



STUDIO DI APPROFONDIMENTO SUL DISTRETTO
DELLA MADDALENA NELL'AMBITO DEL PROGETTO
EUROPEO "CREATIVE CITIES"
SUI TEMI DELL'INDUSTRIA CREATIVA E CULTURALE

Secondo Report



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

" Questo progetto è realizzato con il supporto
del Programma CENTRAL EUROPE
cofinanziato dal Fondo Europeo di Sviluppo
Regionale."

**STUDIO DI APPROFONDIMENTO SUL DISTRETTO DELLA MADDALENA
NELL'AMBITO DEL PROGETTO EUROPEO "CREATIVE CITIES"
SUI TEMI DELL'INDUSTRIA CREATIVA E CULTURALE**

**Secondo Report_Indagine diretta
30.10.2012**

Indice

1. Introduzione: oggetto e obiettivi dell'indagine
2. Strumento di analisi
3. Protocollo di osservazione e verbalizzazione dei focus
4. Elaborazione dei dati raccolti e temi emersi dalle discussioni
5. Note conclusive
6. Allegati

1. Introduzione: oggetto e obiettivi dell'indagine

A conclusione della prima fase di lavoro in cui è stata operata una lettura critica di una serie di documenti scelti e affidatici dagli uffici comunali, ha preso avvio la seconda fase del progetto, quella dell'indagine esplorativa, con l'ausilio di tecniche di tipo qualitativo ed il coinvolgimento di un gruppo scelto di portatori di interesse (rappresentanti del mondo produttivo e commerciale del settore impresa creativa, tecnici sia del settore pubblico che privato, amministratori pubblici e membri della società civile), che ruotano attorno alla Maddalena e alle azioni compiute con il Piano di Sviluppo Locale e il progetto Creative Cities.

L'Oggetto dell'indagine è stato rappresentato dai temi previsti dal percorso del progetto Creative Cities, tuttavia proposti con particolare attenzione ad aspetti conoscitivi propri degli interlocutori, approfonditi e sviluppati attraverso l'identificazione delle linee di azione, delle proposte e delle priorità potenzialmente attivabili.

La discussione, in particolare, ripercorrendo le tappe di quanto è avvenuto nel passato recente del quartiere, ha prodotto e individuato informazioni riguardanti l'orientamento degli individui coinvolti facendo emergere le diverse interpretazioni, reazioni emotive, valutazioni critiche, percezioni.

L'indagine, attraverso una ricognizione diretta, ha previsto l'individuazione di pratiche significative e la constatazione della congruità, conformità, validità e sensibilità nei confronti del percorso del progetto Creative Cities ma anche spunti e riflessioni su possibili proposte e su azioni di governance capaci di stimolare il contesto produttivo e incentivare una riqualificazione urbana, sociale e commerciale. Inoltre si è inteso attivare anche un confronto sulla percezione sociale e sulle opinioni in relazione all'area della Maddalena.

Il lavoro ha previsto la definizione di un quadro di riferimento da cui partire per approfondire la comprensione e la condivisione delle tematiche anche al fine di identificare e definire gli ambiti di riflessione da riprendere, nella fase successiva, con il lavoro di messa a punto di proposte coerenti con le attività svolte fino ad ora.

2. Strumento di analisi

Il focus group è una tecnica di rilevazione basata sulla discussione tra un piccolo gruppo di persone alla presenza di uno o più moderatori, focalizzata su un argomento che si vuole indagare in profondità.

Il focus group, infatti, consente di esplorare nel modo più ampio possibile le opinioni e gli schemi di comportamento su un tema specifico e permette di estrarre informazioni dal gruppo stesso, complessivamente considerato; con i focus group è possibile rilevare empiricamente le descrizioni ordinarie della realtà, condivise da più attori. Attraverso tale metodo, è possibile constatare come i soggetti interagiscono su una certa questione: molte persone sono più portate ad ammettere certi comportamenti ed atteggiamenti in pubblico piuttosto che in privato, poiché si identificano con altri membri del gruppo e riducono, quindi, l'imbarazzo; nello stesso tempo, si può osservare come reagiscono di fronte al dissenso sui propri punti di vista, manifestato da uno o più membri del gruppo.

I focus group possono essere un ottimo strumento per rilevare il grado di consenso su un particolare argomento e questo può essere tradotto in un giudizio articolato che

permette a chi deve prendere decisioni di capire meglio le esigenze e di calibrare le proprie politiche di intervento o, a chi deve fare proposte migliorative rispetto a un particolare tipo di problema, di fare scelte più attente ai bisogni e congruenti con le rappresentazioni dei soggetti.

Il gruppo dei partecipanti è di solito di limitate dimensioni (da 3 a 8-10 persone) e vede la presenza di un intervistatore-facilitatore che pone i temi e raccoglie l'attenzione, intervenendo in maniera mirata per mantenere la discussione nell'ambito pertinente gli scopi della ricerca, ma in modo da non influenzare le risposte e da fare emergere i pareri e i punti di vista spontanei dei soggetti presi in esame; e di un osservatore che svolge un ruolo apparentemente più defilato e cerca di cogliere anche i dati relativi alla comunicazione non verbale (le dinamiche che mettono in relazione gli uni con gli altri, il clima).

Seguendo una traccia (griglia) più o meno strutturata di intervista, si propongono degli "stimoli" ai partecipanti. Gli stimoli adottati in questo tipo di rilevazione saranno di tipo verbale, dalle risposte a questi stimoli scaturisce (o dovrebbe scaturire) di volta in volta la discussione; la caratteristica, che poi è anche il grande pregio del focus group, sta proprio nell'interazione che si crea tra i partecipanti che produce idee in misura assai maggiore rispetto all'intervista singola, sia a livello di quantità, sia a livello della qualità di approfondimento.

COMPOSIZIONE DEI GRUPPI E RECLUTAMENTO

In linea con quanto teorizza Morgan (1998)¹ qualsiasi aspetto di una ricerca in cui si utilizzano i focus group dipende da chi sono i partecipanti e da che cosa vogliamo sapere da loro, è da questi elementi che si andranno a decidere quali strategie utilizzare nel reclutamento e nella composizione dei gruppi di interlocutori e nella analisi dei dati. Con questo tipo di tecnica non si lavora né con campioni causali né con campioni rappresentativi di una popolazione quindi il criterio di selezione deve basarsi su altri aspetti come la qualità e la quantità delle informazioni possedute, il livello di motivazione, la disponibilità a lavorare in gruppo.

Riguardo ai criteri di omogeneità/disomogeneità nel reclutamento in letteratura certamente si è discusso molto, avere interlocutori simili (o che si percepiscono tali) è da valutarsi in funzione della raccolta dei dati, può favorire l'apertura e il flusso comunicativo ma può anche portare a fenomeni di conformismo, tuttavia con l'eterogeneità si corre il pericolo di arrivare all'aperto conflitto. Quindi risulta interessante per la composizione, in linea molto generale, quanto propone Albanesi (2004)²:

- privilegiare l'omogeneità interna al gruppo per quello che riguarda età e status socio-economico;
- privilegiare l'omogeneità in termine di genere sessuale solo se il tema della ricerca può in qualche modo inibire la libera discussione fra uomini e donne;
- privilegiare un approccio misto quando si vogliono confrontare gli schemi interpretativi in culture diverse.

In generale è auspicabile garantire all'interno di un gruppo condizioni di omogeneità tali da favorire un linguaggio comune e un clima favorevole allo scambio mantenendo, però, un tale livello di eterogeneità da favorire il dibattito e il confronto tra posizioni ed esperienze differenti (criterio della segmentazione, ovvero omogeneità infragruppo ed eterogeneità intergruppo).

¹ Morgan D. L., Krueger R. A. (1998), *The focus group kit*, Sage, Thousand Oaks.

² Albanesi C. (2005), *I focus group*, Carocci, Roma.

Criteri su cui, in generale, occorre porre molta attenzione sono anche l'estraneità (fra i membri del gruppo e fra membri e moderatore), le caratteristiche di status, leadership e ruoli sociali in stretta relazione con il tema della ricerca. Si ritiene che nel quadro specifico di questo lavoro questi aspetti non siano così determinanti da influire sulla composizione dei gruppi.

Esplicitare i criteri di reclutamento non serve per dare particolare validità alla ricerca tuttavia è funzionale ad aumentare la sua validità scientifica e pratica oltre che ad esplicitare le basi metodologiche del lavoro.

Le strategie che si possono utilizzare sono numerose, nel caso presente si è scelto di procedere alla composizione della lista partendo da un elenco messo a disposizione del committente. Tale lista di partecipanti è poi stata suddivisa in due in quanto sono stati scelti di svolgere due focus group.

In allegato al presente documento viene inserita la lista degli interlocutori indicati, di seguito, invece, viene fornito l'elenco degli intervenuti suddivisi per focus:

focus n. 1

- Conte Rosangela - Libera
- Tosto Marco (per Manzano Olmo) – Laboratorio Ripercussioni Sociali
- Matteo Casari – Disorderdrama – Progetto MAED
- Pessa Loredana – “Maioliche”- Comune di Genova
- Saracino Ilvano e Novella Furloni – Municipio I centro Est

focus n. 2

- Folli Alberto – Incubatore Centro Storico
- Piccardo Andrea – Genoa Comics Academy, Civ Maddalena, Mielhouse
- Caponizzi Egidio – Direzione Cultura Comune di Genova
- Sannipola Marina – PSL – Maddalena, Job Centre
- Coppari Michele e ??? – Progetto MASS
- Borrelli Paola – Laboratorio sociale Vico Papa
- Russo Tina – Itinerari mkt musei – Comune di Genova.

3. Protocollo di osservazione e verbalizzazione dei focus

L'utilizzo del focus group avvia una discussione che non si basa su domande vere e proprie ma su temi proposti ai partecipanti (criterio della *topic guide* ovvero guida per argomenti che si contrappone al criterio *questioning route*, ovvero griglia di conduzione strutturata).

Essendo il focus uno strumento utilizzato essenzialmente per la raccolta di informazioni, la traccia per l'intervista è stata articolata sulla base di precise indicazioni, atte ad aiutare il momento della raccolta dei dati ma anche in grado di favorire la conversazione del gruppo. Per ogni punto da indagare, al fine di focalizzare e orientare il colloquio, si sono stabilite delle domande di “innesco” e alcune domande “sonda” (probe questions) di approfondimento e/o stimolo per la discussione.

