

Cultura, creatività e turismo come drivers dello sviluppo territoriale

di ENZO SANTOCHIRICO *

Risorse legate al suo paesaggio, alla sua qualità urbana, alla sua creatività, al suo patrimonio storico-ambientale, alla sua storia antropologica e culturale come fattori decisivi di una nuova stagione della Città dei Sassi, una diversa e più matura occasione di opportunità e di crescita, oltre che di apertura a scambi e rapporti con nuove aree geoeconomiche. La candidatura di Matera a Capitale della Cultura 2019 circostanza straordinaria, e forse irripetibile, per acquisire questa consapevolezza, trasformandola in progettualità strategica e coerente assunzione di responsabilità. Ne siamo tutti realmente convinti? Se ve ne fosse ancora bisogno, ecco il rapporto "Io sono Cultura 2014" di Symbola-Unioncamere a confermare la centralità della cultura e della creatività. La filiera culturale italiana muove il 15,3% del valore aggiunto nazionale, equivalente a 214 miliardi di euro. Durante la crisi l'export legato a cultura e creatività è cresciuto del 35%. Gli investimenti in cultura hanno un effetto moltiplicatore pari a 1,67 in altri settori, perciò gli 80 miliardi investiti nel settore ne stimolano altri 134 in altri. Le imprese del sistema culturale danno lavoro 1,5 milioni di persone, pari al 6,2 del totale. Un ultimo dato è che a beneficiare dell'effetto traino della cultura è il turismo, consolidando un binomio da tempo evidente. E la "geografia della cultura" ci consegna un ulteriore dato interessante: sono piccole città (province) come Arezzo, Pordenone, Pesaro-Urbino, Vicenza, Treviso, Macerata a primeggiare per valore aggiunto e occupati nel settore. Le regioni centrosettentrionali predominano, ma non è senza rilievo la circostanza che la Basilicata è la

prima fra le regioni meridionali sia per valore aggiunto (4,5%), sia per occupazione (5,5%). La riflessione sarebbe più completa e interessante se all'attività classicamente culturale (Patrimonio storico-artistico, performing arts e arti visive, industrie culturali), aggiungessimo non solo le industrie creative, come per il Rapporto cultura 2014, ma anche formazione e il turismo. Avremmo il quadro chiaro che di quella che può e deve essere l'ossatura del sistema economico della città dei Sassi, il profilo e la missione che può assegnarsi, la rigenerazione che può conoscere dopo la crisi e il declino di altri tradizionali punti di forza. Bisogna farlo guardando all'Europa, svolgendo la funzione di ponte con il Mediterraneo. I dati recenti ci dicono che negli ultimi 8 anni la qualità di traffico mondiale nel Mediterraneo è cresciuta dal 15 al 19%; il Sud ha aumentato dal 7,9 del 2010 al 10,2% del 2013 la quota di export verso i paesi del Nord Africa, anche se resta prevalente il Centro Nord rispetto al mezzogiorno; si stima che l'import nel 2014 in quei paesi crescerà fino al 20%. Che cosa ci dicono questi dati? Che abbiamo sull'altra sponda mediterranea paesi con cui possiamo avere scambi e non solo di merci, che ad essi possiamo proporre offerte formative di alta qualità, che possiamo costituire un polo attrattivo per competenze, sistemi urbani, attività culturali, servizi di alta qualità. Ecco perché una strategia di qualificazione, sviluppo, raccordo delle istituzioni culturali, dei centri di ricerca, del sistema produttivo culturale è decisiva per il futuro di Matera e della Basilicata. La sfida per il 2019 deve spingerci e aiutarci a elaborarla e condividerla con passione, ambizione e lungimiranza.

*** Già presidente
Consiglio regionale**

