnico di Milano - Facoltà del Design
A.A.2007/2008 Metodi di ricerca per il Design
Prof. S. Maffei, Cultori E. Lupo, M. Martino

Foglieni Francesca 720771, Kranaviter Alice 719566, Longoni Diego 721091



Charles Landry

CHARLES LANDRY Nasce nel 1948. Studia nel Regno Unito, in Germania e in Italia. Nel 1978 fonda Commedia, una società di consulenza che gode di grande autorevolezza in Europa nel campo della creatività, cultura e cambiamento urbano. Charles lavora su progetti di ri-vitalizzazione pubblica, sociale ed economica vista attraverso l'attività culturale. Durante la sua brillante carriera Landry ha partecipato a più di 200 progetti, pubblici e privati, in 35 nazioni. E' inoltre l'autore di libri di successo.

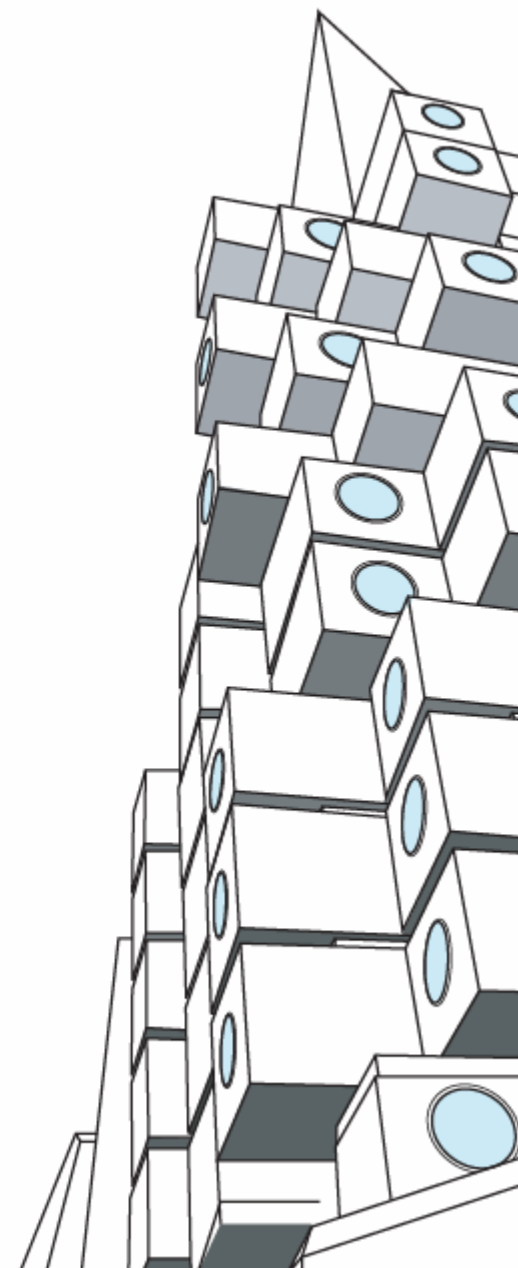


Tesi del Libro

Creative City.

Strumento che fornisce le direttrici per la creazione di un nuovo modello di città, incentrata su creatività e innovazione, che si adatta alle esigenze degli abitanti rendendoli parte attiva del processo creativo. Trasforma il lettore in un possibile decision makers.

"Non è né un punto d'arrivo né un format da seguire, bensì un punto di partenza e di ispirazione."



Perchè Creative City?

Indagine.

La Nuova Città

Visione olistica, ampia e interconnessa.

Strumenti.

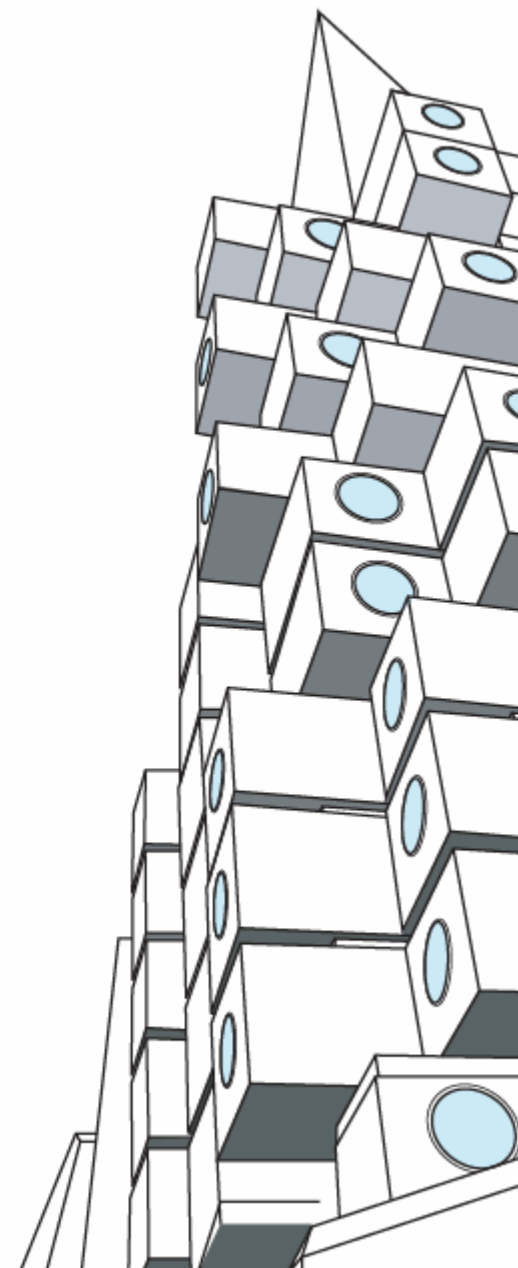
Toolkit

Strumento per la realizzazione di Creative City.

