



L'INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA IN BASILICATA

UNA PROPOSTA
PER UN PIANO
DI SVILUPPO
2021-2027
DEL CLUSTER
BASILICATA CREATIVA



**BASILICATA
CREATIVA**
INNOVATION

Cluster delle industrie
culturali e creative
della Basilicata

A CURA DI
Antonio di Stefano
Marica Grano

COORDINAMENTO
Raffaele Vitulli

CON LA COLLABORAZIONE DI
Noemi Morano
Giulia Tocci
Laura Figundio

RINGRAZIAMO:
Prof.ssa Francesca Sogliani
Università degli Studi della Basilicata
Cataldo Lacerra
Camera di Commercio della Basilicata

*Hanno partecipato alla raccolta
dati e ai suggerimenti strategici
le aziende associate al Cluster
e gli organismi di ricerca
UNIBAS, CNR e ENEA*



SOMMARIO

1. I SETTORI DELLE INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE, UN ECOSISTEMA COMPLESSO
PAG. 5

2. INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA IN BASILICATA: UN FOCUS
PAG. 15

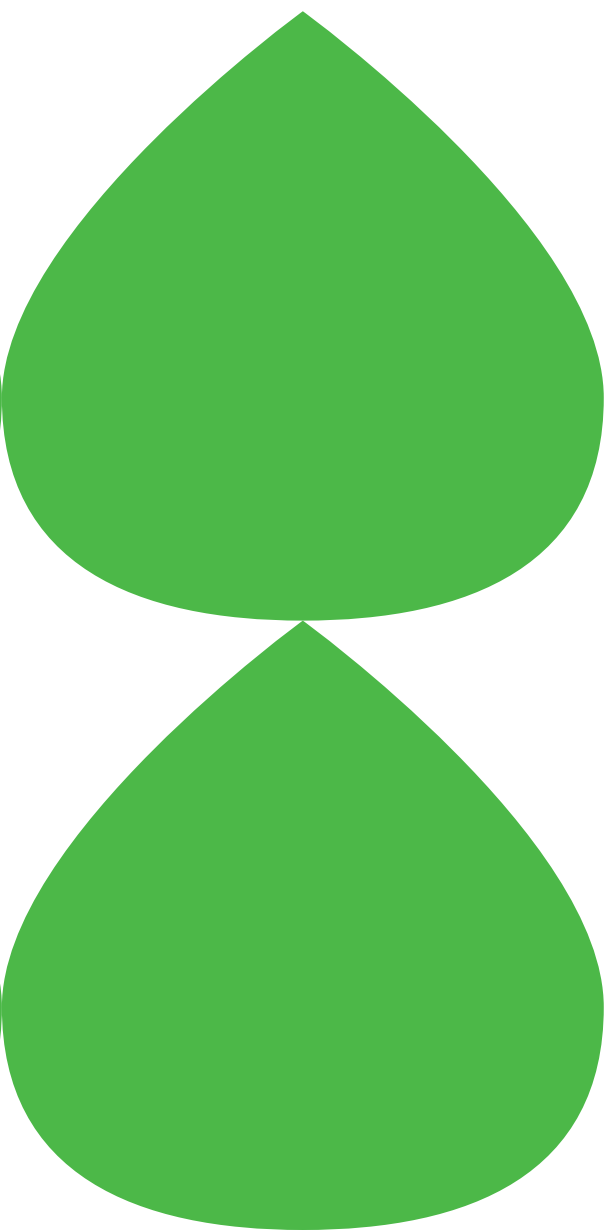
3. L'ECOSISTEMA CULTURALE E CREATIVO IN BASILICATA
PAG. 31

4. LE POTENZIALITÀ
PAG. 43

5. OBIETTIVI PER LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA CULTURALE E CREATIVA
PAG. 55

6. IL QUADRO DELLE POTENZIALI RISORSE
PAG. 83

7. SCENARI E VISIONI POSSIBILI
PAG. 93



OLTRE 100 PAGINE DI DATI, ANALISI, SUGGERIMENTI, IPOTESI STRATEGICHE E VISIONI PER SUPPORTARE LA CRESCITA SOSTENIBILE DEI SETTORI PRODUTTIVI AFFERENTI LA CULTURA E LA CREATIVITÀ.

Una fotografia dello stato del complesso ecosistema delle industrie culturali e creative in Basilicata, prima durante e dopo il blocco dovuto alla pandemia.

Abbiamo raccolto una serie di dati significativi che descrivono le realtà imprenditoriali, della ricerca e del terzo settore lucane che operano nel design, nel cinema, nell'audiovisivo, nel recupero e nella gestione dei patrimoni culturali, nelle arti performative e dello spettacolo, nel teatro e in molti altri settori che fanno parte dell'industria culturale e creativa. Dati che dimostrano la crescita a partire dal 2011 fino al blocco da Covid 19, a cui i diversi settori culturali e creativi hanno reagito in maniera differente. Infatti se da un lato il Covid ha accelerato i processi di digitalizzazione e condivisione online dei contenuti, favorendo la crescita del mondo dell'ICT e dei software, dall'altro ha azzerato eventi e spettacoli dal vivo, mostrando limiti e potenzialità del complesso ecosistema culturale e creativo.

Abbiamo indagato le connessioni con altri settori affini, come il turismo, l'artigianato, l'educazione e il welfare, naturalmente integrati nel business di molte aziende culturali e creative e direttamente correlati ai loro impatti sociali, ambientali, economici e culturali.

Infine abbiamo raccolto direttamente da imprenditori e ricercatori associati al cluster una serie di priorità che serve mettere in campo nei prossimi mesi e anni per supportare lo sviluppo sostenibile e l'occupazione nella cultura e nella creatività in Basilicata.

Proposte concrete che mirano alla definizione di politiche chiare per facilitare la collaborazione tra imprese ed enti pubblici, dalla gestione partecipata del patrimonio, alla rigenerazione urbana attraverso la progettazione culturale e sociale. Per creare una filiera specializzata nella realizzazione di prodotti creativi e culturali, tecnologici, digitali, innovativi e divulgativi, che sappia coniugare le diverse competenze dei professionisti pubblici e privati, sperimentando nuovi modelli di crescita sostenibile del territorio regionale.

1. I SETTORI DELLE INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE, UN ECOSISTEMA COMPLESSO

1.1 UN PRIMO SGUARDO VERSO UN CONTESTO ARTICOLATO

Quanti sono i settori produttivi legati alla cultura e alla creatività? Se analizziamo solo il contesto imprenditoriale lucano (escludendo associazioni, fondazioni, enti e istituti culturali), ci rendiamo subito conto dei differenti ambiti e dei numerosi codici Ateco da elencare: *cinema, teatro, tv, radio, web communication, editoria, musica, press communication, performing arts, spettacolo dal vivo, concerti ed eventi, design, architettura, gaming, gestione di musei, siti culturali di varia natura, biblioteche, archivi*.

Un campo vastissimo, ancora poco conosciuto e non sempre omogeneo, che non è facile definire in maniera univoca, ripartito nei cosiddetti settori *core* (industria culturale, industria creativa, patrimonio storico-artistico e arti performative), gli stessi contemplati dalle analisi della UE e dai rapporti Symbola, composti per lo più da micro-imprese a cui si aggiungono le aziende definite *creative driven*, ossia realtà di impresa che hanno al loro interno una forte componente di sviluppo creativo e culturale.

All'interno delle aziende *core* è presente inoltre una grande complementarità di ambiti che per chiarezza espositiva dettaglieremo separatamente: è comune, per esempio, che un'azienda si occupi di cinema e al contempo produca contenuti per il settore patrimonio, magari con una forte valenza anche di attività turistica (settore esterno alla nostra sfera).

La classificazione si complica se consideriamo anche le realtà di Terzo Settore che operano negli ambiti culturali e creativi e che pure generano occasioni di crescita del territorio e, in alcuni casi, anche occupazione.

Cultura e creatività, un ruolo attivo per lo sviluppo

È noto che la cultura non è solo un settore produttivo, ma riveste un ruolo essenziale nel sociale e nell'educazione oltre che nella promozione dello sviluppo sostenibile, non a caso risultando parte integrante e trasversale degli obiettivi dell'Agenda 2030 (vedi box nella pagina seguente). Molti esempi positivi mostrano come la cultura non solo produca valore aggiunto, ma è capace di generare benessere economico per le persone e per l'ambiente in cui esse operano. Significativamente la convenzione di Faro,¹ recentemente ratificata dal Parlamento Italiano, riconosce il ruolo del patrimonio culturale come elemento fondamentale per "lo sviluppo umano e la qualità della vita." Stiamo dunque assistendo a un cambio di paradigma: la cultura diventa elemento fondante della crescita, del benessere della società e dell'ambiente in cui viviamo.

L'economia creativa, che ha già resistito alla crisi finanziaria del 2008 ed è ora alle prese con le sfide dell'emergenza Covid19 e della contemporaneità, può sfruttare sapientemente – e forse più di ogni altro settore – l'intersezione tra creatività, cultura, economia e tecnologia. Tale assunto, argomentato anche dagli orientamenti dell'AGENDA 2030, consente una legittimazione alla contaminazione delle politiche culturali con le altre politiche settoriali ed invita ad assumere modelli di cooperazione pubblico-privato e strumenti di analisi e monitoraggio che sappiano riflettere il contributo delle ICC nelle politiche economiche, di inclusione e di transizione ambientale.

