

= LA RIFLESSIONE =

L'industria culturale è il traino della città

L'INDUSTRIA culturale può e deve costituire l'asse portante delle nostre pianificazioni strategiche. La cultura non è solo passato, ma soprattutto presente e futuro, progresso e sostenibilità. Nel 2011 il valore aggiunto del sistema produttivo culturale ammonta a circa 76 miliardi di euro, dando lavoro a 1 milione e 390 mila persone e con una esportazione di beni per oltre 38 miliardi di euro. Sono cifre in totale contro tendenza con il resto dei settori economici, tanto che nel 2012, 32 mila persone sono state assunte da imprese che lavorano in settori riconducibili al sistema produttivo culturale. Ma non basta, perché ogni euro prodotto dal settore ne genera altri due dell'intera filiera culturale, all'interno

della quale c'è il recupero del patrimonio storico-architettonico, il turismo, il commercio dei prodotti tipici, ecc.. In tal modo si raggiunge il 15% di valore aggiunto dell'intera economia. Secondo il rapporto 2012 della Fondazione **Symbola**, Matera è al primo posto tra le città meridionali in termini di incidenza dell'industria culturale sul prodotto interno lordo, con il 4,8%. In termini assoluti, l'industria culturale a Matera ha prodotto nel 2011 156 milioni di valore aggiunto.

Possono questi numeri rompere il fronte degli scettici sulla candidatura di

Matera a Capitale europea della cultura nel 2019? Forse no. Ma certamente questa Amministrazione è consapevole che il futuro dei nostri giovani si gioca investendo nella cultura e introducendola pesantemente ad informare tutta la programmazione futura. Ricordandosi che industria culturale non è solo eventi e spettacoli. Il libro verde della Comunità Europea del 2010 sulle imprese culturali e creative ha diviso il settore in tre grandi categorie: le attività centrali, ovvero arti visive, arti performative (spettacolo dal vivo), patrimonio storico-artistico-architettonico; le industrie

culturali, ossia editoria, industria musicale, radio-televisione, cinema, videogiochi; industrie creative, ovvero architettura, pubblicità e branding, design [...]. Io mi aspetto che soprattutto i giovani diano un grande contributo di innovazione per dimostrare ancora una volta che Matera è un luogo nel quale nascono idee nuove che attraverso la cultura determinano importanti cambiamenti sociali. [...]

Il Sindaco Adduce nei giorni scorsi ha detto che non è più il momento delle azioni per delega. Gli indirizzi strategici per la pianificazione sono un momento fondamentale per la partecipazione della cittadinanza alle scelte sulle quali si baserà il futuro della nostra città. [...]

***Assessore comunale alla Cultura**

