

## 2. Le città e la classe creativa

Economia dell'innovazione

La città e le occupazioni creative

LIUC

# Florida: l'economia creativa I

*Peter Druker*

“La risorsa economica fondamentale - “i mezzi di produzione” per usare il termine degli economisti – non è più il capitale, né le risorse naturali...né il lavoro. E’ e sarà la conoscenza”. (La società post capitalistica 1993)

# Florida: l'economia creativa I

## *Trend*

- Aumentano persone occupate in professioni creative
- Aumentano persone che vivono della propria creatività
- Aumenta spesa in R&D
- Aumentano brevetti

# Florida: l'economia creativa III

## *Istituzioni della creatività*

- Venture capital
- Fabbrica creativa
- Produzione in outsourcing

# Florida: la classe creativa I

*Professioni dove è centrale il:*

- Problem finding
- Problem solving

# Florida: la classe creativa II

## *La struttura della classe creativa:*

- Classe creativa
- Nucleo supercreativo
- Classe operaia
- Classe dei servizi
- Lavoratori agricoli

# Florida: la classe creativa III

*I valori della classe creativa:*

- Individualità
- Meritocrazia
- Diversità e apertura

# Florida: il potere dei luoghi

## *Creatività e localizzazione:*

- Mercato del lavoro “denso”
- Stile di vita
- Interazione sociale
- Diversità
- Autenticità
- Identità
- Qualità del luogo