Superamento dello stereotipo "la cultura cenerentola dell'economia"

Tuttavia ancora resiste una visione obsoleta, frutto di una concezione superata, ma ancora molto radicata nella mentalità diffusa, anche in quella delle classi dirigenti, afflitta da durevoli pregiudizi sulla scarsa rilevanza economica della cultura.

¹ "Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore dell'eredità culturale per la società" sottoscritta da 24 paesi membri del Consiglio d'Europa nel 2005, ratificata dall'Italia nel 2020.

LE ICC E GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (AGENDA 2030)

Nel 2015 le Nazioni Unite hanno adottato l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. Si tratta di un progetto condiviso e finalizzato a lavorare in modo unitario per ridurre entro il 2030, la povertà, la disuguaglianza ed i cambiamenti climatici, costruendo società pacifiche che rispettino i diritti umani. Nel preambolo dell'Agenda 2030 si sottolinea l'importanza della necessità di rispettare la diversità culturale, la comprensione interculturale, la tolleranza e il rispetto reciproco, riconoscendo che tutte le culture e civiltà possono contribuire allo sviluppo sostenibile e sono abilitatori cruciali. All'interno del programma d'azione costituito da 169 *target*, da raggiungere nelle tre dimensioni dello sviluppo sostenibile (economica, sociale ed ecologica), ci sono 17 Obiettivi di Sviluppo sostenibile (*Sustainable Development Goals*), che riconoscono il ruolo della cultura, per lo sviluppo sostenibile. La cultura, per la sua natura trasversale, non costituisce un obiettivo a sé, ma è fondamentale per il raggiungimento di differenti goals:

- L'obiettivo 4 *Istruzione di qualità* ribadisce la necessità di un'educazione per promuovere "una cultura di pace e non violenza, cittadinanza globale e apprezzamento della diversità culturale e del contributo della cultura allo sviluppo sostenibile".
- L'obiettivo *Lavoro dignitoso e crescita economica* suggerisce di "promuovere politiche orientate allo sviluppo, che supportino le attività produttive, la creazione di posti di lavoro dignitosi, l'imprenditoria, la creatività e l'innovazione".
- L'obiettivo *Città e comunità sostenibili* evidenzia la necessità di "Potenziare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo", contribuendo al macro obiettivo di "rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili".
- L'obiettivo *Pace, giustizia e istituzioni solide* riferisce della necessità di "potenziare il recupero e la restituzione dei beni rubati e si impegna a garantire "l'accesso del pubblico alle informazioni e proteggere le libertà fondamentali", che sottintende il ruolo importante di istituzioni culturali come biblioteche e archivi.

Il settore culturale, in questa percezione fallace spesso occupa l'ultimo posto a valle della catena del valore, percepito come un settore scarsamente produttivo, che vive dei sussidi ottenuti dalla redistribuzione del valore prodotto negli altri settori.

Convinzione confutata dalle analisi statistiche sui flussi e le dinamiche economiche e dai rapporti pubblicati negli anni più recenti. Il XXI secolo è in gran parte il secolo che impone nuova capacità di lettura: più ci immergiamo in questo mondo fatto di storie e rivisitazione di significati più abbiamo bisogno di approcci diversi dal modello di consumismo di massa (dunque più specifici e personalizzati per persone e territori) e di nuovi contenuti e di nuova materia prima per alimentarle.

Nell'economia del XXI secolo, la produzione dei contenuti è diventata la vera materia prima che genera valore economico. I consumatori sono attenti alla qualità dei prodotti, ma la percezione della qualità è sempre più legata ad una percezione soggettiva del consumatore. Per produrre valore economico è necessario generare allo stesso tempo contenuti significativi e accattivanti per generare sviluppo, dinamismo innovativo, percezione di qualità della vita. Questi contenuti caratterizzano la produzione delle filiere culturali e creative. E per questo, anche e soprattutto nei momenti di crisi come la pandemia Covid, la richiesta di contenuti non soltanto non diminuisce, ma addirittura può aumentare per compensare le durezza e le criticità della quotidianità e potenzialmente può fornire nuova linfa alle filiere culturali e creative.

Modelli operativi differenziati

Il comparto culturale e creativo è ampio e variegato, composto da differenti tipologie di soggetti: PMI storiche o recenti, start-up creative, cooperative, associazioni culturali e fondazioni

che, seppur in maniera differente, creano servizi e prodotti utilizzando la cultura come input del processo produttivo e generano un valore culturale e sociale, in forme e campi diversi.

Le imprese culturali e creative (ICC) rispondono a logiche economiche differenti e specifiche per ciascuna tipologia di attività; ad imprese ben strutturate finanziariamente, con modelli di business più vicini a quelli dell'industria e riconducibili alla vendita di prodotti e/o servizi, si contrappongono modelli complessi e particolari, che generano impatti economici e sociali come l'accrescimento culturale o il benessere collettivo, la coesione sociale, il senso di appartenenza e la fiducia reciproca, non facilmente quantificabili, soprattutto in sede di ricerca di finanziamenti da investitori privati. Se infatti la connessione tra turismo e cultura è ormai un dato di fatto, e i numeri del turismo culturale lo dimostrano, lo stesso non si può dire del legame tra cultura e benessere complessivo dei cittadini. Esistono in Italia migliaia di organizzazioni del no profit che producono cultura, tutelano il patrimonio, esercitano attività di promozione e coinvolgono il largo pubblico nei processi di avvicinamento e fruizione di luoghi e contenuti culturali. Esse rappresentano forme autorganizzate della società civile che, in forme giuridiche diversificate (associazioni, cooperative, fondazioni, comitati), contribuiscono alla manutenzione e crescita di diversi settori del panorama culturale.

In un Paese come l'Italia, con una forte presenza di patrimonio culturale tangibile e intangibile, l'ambito culturale, o delle "humanities" costituisce un segmento importante del sistema della ricerca scientifica, un settore articolato che va dalle indagini archeologiche allo studio dei beni storico artistici e monumentali e del patrimonio immateriale. Tutti questi attori rappresentano le anime e le gambe sulle quali i settori della cultura e della creatività si reggono e si evolvono, con potenziali effetti sia sulla caratterizzazione dei territori che sulla crescita dell'economia e dell'occupazione.

Cultura e creatività influenzano positivamente altre filiere produttive

Per elaborare politiche efficaci che supportino le imprese e le organizzazioni di Terzo Settore che operano nella cultura e nella creatività, serve anche comprendere che esiste un forte potenziale di collaborazione tra tutti questi ambiti e che questi settori generano impatti significativi anche in altre filiere produttive. Si pensi alla relazione tra turismo, servizi di creazione digitale e patrimonio culturale materiale. Si può ancora fare molto per migliorare la comprensione di **come la cultura, la creatività e l'innovazione possano produrre effetti sulla creazione di posti di lavoro, l'imprenditorialità giovanile e il benessere sociale, elementi tra loro connessi e capaci di rafforzarsi a vicenda.**

Un momento cruciale per ripartire

La Basilicata è una terra frammentata e complessa, un mosaico di zone con indici di sviluppo e potenzialità interessanti intervallate ad aree di mercato sottosviluppo, deprivate in termini di potenzialità, strutture e competenze. Queste ultime aree oggi rischiano di non poter nemmeno provare a cogliere la sfida del rilancio che il post-covid imporrà a tutti, non solo con riferimento al settore iCC ma nella loro totalità produttiva e sociale.

Molti territori si stanno interrogando su quali possano essere gli scenari in cui organizzare i percorsi più efficaci per generare risposte concrete a breve, medio e lungo termine.

Il governo regionale è chiamato a un compito cruciale nei prossimi mesi: costruire il piano strategico programmatico e le linee guida su cui investire le risorse che saranno messe in moto dai fondi indiretti europei e dal *recovery fund* (Next Generation EU), sui quali, non si può sbagliare: non sarà data una seconda chance di egual portata.

Ma come procedere? Non basta elencare una serie di punti chiave e di obiettivi a cui mirare. Servono modelli di sviluppo e visioni progettuali che devono poi attuarsi e risultare realmente efficaci per i territori.

Ripensare la dimensione territoriale

Occorre ripensare l'interpretazione della dimensione locale, in modo da tarare le risposte più efficaci alle singole specificità dei territori. **Tutti i modelli produttivi, economici e di welfare si stanno muovendo verso una personalizzazione sempre più marcata.** Tutti i servizi e i prodotti

sono ormai ideati e realizzati in base a richieste specifiche di clienti sempre più esigenti. La medicina, la tecnologia, l'educazione, l'industria manifatturiera e agroalimentare stanno evolvendo verso modelli di personalizzazione in linea con le necessità delle singole persone. Le città e i territori del futuro saranno a misura di persona, questo è un dato appurato. La cultura e la creatività si muovono in questa rete di relazioni e fabbisogni incrociati.

Anche per i territori e per le comunità serve un approccio specialistico, che tenga conto delle differenze territoriali e intervenga con politiche mirate secondo specifiche necessità di quegli ecosistemi. Non basta rendere più intelligenti i territori, sfruttando la tecnologia, **servono modelli di welfare differenti, di coinvolgimento attivo delle comunità. Servono misure di crescita del tessuto imprenditoriale, interventi specifici e differenziati per efficientare le PA e migliorare i servizi nel loro complesso, quelli sanitari e socio/educativi così come quelli culturali e turistici.** Un ecosistema composto da meno di 10 Comuni, che conta poche migliaia di cittadini, ha bisogno di politiche differenti rispetto a un ecosistema cittadino complesso, in cui vivono oltre 50.000 persone. Inoltre i Comuni stessi hanno la necessità di pensare interventi particolareggiati, ad esempio costruendo misure specifiche per le periferie. In questa direzione è andata la SNAI (Strategia nazionale Aree Interne), ma è stato un approccio parcellizzato e specialistico, che potrebbe essere conveniente rendere più estensivo.