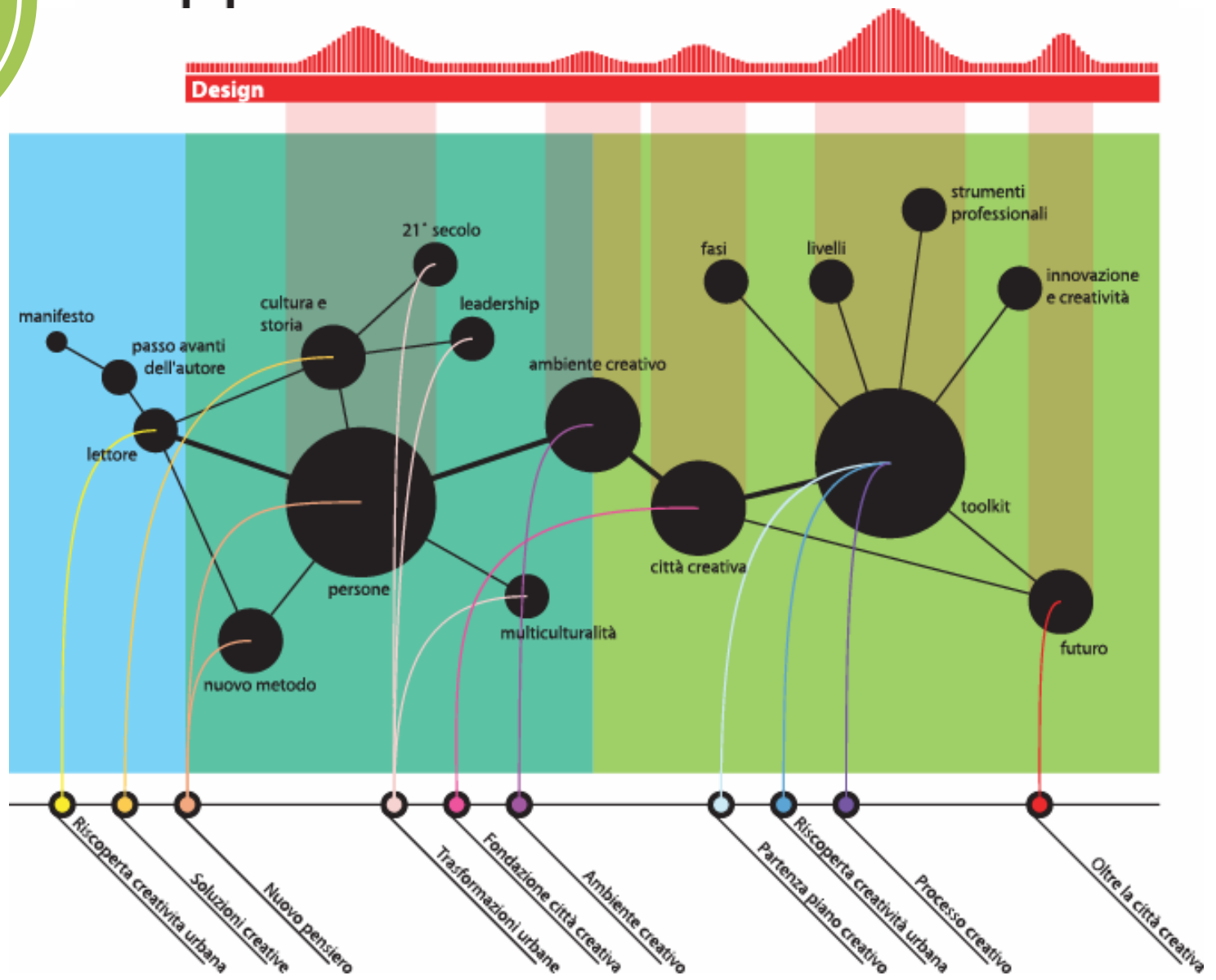
Azione.

Sviluppo pratico

Miglioramento esistente e possibili
scenari futuri.



Mappa



manifesto

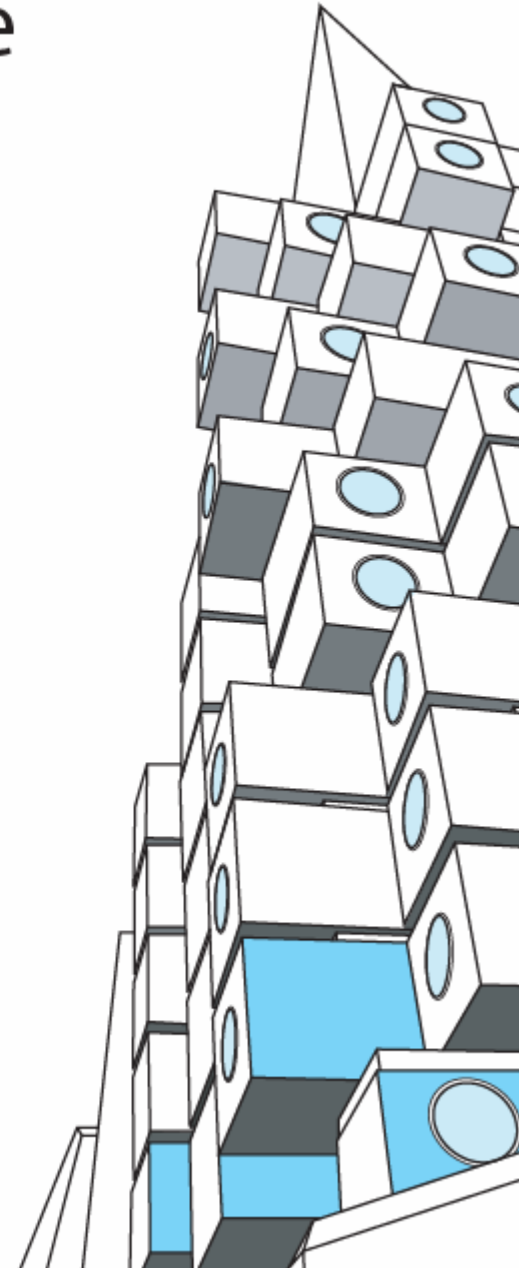
Passo avanti dell'Autore


Manifesto

Se cerchiamo di risolvere i problemi attuali con i vecchi metodi, incapperemo sempre negli stessi errori.

Metodo

Integrare concetti tecnici con la realtà pratica.
Applificare tesi e concetti di altri ambiti alla città.