Sia gli elementi di setting (tempi, modalità di intervento, luogo in cui svolgere i focus ...) che la traccia per le interviste sono stati condivisi dal gruppo tecnico di lavoro (Comune di Genova, Job centre) prima dell'avvio dell'azione d'indagine, per la stesura definitiva del protocollo.

I dati sono stati raccolti in un protocollo per l'osservazione (e la verbalizzazione) dove sono state riportate le seguenti informazioni:

- Data
- Luogo
- Nominativi dei presenti e tipologia
- Conduttore
- Osservatore

I temi utilizzati nel corso dei focus sono i seguenti:

- opinioni sull'area della Maddalena (descrizione dell'area)
- quali effetti positivi/negativi hanno prodotto le azioni compiute alla Maddalena (trasformazioni fisiche in senso proprio, sociali, economiche ...)
- come valorizzare la Maddalena - nel senso di creare un buon contesto per l'industria creativa e una riqualificazione socio-territoriale – quali proposte
- le industrie creative possono contribuire a valorizzare la Maddalena - nel senso di reinserire l'area in un circuito di maggior fruizione del centro storico - quali proposte
- quali "vantaggi" hanno portato le azioni intraprese fino ad oggi - x tutti tecnici, politici, imprenditori – (Empowerment).

TRACCIA DI DISCUSSIONE

1. Ci potreste offrire una fotografia personale dell'area della Maddalena secondo il vostro punto di vista, senza esprimere un'opinione su quelle che potrebbero essere delle potenzialità per il futuro.
2. Se pensiamo agli interventi che negli ultimi anni hanno prodotto delle trasformazioni in senso fisico ma anche sociale ed economico alla Maddalena, secondo il vostro parere quali sono gli effetti positivi e negativi sul quartiere, prodotti da queste trasformazioni.
3. Secondo la vostra esperienza, che cosa si potrebbe proporre e attuare per raggiungere l'obiettivo di valorizzare maggiormente questo quartiere per migliorarne il contesto socio-territoriale e per aumentarvi l'insediamento delle imprese "creative".
 - SOTTOTEMA: Secondo il vostro parere, l'insediamento delle imprese creative in questo quartiere può contribuire alla sua valorizzazione in modo tale da riuscire ad inserire la Maddalena nel circuito di fruizione che interessa già il resto del centro storico, oppure quali proposte e/o attività potreste ipotizzare.
4. Dal vostro punto di vista personale (o di associazione), quali vantaggi o effetti positivi avete potuto cogliere dalle attività messe in atto con il Piano di Sviluppo della Maddalena e con il progetto Creative Cities (quale arricchimento ne avete tratto). –[Tema da trattare solo se c'è tempo].

- Tempi
20 minuti a domanda comprendendo un primo "giro di risposte" e una sintetica discussione.

- Obiettivo prioritario: far emergere spunti, idee, suggerimenti, criticità, etc.
- Compito dell'osservatore: si occupa della registrazione audio e ha il compito di osservare e prendere nota di ciò che accade nel gruppo, ciò significa che deve annotare quello che si definisce "il clima di sfondo" (alleanze, collaborazioni, divergenze, dinamiche nel prendere e cedere la parola, etc.), oltre che prendere nota della conversazione che avviene nel gruppo. Le note di osservazione sui comportamenti non verbali sono importanti quanto i contenuti della conversazione perché servono a integrare il resoconto della sessione di focus e sono, dunque, funzionali a migliorare la qualità dell'analisi.
Sarà pertanto importante osservare:

- quali partecipanti intervengono (e in quale ordine)
- quali parole ricorrono con maggior frequenza (identificabili come parole chiave)
- quali opinioni sul problema vengono espresse, confermate, contrastate
- qual è il livello di condivisione e partecipazione percepito
- quali comunicazioni non verbali si sono notate
- quali cambiamenti dall'inizio al termine nel clima del gruppo
- quali aspettative sono emerse
- quali proposte, progetti, azioni sono stati avanzati
- quali sono stati i punti salienti della discussione
- quali aspetti "sperimentali" sono emersi.

All'avvio del Focus il conduttore ha brevemente riassunto i motivi, gli indirizzi, il senso generale della ricerca, di cui il Focus è un momento, ha richiamato all'attenzione il senso di responsabilità del gruppo stesso, individuato come fonte di rilevazione.

Attraverso un confronto costruttivo, lo scopo è stato quello di far emergere da ciascun partecipante le expertise e le opinioni su ogni argomento specifico.

È bene ricordare che l'obiettivo perseguibile non è stato di portare il gruppo verso l'assunzione di decisioni, né ricercarne il consenso su un argomento, ma al contrario far emergere spunti, idee, suggerimenti, criticità, etc.

4. Elaborazione dei dati raccolti e temi emersi dalle discussioni

ELABORAZIONE DATI RACCOLTI

Con la realizzazione dei focus group, e quindi con la discussione di gruppo, si è potuto costituire un'immagine dell'industria creativa alla Maddalena e del progetto Creative Cities.

I partecipanti sono stati scelti perché portatori di esperienze specifiche, in particolare hanno partecipato rappresentati del mondo produttivo (industriale e artigianale), del settore del commercio (associazioni di categoria ma anche rappresentati di CIV), associazioni di volontariato presenti sul territorio, comitati di quartiere e rappresentanti di cittadini.

Gli incontri sono stati verbalizzati e si sono svolti alla presenza di un conduttore e di un osservatore; il contenuto narrativo e le indicazioni degli osservatori sono state analizzate e si sono individuate le considerazioni riportate di seguito.

È bene ricordare che, trattandosi di un approccio qualitativo, nel corso dell'esame dei dati raccolti, non sono state riferite frequenze, - cioè entità numeriche relative alla comparsa di opinioni, fenomeni o atteggiamenti - quanto piuttosto "addensamenti" di indicazioni fornite dai partecipanti alle discussioni, a conferma della rilevanza di un certo tema rispetto ad altri e delle varie opinioni presenti.

Le informazioni raccolte durante i focus attraverso la traccia sono state elaborate seguendo un approccio di tipo qualitativo tale da produrre un'analisi trasversale e tematica del contenuto delle conversazioni.

Il momento di analisi è stato impostato sugli argomenti topici trattati e si è deciso di inserire nel discorso interpretativo teorico, brani di narrazione e discussione, perché è apparso rilevante, ai fini del lavoro, non solo il concetto inerente l'interpretazione che veniva trattata, ma anche il modo e il contesto in cui, ciò, è stato espresso o dibattuto.

È necessario precisare che ogni incontro è stato aperto da una breve introduzione da parte del conduttore del focus, dopodiché, a seguito di una breve presentazione personale, si è passati alla discussione del primo tema proposto. I temi effettivamente sottoposti all'attenzione dei partecipanti sono stati solo i primi tre, il quarto tema - conformemente a quanto già previsto fin dall'inizio - non è stato utilizzato per mancanza di tempo e per valore di priorità assegnato agli altri temi.

TEMI EMERSI DALLE DISCUSSIONI

Il **primo tema** di argomentazione per i focus - "Ci potreste offrire una fotografia personale dell'area della Maddalena secondo il vostro punto di vista, senza esprimere un'opinione su quelle che potrebbero essere delle potenzialità per il futuro" - ha permesso di raccogliere un insieme di informazioni molto ricco e articolato sull'area della Maddalena, evidenziando criticità ed elementi di positività ben presenti alla consapevolezza dei partecipanti alla discussione.

In primo luogo emerge una duplice immagine della Maddalena, quella esterna, da parte di tutta la città e quella dall'interno di chi ci abita, lavora o ha svolto un ruolo importante nei percorsi del Piano di Sviluppo della Maddalena o del progetto Creative Cities. In questo senso, l'immagine del quartiere evidenziata dagli interlocutori e, dunque, da un punto di vista che si potrebbe definire interno, è sicuramente positiva soprattutto perché vista in evoluzione nel tempo: «[...] la logica è di un quartiere che ha un'immagine in evoluzione anche positiva, non si camminava nel quartiere», «[...] quindi ci si crede a una nuova immagine». Alle attività intraprese con il Piano e con il progetto Creative Cities, sembra che il quartiere abbia risposto in maniera positiva con impegno e volontà di innescare un'energia di cambiamento, più voci sembrano sottolineare questo aspetto in maniera concreta ed evidente: «vedo gente che lavora, parla, discute, ha voglia di fare, di mettersi in discussione», «anche a livello di abitanti c'è del nuovo, sono attivi, consapevoli delle criticità», «vedo la Maddalena molto creativa» e ancora, «il terreno è fertile, sicuramente c'è spinta», «è scoprire tante energie nel quartiere», «c'è fermento», «colgo che si è scatenato un processo e c'è la positività». Si tratta dunque del riconoscimento di grandi potenzialità ed energie positive che sembrano emergere, non solo limitatamente al quartiere in sé, ma in riferimento al contesto dell'intera città di

Genova: «la Maddalena ha una grossa potenzialità, [...] c'è la possibilità di espandere la Maddalena come laboratorio di tutta la città ed è la sua fortuna».

Dall'altra parte, gli interlocutori si preoccupano di quello che può essere, invece, il punto di vista esterno sull'immagine del quartiere, riconoscendo che le due visioni si presentano spesso discordanti: «tutti i genovesi hanno l'idea della Maddalena, la gente sa benissimo cosa succede ma c'è un velo che deforma quello che siamo realmente, ma la gente non ci vede bene. La qualità dell'immagine che esce, noi la presentiamo vaga».

In altre parole, prende forma l'immagine di una Maddalena «attiva» ma «contraddittoria» perché la percezione che se ne ha è quella di «un quartiere molto in sofferenza nonostante gli sforzi fatti».