Gli anni davanti a noi sono sfidanti, non solo perché saremo chiamati a ripensare un mondo in e post-covid, ma anche per la convergenza di strumenti di intervento finanziari ampi ed orientati a sostenere strategie di sviluppo. Il cluster Basilicata Creativa è disponibile a dare un contributo attivo, partendo dalla conoscenza del territorio lucano.

Può un piano di sviluppo fare la differenza?

Questo periodo tragico legato alla pandemia induce ad avvertire con forza l'esigenza di guardare con fiducia verso una nuova fase, nella quale rilanciare progettualità in vista delle opportunità di investimenti che a breve saranno messi in campo.

La programmazione della spesa pubblica e dei fondi europei per il prossimo settennio potranno stimolare orientamenti più efficaci a favore di investimenti cross settoriali e delle politiche pubbliche nel Sud Italia e in Basilicata. Tali ingenti investimenti, si pensi alla portata del PNRR, sul terreno locale potranno essere condotti anche tenendo a riferimento i risultati del percorso intrapreso con la Capitale Europea della Cultura.

Un piano non risolve problemi, né fornisce soluzioni, ma può costituire un buon punto di partenza, è occasione per avviare un percorso sintetico di lettura dei numeri, dei fabbisogni e delle sfide aperte, al fine di potenziare le vocazioni territoriali della Basilicata, mettendo a frutto l'eredità di Matera 2019, ma provando anche a capitalizzare il lavoro già avviato nella programmazione 2014-2020 e tenendo conto dei punti di forza e di debolezza emersi.

Un lavoro di analisi che sappia costruire opportunità, progetti, reti locali e relazioni con stakeholders nazionali e internazionali. Una riflessione che possa identificare temi di discussione pubblica e definire elementi di proposta da condividere tra gli operatori e offrire oggetti di negoziazione partenariale con il programmatore pubblico.

1.2 LE ICC NEL SUD ITALIA E NEL PANORAMA ITALIANO ED EUROPEO

Un trend positivo di crescita ante-covid

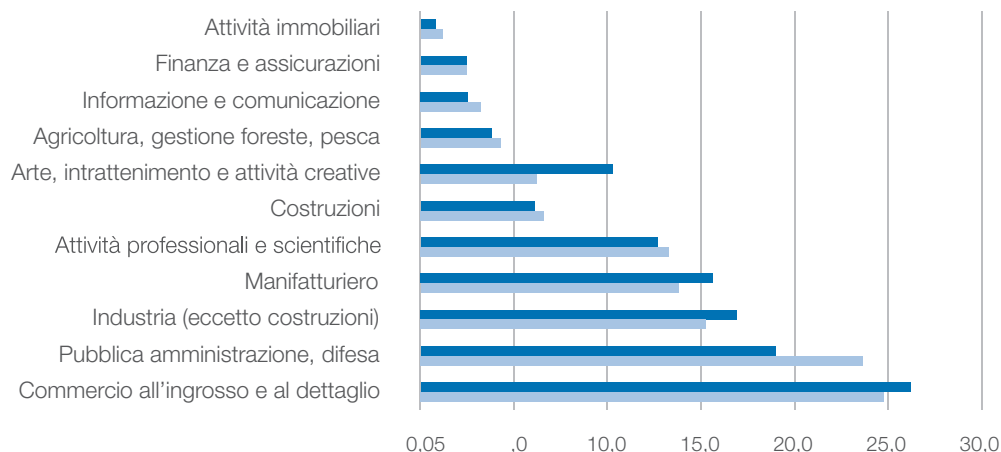
Il trend delle industrie culturali e creative in Italia ed in Europa è positivo. Nel 2018 il Sistema Produttivo Culturale e Creativo in Italia ha sfiorato i 96 miliardi di euro, ovvero il 6,1% del PIL, grazie all'impiego di 1,55 milioni di occupati (cresciuto dell'1,5% rispetto al 2017), registrando performance migliori dell'economia italiana nel suo complesso. In termini di valore aggiunto la filiera è cresciuta più dell'anno precedente (+2,9%), producendo **265,4 miliardi di euro, il 16,9% del valore aggiunto nazionale, col turismo come primo beneficiario di questo effetto volano** (dati "Io sono cultura 2019").

Prima di subire l'impatto della crisi COVID il numero di ICC in tutta Europa era cresciuto annualmente del 4,3% dal 2008, e rappresentava almeno il 10% del settore dei servizi nella maggior parte dei paesi. Pur riflettendo la diversità culturale dell'Europa, con specializzazioni che variano da regione a regione, le ICC contribuiscono allo sviluppo economico in tutte le nazioni Europee, infatti **rappresentano una quota significativa dell'economia dell'UE – oltre il 4% del PIL dell'UE** (quota paragonabile a quella dei settori ICT e della ristorazione) e forniscono posti di lavoro di qualità (6,7 milioni), in particolare per i giovani. Nel complesso, l'occupazione è stata stabile dal 2008, con una crescita annua dell'1%, ma con alcuni settori, come audiovisivi e media, in crescita del 3% all'anno. Inoltre, il passaggio a 1,85 euro miliardi di valore aggiunto nel mercato europeo dei beni culturali indica un aumento della domanda globale di prodotti culturali (Market Analysis of the CCS in Europe, European Investment Fund, 2019; Creative-europe-monitoring-report-2019).

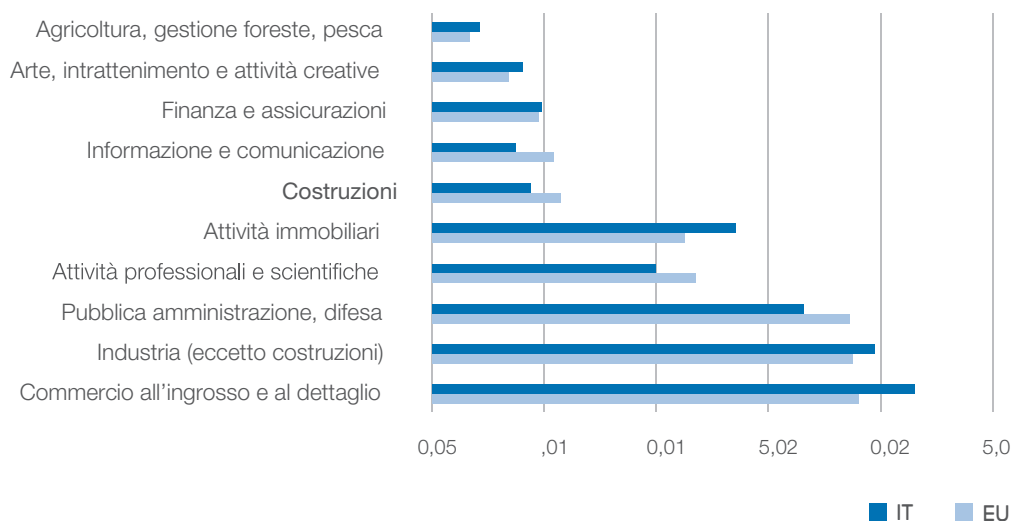
I dati rilevati da Eurostat nel 2018 considerano che siano oltre 8,7 milioni le persone nell'UE28 che lavorano nei settori culturali e creativi pari al 3,8% del totale degli occupati, mentre in Italia il peso sull'occupazione, mediamente più giovane e qualificata, è del 3,6% circa, in ogni caso in aumento nel medio periodo, evidenziando una buona capacità di resistenza nella fase di crisi (ciò fa ben sperare che anche nel post covid il comparto possa riprendere a crescere). I numeri ingenti dell'indagine Eurostat, posiziona l'Italia al passo con le medie europee,

ANALYSIS OF THE CCS IN EUROPE, EUROPEAN INVESTMENT FUND, 2019; CREATIVE-EUROPE-MONITORING-REPORT-2019).