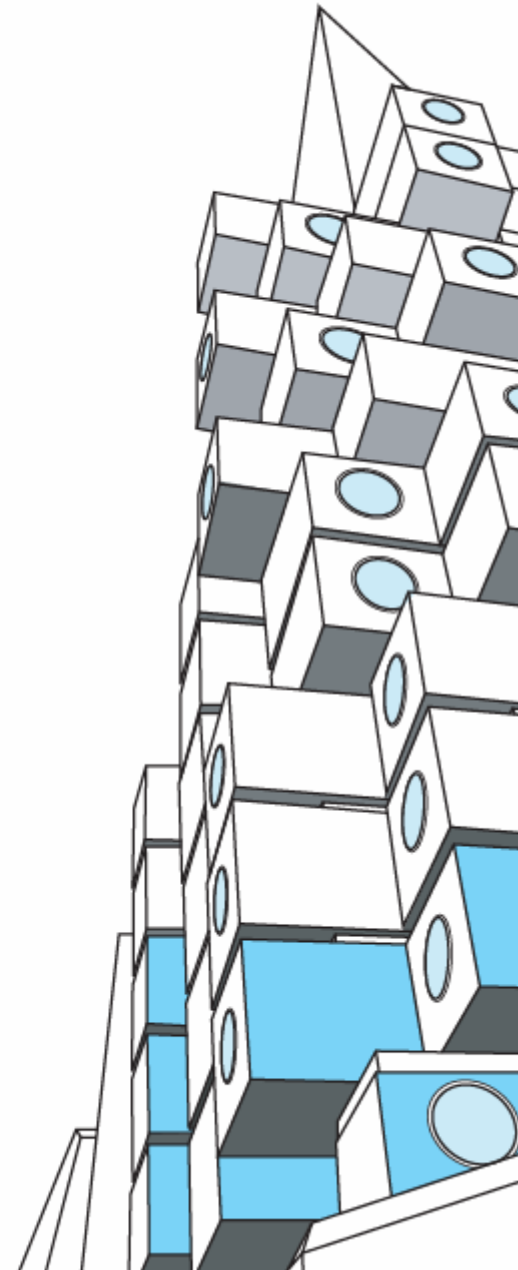
passo avanti
dell'autore

Lettore

Attivo e coinvolto

Entra volontariamente come parte integrante nello sviluppo cittadino.

*... the aim of the book is to make readers feel:
"I can do that too"*





Storia e Cultura

XXI Secolo

Secolo delle città.

Le necessità portano il 50% della popolazione mondiale a vivere negli ambiti urbani.

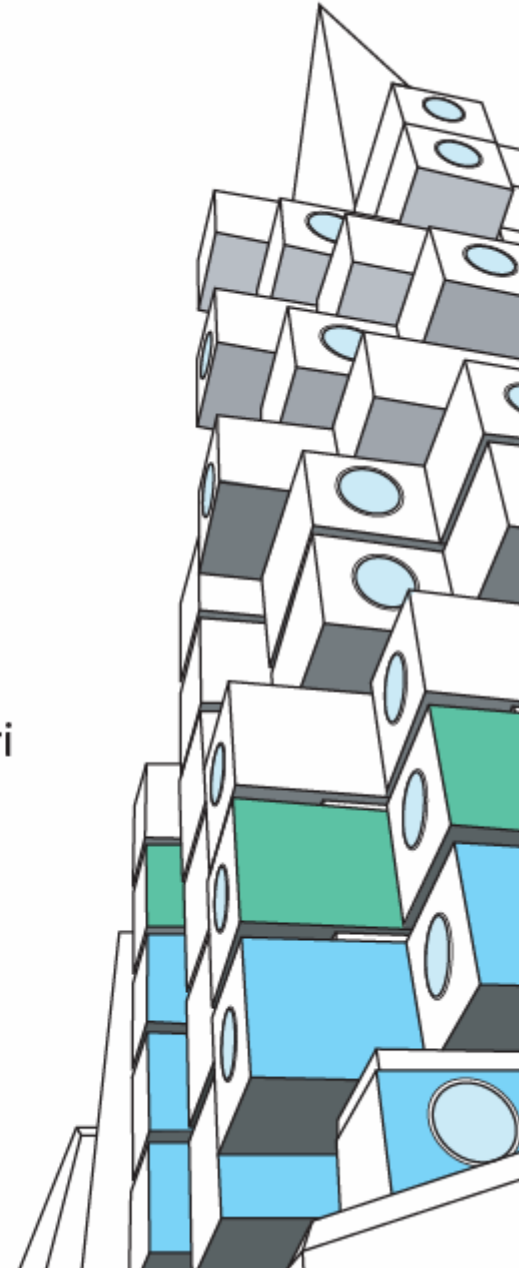
Villaggio Desiderabile

Il cittadino ricerca i valori tipici dei piccoli centri urbani in città che si rivelano sempre più mondiali.

Requisiti città creativa / Leadership

Moderna e aperta ai cittadini. Rinnovamento continuo ai vertici.

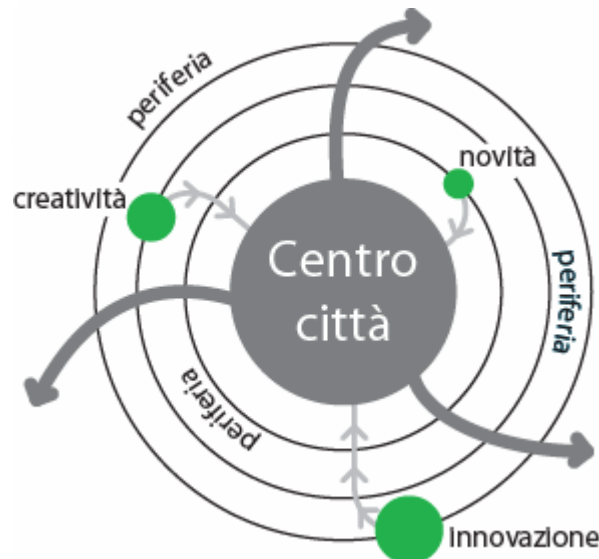
Leader mix: ordinario, innovativo, visionario.