A seguito dell'interesse posto verso quest'area attraverso il Piano di Sviluppo e il progetto Creative Cities, si riconosce il fermento che si è attivato grazie ad una serie di attività ed «eventi» che si sono susseguiti negli ultimi anni; si tratta di interventi riconosciuti di qualità ed eccellenza ma che purtroppo mostrano i propri effetti soltanto per il breve tempo della durata dell'evento, per poi spegnersi subito dopo. In tal senso, gli interlocutori, ben coscienti di questa situazione, la descrivono come quella di un quartiere dove «ci sono cose estemporanee ma poi la gente non torna», «la Maddalena è una zona con iniziative di eccellenza a spot. Dopo l'iniziativa ci sono pochi elementi che rendono attrattiva la zona». Si può dunque considerare che, se le iniziative hanno funzionato bene, assicurarne una certa continuità potrebbe garantire che tutti gli sforzi fatti volta per volta non vadano ad annullarsi, questo significa che la situazione creata da un evento dovrebbe diventare una «quotidianità» perché si avverte che «manca una rete che sia quotidiana». Gli esempi portati dagli interlocutori sono molti come nel caso dell'evento della «Fiera della Maddalena» che «ha visto un sacco di persone» per cui, a fronte del fatto che «la gente non ci va volentieri» e che finiti i momenti estemporanei degli eventi creati «poi la gente non torna», appare evidente ai più che «se si porta un motivo per andarci la gente ci va, perché si crea un immaginario per cui quel luogo diventa fonte di incontri e scambio». Questa situazione, evidenziata come «problema di intermittenza» perché anche le azioni intraprese dal Piano e dal progetto Creative Cities non riescono «a garantire la continuità» spinge a considerare che occorre «mettere insieme tanti progetti e tanti soggetti», «occorrono più cose ed eventi che, a piano strada, funzionino per tutti come gli eventi» e dunque si può ritenere che «bisognerebbe trovare le attività da insediare». La mancanza di attività in via della Maddalena e nelle strade limitrofe fa sì che si crei un vero e proprio limite invalicabile tra due parti dello stesso quartiere «dopo le sei una parte del quartiere vive, da sotto Soziglia [...] via della Maddalena è proprio deserto [...] c'è una parte di quartiere dove non c'è passeggio».

La necessità di portare della gente nel quartiere in maniera continuativa e «tranquilla» apre la discussione verso le criticità ben evidenziate dagli interlocutori.

Si riconosce che «per la Maddalena il problema è di non essere tra le grandi vie» del centro storico che presentano maggiori flussi di utenti, legati ad aspetti commerciali perché nel quartiere «ci sono il 44% di serrande chiuse, per questo non ci passa nessuno», se i problemi evidenziati possono essere tanti e di livello differente, il primo da affrontare sembra essere quello delle «serrande chiuse» e dei «locali inutilizzati». È per questo motivo che sembra diventare plausibile l'idea di sostenere delle nuove attività magari quelle che la fascia di popolazione più giovane vorrebbe attivare ma non ne ha le possibilità

economiche «vale la pena ragionare anche in termini di sostegno alle attività. Spesso si chiede ai giovani ma occorre dare anche una gratificazione» perché «se non ci sono soldi le cose non si muovono. Occorre un minimo riscontro economico».

Da questi ragionamenti, il passaggio alla descrizione delle altre criticità presenti alla Maddalena, è molto rapido.

Un primo punto critico è legato alla “comunicazione” intesa sia nel senso di rendere noti gli eventi e le attività positive intraprese nel quartiere, sia nel senso della comunicazione prodotta attorno alla Maddalena dalla stampa e dai mass media. Da una parte si ritiene che «questo quartiere viene utilizzato ma bisogna farlo sapere» e che «forse tutto quanto fatto è poco comunicato e male» perché si pensa che «la comunicazione è fondamentale. Le cose serve comunicarle in modo attrattivo» e «capillare». Ma soprattutto si ritiene che la comunicazione debba essere fatta in maniera positiva per rendere noto all'intera città che nel quartiere stanno avvenendo cose molto interessanti mentre troppo spesso accade che «si mette enfasi a ciò che chiude e non si dice niente per ciò che apre». Gli interlocutori hanno la sensazione che «la stampa lavori contro» e ritengono che la Maddalena sia «massacrata in termini di immagine» da quanto riportato dai mass media; l'esempio che viene riportato è molto recente, e riguarda gli articoli apparsi sui quotidiani in riferimento all'accoltellamento di un ragazzo senegalese avvenuto mentre nelle piazze del quartiere si svolgeva l'evento dedicato alla “Notte della poesia dei bambini”. Anche l'intervento di stampa e mass media sembra contribuire all'intermittenza degli effetti positivi prodotti con l'impegno portato da tutte le attività messe in atto perché «tu ti sbatti e il giorno dopo esce un articolo...», «nel lavoro che ho fatto io ogni volta usciva un articolo che mi azzerava il lavoro. La stampa dimostra di non avere il senso della misura».

In seconda battuta vengono evidenziate quelle che sono ritenute da tutti gli interlocutori le problematiche più gravi e di difficile soluzione perché troppo radicate nel territorio: «è una zona straordinaria ma è peggiorata dal punto di vista della malavita». I problemi più profondi del quartiere sono rappresentati da problemi di ordine pubblico che difficilmente sono risolvibili attraverso la creazione di eventi intermittenti: «sono chiari la prostituzione, mafia, microcriminalità e i loro rapporti, così come si innescano con l'economia del quartiere», «c'è usura», «tu ti sbatti e il giorno dopo esce un articolo...», «tutti quelli con cui parlo sanno della mafia, dal pubblico non si vede ma poi è lì, è un problema enorme», mentre la presenza della prostituzione, per quanto sia avvertita come «eccessiva e non avverte l'obbligo delle relazioni con il quartiere, è una pianta infestante», comunque sia appare anche come un problema minore perché «fa colore» rispetto ai gravi problemi legati alla presenza della «malavita» che spinge verso l'abbandono del quartiere, «ci sono delle correnti centripete che spingono fuori».

La conseguenza diretta di queste affermazioni è quella di avvertire una forte necessità di un presidio costante e serio del territorio: «manca la polizia», «ad oggi c'è un vigile che non esce mai», «le azioni civili non bastano, va esercitata una pressione con altri tipi di interventi di polizia che non sta a noi», «occorre una collaborazione con le forze dell'ordine che è indispensabile», «occorre una risposta a livello istituzionale anche poliziesca».

Con il **secondo tema** di argomentazione, si è approfondito, in parte, il primo tema appena trattato, cercando di evidenziare la percezione delle trasformazioni innescate dal Piano di Sviluppo della Maddalena e dal progetto Creative Cities, chiedendo agli interlocutori presenti “Se pensiamo agli interventi che negli ultimi anni hanno prodotto delle trasformazioni in senso fisico ma anche sociale ed economico alla Maddalena, secondo il vostro parere quali sono gli effetti positivi e negativi sul quartiere, prodotti da queste trasformazioni”.

La discussione innescata attorno a questo tema offre alcuni spunti anche se in misura minore rispetto al tema precedente in quanto, in qualche modo ne rappresenta un sottotema al quale alcuni degli interlocutori hanno già risposto precedentemente.

In primo luogo si sottolinea maggiormente la mancanza di una vita quotidiana dettata dalla “normalità”, nel senso che il quartiere vive momenti eccezionali legati agli eventi, e momenti estremamente critici legati ad altri avvenimenti negativi: «la gente vive tra due livelli, il bello e il brutto, manca la normalità la troppa eccellenza fa male agli abitanti»; a sottolineare la necessità di garantire una certa continuità delle risposte positive.

Le altre affermazioni muovono la discussione sull'approfondimento di alcuni degli aspetti già precedentemente sviluppati nel primo tema:

- occorre lavorare sul marketing, sia in senso di comunicazione, sia nel senso di facilitare l'accesso ad alcuni beni e servizi ancora presenti nel quartiere, da parte della clientela, al fine di attrarre un flusso di utilizzatori anche alla Maddalena, «se ci fosse un po' di marketing, funziona anche con i turisti, ci sono dei locali carini, si potrebbe tentare»;
- invece di facilitare l'ingresso delle imprese nel quartiere, si sta optando per l'inserimento delle associazioni, e nello specifico di quelle culturali evidenziando però che «il bando di aprire alle associazioni è integrativo e non sostitutivo per le imprese»;
- occorre «promuovere relazioni tra mondi diversi – scuola, botteghe, sociale, cultura, arte..., e chiedere che la città porti attenzione e competenza al quartiere».

In tutti i casi, comunque, la valutazione che si offre, delle attività intraprese e delle trasformazioni o risposte che hanno suscitato queste attività risulta sempre positiva e ricalca l'immagine positiva del quartiere offerta nel primo tema di discussione.

Il **terzo tema** di argomentazione dei focus si concentra maggiormente sull'obiettivo dei focus stessi: approfondire la discussione attorno all'industria creativa come possibile strada di riqualificazione del quartiere. In tal senso, il tema posto alla discussione è stato articolato in diversi sottotemi utili alla raccolta di possibili proposte per il futuro e offerto agli interlocutori come segue: “Secondo la vostra esperienza, che cosa si potrebbe proporre e attuare per raggiungere l'obiettivo di valorizzare maggiormente questo quartiere, per migliorarne il contesto socio-territoriale e per aumentarvi l'insediamento delle imprese “creative”.

- SOTTOTEMA 1: “Secondo il vostro parere, l'insediamento delle imprese creative in questo quartiere può contribuire alla sua valorizzazione in modo tale da riuscire ad

inserire la Maddalena nel circuito di fruizione che interessa già il resto del centro storico, oppure quali proposte e/o attività potreste ipotizzare”.

- SOTTOTEMA 2: “Cosa ne pensate di Palazzo Senarega come possibile contenitore di attività legate alla Maddalena come quartiere creativo”.

Per prima cosa la discussione si concentra sulle possibilità di insediamento dell'industria creativa nel quartiere della Maddalena e sulle ricadute che una tale trasformazione del quartiere potrebbe portare: «l'idea della rigenerazione urbana con l'arte è molto diffusa in Europa». Gli interlocutori pensano che l'insediamento dell'industria creativa alla Maddalena sia una buona idea ma che comunque non nasconda un certo grado di problematicità per essere messa in atto: «quella di aprire imprese è un'ottima idea ma ora è difficile», «è una buona strada ma occorrono altre azioni; è positiva ma occorre una programmazione che coinvolga tutto», «siamo dell'idea che l'industria creativa è l'unica soluzione cioè è una via da perseguire», «sono convinto che in un periodo in cui è difficile fare impresa e c'è la volontà di riqualificare un luogo, occorre fare le cose in modo massiccio, dare spazi ad associazioni e perché non fare la zona dove è possibile trovare persone che si sperimentano su linguaggi artistici».