OCCUPATI PER SETTORE (%)



VALORE AGGIUNTO LORDO PER SETTORE (%)



TAB 1.2.1 – Valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nelle regioni italiane – Anno 2018 (valori assoluti, incidenze percentuali sul totale economia e variazioni percentuali). Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2019

	Valore aggiunto				Occupazione			
	Milioni di €	In % sul totale Italia	In % sul tot. economia	Var. % 2017-2018	Migliaia	In % sul totale Italia	In % sul tot. economia	Var. % 2017-2018
Piemonte	8.614,4	9,0	7,1	4,8	131,7	8,5	6,9	2,6
Valle d'Aosta	289,6	0,3	7,1	5,1	4,4	0,3	7,3	2,7
Lombardia	25.731,6	26,5	7,3	3,2	364,8	23,5	7,5	2,0
Trentino-Alto Adige	2.003,2	2,1	5,3	4,7	34,3	2,2	6,2	3,3
Veneto	7.838,30	8,2	5,3	1,1	138,3	8,9	6,1	0,2
Friuli-Venezia Giulia	1.850,5	1,9	5,4	3,5	34,0	2,2	6,3	2,3
Liguria	1.771,4	1,8	3,9	0,6	30,0	1,9	4,5	-0,5
Emilia-Romagna	8.062,6	8,4	5,6	4,5	137,3	8,9	6,4	3,0
Toscana	6.145,8	6,4	5,9	2,1	105,5	6,8	6,2	0,2
Umbria	1.028,3	1,1	5,2	2,0	21,0	1,4	5,8	1,0
Marche	2.249,0	2,3	6,0	0,5	41,9	2,7	6,4	-1
Lazio	15.528,2	16,2	8,8	2,1	212,2	13,7	7,7	0,9
Abruzzo	1.246,6	1,3	4,2	2,5	24,1	1,6	4,6	2,7
Molise	245,4	0,3	4,4	1,1	5,0	0,3	4,6	-0,3
Campania	4.508,3	4,7	4,6	3,4	83,5	5,4	4,4	1,8
Puglia	2.913,4	3,0	4,3	4,0	60,4	3,9	4,4	3,0
Basilicata	404,8	0,4	3,7	6,1	8,5	0,5	4,3	4,8
Calabria	971,3	1,0	3,2	0,6	22,0	1,4	3,4	0,2
Sicilia	3.286,7	3,4	4,1	0,3	65,3	4,2	4,2	-0,6
Sardegna	1.429,1	1,5	4,6	6,1	27,0	1,7	4,5	5,0
Nord-Ovest	36.047,1	37,6	6,9	3,4	530,9	34,2	7,1	2,0
Nord-Est	19.754,5	20,6	5,4	3,1	343,9	22,2	6,2	1,8
Centro	24.951,4	26,1	7,4	1,9	380,6	24,5	7,0	0,5
Mezzogiorno	15.005,7	15,7	4,2	2,8	295,7	19,1	4,3	1,8
Italia	95.758,6	100,00	6,1	2,9	1.551,2	100,00	6,1	1,5

I dati del comparto ICC nazionale

In Italia il Sistema Produttivo Culturale e Creativo è composto da 416.080 imprese (6,8% del totale delle imprese italiane iscritte nei registri camerali) con un incremento nello stock dello 0,2% rispetto al 2017, quando la quota era del 6,7%. Si tratta, riprendendo la nomenclatura utilizzata in premessa, di 291.025 imprese core cultura (il 4,8% delle imprese italiane) e di un totale stimato di 125.054 imprese creative driven (il 2,0% delle imprese italiane) (dati “Io sono cultura 2019”).

Due terzi delle imprese core registrate in Italia sono per la maggior parte al Nord (61.815 imprese in Lombardia, 23.353 nel Veneto, 21.561 in Emilia Romagna, 21.040 in Piemonte), ma anche nel Lazio (41.909) e in Campania (21.842 aziende). In quest'ultima regione si concentra la maggiore percentuale di imprese dell'intera area Mezzogiorno (36,2%). **Nel Mezzogiorno le imprese che operano nei settori del core Cultura, direttamente collegate alle attività culturali e creative, sono 60.360** (il 20,8% del totale nazionale) e incidono per il 3,6% sul totale delle attività imprenditoriali dell'area. Oltre la maggioranza, il 56,3%, è rappresentato dalle “industrie culturali”, il 37,6% dalle “industrie creative”, mentre risultano più contenute, analogamente a quanto riscontrato a livello nazionale, le imprese che operano nel comparto “performing arts” (5,6%) e in quello delle attività legate alla gestione, conservazione e valorizzazione del “patrimonio storico-artistico” (0,5%).

Il peso delle imprese del core Cultura è pressoché analogo in tutte le regioni del Mezzogiorno: in Basilicata il sistema produttivo culturale rappresenta il 3,3% del sistema imprenditoriale; quota più contenuta in termini assoluti rispetto al totale di imprese dell'intera area Mezzogiorno (3,6%), ma comunque in crescita rispetto al 2015.²

Il Mezzogiorno (regioni ex obiettivo convergenza) mostra quote di specializzazione inferiori rispetto alle regioni del Centro-Nord.³ Tra le regioni del Sud, la Campania è la prima sia in termini assoluti (con il 37,6% del valore aggiunto totale delle attività imprenditoriali del Sud), sia in termini relativi, con un'incidenza sull'economia pari al 4,6%. La Basilicata è penultima nella lista dopo Sicilia e Puglia, con il 3,5% di ricchezza prodotta dal settore (lievemente superiore rispetto alla Calabria) mentre in termini assoluti contribuisce al PIL culturale dell'area con il 3,7%.

Riguardo all'incidenza sull'occupazione complessiva in Basilicata, il numero di occupati nei settori ICC è del 4,3%, con un trend di crescita del 4,8%, a fronte di un dato di 3,7% di valore aggiunto sul totale dell'economia ed una crescita sostenuta al 6,1%.

La scelta di Matera come Capitale della Cultura Europea 2019 – titolo che viene assegnato dalla Comunità Europea sulla base di una particolare urgenza, sociale ed economica, affrontabile attraverso la cultura – ha segnato evidentemente una funzione di accelerazione di questo trend, riuscendo a trasformare un'area culturale minacciata di marginalità in una porta di ingresso a un territorio e determinando la crescita del settore creativo e culturale, oltre che la sua percezione su scala sovregionale. È del tutto evidente che tali dati dovranno essere ricalibrati post esperienza covid, anche al fine di verificare la capacità di resilienza del comparto.

1.3 LE INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE NELLA SMART SPECIALIZATION STRATEGY EUROPEA

La S3, una porta verso la crescita dell'innovazione

La Smart Specialization Strategy (S3) costituisce un elemento rilevante nel quadro della Politica di Coesione della Commissione Europea, finalizzata a ridurre le differenze e garantire uno sviluppo equilibrato tra le regioni e la crescita in tutta l'Europa.

² Indagine MIBAC-Istituto Demoskopika sul sistema produttivo culturale e creativo delle cinque regioni italiane in ritardo di sviluppo - Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sicilia - che hanno beneficiato del Programma Operativo Nazionale (PON) “Cultura e Sviluppo” FESR 2014- 2020.

³ *Ibidem*.

La S3 è un approccio “place-based” caratterizzato dall’identificazione di aree strategiche di intervento, individuate a partire dall’analisi dei punti di forza e potenzialità dell’economia locale, attraverso un processo di individuazione delle opportunità di sviluppo (Entrepreneurial Discovery Process), considerando le dotazioni e le vocazioni del territorio e con diffuso coinvolgimento del partenariato locale interessato.

La S3, oltre a costituire un prerequisito per ricevere finanziamenti dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) nel quadro della programmazione 2014-2020, ha invitato le regioni a focalizzare l’attenzione sulle aree a maggiore potenzialità, a promuovere in tali aree partenariati per l’innovazione e a canalizzare specifiche linee di finanziamento. La strategia di specializzazione intelligente è stata declinata sia a scala nazionale, ove sono stati identificati 12 ambiti di interesse tra cui “Design, Creatività e Made in Italy” (filiera della moda, arredo-casa, settore orafa, etc.) e “Tecnologie per il patrimonio culturale” (industrie culturali e creative, gestione del patrimonio storico e artistico, spettacoli, etc.), quanto a scala regionale.

Chi con noi sta investendo in cultura e creatività... i compagni di viaggio per i prossimi anni

A livello nazionale il 75% delle regioni italiane ha inteso individuare un ambito riconducibile alla dimensione culturale come area di interesse della S3 regionale, sebbene tale individuazione sia avvenuta con modalità non omogenee, in quanto frutto di percorsi di analisi e specificità territoriali diverse.

Regione	Ambito cultura S3
Abruzzo	Moda-Design
Basilicata	Industria culturale e creativa
Calabria	Turismo e cultura
Campania	Beni Culturali Turismo Edilizia sostenibile
Emilia Romagna	Industrie culturali e creative
Friuli Venezia Giulia	Cultura, creatività e turismo
Lazio	Patrimonio culturale e tecnologie della cultura Industrie creative digitali
Liguria	Ambito non previsto nella S3
Lombardia	Industrie culturali e creative
Marche	Ambito non previsto nella S3
Molise	industrie culturali, turistiche e creative
P.A. Bolzano	industrie creative
P.A. Trento	Ambito non previsto nella S3
Piemonte	Ambito non previsto nella S3
Puglia	Comunità digitali, creative e inclusive
Sardegna	Turismo cultura ambiente
Sicilia	Turismo - Beni Culturali - Cultura
Toscana	Ambito non previsto nella S3
Umbria	Ambito non previsto nella S3
Valle d’Aosta	Ambito non previsto nella S3
Veneto	Moda/creatività

In un'ottica di coordinamento ed indirizzo la Commissione Europea ha attivato la "Piattaforma di specializzazione intelligente (S3P)" con la finalità di supportare gli Stati membri e le regioni a sviluppare, attuare e rivedere le loro strategie di specializzazione intelligente RIS3. La piattaforma europea è articolata in tre aree tematiche (Agroalimentare, Energia e Modernizzazione industriale).

Riconoscendo un ruolo importante all'industria culturale europea la Commissione ha attivato di recente l'area tematica "Ecosistemi regionali culturali e creativi" sulla piattaforma S3 per la Modernizzazione industriale, considerando che le industrie culturali e creative possano avere una funzione rilevante sulla diffusione dell'innovazione territoriale, sullo stimolo alla crescita in altri settori e sull'elevazione della qualità della vita dei cittadini.