cultura e
storia

Storia e Cultura

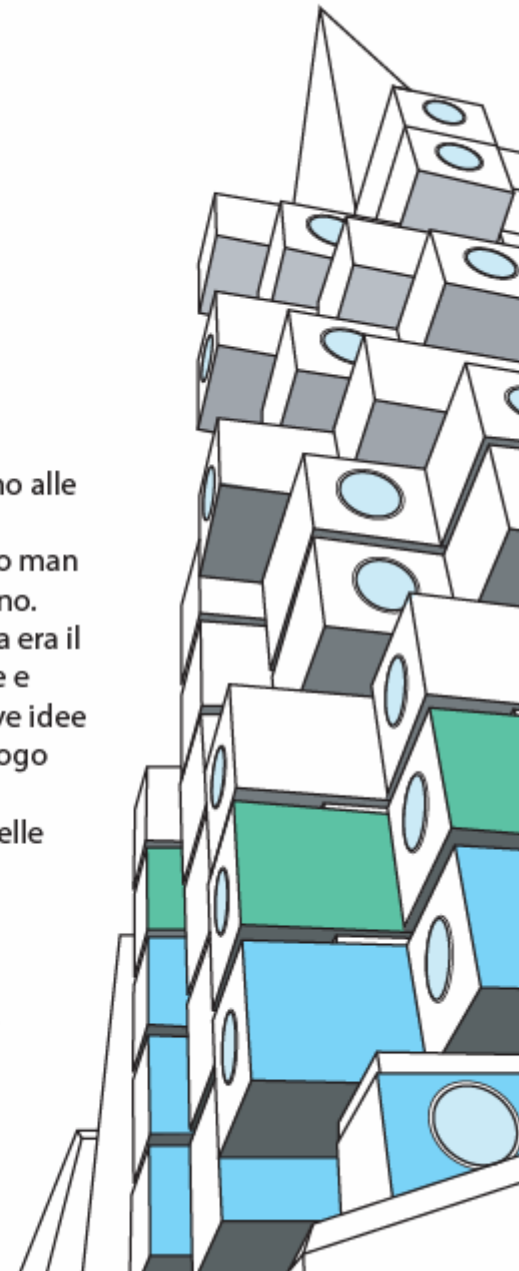
Agorà e Community



Oggi la creatività e l'innovazione nascono alle periferie delle città e s'avvicinano al centro man mano che si affermano. L'agorà che una volta era il centro di discussione e confronto delle nuove idee oggi non è più un luogo fisico ma un punto d'incontro virtuale nelle community.

Agorà _ Cafè _ Quartieri Culturali multimediali.

Requisiti città creativa / Cultura Organizzazionale
 Apprendimento creativo: strategia, cittadino: fonte di idee.
 Burocrazia e creatività, la virtù del fallimento, catalizzatori.





Nuovo Metodo

Banca di Idee

Migliorare la percezione che le persone hanno della città, cambiandone la mentalità.

Occupazione, applicazione tecnologica, spazi e architettura ispiratrice, abilità di vecchi e giovani, società dell'apprendimento, ecosostenibilità...

Helsinki, Huddersfield, Emscher Park

Requisiti città creativa / Spazi urbani e risorse

Luoghi pubblici dedicati alla comunità e allo scambio di idee.

Posti d'incontro neutrali, reali e virtuali.

Requisiti città creativa / Networking

Connessioni tra città e città e tra città e mondo.

Organizzazione dei network: da livello commerciale ad urbano.





Persone

Linfa vitale

Le persone come risorsa cruciale creativa.

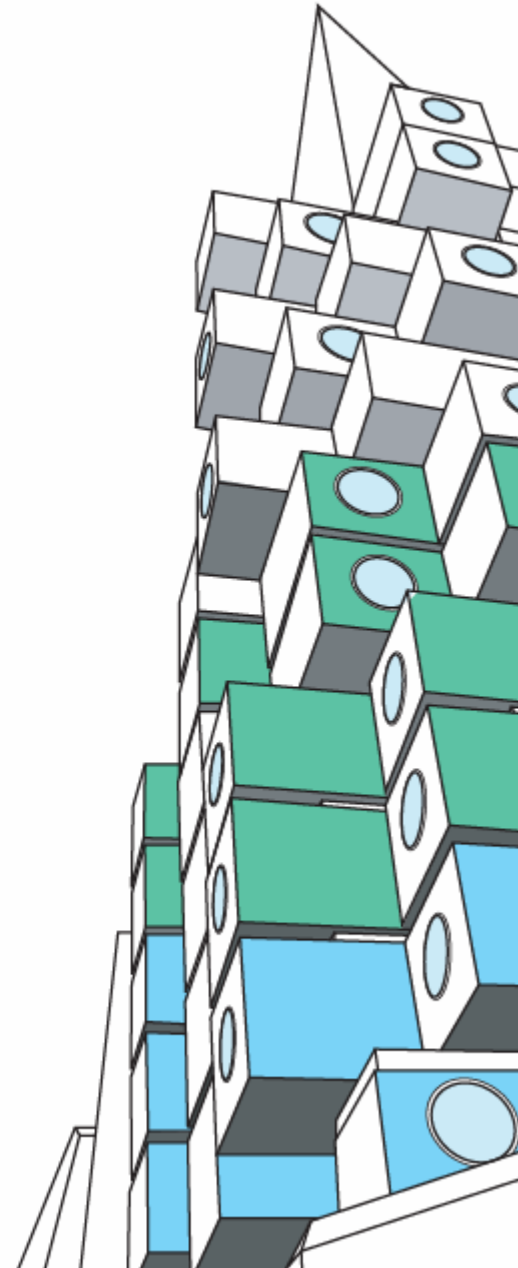
Successo

Il valore aggiunto nelle città è creato meno da ciò che viene fabbricato, ma più attraverso il capitale intellettuale applicato a prodotti, processi e servizi.

...the creativity of those who live in and run cities will determine future success...

Requisiti città creativa / Qualità Personali

Capacità di prendere rischi, aperti mentalmente, inventiva.
Pensatori creativi poco pratici, inconsistenti e difficili da trovare.



Persone



persone

Città organismo

La città non è più vista come una macchina ma come un organismo vivente.

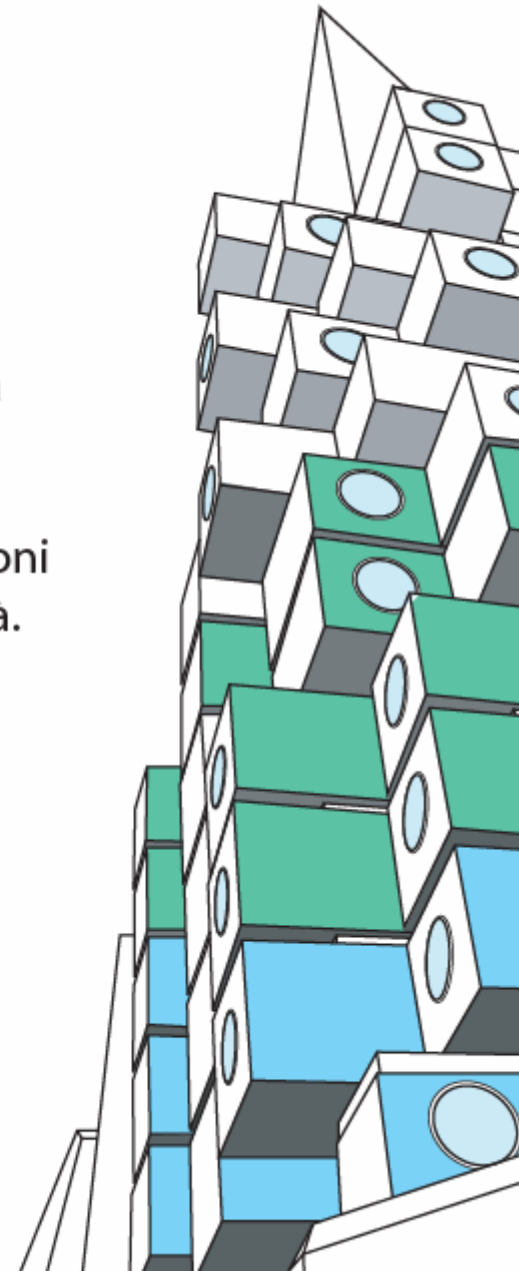
Ogni persona è un organismo che a sua volta va a comporre il tessuto urbano: interconnessioni fra gli elementi possono diffondere la creatività.