Allo stesso tempo c'è chi sottolinea come l'intento del progetto Creative Cities e le attività volte all'implementazione delle imprese creative nel quartiere ancora non abbia funzionato: «è che non si è insediata l'industria creativa ma solo alcune cose che sono parti che non si sono realmente insediate, hanno usato appieno lo spazio ma il giorno dopo l'evento, basta», «l'impresa creativa non è partita...non ha funzionato evidentemente»; una motivazione può forse essere rintracciata nel fatto che questo tipo di impresa ha comunque bisogno di accedere ai locali disponibili nel quartiere con dei prezzi di favore per poter compiere uno start up, «l'industria creativa ha bisogno di pagare a prezzi diversi». E ancora, le riflessioni si muovono attorno all'idea di poter accedere anche ai piani più alti di via della Maddalena dove ci sono locali disponibili che potrebbero essere adatti ad un certo tipo di impresa creativa: «industria creativa è dare i piani alti a prezzi diversi». Di conseguenza, si ha la consapevolezza che creare un mix di attività nello stesso quartiere, che da un lato vedono l'insediarsi di un'industria creativa e in qualche caso anche rumorosa non è compatibile con la funzione residenziale come attualmente presente nel quartiere: «l'industria creativa sì ma devo considerare anche chi ci abita» perché, se da una parte il silenzio produce una situazione negativa nel quartiere, dall'altra parte il troppo rumore non è tollerato dai residenti: «i locali musicali sono in contraddizione con le abitazioni, occorrono però anche questi dopo le nove di sera».

In secondo luogo, la discussione mette in luce un problema legato alle tempistiche: i tempi richiesti dall'impresa creativa e quelli necessari per la riqualificazione di un quartiere sono molto differenti. L'impresa creativa è qualcosa di veloce che si evolve rapidamente e che ha necessariamente impone al quartiere una rapidità di ricambio; al contrario, la riqualificazione di un quartiere è un processo che dà i suoi frutti sul lungo periodo «se il quartiere assume una certa caratteristica, avviene, ma ci vogliono dieci anni».

Per quanto riguarda le qualità dell'impresa creativa evidenziate dagli interlocutori, appare chiaro come questo tipo di impresa sia essenzialmente “giovane”, con caratteristiche e necessità specifiche che si costruiscono attorno a tempistiche molto

strette ed elementi di dinamicità che possono sicuramente incidere sul contesto nel quale vanno ad insediarsi: «l'idea è avere una politica che possa avere idee veloci, piccole, rapide, in cinque minuti. [...] Occorrono cose che costino poco per riaprire tutto il più velocemente possibile. Occorre che questi percorsi siano veloci», «occorrerebbero cose produttive ma piccole perché i locali sono piccoli e umidi, cose come per l'Accademia di Belle Arti, cose molto leggere» e ancora «qui in Italia è tutto "a vita" invece occorre una formula che garantisca temi minori, occorre formare e dare garanzie, per tenere chiuso, meglio aprire anche per poco tempo [...] può servire ai giovani che devono cominciare e lì trovano spazio anche per breve tempo. Occorre un sistema di ricambio».

Alcune proposte arrivano anche per quanto riguarda il problema dell'incompatibilità dell'industria creativa con la funzione residenziale: «si potrebbe pensare ad un sistema abitativo per studenti universitari, per giovani che arrivano e non si lamentano»; oppure per quanto riguarda la possibilità di aprire le "serrande chiuse": «i fondi e i negozi potrebbero essere per artisti di altre regioni anche, ma occorre che ci siano i locali». In particolare viene evidenziato come a fronte di una grandissima quantità di locali inutilizzati e chiusi si configuri il problema di poterne usufruire da parte del Comune a causa della difficoltà legata alla proprietà dispersa di questi beni: «occorre sostenere i bandi ma risolvere anche i problemi delle proprietà immobiliari della Maddalena che sono disperse».

Un ulteriore spunto di riflessione riguarda poi le possibilità aperte dall'arrivo nel progetto Creative Cities del contributo della Compagnia di San Paolo che ha portato nuove risorse in termini economici e di presenze sul territorio. Per quanto questo elemento sia valutato in maniera estremamente positiva, gli interlocutori mettono in luce come questo tipo di situazione debba essere ulteriormente ricercato per poter proseguire nel percorso innescato: «occorre continuare a cercare partner dei progetti, il Found Raising è da amplificare di più».

Infine, la maggior parte delle discussioni si concentra attorno a quello che è ritenuto dalla maggior parte degli interlocutori come un nodo essenziale da risolvere al fine di poter realmente compiere una trasformazione positiva del quartiere: «se non c'è un piano politico che spinge [...] non succederà mai niente. Questa è una responsabilità che le istituzioni devono prendere. Le industrie creative vanno bene ma manca il piano. Secondo me è un problema di tipo soprattutto politico», «di fondo ci vuole una scelta politica che crei una cornice e che crei in maniera forzata delle sinergie perché ci sono problemi differenti e allora occorrono risposte sinergiche differenti. O c'è un disegno complessivo politico che mette insieme diversi soggetti [...] altrimenti è come una diga...». In altre parole si ritiene che l'intervento politico istituzionale sia necessario al fine di poter risolvere prioritariamente le criticità più radicate nel territorio per proseguire con una trasformazione sostenuta dall'insediamento dell'industria creativa: «forse occorre eliminare alcune concorrenze tra istituzioni, è un lavoro da fare con un approccio politico che deve travalicare le cose classiche, ma occorrono tempi veloci e qui è il ruolo della politica»; è chiaro agli interlocutori che questi processi, presentano appunto dei tempi che spesso sono troppo lenti e che giocano a sfavore di una vera volontà di intervento, «il nostro è un lavoro troppo lungo per la politica che non dà frutti e questo è un limite».

Per quanto riguarda, invece, le opinioni sulla possibilità di avere a disposizione l'edificio di Palazzo Senarega come possibile contenitore di attività legate all'idea della Maddalena come quartiere di industria creativa, in generale le opinioni sono piuttosto negative, in primis perché si ritiene che Palazzo Senarega non essendo situato in prossimità del quartiere possa non essere in grado di svolgere un ruolo di filtro tra il quartiere e il resto del centro storico: «Palazzo Senarega non c'entra niente con la Maddalena, ci si può mettere qualunque cosa, è su via Orefici, è un palazzo di pregio ma con la zona della Maddalena non c'entra niente», «occorre portare qualcosa dentro il quartiere, pensiamo a Senarega, se dietro non succede qualcosa...non si può sperare soltanto nella testa del quartiere»; secondariamente perché appare incongruente la scelta di un unico edificio deputato all'impresa creativa con la scelta di attivare l'industria creativa in maniera diffusa: «non capisco come si abbina un luogo prezioso e l'idea della diffusione della creatività, mi chiedo se sia un'alternativa...».

Gli interlocutori sono però consapevoli del fatto che Palazzo Senarega a tutti gli effetti è un bene acquisito dal Comune e che potrebbe assumere un certo ruolo anche per la Maddalena pur non rappresentando una soluzione per il quartiere: «Palazzo Senarega è una scelta della passata amministrazione. Noi eravamo contrari ad acquisire un grosso contenitore. È comunque una potenzialità e nei progetti iniziali era la città dei mestieri, sono progetti che possono avere delle ricadute senza però perdere l'idea che l'obiettivo è la città e non il quartiere», «mettere qualcosa in Palazzo Senarega non cambia niente, può essere uno strumento ma non è una soluzione finale» e «l'importante è che qualunque cosa sia fatta a Senarega non diventi cristallizzata come Palazzo Spinola».

5. Note conclusive

L'analisi dei dati raccolti ha portato a evidenziare alcune considerazioni che vengono riportate in modo sintetico e schematico di seguito e che andranno ad arricchire e stimolare le considerazioni propositive che verranno presentate nel report della successiva fase di lavoro.

A. L'immagine della Maddalena e le strategie di comunicazione

Dai dati rilevati durante i focus emerge chiaramente come esistano almeno due immagini, fortemente contrastanti, del quartiere della Maddalena.

Da una parte *l'immagine interna*, quella delle persone che vivono e lavorano nel quartiere: è positiva e propositiva ed è caratterizzata da slanci di grande collaborazione, attivismo e senso civico pur nella difficoltà di una realtà certamente caratterizzata da elementi di degrado fisico e disagio sociale. Dall'altra, *l'immagine esterna*, quella dei cittadini genovesi che non vivono e non frequentano la Maddalena: è generalmente negativa e fortemente influenzata da forme di comunicazione e "informazione" spesso distorte e talvolta manipolate. Per queste ragioni, come già evidenziato nel precedente report di lavoro, sarebbe opportuno **attivare una comunicazione esterna al quartiere, a livello urbano ed extraurbano, certamente più obiettiva e capace di contribuire a migliorare l'immagine complessiva dell'area oggetto di riqualificazione**. Certamente non si può nascondere il fatto che dietro forme di comunicazione più obiettive e realistiche non possa che esserci **una volontà politica forte che, attraverso i mezzi e i meccanismi del**

city marketing e della comunicazione istituzionale, voglia valorizzare gli spazi e i contesti sociali della Maddalena. Con questo, non si intende certo nascondere e/o edulcorare una realtà sociale difficile (caratterizzata anche dalla forte presenza della malavita e della criminalità, più o meno organizzata) ma, piuttosto, dare rilievo anche alle azioni di riqualificazione fisica e sociale che da alcuni anni si stanno portando avanti e stanno dando esiti visibili nella volontà e nella capacità aggregativa della maggior parte degli operatori e dei residenti della Maddalena.

A conferma di quanto riferito dagli interlocutori si può citare il successo che, generalmente, accompagna tutti gli “eventi” che si svolgono nel quartiere. Nello specifico, tutte le iniziative di particolare valore artistico e sociale che sono capaci di mobilitare un grande numero di visitatori dalla città ma che rimangono circoscritte all'evento in sé: costituiscono un'occasione sporadica incapace di generare una fruizione costante e regolare del quartiere.

B. L'ordine pubblico e la riqualificazione urbana

La situazione grave e precaria di ordine pubblico alla Maddalena non può certo essere negata e tanto meno non è possibile pensare che possa essere senza una **volontà politico- istituzionale** capace di affrontare situazioni che vanno dalla microcriminalità, alla infiltrazione mafiosa, alla prostituzione e allo spaccio di sostanze stupefacenti.

Le azioni di sostegno alla riqualificazione urbana e di contrasto al degrado fisico e sociale possono avere qualche chance di successo solo se supportate da politiche di contrasto serie ed incisive, azioni di miglioramento dell'arredo urbano oppure dei sistemi di illuminazione possono avere poco successo se non accompagnate da uno “sradicamento” da meccanismi clientelari e comportamenti di tipo malavitoso e mafioso, che può avvenire solo con un vero e proprio piano istituzionale.

C. Industria creativa e azioni di sostegno

L'idea di costituire un polo dell'industria creativa nel cuore della città di Genova (a differenza di altre città che hanno scelto aree industriali dismesse magari collocate in zone periferiche) viene considerata una scelta positiva.