FOCUS: L'EFFETTO COVID SUL SETTORE

L'emergenza sanitaria causata dal Covid ha messo in evidenza molte fragilità del settore, rese più acute dalla prolungata chiusura e dalla sospensione delle forme di socialità. Gli effetti nel sistema delle imprese ICC non sono stati omogenei, probabilmente meno significativi per le imprese "creative driven", assolutamente devastanti per la quasi totalità degli operatori dei settori del patrimonio e dello spettacolo, ma anche per alcune imprese del settore "industria culturale", si pensi alla convegnistica o al cinema.

Tali operatori hanno visto, nel corso del 2020, incassi ridottissimi o azzerati, molti contenuti veicolati online gratuitamente, costi e responsabilità di sanificazione, ripresa delle attività con protocolli utili a garantire il distanziamento sociale ma antieconomici, blocco della filiera produttiva, blocco totale della dimensione internazionale della creazione e della circuitazione. Complessivamente se è vero che sono emerse creatività ed energie generose, spesso è sembrato di fare un passo indietro di decenni.

A fronte di questa disperante situazione, il sistema pubblico ha posto in essere diverse misure finalizzate a tamponare la crisi economica di un'area che, nei settori più colpiti, già prima soffriva di criticità diversificate, quali la intermittenza dei lavoratori nel settore privato e la bassa redditività delle strutture erogatrici di servizi culturali (musei, spettacoli, biblioteche, ecc).

La precarietà dei rapporti lavorativi talvolta non ha agevolato l'accesso alle misure di contrasto della crisi da pandemia poste in essere dal sistema pubblico, determinando in taluni casi difficoltà di accesso alle forme di sussidio per assenza dei requisiti formali.

Attraverso un'indagine condotta da Basilicata Creativa tramite questionario alle Imprese culturali e creative lucane, si evince che le conseguenze della crisi pandemico/economica per le oltre 40 aziende che hanno risposto al questionario, sono state varie. Il 26,8% delle aziende ha rilevato in questo contesto, nuove opportunità di business, mentre per il 24,4% è stato necessario interrompere alcune attività. Solo una delle imprese che hanno risposto al questionario ha avuto un miglioramento dei processi produttivi e delle procedure. Effetti negativi sono stati provocati per le restanti 19 aziende: per 7 (il 17,1%) vi è stato un rallentamento nei processi produttivi, per 6 imprese (il 14,6%) uno stravolgimento dei processi produttivi e delle procedure. Per le restanti 6 aziende, addirittura un fermo di tutte le attività.

Tra i numerosi effetti della tempesta Covid, va annoverato anche il temporaneo accantonamento del Disegno di Legge governativo riguardante le filiere del turismo e della cultura, calendarizzato per la fine di febbraio 2020, che include tra le sue finalità nuove e solide basi legislative per le imprese culturali e creative. Collegato alla legge di bilancio 2020, la bozza del DDL prevede, tra l'altro, che ogni tre anni il MiBACT, insieme con il Ministro per lo sviluppo economico[https://www.symbola.net/approfondimento/dl-franceschini-icc-isc20/#_ftn1], emani un piano strategico per le imprese culturali e creative.

Il contesto emergenziale determinato dalla pandemia ha posto, e sta continuando a porre, alla cultura, ai suoi attori ed al modo di stare insieme numerose sfide, che richiedono il superamento di certe abitudini e modelli. Da questo punto di vista forse l'esperienza di Matera 2019, che ha spesso considerato il ripensamento dei vincoli in opportunità e ha lavorato sui ribaltamenti dei

paradigmi, seminando nuove visioni da condividere, può essere di aiuto. Ma è evidente che questa operazione può essere condotta con un più ampio coinvolgimento della scena creativa e culturale in un programma di medio lungo periodo che supporti i processi di innovazione, di digitalizzazione ed internazionalizzazione, per rafforzare la capacità di offerta del settore e, non ultima, la legacy dell'articolato programma di Matera 2019.

Una recente ricerca condotta da IPSOS nell'ottobre 2020 a scala nazionale su un campione di 1000 persone avente ad oggetto "I consumi culturali degli italiani ai tempi del Covid-19: vecchie e nuove abitudini" riporta che il 24% degli intervistati non ha semplicemente avuto consumi culturali, il 23% ha sostituito la cultura con nuovi interessi / attività e solo un altro 23% ha cercato nuove modalità di fruizione a distanza degli eventi culturali. In merito alla ripresa post-covid mentre i fruitori assidui non hanno dubbi sul ritorno ai consumi precedenti quelli più saltuari manifestano dei dubbi e comunque complessivamente emerge un interesse, anche per il dopo, verso forme di fruizione su piattaforme digitali.

Come tutte le crisi pertanto, accanto alla legittima richiesta di azioni di sostegno agli operatori in maggiore difficoltà, è necessario sapere anche cogliere nuove opportunità connesse alle diverse forme di fruizione e a nuove domande di servizi precedentemente non espresse.

Basilicata Creativa assume dunque il compito di cogliere le opportunità del cambiamento generato dalla pandemia per avviare una riflessione profonda sul contributo del settore culturale e creativo alla ricostruzione economica e sociale, finalizzata a individuare politiche e pratiche innovative ed efficaci nella costruzione di nuovi modelli di sostenibilità sociale ed economica nella cornice più ampia della programmazione europea e dell'Agenda 2030.

2. INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA IN BASILICATA: UN FOCUS

2.1. LA BASILICATA TERRITORIO EMERGENTE NEL PANORAMA ITALIANO ED EUROPEO

Un contesto dagli indicatori “ostili”

La Basilicata, con solo il 3% della superficie dell'intero territorio italiano e l'1% della popolazione nazionale, è una delle regioni dalle dimensioni numeriche più contenute d'Italia.

La sua conformazione, scarsamente pianeggiante, la porta ad essere fra le regioni meno abitate rispetto alla media nazionale, con la popolazione che è andata distribuendosi per la maggior parte nei due capoluoghi, in alcuni grossi centri raccolti sulle alture e lungo i due litorali, ionico e tirrenico, processo che ha avuto come conseguenza il **progressivo abbandono delle aree interne**. Un territorio caratterizzato da un basso tasso di natalità, da una ripresa dell'emigrazione, e un livello di disoccupazione giovanile intorno al 30%.

La regione si colloca, così, tra le più povere d'Italia (seconda dopo la Calabria), ed è considerata, in base ai valori del PIL, tra le aree ad interesse prioritario nell'Unione Europea, cioè tra quelle definite “meno sviluppate” (obiettivo Convergenza). Tutto questo è, ovviamente, sintomatico di **un'economia fragile e instabile e caratterizzata da un consolidato ritardo infrastrutturale**. Questa condizione di regione meno sviluppata, a scala europea si esprime ad esempio su alcuni fondamenti: 313° posto su 328 regioni per tasso di occupazione, 244° posto su 325 per numero di laureati nella fascia 30/34 anni, 208° posto su 323 per PIL (Eurostat, anno 2017).

Nel corso degli ultimi anni l'economia regionale è risultata fortemente condizionata dagli andamenti dei **due principali settori produttori di PIL: automotive e industria estrattiva**, che hanno significativamente influenzato i dati complessivi dei flussi economici, insieme al settore dei servizi.

Nella crescita del settore dei servizi un fattore trainante è stato rappresentato dal turismo che a partire dal 2007, pur rimanendo su valori in assoluto limitati rispetto al totale nazionale, è cresciuto circa del 35% in termini di presenze, crescita alimentata da **una buona tenuta dell'accoglienza balneare metapontina** e dal forte traino rappresentato dall'esperienza di **Matera Capitale Europea della Cultura 2019**.

Industria culturale e creativa in controtendenza

In termini di crescita imprenditoriale, l'analisi delle iscrizioni camerali nell'ultimo decennio attesta **un incremento significativo nei settori dell'industria culturale e creativa**. Anche i dati del rapporto Symbola “Io sono cultura 2019” registrano una variazione annuale in crescita tra le più alte nel quadro delle regioni italiane, sia in termini di valore aggiunto (+6,1%) che di occupazione (+4,8), contro un dato nazionale che è rispettivamente del 2,9% e dell'1,5%, naturalmente il tutto considerando i limitati numeri dell'economia territoriale e non sapendo ancora quale potrà essere l'effetto “reset” causato dalla pandemia covid19.

In questo quadro comparativo a scala europea la designazione di **Matera come Capitale Europea della Cultura 2019** ha determinato una inconsueta riconoscibilità del territorio a scala continentale e segnato una spinta fondamentale per l'economia della Basilicata. Ha significato infatti interesse per l'area Mediterranea e per un'area culturale minacciata da marginalità. L'interesse per Matera e la Basilicata si è manifestato con la scoperta dei suoi territori, delle sue risorse e anche per una cultura, se vogliamo, distante dai grandi circuiti ma racchiusa in una peculiarità ed identità che le conferivano valore di unicità. Questa nomina, quindi, ha permesso una rilettura dei territori periferici e un loro riposizionamento verso maggiore centralità in termini di interessi.

Il fermento manifestato in questi anni dal settore è del resto alla base della scelta della Regione Basilicata di considerare l'area dell'industria culturale e creativa come uno dei fattori strategici di potenziale sviluppo contemplati nella Smart Specialization Strategy a valere sulla programmazione FESR 2014-2020.

2.2. I NUMERI DEL SETTORE CULTURALE E CREATIVO IN BASILICATA

Al fine di avere una misura della dimensione del settore ICC in Basilicata si è ritenuto opportuno procedere ad una analisi delle presenze imprenditoriali accertabili, ovvero iscritte alla Camera di Commercio. Tale operazione non assume carattere di immediatezza, poiché l'area di osservazione è ampia e si presta a sconfinamenti larghi, si pensi in particolare al sottosettore "Creative driven", composto da imprese che hanno specificità operative molto variegata.