Requisiti città creativa / Identità Locali

Generare orgoglio di appartenenza alle identità cittadine.
Nuove tradizioni create per le nuove città.

Requisiti città creativa / Mixing People

Capacità di mixare le varie diversità.
Outsiders: nuove idee, Insiders: conoscenza bisogni locali.



Ambiente Creativo



persone

Interazioni

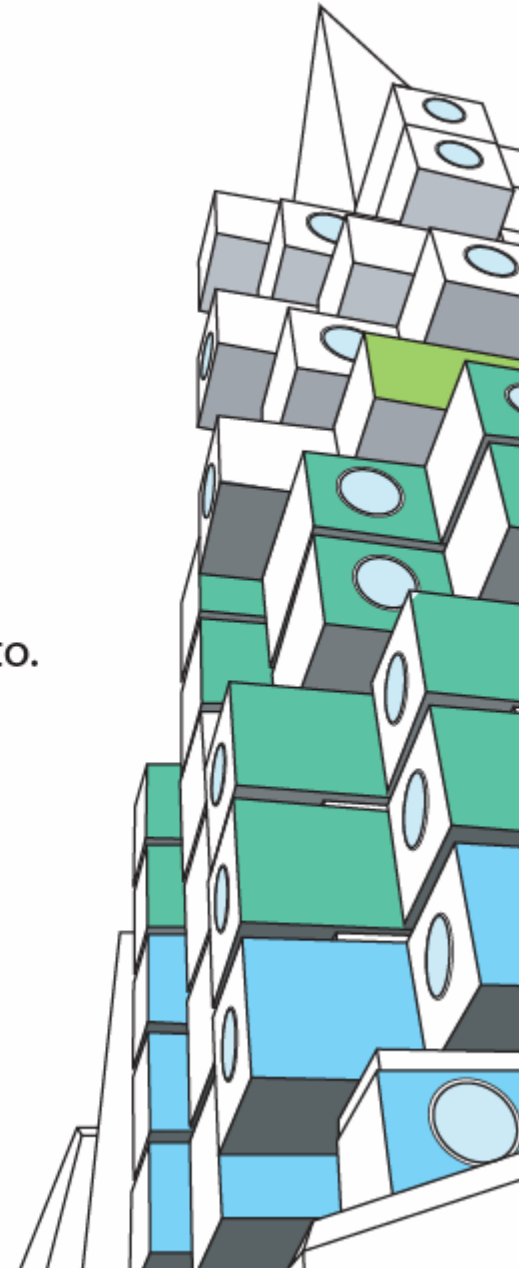
Luogo con approccio creativo dello sviluppo.
Face to face interaction e quartieri di industrie creative.

Infrastrutture hard e soft

Costruzioni, istituzioni, luoghi di apprendimento.
Interazioni umane, social networks.

Conclusioni storiche

Networking tra gli attori urbani.
Creatività e innovazione rivolta a tutti i campi.
Luoghi open_minded e multiculturali.
Programmi di benchmarking.

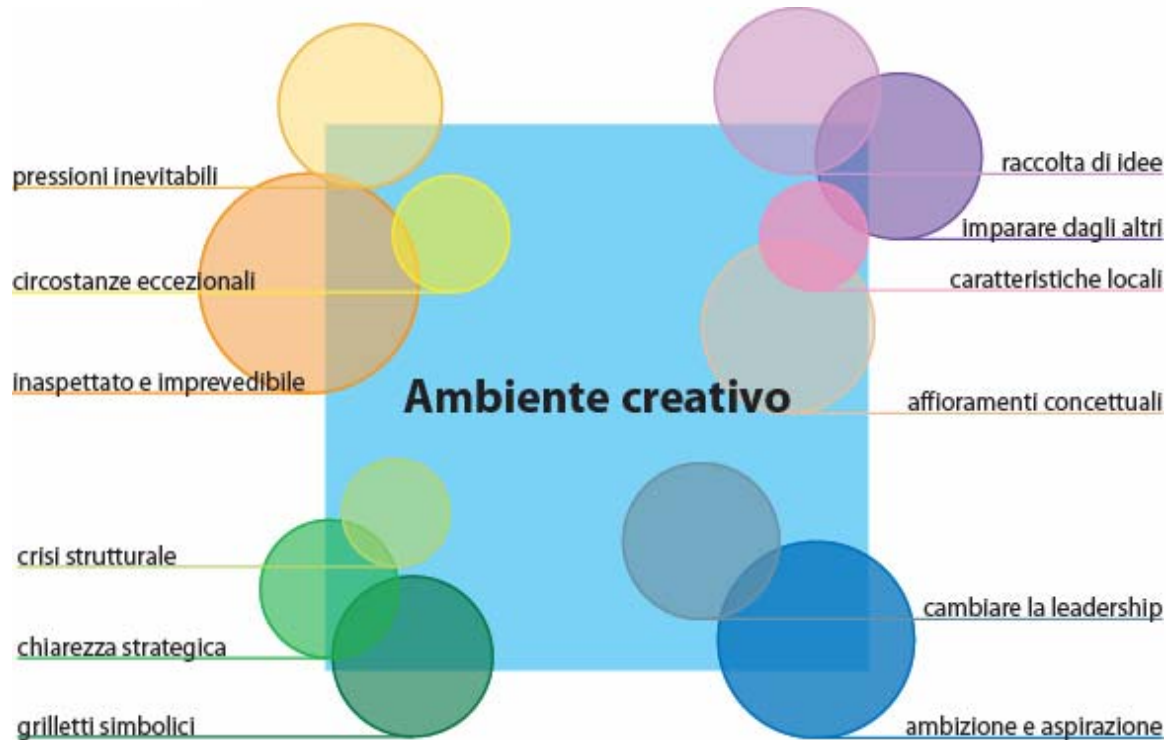


ambiente creativo

Ambiente Creativo

Grilletti

Elementi necessari per il processo creativo.