Tuttavia, sembrano essere necessarie forme di sostegno concrete ed efficaci, capaci di accompagnare un processo che certamente si è avviato ma ancora non è in grado di procedere e realizzarsi in modo autonomo e spontaneo. Appare **evidente la necessità di intervenire con sistemi adeguati di gestione dei locali** (sia a piano strada che nei piani superiori) che consenta anche alle imprese creative di sopportare prezzi di locazione adeguati ad una “giovane impresa”. Molto spesso l'idea di trovare una collocazione nel quartiere della Maddalena è prioritaria rispetto ad altre zone della città ma i contratti di locazione (per costi e durata) non possono essere affrontati da società, cooperative o singoli professionisti. In tal senso, sarebbe interessante riflettere su **formule contrattuali leggere e flessibili che aiutino quello che può essere lo start up iniziale dell'impresa, attraverso soluzioni** che possono andare da **locazioni agevolate per qualche mese, possibilità di fare modifiche funzionali e strutturali** (pur nel rispetto di regole e vincoli) **con sgravio delle spese, individuazione di forme di mediazione fra fruitori differenti** (in modo tale di anticipare i conflitti d'uso che spesso si generano fra chi è residente e chi produce un bene e/o un servizio).

D. Le ipotesi su Palazzo Senaraga

Le opinioni ricorrenti in merito a Palazzo Senaraga considerano l'edificio di grande pregio ma poco utile sia alla riqualificazione dell'area degradata sia allo sviluppo della zona nel senso dell'impresa creativa. La sua collocazione in Via degli Orefici difficilmente potrà costituire una *varco di accesso* al quartiere creativo, al contrario, secondo molti

osservatori, tenderà a “distrarre” l'attenzione ed il ruolo che si vuole attribuire ai vicoli della Maddalena.

Volendo operare una forma di recupero urbano diffuso occorrerebbe intervenire su un tessuto urbano il più esteso possibile, rinunciando a focalizzare l'attenzione su un unico contenitore. **L'operazione di creare dentro al Palazzo una sorta di “vetrina” di ciò che accade nel quartiere potrà avere successo solo se effettivamente si insedieranno nel quartiere tali e tante attività commerciali e produttive da avviare un processo virtuoso in grado di autosostenersi.**

Sul piano strutturale, invece, un palazzo storico potrebbe rivelarsi un contenitore che difficilmente riesce a contenere le diverse attività dell'industria creativa. La scelta di insediare un museo di tipo tradizionale potrebbe essere forse più facile da realizzare ma risulta difficile valutare come potrebbe contribuire al recupero urbano dell'area della Maddalena e quanto potrebbe sostenere l'insediamento dell'industria creativa. È ormai noto, infatti, che le iniziative museali di successo sono quelle basate su offerte e formule interattive che offrono spazi per attività che cambiano rapidamente, **laboratori creativi**, ad esempio, che sanno adattarsi a categorie di fruitori differenti nel corso del tempo (in funzione magari dei giorni della settimana o delle ore del giorno). Per questo tipo di attività servono **spazi modulabili, ambienti dotati di specifici servizi, possibilità di utilizzare aree all'aria aperta, etc.**

6. Allegati

Allegato 1: elenco dei possibili interlocutori fornito dalla committenza

Riferimento	Ente	mail	tel.
"Big player" della cultura (off focus group - interviste?)	Fondazione per la Cultura	borzani@palazzoducale.it	010 5574847
	Accademia Ligustica	emiliamarasco@libero.it	3405539475
	Galleria Nazionale di Palazzo Spinola	farida.simonetti@beniculturali.it	
	Museo Villa Croce	ilaria.bonacossa@gmail.com	
	Assessore alla Cultura	assculturaeturismc@comune.genova.it	010 5574817
	Ass. alla Cultura-Municipio I Centro Est	mcitalia@comune.genova.it	
Interlocutori istituzionali	Comune Ge - Direttore Cultura	ggandino@comune.genova.it	
	Comune Ge - Municipio I Centro Est	isaracino@comune.genova.it	
	Presidente CIV Maddalena		3425748457
	Salotto creativo / CIV		3272266503
	Laboratorio sociale Vico Papa	pborrelli@comune.genova.it	3479300209
	"maioliche" - Comune di Genova	lpessa@comune.genova.it	3355699493
	Sala Dogana / Comune di Genova	gcaviglia@comune.genova.it	
	Patto per lo Sviluppo della Maddalena	coliva@comune.genova.it	3358312502
	Comune di Ge - Musei	smatione@comune.genova.it	
	Comune di Ge - Direzione Cultura	ecamponizzi@comune.genova.it	
	Comune di Ge - Promozione	mpalattella@comune.genova.it	3355686453
	Comune di Ge - Itinerari e mkt musei	frusso@comune.genova.it	010 5574714
	Incubatore Centro Storico	incubatorecentrostorico@comune.genova.it	010 2543433
	ARCI		348410874
	Compagnia di S. Paolo	patrizia.magliano@caracolcoop.it	3454725412
Operatori culturali, creative industry	Progetto MAED		3477096734
	DisorderDrama / Progetto MAED	ddrama@disorderdrama.it	3475645090
	Curatrice / Progetto Proofs	francescabusellato@gmail.com	
	Esperto Beni Culturali	ferdinandobonora@gmail.com	3403958255
	Esperto Beni Culturali	agnese.tallone@gmail.com	
	Progetto MASS		3397200811
	Ass. Colori In Scena / org. Eventi	emanuela.pischedda@tin.it	
	Laboratorio Probabile Bellamy	lili83@hotmail.it	3889875231
	Re Mida		3351302727

Andrea Sessarego	Festival della Scienza	andrea.sessarego@festivalscienza.it	3491386803
Eliana Amadio	Festival Corpi Urbani	e.amadio@hotmail.com	
Claudio Pozzani	Festival della Poesia	clapoz@village.it	347684956
Marco Cartiglia	SAX	mmphango@gmail.com	
Giorgio Bergami	Fotografo		335573909
Angelo Gualco	Massoero 2000	gualco.angelo@gmail.com	3358312494
Olmo Manzano	Laboratorio Ripercussioni Sociali	olmo.manzano@gmail.com	3200899582
Marco Tosto	Pasticcio Meticcio		3333029112
Mario Gagliardi	Il Laboratorio coop. Sociale	gagliardi@infinito.it	3356035968
Megu Chionetti	S. Benedetto al Porto		3393641575
Federica Terminiello	Murga dei Vicoli e altro	federica.terminiello@libero.it	
Rosangela Conte	Libera	rosangela.conte@legaliguria.coop	
Maestra Tortora	Scuola Daneo	g.douthw@virgilio.it	3396273539
Giovanni Filocamo	MateFitness	info@matefitness.it	
Andrea Piccardo	Genoa Comics Academy, commerciante	andrea.piccardo@gmail.com	3288436813
Simoammed Khabour	Nuovi Profili	direttivo@nuoviprofilii.com	
Agnese Storace	Ceramiche - Ass. Terra Genuense	donatus2@virgilio.it	339 2203144
Beatrice Giannoni	Ceramiche - Ass. Terra Genuense	ricebeat66@hotmail.com	338 9258701
...	Il Basilisco	galleria@ilbasilisco.info	010 255044
Michele Fiore	Ass. cult. Sinestesia - Galleria Studio 44	galleria_studio44@yahoo.it	
Davide Ferrari	Echo Art/Banda di Caricamento	info@echoart.org	
Viviana Vannello	The Kitchen Company	organizzazione@teatrodelgioventu.it	

Allegato 2: note delle conversazioni dei focus³

FOCUS 1

Tema 1

R. - *Ci potreste offrire una fotografia personale dell'area della Maddalena secondo il vostro punto di vista, senza esprimere un'opinione su quelle che potrebbero essere delle potenzialità per il futuro.*

D

Presenta l'associazione che lavora con le arti visive, ecc., lavorano anche nella zona del Carmine. Alla Maddalena hanno partecipato al progetto "Guardare la Maddalena", si trovano in Piazza Cernaia in uno spazio gestito da Job Centre. Il progetto MAED è finanziato per metà dalla Fondazione San Paolo, da marzo/aprile.

Note sulla Maddalena

La percezione del quartiere è cambiata. I problemi sono tanti ma uno è le serrande chiuse. Uno dei progetti era per girare una parte in un angolo buio ma non lo hanno trovato. Ciò che tiene lontano non è la mancanza di luce ma il fatto che mancano anche i negozi e le attività, ci sono molte serrande chiuse. C'è veramente un po' di tutto, è impossibile pensare ad azioni che possono accontentare tutti. Occorrono più cose ed eventi che a piano strada funzionino per tutti come i mega eventi. Si percepisce un ottimo rapporto anche...anche con le scuole... questo quartiere viene utilizzato ma bisogna farlo sapere perché sempre che la stampa lavori contro (esempio dell'accoltellamento).

E

Stanno in Vico Mele, 3, in un bene confiscato alla mafia, sono entrati in gioco in quel momento e ancora sono impegnati col gruppo per le giornate per fare animazione e controllare il territorio.

Note sulla Maddalena

La percezione che ha Libera è di un quartiere molto in sofferenza nonostante gli sforzi fatti ma manca la polizia e non si vuole chiudere quel bene ma non ci si riesce a far niente perché lì la gente non ci va volentieri perché c'è la prostituzione... ci sono cose estemporanee ma poi la gente non torna... rispetto all'accoltellamento... io non c'ero, hanno chiamato la polizia e i carabinieri ma non sono arrivati.

Scriveremo qualcosa perché occorre presidio se si vuole mantenere aperto. Gli sforzi serviranno sempre meno.

C

Responsabile delle raccolte ceramiche. Dal 2007 sono in cerca di un rapporto con le botteghe che producono ceramiche per un percorso che dai musei porta alla Maddalena. Risultati ci sono stati anche se discontinui. Hanno cercato di attirare eventi. Qualcosa si è ottenuto a livello di sensibilizzazione delle guide turistiche, portare il pubblico nei musei è difficile.

Note sulla Maddalena.

È una zona straordinaria ma è una zona che è peggiorata dal punto di vista della malavita. Qualche bottega ha chiuso, c'era anche un negozio tessile che ha chiuso. Il problema è di ordine pubblico, detto dal punto di vista del cittadino.

³ Per garantire l'anonimato dei partecipanti alle discussioni svoltesi durante i focus group, si sceglie di indicare ogni partecipante con una lettera dell'alfabeto senza possibilità di collegare le affermazioni ai partecipanti.