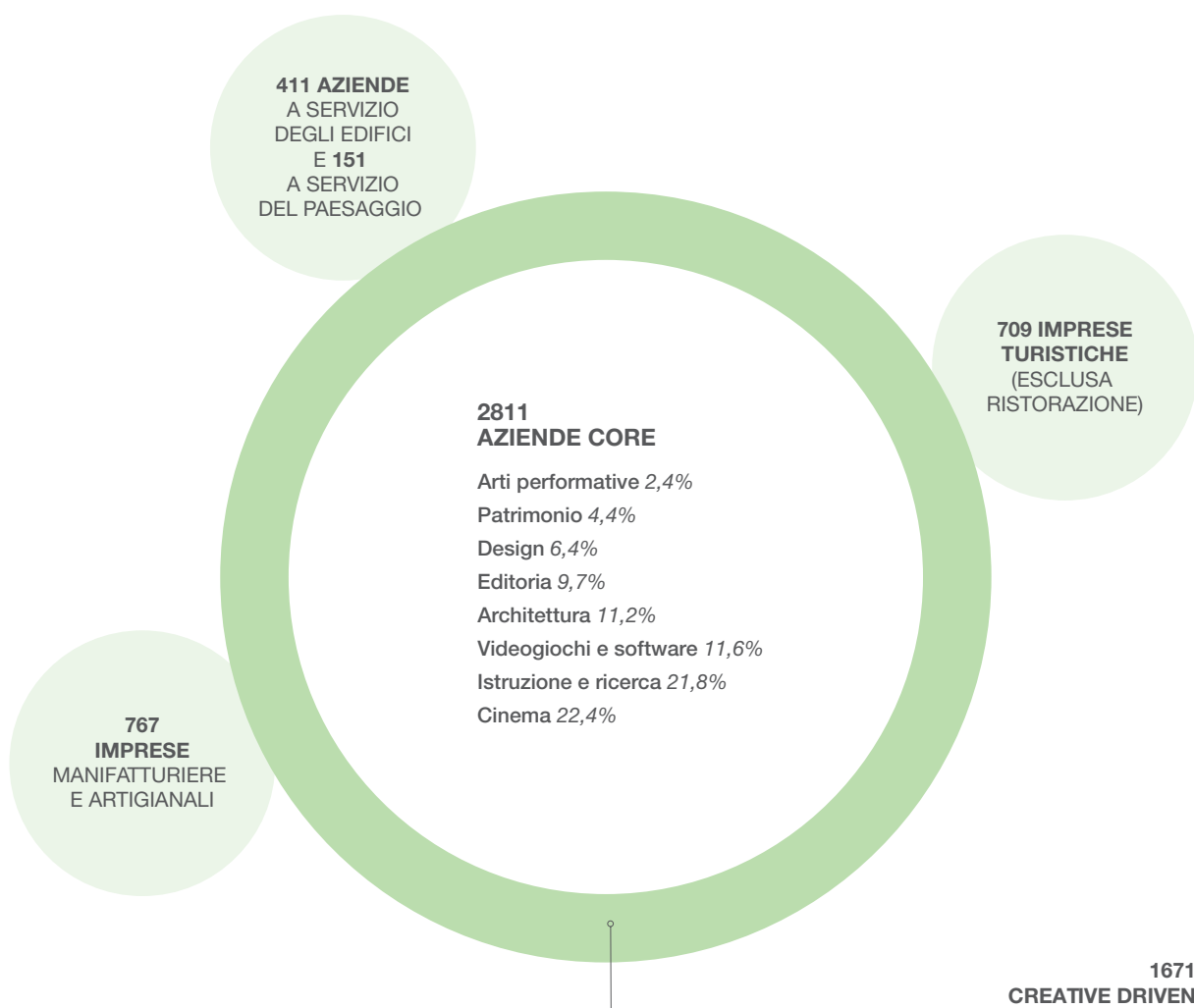
Ad ogni modo per rappresentare il settore culturale e creativo si è proceduto ad individuare i codici Ateco di interesse, integrandoli con quelli di aree strettamente collegate alle industrie core, come artigianato, turismo o, più genericamente intese, quelli riconducibili alle imprese creative driven. Il collegamento tra cultura e turismo è molto stretto, la presenza di patrimonio e di una fiorente attività culturale non può che esercitare un fattore attrattivo nei confronti della domanda di viaggi e vacanze; lo stesso vale per le attività di moda e artigianato, che possono trarre vantaggio dalla relazione con la componente creativa e culturale territoriale. Anche il settore dei servizi per la cura degli edifici e del paesaggio è connesso al patrimonio e alla sua manutenzione.

Il metodo utilizzato per la ricerca è consistito nell'accoppiare le attività per macrosettori core e afferenti. Inoltre si è ritenuto che i settori "industrie creative" e "industrie culturali" andassero meglio dettagliati e abbiamo quindi accorpato codici ateco afferenti a sottocategorie di interesse come riportato nella tabella 2.2.1.

Tab.2.2.1. I settori ICC suddivisi per macro aree e i corrispondenti codici Ateco

MACRO SETTORE		CODICI ATECO
Industrie creative	Architettura	M 71 Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; ...
	Design	C 31 Fabbricazione di mobili, C 32 Altre industrie manifatturiere
Industrie Culturali	Editoria, stampa, comunicazione, convegnistica ed eventi	C 18 Stampa e riproduzione di supporti registrati, J 58 Attività editoriali, 90.03.01 Attività dei giornalisti indipendenti; 90.03.09 Altre creazioni artistiche e letterarie
	Cinema TV Radio Fotografia	J 59 Attività di produzione cinematografica, di video...; J 60 Attività di programmazione e trasmissione; J 61 Telecomunicazioni; J 63 Attività dei servizi d'informazione e altri servizi
	Videogiochi e software	J 62 Produzione di software, consulenza informatica e attività...
	Istruzione e ricerca	M 72 Ricerca scientifica e sviluppo; M 73 Pubblicità e ricerche di mercato; N 78 Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale; P 85 Istruzione
Patrimonio	90.03.02 Conservazione e restauro; 90.04.00 Gestione di teatri, sale concerto e strutture artistiche, R 91 Attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività...; R 93.21 Attività di parchi divertimento e tematici	
Arti performative	90.01.01 Attività nel campo della recitazione; 90.01.09 Altre rappresentazioni artistiche; 90.02.01 noleggio di strutture e attrezzature per spettacoli; 90.02.09 Attività di supporto alle rappresentazioni artistiche	
Creative driven	Servizi vari	K 64 Attività di servizi finanziari (escluse le assicurazioni); M 70 Attività di direzione aziendale e di consulenza...; M 74 Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; N 82 Attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri se...; O 84 Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale ...; S 94 Attività di organizzazioni associative,
	Artigianato e moda	C 13 Industrie tessili, C 14 Confezione di articoli di abbigliamento..., C 15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili, C 16 Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero; C 17 Fabbricazione di carta e prodotti di carta

Figura (2.2.2) – I numeri del comparto culturale e creativo e dei settori afferenti in Basilicata (Elaborazione dati Cam Com Il trimestre 2020). Al centro l'area core costituita dai 4 settori (industria culturale, industria creativa, Patrimonio storico-artistico e arti performative) e ai margini le imprese creative driven e i settori.



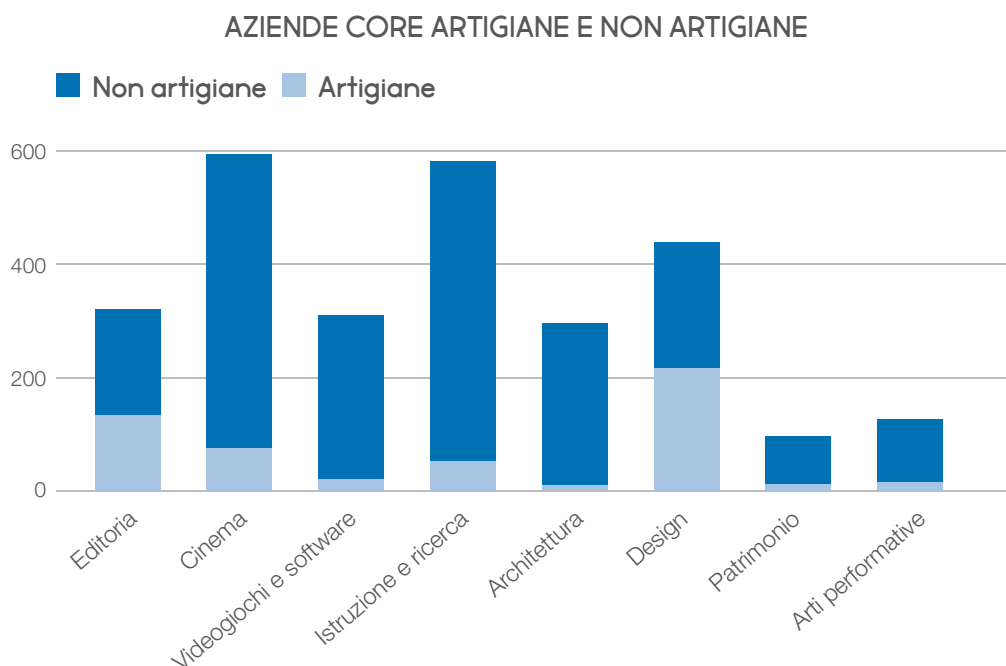
Elaborazioni dati Camera di Commercio, Il trimestre 2020

È evidente che tale lavoro di analisi non pretende di costituire una tassonomia certa del settore, che di per sé è di difficile catalogazione, né disconosce che il codice Ateco possa essere un criterio non sempre oggettivo per la definizione del campo di azione reale del soggetto imprenditoriale attivo. L'indagine ha tuttavia l'utilità di identificare un'area di riferimento, all'interno della quale ha evidenziato l'esistenza di circa 2800 aziende core e di 1671 *creative driven*, 767 aziende di artigianato e moda su un totale di circa 60.000 imprese registrate in regione nel Registro della Camera di Commercio.