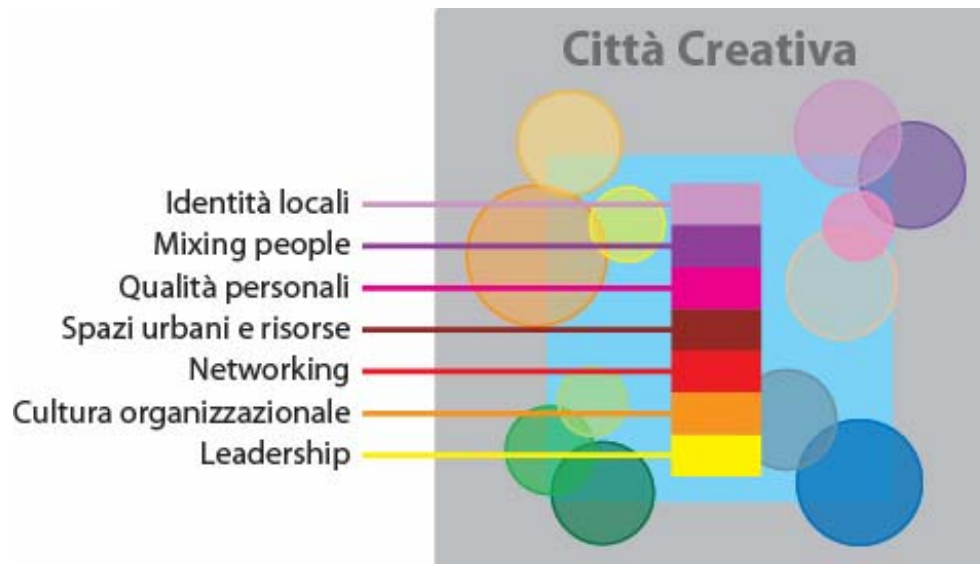


ambiente creativo

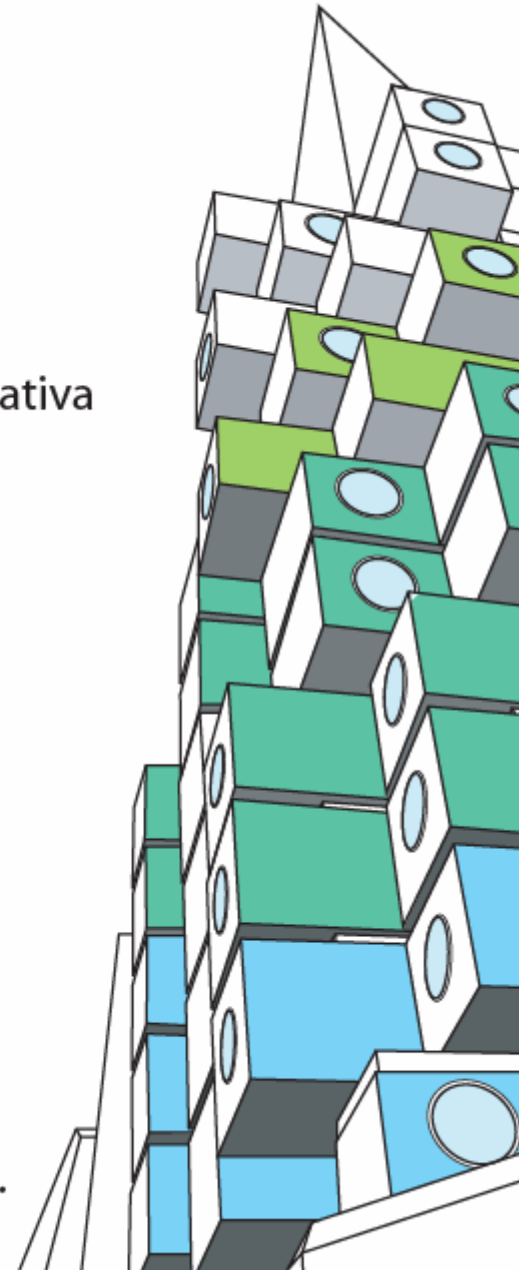
Città Creativa

Processo

L'impiego dei requisiti alla base di una città creativa all'interno di un ambiente creativo da vita concretamente a una nuova soluzione urbana.



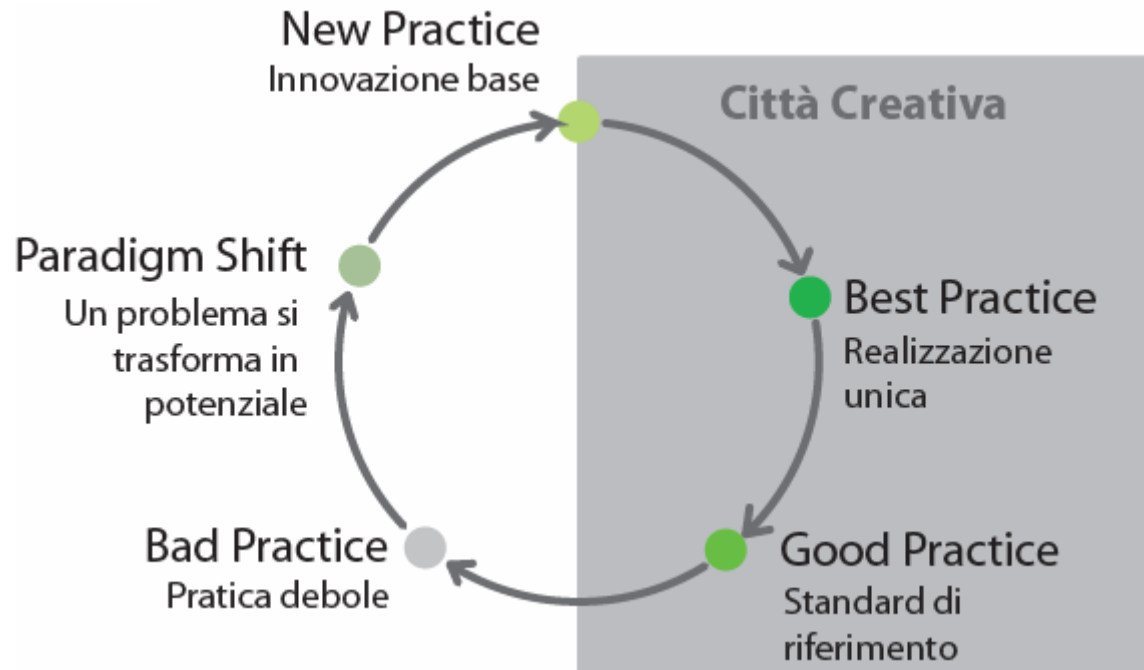
...think creatively...plan creatively...act creatively...