A

La Maddalena è una zona con iniziative di eccellenza a spot, caratterizzata da grossi problemi di ordine pubblico per spaccio, risse ed è massacrata in termini di immagine. Io la frequento molto ma la percezione che si ha all'esterno è ancora peggio ed è difficile trovare dei motivi per andarci, quindi è difficile pensarla positivamente con l'aumento della prostituzione che è anche invadente e aggressiva, nel pomeriggio c'è un alto tasso alcolico e pochi elementi che rendono attrattiva la zona dopo l'iniziativa...

B

Il mio rapporto con la Maddalena è basato sui progetti, io vado alla Maddalena quando ci sono belle cose per cui la vivo con gioia. Le attività sulla Maddalena sono un'eccellenza. Ho vissuto e lo vivo con dolore il progetto "in scià strada"...nella notte dei bambini non c'era nessuno solo prostituzione e annessi...

Abbiamo in gestione il laboratorio di Vico Papa, anche qui si fa fatica a portare persone. La Maddalena è un posto bello in gruppo ma non per il singolo. Nel Patto le cose fatte sono state splendide...c'è un buco...lì ci sono dei locali non utilizzati (per esempio in piazzetta dei Greci) dove doveva esserci un presidio tra servizi sociali, polizia e carabinieri. Ad oggi c'è un vigile che non esce mai.

Sottolineo il discorso sulla comunicazione che è una cosa che fa arrabbiare. Si mette enfasi a ciò che chiude e non si dice niente per ciò che apre.

Tema 2

R. - *Se pensiamo agli interventi che negli ultimi anni hanno prodotto delle trasformazioni in senso fisico ma anche sociale ed economico alla Maddalena, secondo il vostro parere quali sono gli effetti positivi e negativi sul quartiere, prodotti da queste trasformazioni.*

B

È capitato in Vico Papa, la gente vive tra due livelli, il bello e il brutto, manca la normalità. La troppa eccellenza fa rabbia agli abitanti.

E

Per il 17 maggio (manifestazione legata alle persone che si battono contro la mafia), quest'anno avevamo calibrato dei prezzi politici per il popolo di Libera. Se ci fosse un po' di marketing funzionano anche con i turisti. Ci sono locali carini, si potrebbe tentare.

D

Manca una rete che sia quotidiana. Tolte le eccellenze, non c'è una quotidianità. Dopo le sette/sette e mezza... dopo le sei una parte del quartiere vive (da sotto Soziglia...), Via della Maddalena proprio è deserto... c'è una parte di quartiere dove non c'è passaggio.

Il problema grosso di quello spazio è che Libera è un puntino e non c'è nient'altro...c'è il bar che fa spaccio è un muro, da Vico Mele non si passa...da queste cose...manca un momento di rete, mancano almeno dieci cose e bisognerebbe trovare le attività da insediare...Anche le ore del giorno rendono la Maddalena diversa, Vico Mele è invece sempre uguale in negativo, il museo Spinola sembra introvabile... il lato su San Luca è meno permeabile... queste cose si dovrebbero studiare...

R. - *SOTTOTEMA: Secondo il vostro parere, l'insediamento delle imprese creative in questo quartiere può contribuire alla sua valorizzazione in modo tale da riuscire ad inserire la Maddalena nel circuito di fruizione che interessa già il resto del centro storico, oppure quali proposte e/o attività potreste ipotizzare.*

C

È una buona strada ma occorrono altre azioni, è positiva ma occorre una programmazione che coinvolga tutto. Qui a Genova è difficile lavorare insieme, occorre un programma più ampio, occorre una collaborazione delle forze dell'ordine che è indispensabile.

D

Io sono abbastanza negativo, siamo stupiti di questa scelta, cioè recuperare la Maddalena è ottimo, può funzionare... a spot ha funzionato, dovrebbe essere sempre. Quello che non è successo è che non si è insediata l'industria creativa ma solo alcune cose, che sono parti che non si sono realmente insediate, hanno usato appieno lo spazio ma il giorno dopo l'evento basta. Industria creativa è dare i piani a prezzi diversi per metterci gli architetti che non hanno spazi. L'industria creativa ha bisogno di pagare a prezzi diversi ... in molti luoghi i motorini messi nei fondi sono un danno...l'impresa creativa non è partita. Quando c'è stata è stata cacciata (vedi la Madelaine). Quando è stata forzata la chiusura anche quella parte lì è peggiorata. L'industria creativa sì, ma devo considerare che ci abita ma avere qualcosa perché si possa andarci.

C'è solo una ragazza che fa serigrafia (Re Mida) ma si è insediata lì al di fuori del progetto Creative Cities. Non ha funzionato evidentemente, l'industria creativa è più localizzata altrove o forse non ha spazi propri...

E

Se non c'è un piano politico che spinge, compreso il Sindaco, ma se non c'è un piano politico non succederà mai niente. Questa è una responsabilità che le istituzioni si devono prendere. Le industrie vanno bene ma manca il piano. Secondo me è un problema di tipo soprattutto politico.

A

Non sono un sociologo, mi mancano pezzi, però se si vuole fare qualcosa per recuperare bisogna farci andare della gente, non so se funziona di più di una macelleria (l'industria creativa), ma occorre fare in modo che la gente ci vada e che si senta tranquilla. Io ci passo tutti i giorni "è l'unico posto dove mi sento dire ciao bello". Creare motivi perché le persone ci vadano e creare il contesto...lavorando sulle percezioni se quello che viene enfatizzato dai giornali ...

F

Il laboratorio è attivo da sei anni in associazione, prima operativo al Buridda. Le prime attività erano sulla musica, c'erano sale prove e strumenti musicali e funzionava come punto di incontro. Da un paio d'anni facciamo laboratori musicali nelle scuole e siamo attivi nella riqualificazione del centro storico. Sto svolgendo dei laboratori in piazza Posta Vecchia, abbiamo promosso corsi già iniziati in Via Bertani. Prove aperte al pubblico, alla Posta Vecchia.

Alla Maddalena ci ho abitato tre anni fa...

R. - *La Maddalena è adatta alle vostre attività?*

Si ci sono momenti anche pubblici. Ogni tanto c'è qualche aperitivo organizzato rivolto alla piazza e crea movimento dei giovani e di chi passa. Non tutte le zone della Maddalena sono così...quando si fanno gli eventi...arrivare a tutto il Sestiere, a tutti i vicoli è difficile, c'è un problema

strutturale...si va subito nella piazza più che nelle parti dove ci sono davvero i problemi. In Piazza Posta Vecchia ha aperto un locale...

L'attuale gestione del locale ha scelto un altro profilo e come altri locali attira un'altra clientela e c'è meno movimento. Loro hanno fatto una proposta per fare dei concerti di sabato...dipende verso dove si vuole andare perché i ragazzi (20/30 anni) non hanno problemi a inoltrarsi nel reticolato e anche abitarci...mentre...famiglie...tendono più a scappare...per i giovani non è...ci sono diversi punti di ritrovo, per esempio la Lepre.

Sull'industria creativa

Penso sia una buona idea, un progetto che avrei voluto presentare come associazione insieme a un creativo, un liutaio, che abita nell'entroterra di Albenga, con lui vorremmo aprire un museo/laboratorio e fare due percorsi paralleli da presentare alle scuole e alla cittadinanza (uno sulla preistoria e il parallelismo con l'uomo postmoderno con i materiali di recupero). Lui aveva già parlato con Folli dell'incubatore per sapere a chi presentare il progetto, serve un finanziamento...progetti a scopo didattico...

R.- *Secondo la vostra esperienza, che cosa si potrebbe proporre e attuare per raggiungere l'obiettivo di valorizzare maggiormente questo quartiere per migliorarne il contesto socio-territoriale e per aumentarvi l'insediamento delle imprese "creative".*

E cosa ne pensate di Palazzo Senarega come contenitore a disposizione per la Maddalena?

B

Non capisco come si abbina un luogo prezioso e l'idea della diffusione della creatività... mi chiedo se diventa l'alternativa...

D

c'è qualche progettualità? È una cosa privata o è l'idea di avere una grande scatola come la Loggia di Banchi? Me lo domando.

A

Comincio dal fondo. Palazzo Senarega non c'entra niente con la Maddalena, ci si può mettere qualunque cosa, è su via Orefici, è un palazzo di pregio, ma con la zona della Maddalena non c'entra niente.

Anni fa c'era un tentativo di vederli lì per entrare alla Maddalena...

Proposte.

Di fondo ci vuole una scelta politica che crei una cornice e che crei in maniera forzata delle sinergie perché ci sono problemi differenti e allora occorrono risposte sinergiche differenti. O c'è un disegno complessivo politico che mette insieme i diversi soggetti, che da nota dell'idea del Sindaco, altrimenti è come una diga...nell'ambito del Municipio Centro Est non c'è zona che abbia avuto così investimenti come la Maddalena però...

C

Concordo... ci vuole una cosa forte, pensavo alla facoltà di Architettura, comporta uno spostamento...occorre davvero qualcosa di molto grosso...

E

Concordo, metterlo in Palazzo Senarega non cambia niente. Può essere uno strumento ma non è una soluzione finale. Occorre portare qualcosa lì dentro... il quartiere...

D

Le cose grosse non spostano più...per esempio gli Erzelli...non ci si può mettere niente di grosso...Architettura ha funzionato benissimo, l'oggetto grosso non funziona più... quindi pensiamo a Senarega che se dietro non succede qualcosa... non si può sperare nella testa...Architettura sono stati tanti interventi e oggi funziona anche se ci sono zone dove non si può andare...l'idea è che avere una politica che possa avere idee veloci, piccole, rapide, in cinque minuti. È una volontà politica, occorrono cose che costino poco...Prima cosa è riaprire tutto il più velocemente possibile...

...

Occorre che questi percorsi siano veloci...ci sono vie intere che possono essere confiscate, piuttosto di spendere tutto in un oggetto...

E

Tanto la gente non viene perché sono locali piccoli e umidi... quindi occorrerebbero cose produttive ma piccole...

D

Cose come per l'Accademia di Belle Arti...cose molto più leggere...prendere uno spazio per farci un magazzino significa che non si può fare qualcosa...

E

I fondi e i negozi potrebbero essere per artisti di altre regioni anche...ma occorre che ci siano i locali e che si invitino...magari si crea un giro...

D

Purtroppo non si può fare dal basso...

B

Però bisognerebbe farlo perché se non c'è velocità...la mia frustrazione è vedere la potenzialità ...lì vedi, percepisci...poi provi e lì no...per mille motivi...