I numeri che non ti aspetti

Dalla nostra indagine risulta che sono più di 4400 le aziende a vario titolo afferenti al comparto culturale e creativo, includendo oltre ai settori *core* anche quelli *creative driven*. Questo dato è inoltre suscettibile di lieve variazione in incremento se si considerano anche le aziende che operano in regione, ma hanno sede altrove. La rappresentazione del quadro complessivo delle imprese di riferimento è evidenziata nella fig 2.2.2.

Grafico 2.2.3 – I numeri delle aziende culturali e creative della Basilicata con il dettaglio delle aziende artigiane (Elaborazione dati Cam Com II trimestre 2020).



Delle circa 2800 aziende core rilevate, più di 500 sono imprese artigiane, ossia piccole o individuali, basate per la maggior parte sul capitale umano, in cui il lavoro personale e/o manuale abbia “funzione preminente sul capitale”⁴ come evidenziato nel grafico 2.2.3, con il dettaglio delle categorie considerate.

Il valore economico delle ICC

Accanto a una analisi sulla presenza imprenditoriale, si è ritenuto opportuno provare a fare un’analisi del valore economico del comparto ICC, procedendo ad elaborare le informazioni della Camera di Commercio sui fatturati medi nel 2°trimestre 2020 (tabella 2.2.4). Tali misurazioni sono state condotte solo su poco più della metà delle aziende del comparto descritto che ha depositato il bilancio, atteso che le altre sono ditte individuali non obbligate a depositarlo. Si evince dalla tabella che la maggior parte delle aziende culturali e creative (1610 aziende) produce fino a 250000 euro /anno; 33 aziende producono fino ai 5 milioni di euro all’anno, 22 aziende producono fino a 10 milioni di euro all’anno e il fatturato di 1 azienda creative driven e di una azienda di architettura supera i 50 milioni di euro. Complessivamente le imprese ICC si conformano ad una tendenza di sottodimensionamento imprenditoriale che è tipica dell’intera economia lucana. È inoltre interessante verificare che i diversi settori trovano posizionamenti differenti nei diversi range di fatturato, per esempio l’area Performing art non va oltre le primi due classi di fatturato (anche in ragione degli effetti più marcati della pandemia), mentre gli operatori “creative driven” sono quelli con la maggior performance. Nella tabella 2.2.4. si riportano i dati di fatturato registrati ripartiti per i singoli sottosettori (core, creative driven e settori afferenti).

⁴ La disciplina sulle imprese artigiane è contenuta nella Legge Regionale 12 agosto 2015, n. 29, definisce “artigiana” l’impresa che ha per scopo prevalente lo svolgimento di un’attività di produzione e di trasformazione di beni, anche semilavorati o di prestazione di servizi. È “artigiana” l’impresa esercitata individualmente o che, nei limiti dimensionali di cui alla presente legge, è costituita ed esercitata in forma di società, anche cooperativa, escluse le società per azioni e in accomandita per azioni, a condizione che la maggioranza dei soci, ovvero uno nel caso di due soci, svolga in prevalenza lavoro personale, anche manuale, nel processo produttivo detenga la maggioranza del capitale sociale e rappresenti la maggioranza nell’organo amministrativo e che nell’impresa il lavoro abbia funzione preminente sul capitale.

Tabella 2.2.4 – Valore di produzione (in euro) dei settori che compongono il comparto culturale e creativo lucano inclusi i settori afferenti. Per ogni settore è specificato il numero di aziende (escluse le individuali, non obbligate a depositare il bilancio) in funzione del diverso range di fatturato (Elaborazione dati Cam Com Il trimestre 2020)

Valore di produzione massimo (fino a)	ISTRUZIONE E RICERCA	VIDEOGIOCHI E SOFTWARE	CINEMA	EDITORIA E LIBRERIE	DESIGN	ARCHITETTURA	PATRIMONIO	ARTI PERFORMATIVE	CREATIVE DRIVEN	ARTIGIANATO E MODA	ALLOGGIO	SERVIZI TURISTICI	SERVIZI PAESAGGIO EDIFICI
€ 0	390	179	395	256	365	167	52	113	1054	653	391	101	401
€ 250000	160	100	169	32	28	105	15	14	364	58	93	36	108
€ 500000	14	11	18	3	14	14	2	2	40	15	26	9	25
€ 1000000	11	13	11	5	14	5		0	21	13	23	6	14
€ 2500000	9	8	5	4	9	4		2	13	15	26	3	8
€ 5000000	1	2		2	3	4			9	4	5	1	1
€ 10000000		3		1	3				6	2	2		4
€ 25000000	1									1			
€ 50000000									1				
più di € 50000000						1			1				

Le ICC capaci di produrre occupazione

Il numero totale di addetti delle aziende considerate è 19218, di cui 17136 sono addetti di aziende che hanno anche la sede in regione. Ricordiamo che le aziende core con sede in Basilicata sono circa 2800, ma in realtà in regione operano in totale 3365 aziende core. Gli altri sono dipendenti di aziende con sede fuori regione, ma comunque attive in Basilicata. Si tratta di circa 11% del totale della forza lavoro regionale. I settori con maggior numero di addetti sono quelli legati alle imprese creative driven e alle industrie culturali (dati Cam Com Il trimestre 2020). Bisogna sottolineare che questo numero **non tiene conto dei contratti di lavoro in somministrazione o a partita IVA**, che sono invece molto numerosi nel settore creativo e culturale. Tale dato è assai più ampio del dato registrato dal rapporto “Io sono cultura 2019”, che accredita la Basilicata di circa 8.500 addetti, in ragione della scelta di considerare anche altri settori afferenti (es. artigianato), depurati i quali i valori sarebbero prossimi.

Rispetto alla partecipazione della componente giovanile, femminile e straniera nelle compagini delle organizzazioni rilevate il grafico 2.2.6. fornisce un'indicazione percentuale per singole aree di attività. La presenza di imprese al femminile è maggiormente rilevante nei settori “Cinema TV e Radio”, “Istruzione e ricerca”, “Creative driven” e “Turismo”. La componente giovanile appare maggiormente presente nel settore “Creative Driven” e “Turismo”. Abbastanza limitata la componente straniera, con maggior significanza nei settori “Creative Driven”.

Grafico 2.2.5 – Il grafico mostra il numero di addetti nel comparto culturale e creativo della Basilicata diviso per settori. In questa elaborazione non è stato possibile scindere i sottocodici per cui Patrimonio e performing art sono accorpati. (Elaborazione dati Cam Com Il trimestre 2020)