Città Creativa

città creativa

Innovations Matrix





città creativa

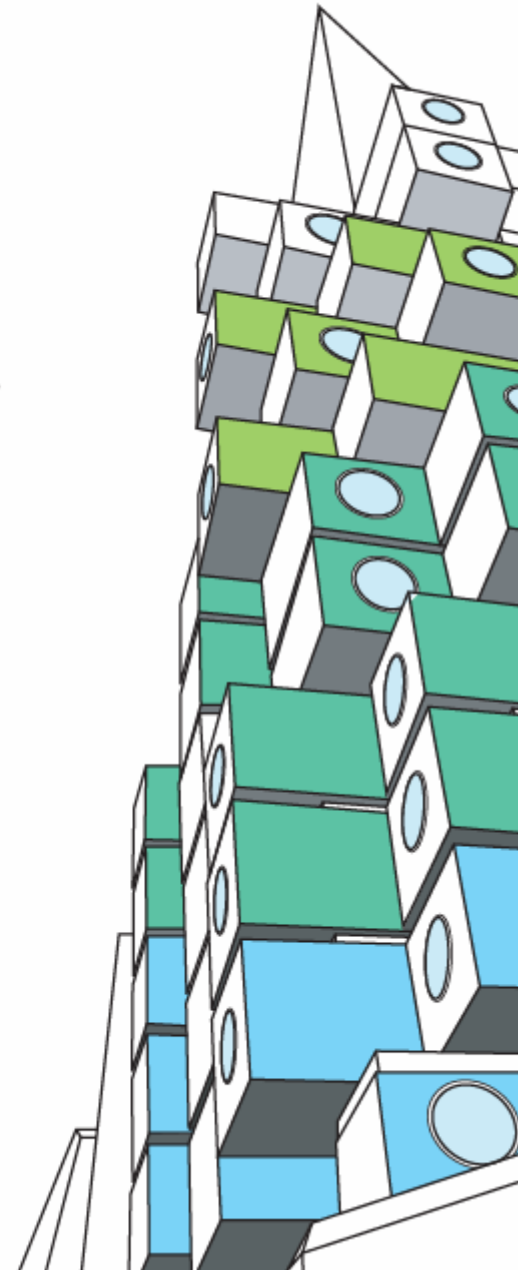
Toolkit

Scopo

Abilita cittadini, politica, decisori ad intervenire sulle possibilità latenti nell'ambiente urbano.

"...a toolkit is a coordinated set of instruments and devices geared to solving a problem..."

"...a conceptual toolkit is a set of concepts, ideas, ways of thinking and intellectual notions to make understanding exploring and acting upon a problem easier..."



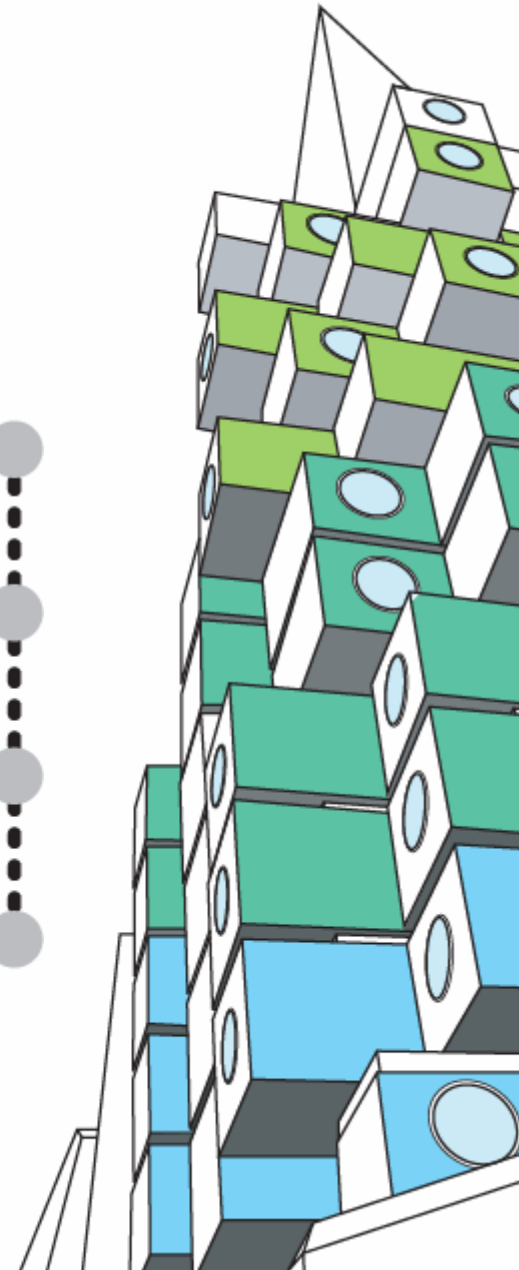
toolkit

Toolkit

Metodo strategico

- Fase di preparazione e pianificazione
- ↓
- Stima di potenzialità e ostacoli
- ↓
- Misurare successi e fallimenti
- ↓
- Esecuzione monitorata
- ↓
- Comunicare, monitorare e comparare

- Sfatare i miti ●
- Inventori di tecnica creativa ●
- Tipi di tecnica ●
- Applicare le tecniche ●