D

Il nostro progetto si basa sull'idea di Londra dei Docks...qui in Italia è tutto a vita invece occorre una formula che garantisca temi minori...occorre formare e dare garanzie, una per tenerle chiuse meglio aprire anche per poco tempo...meglio aprirle...noi per esempio non possiamo fare la start up...ci ha stupito che in Creative Cities non c'erano i grandi studi di Architettura...ma effettivamente può servire ai giovani che devono cominciare e lì trovano lo spazio anche per breve tempo...A Creative Cities hanno risposto solo le associazioni...ai bandi non hanno risposto né gli studi grossi né quelli piccoli. Il Comune deve trovare una forma di garanzia per riempire il piano terra...

B

Altra difficoltà...nulla silenzio, malavita e poi casino non tollerato

D

Concordo raccontando un evento... sono situazioni che non possono...se il quartiere assume una certa caratteristica avviene...ma ci vogliono dieci anni...e magari chi ha comprato spendendo sugli affreschi...non lasciano certo per andare in un posto... l'importante è che qualunque cosa fatta a Senarega non diventi cristallizzata come Palazzo Spinola...occorre un sistema di ricambio...

B

L'esempio dell'Hop Altrove...è mettere insieme il ricavo privato lecito e l'uso gratuito delle forze sociali... queste due idee corrono ma ci vuole capacità politica...occorre una richiesta reale...

Parlando del Laboratorio Sociale di Vico Papa, è una struttura che è stata concessa per un anno ma è di Rigenova che vuole 1000 euro al mese... è stato ristrutturato dalla Regione, per i 1000 euro al mese si è trovato un accordo, per 18 mesi è prestato al Municipio per uso gratuito ... e poi.... Si fanno corsi a pagamento fino a maggio 2013 e nel frattempo il Comune cerca altri locali...

È una realtà solo sociale che funziona e questo ha facilitato le cose e qui il Comune riesce a essere più fluido... e anche qui c'è un discorso politico...Vico Papa buon esempio di possibilità con 60 associazioni... l'Hop Altrove non può essere dato in mano al pubblico ma chi lo prende in gestione deve pagare l'affitto...

D

Tutti quelli con cui parlo sanno della mafia...dal pubblico non si vede ma poi è lì, non serve a niente il vigile e il carabiniere, è un problema enorme...è lì poi che perde la prostituzione perché fa colore...

F

Sottoscrivo il discorso di Matteo Casari, se si vuole arrivare al livello capillare si può fare tanto perché ci sono un sacco di associazioni che aspettano...sarebbe bello avere l'idea degli spazi...

D

C'è già un foglio con i contatti e i prezzi che gira...chi vuol far cultura non ci riesce...

B

È vedere delle risorse e non poter...come un cane che si morde la coda...

F

Si potrebbe pensare ad un sistema abitativo per studenti universitari, per giovani...che arrivano e non si lamentano... e bastano anche spazi di una stanza...

D

Noi e voi (intendendo il Laboratorio ripercussioni sociali) siamo la dimostrazione che non serve nulla anche economicamente...

FOCUS 2

Tema 1

R. - *Ci potreste offrire una fotografia personale dell'area della Maddalena secondo il vostro punto di vista, senza esprimere un'opinione su quelle che potrebbero essere delle potenzialità per il futuro.*

A

Credo molto in questo laboratorio ma nel mese di ottobre ha avuto 50 + 2 richieste di utilizzo dello spazio di tipo differente. Cerca di creare sinergia tra le varie realtà e porta coinvolgimento. Nelle sere del laboratorio di poesia eravamo aperti. Penso che partire dal basso...vedo gente che lavora, parla, discute, ha voglia di fare, di mettersi in discussione, quindi vivo in un mondo parallelo a quello che succede.

Note sulla Maddalena.

Per Maddalena il problema è di non essere tra le grandi vie. Le grandi vie non permettono l'accesso. È difficile dover entrarci alla Maddalena perché si devono dare delle coordinate perché altrimenti non ci si arriva. Credo molto in quello che faccio. Il centro delle culture ci ha preso come punto per il loro corso di lingue e serve anche uno spazio per tenere i bambini delle donne che fanno il corso di italiano, sono piccole cose che danno risultati.

B

Mi sono chiari la prostituzione, mafia, microcriminalità e i loro rapporti così come si innescano con l'economia del quartiere ma vedo l'energia e la dinamicità del quartiere, l'esperienza descritta da Paola Borrelli nasce da associazioni territoriali della città in una situazione non facilissima di riqualificazione, sono processi lenti ma che vedranno un risultato a breve. Un asilo nascerà in Vico Rosa e il cantiere ora è un elemento di criticità ma lì sorge qualcosa di nuovo. E tante altre cose. Anche a livello di abitanti c'è del nuovo, sono attivi, consapevoli delle criticità. Oggi c'è un movimento di abitanti che si sta muovendo nella cura degli spazi pubblici in ottica di costruire qualcosa, altre iniziative... l'ingresso della Compagnia di San Paolo ha portato fondi e anche nuove persone e questo ha portato tre progetti sul quartiere. La logica è questo quartiere ha un'immagine in evoluzione anche positiva, non si camminava nel quartiere. La Fiera della Maddalena per esempio ha visto un sacco di persone quindi ci si crede a una nuova immagine...le visite di Bonora hanno l'obiettivo di attrarre flussi di gente e turisti ma anche per le scuole (12 in prospettiva) sono percorsi ed esperienze che si fanno al formicaio. Ci sono tante iniziative per alzare le saracinesche. È poco illuminata perché le saracinesche sono abbassate. Quella di aprire imprese è ottimo ma ora è difficile. Ci sono alcune realtà interessanti quindi su questo bisogna ancora fare. Sono molto fiduciosa vedo la Maddalena molto creativa. Le azioni civili non bastano va esercitata una pressione con altri tipi di interventi di polizia che non sta a noi.

C

Ho un'immagine di vent'anni fa. Lavoravo a Tursi e molte colleghe andavano a fare la spesa alla Maddalena. Non è più così. Oggi non è frequentabile, bisogna riconoscere che l'intero quartiere...le problematiche che dovrebbero essere affrontate con temi altri...per questo progetto del PSL posso solo parlarne bene anche perché scoprire quello che c'è nella Maddalena...(per esempio con i

percorsi Bonora). Abbiamo portato gente che non ci avrebbe mai messo piede. Secondo me sono risultati positivi ma sono d'accordo con Paola Borrelli e Marina Sannipola è scoprire tante energie nel quartiere. È mettere insieme tanti progetti e tanti soggetti.

A

Quando lascio la Maddalena e vado a S. Donato dove vivo non c'è nulla, coesione, interesse, incontri, dibattiti e quello è un punto a favore della Maddalena.

F

Siamo alla Maddalena perché lo vogliamo e poi il bando...volevamo uno spazio per raccogliere tutte le energie. Ma se non ci sono soldi, le cose non si muovono. Occorre un minimo riscontro economico. Abbiamo cercato di raccogliere queste realtà attorno a noi, e lo abbiamo fatto in diversi modi trasmettendo quello che sappiamo cercando di allargarlo a un pubblico più ampio possibile con comunicazione capillare e abbiamo avuto un ottimo risultato. Dal punto di vista di esterni, la Maddalena è attiva, è contraddittoria, è un posto di cui ci si può innamorare. Abbiamo evitato di rimanere chiusi sulla Maddalena per evitare quelli che noi chiamiamo "safari". Abbiamo cercato di ridurre gli interventi pittorici privilegiando gli incontri pubblici per portare della gente per esempio i ragazzi genovesi spaventati di andarci. Cerchiamo di collaborare con chi abbiamo incontrato. La comunicazione è fondamentale. Le cose serve comunicarle in modo attrattivo per questo ci siamo concentrati su questo per occasioni varie e diamo un lavoro che è dinamico.

E

Abbiamo fatto diverse iniziative con Genoa Comics, con Mielhouse è un presidio costante e giornaliero da anni. Sono cresciuto in questo ambiente (ho 35 anni) ora siamo in un momento ottimale e noi dobbiamo dare un colpo di reni facendo ancora cultura e presidio. La Maddalena sta reagendo perché esiste un'energia che è evidente già da prima è una reazione diversa da alcuni anni fa. Ora non serve più un presidio fisico perché c'è un'onda di idee che percorre tutto il territorio. La reazione di certi nuclei degradanti è alla positività, crea l'onda...non occorre fermarsi perché l'onda c'è ed è culturale. Il cambio di marcia ci sarà quando anche l'extracomunitario si renderà conto di farne parte, un po' già sta succedendo.

La Maddalena è casa mia...pretendo certe cose...ma non è casa mia e basta, allora ci deve essere qualcuno che insieme a me insegna come comportarsi. È casa nostra... e occorre anche la presenza della polizia...si chiama la polizia da una parte e dall'altra parte qualcuno pensa che si sta militarizzando l'area... la polizia diceva che non c'è volontà politica, queste sono note di colore in questa situazione. L'altra notte il ragazzo senegalese è stata una scena terribile. Marocchini atti a fare informazione ...hanno detto che non era un coltello ma che ha battuto la testa ...ma no, io l'ho visto.

La Maddalena è difficile perché ci sono delle correnti centripete che spingono fuori ma secondo me ci siamo per essere presenti in quello che siamo.

D

Non ho mai abitato alla Maddalena, da cittadino la percepisco come luogo di attrazione...tanti anni fa si andava a comprare...concordo con Marina, creare attività sociali ma senza controllo e occorrono tempi molto più lunghi ma c'è fermento e quindi vale la pena ragionare anche in termini

di sostegno alle attività. Spesso si chiede ai giovani...occorre anche una gratificazione cioè gli uffici devono dare finanziamenti.

F

Per esempio, affidare ai ragazzi genovesi la cura di grandi mostre....

D

Non è molto semplice perché ci sono leggi di concorrenza è vero che un po' di attenzione in più ci vorrebbe...non è così automatico...

A

Occorre una sensibilità maggiore perché ci sono moltissimi ragazzi...

Tema 2. *Se pensiamo agli interventi che negli ultimi anni hanno prodotto delle trasformazioni in senso fisico ma anche sociale ed economico alla Maddalena, secondo il vostro parere quali sono gli effetti positivi e negativi sul quartiere, prodotti da queste trasformazioni.*

H

Valutare quanto è stato fatto è parlare di quello che anche io ho fatto. L'incubatore ha iniziato nel '99/2000 alla Maddalena. Ha avviato una serie di attività economiche anche in altre parti. Negli ultimi anni ci siamo resi conto che non era sufficiente allora si è pensato a uno strumento diverso cioè il Patto per realizzarlo c'è voluto un po' di tempo, almeno due anni in cui l'azione dell'incubatore era finita e il Patto ancora non esisteva... in questo tempo il quartiere è precipitato a quel punto il Patto si è dovuto fare un lavoro che era in situazione complessa. Mi sono persuaso che non ci sono per alcuni quartieri, in attesa di soluzioni forti, energiche, il lavoro di intervenente è molto complesso e necessita di continua manutenzione. Se si molla, il rischio è che le aziende chiudano e la reazione è esponenziale, così se ne apre una, forse è più facile che apra un'altra. Alla Maddalena ci sono il 44% di serrande chiuse, per questo non ci passa nessuno. Tranne nel momento col Patto sono state promosse molte cose e occasioni di animazione.

Tutte le iniziative hanno funzionato bene. Significa che se si porta un motivo per andarci, la gente ci va, perché si crea un immaginario per cui quel luogo diventa fonte di incontri e scambio, ecc. le crisi economiche che ci sono state, ma già prima la Liguria e Genova erano quelle messe peggio, adesso (e anche dopo il 2004) dopo ci si è accorti che le cose non sono cambiate. Per dire che confrontando i dati delle imprese incubate con quelli nazionali (2009/2010) a livello nazionale, l'indice di sopravvivenza è del 50%, dopo 5 anni il 50% chiude. In questi anni ci è capitato di essere oggetto di interesse di delegazioni a livello internazionale e ci chiedono informazioni. Perché l'azione dell'incubatore diffuso che interpreta la sua funzione al di là del suo mandato, è considerato creativo e innovativo. Ci hanno chiesto perché non buttiamo giù le case per esempio come a Marsiglia...perché non li riqualifichiamo portandoci delle emergenze artistiche... l'idea della rigenerazione urbana con l'arte è molto diffusa in Europa. Abbiamo allargato le competenze con l'animazione anche se lo strumento era a disposizione delle piccole imprese chi non è iscritto alla Camera di Commercio non può accedere. Invece di facilitare l'ingresso delle imprese si vorrebbero le associazioni comprese quelle culturali.

Promuovere relazioni tra mondi diversi (scuola, botteghe, sociale, cultura, arte...) chiedere che la città porti attenzione e competenza al quartiere.

C

Do una valutazione positiva ma colgo che si è scatenato un processo e c'è la positività.

B

Mi posiziono come Alberto Folli. Però non è che tutto quello che succede dipende dal Patto della Maddalena. Il Patto certo fa un lavoro di cucitura e facilitazione.

Forse tutto quanto fatto è poco comunicato e male, la mia opinione è che il Patto agisce con strumenti propri quindi si è creato un problema di intermittenza, i bandi sono stati intermittenti, ci sono poi scelte politiche che hanno inciso. Il bando di aprire le associazioni è integrativo e non sostitutivo per le imprese. Questo bando è già partito e anche qui c'è uno stop (da sei mesi). In questo tempo l'associazione può essere già altrove. Non riusciamo a garantire la continuità. Poi ci sono cose che non si vedono per esempio la Maddalena è l'unico quartiere completamente coperto da Wi-Fi.

I tavoli di lavoro trasversali dove su temi di cultura e vivibilità mette in discussione insieme diversi soggetti. È un modo di lavorare completamente diverso e complesso. Però penso che si debba continuare su questa linea. La sfida è del creare orizzontalità.

A

Io sono nuova non ho molto da dire in più... La Maddalena ha grossa potenzialità uno spazio di quel genere deve essere gestito dando spazio a tutta la realtà. Possibilità di espandere Maddalena come laboratorio di tutta la città ed è la sua fortuna.

B

Un esempio è il Festival della Scienza che fa laboratori sul quartiere che prima non c'era. Ripeterlo anno dopo anno non è stato scontato. Questo è un discorso da spiegare perché a volte certe cose sembrano calate dall'alto ma la cosa deve essere condivisa.

F

Per la valutazione non siamo molto adatti perché siamo esito e attore del processo...certo è positivo...

Essere alla Maddalena o altrove?

Cambia sicuramente dove essere cambia le attività che vanno misurate sul quartiere ma questo non significa voler riqualificare il quartiere, noi non vogliamo sembrare calati dall'alto, cosa che potrebbe sembrare. Le cose cambiano a seconda di dove siamo...alla Maddalena una presenza ostentata diventa fastidiosa. A volte alcune cose sembrano imposte allora abbiamo avuto un profilo basso...il terreno è fertile e la continuità di certe iniziative può assicurare che tutta la fatica nell'insediare i progetti si ...se poi non sono coltivati, rimane lì. Sicuramente c'è una spinta...

E

La zona è ricchissima, Via Garibaldi, Palazzo Spinola e tre chiese... successi altalenanti delle iniziative fatte con Debusture, giri turistici con degustazione... con Genoa Comics due presentazioni di libri...

Si tratta di positività in embrione. Le iniziative vanno avanti solo quando si spersonalizzano per quello andranno avanti quando si unisce l'extracomunitario. Nel momento in cui le iniziative smettono di essere autoreferenziali allora vanno avanti. Dovrebbero esistere cose non riferite..se le cose vanno in tutti il quartiere ma ne escono anche allora andrà avanti. Tutti i genovesi hanno l'idea della Maddalena, la gente sa benissimo cosa succede ma c'è un velo che deforma quello che siamo realmente ma la gente non ci vede bene. Dovremmo trovare il sistema di squarciare il velo e far capire che non è un'energia vaga, ma reale. Qualità dell'immagine che esce noi la presentiamo vaga, occorre un sistema non dico brandizzarci ma simile. "spersonalizzare" siamo piccoli di testa, bambini e si ferma tutto. Allora si deve far uscire...

F

Facciamo corsi comunicati con lingue diverse... le comunicazioni agli stranieri sono piene di errori... lo straniero ha altri problemi rispetto alla riqualificazione..insegnare fotografia è un modo per tirar dentro gli stranieri... il Brand...creare e sganciare l'attività dall'idea di riqualificare il posto, parlare meno di "Maddalena". Spazio con identità unica per le arti visive che porta gente anche se va al di là di riqualificare un posto.

Tema 3.

R. - *Secondo la vostra esperienza, che cosa si potrebbe proporre e attuare per raggiungere l'obiettivo di valorizzare maggiormente questo quartiere per migliorarne il contesto socio-territoriale e per aumentarvi l'insediamento delle imprese "creative".*

SOTTOTEMA: Secondo il vostro parere, l'insediamento delle imprese creative in questo quartiere può contribuire alla sua valorizzazione in modo tale da riuscire ad inserire la Maddalena nel circuito di fruizione che interessa già il resto del centro storico, oppure quali proposte e/o attività potreste ipotizzare.

E Palazzo Senarega...

D

Credo che quello che diceva Michele è vero, forse non per gli stranieri... sulle cose da fare... ho girato molti posti che all'estero vengono riorganizzati per quello. Quando è partita Creative Cities dovevamo individuare un'area della periferia ma parlandone abbiamo pensato che la periferia è dentro la città. Credo che bisogna mantenere quello che esiste e serve un presidio certo che faccia manutenzione del sistema. Sono convinto (insieme con Claudio Oliva e Rigenova) che in un periodo in cui è difficile fare impresa e c'è volontà di riqualificare un luogo, occorre fare le cose in modo massiccio, dare spazi ad associazioni e perché non fare la zona dove è possibile trovare persone che si sperimentano su linguaggi artistici... qui deve intervenire la politica perché non da tutte le parti è possibile fare profitto. Forse eliminare alcune concorrenze tra istituzioni (sicurezza, persone per la strada e istituzioni...). Lavoro da fare manutenzione e approccio politico che deve travalicare le cose classiche. Ma occorrono anche i tempi veloci...qui è ruolo della politica.

E

Bisogna puntare sulla qualità...tante cose di qualità, la gente risponde. Nel futuro continuo a fare lezioni sul miele ai bambini...proponendo cose di qualità o come hanno fatto MASS la qualità arriva con la qualità.

C

Comunicazione/brandizzazione è qualcosa su cui riflettere. Comunicazione in termini positivi, sono cose che altrove non si fanno. Si deve lavorare molto su ciò che c'è di buono. Bisogna lavorare sull'immagine. La stampa può remare contro, bisogna lavorare su queste cose e occorre una presenza istituzionale e politica perché sui media occorre ragionare perché non ci siano queste cose perché tu ti sbatti e il giorno dopo esce un articolo....occorre scardinare questi meccanismi, mi sento come un criceto sulla ruota...

E

Occorre capire come funzionano quelle forze per difenderti. Conoscerle e isolarle. È un lavoro di territorio ma non può essere solo dal basso. Occorre però conoscere una cosa così si deve anche essere sostenuta dal basso... portare la discussione su questo evento e sulla stampa...

H

Non si può controllare, nel lavoro che ho fatto io ogni volta usciva un articolo che mi azzerava il lavoro. La stampa non dimostra il senso della misura.

Ci vuole una risposta anche dal territorio che c'è in maniera positiva ma è anche pericolosa perché le persone si espongono. Occorre una risposta a livello istituzionale anche poliziesca. Nel Patto c'erano il Comune e la Prefettura ma dal punto di vista del controllo del territorio non si è vista. Discorso diverso per Pre. Bisogna capire per esempio la prostituzione è lì dal 1400 anche prima questo significa che c'è un legame...bisogna conoscere e capire chi hanno dietro...questa roba qua deve partire da politica e polizia. Oggi la presenza della prostituzione è eccessiva e non avverte l'obbligo delle relazioni col quartiere è un pianta infestante. Vorrei che a fronte degli sbagli che ho fatto si fosse potuto fare un ragionamento serio che non ho visto, è una cosa maciullata dai mass media, vomitata dalla politica. Il nostro è un lavoro troppo lungo per la politica che non dà frutti e questo è un limite. La malavita è un problema forte.

B

Comunicazione.

Si deve lavorare ancora di più di differenziare cioè creare condizioni per fare andare le imprese quindi vivibilità ma anche vantaggio economico. Bandi sostenuti ma risolte anche le proprietà immobiliari della Maddalena che sono disperse.

Palazzo Senarega: scelta passata amministrazione, noi eravamo contrari ad acquisire un grosso contenitore. È comunque una potenzialità e progetti iniziale era città dei mestieri... progetti che possono avere ricadute senza perdere l'idea che l'obiettivo è la città non il quartiere. Anche per comunicazione e riqualificazione...è un riferimento della città non del quartiere.

Occorre continuare a cercare partner dei progetti. Il FOUND RAISING da amplificare di più e siamo dell'idea che l'industria creativa è l'unica soluzione cioè è una via da perseguire...

F

I locali musicali sono in contraddizione con le abitazioni... occorrono però anche questi dopo le nove di sera...