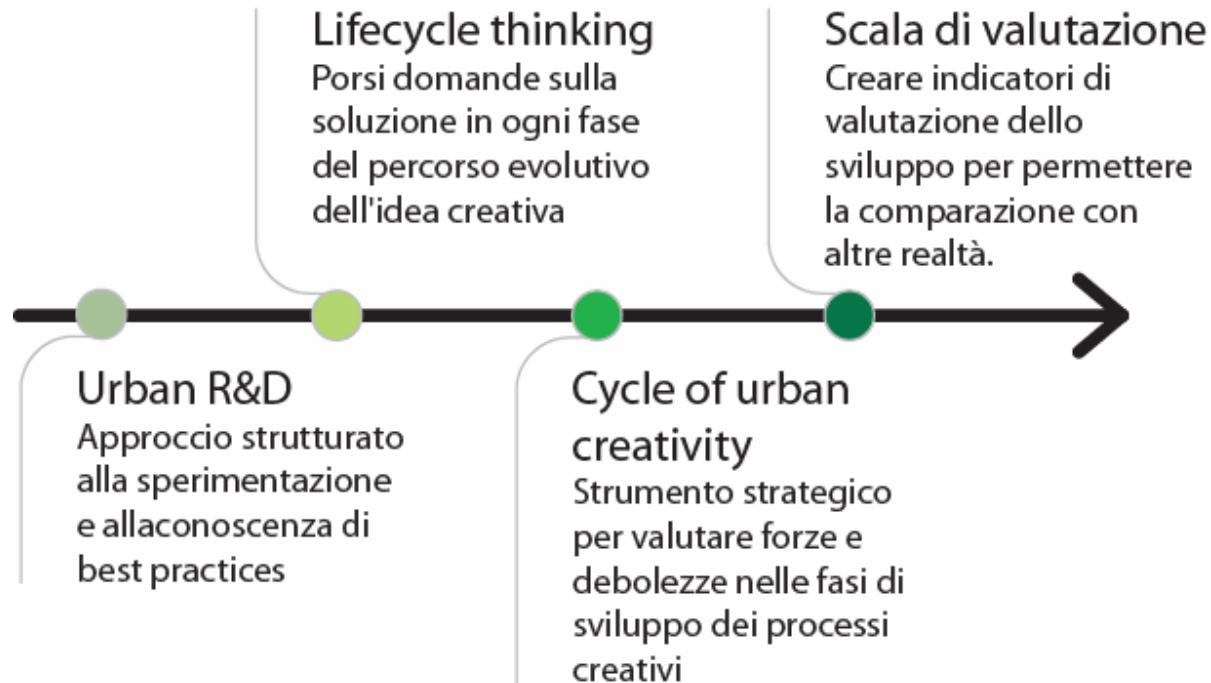


Toolkit



toolkit

Strumenti professionali



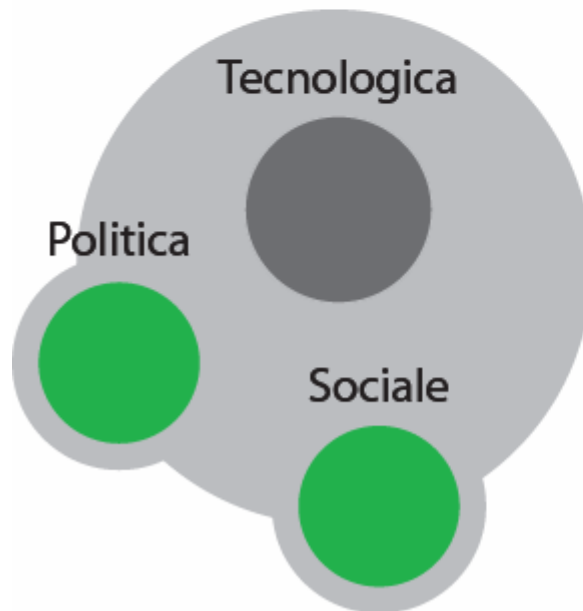
Toolkit



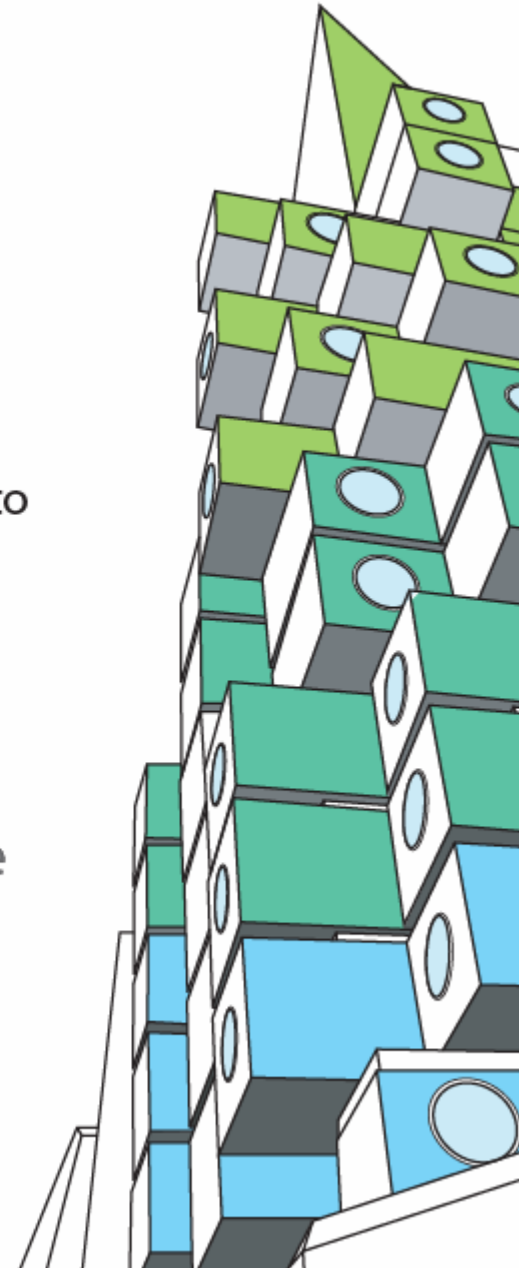
toolkit

Livelli

Il toolkit è uno strumento non solo dedicato ai professionisti dell'innovazione che operano prettamente in ambito tecnologico, ma è aperto a tutti gli attori della città.



Innovazione e
creatività





città creativa

Il futuro

Learning City

E' necessario riflettere continuamente sui cambiamenti e svilupparsi in base alle esperienze.

...the key to sustainable creativity...only by embedding reflexiveness and learning into every crevice of a city's inner workings can it sustain its creative momentum...



Conclusioni

Riteniamo che Landry con questo libro fornisca uno strumento prezioso alla società per evolversi in modo vantaggioso in favore di tutti i suoi attori, tenendo in considerazione i cambiamenti importanti che si stanno verificando nel mondo.

D'altra parte forse la sua fiducia nella capacità di autodeterminarsi delle persone è in parte un ideale che rende la sua proposta di cambiamento in un certo senso utopica.