10500 ADDETTI NELLE AZIENDE CORE
 6796 NELLE CREATIVE DRIVEN
 1900 IN ARTIGIANATO E MODA

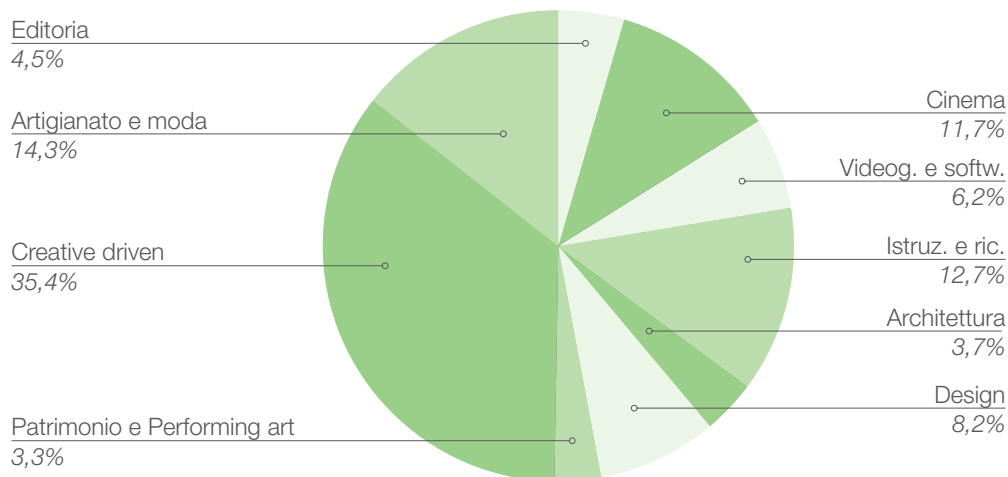
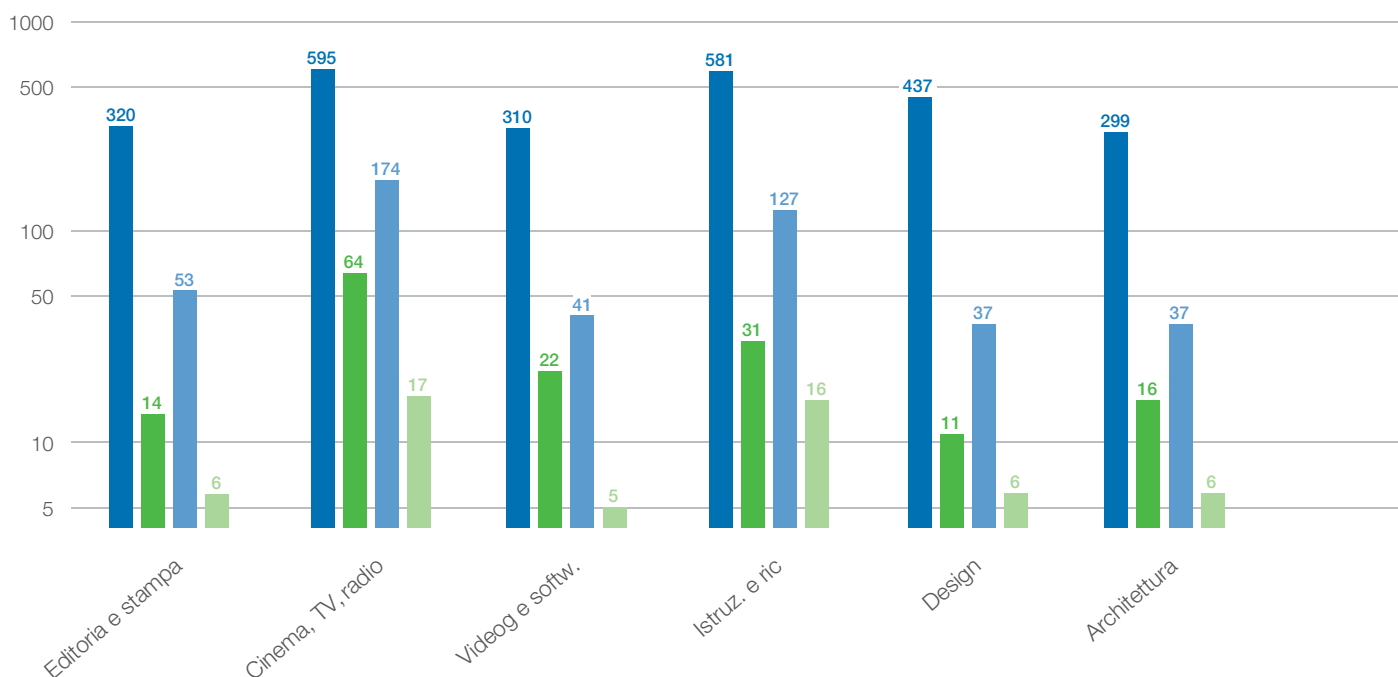


Grafico 2.2.6 – Dettaglio sulla presenza di aziende femminili, giovanili e straniere nel comparto culturale e creativo (Elaborazione dati aziende registrate alla Camera di Commercio – Il trimestre 2020)

AZIENDE FEMMINILI, GIOVANILI E STRANIERE
 NEL COMPARTO CULTURALE E CREATIVO



2.3. ASSOCIAZIONI, FONDAZIONI E ALTRI ENTI DI TERZO SETTORE: LA CULTURA E LA CREATIVITÀ GENERATA DAL NON-PROFIT IN BASILICATA

I numeri del no profit culturale

Un ruolo significativo nel mondo della produzione culturale e creativa è assicurato dal terzo settore, che compartecipa in modalità numerosa e articolata all'attività di produzione culturale (azioni di promozione, attività di spettacolo, interventi di informazione, ecc).

Non è tuttavia facile definire questo universo, in grado di esprimere **livelli molto differenziati in termini di qualità e incisività** della propria azione, universo che annovera sia realtà di produzioni importanti (capaci di assicurare un'offerta di spettacolo di elevato spessore, per esempio) che micro-associazioni impegnate innanzi tutto in una sfida di sopravvivenza.

Gli elenchi formali non sono in grado di restituire un dato con un peso specifico preciso: **211 associazioni di volontariato iscritte nel settore culturale** del Registro regionale delle organizzazioni di volontariato ex L.R. 1/2000 o 812 associazioni iscritte all'albo ex L.R. 22/88 "Norme per la programmazione e lo sviluppo delle attività educative e culturali sul territorio regionale" (grafico 2.3.1), ci forniscono il polso di una **vivacità territoriale** senza tuttavia aggiungere elementi più precisi in termini di qualità e rilievo del ruolo reale del terzo settore nel contesto culturale locale. Ruolo che resta sicuramente rimarchevole, sostenuto ad esempio anche attraverso l'azione delle **numerose pro-loco** che promuovono gli aspetti culturali territoriali o delle diverse associazioni musicali lucane.

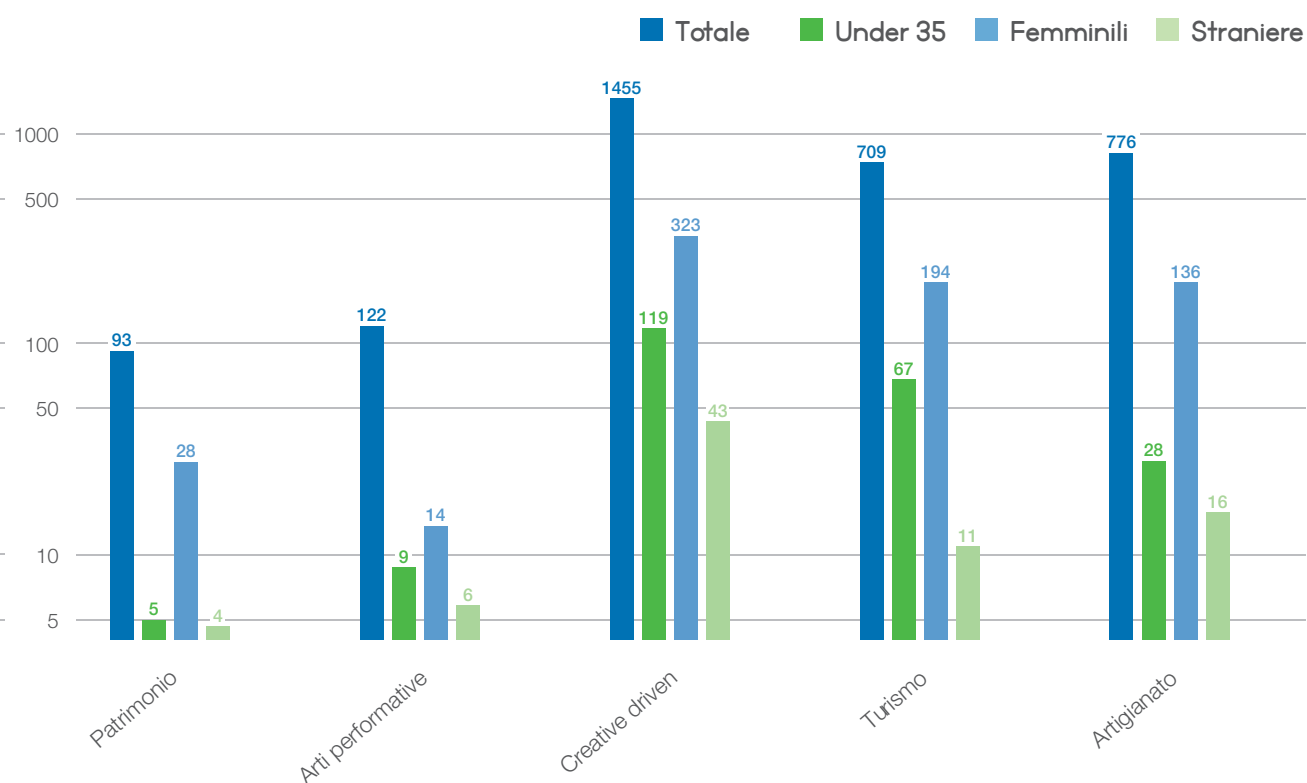
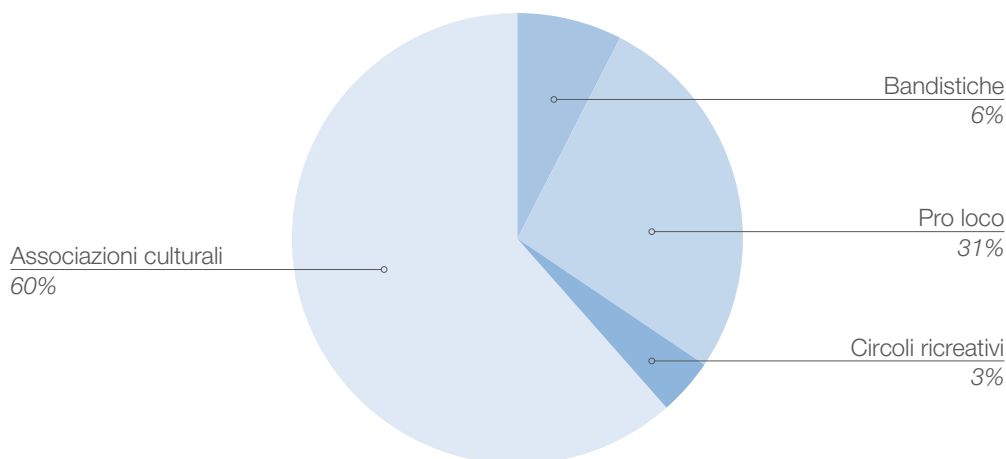


Grafico 2.3.1 – Il grafico specifica la natura delle associazioni iscritte L.R. 22/88 e mostra la presenza significativa delle pro loco, che rappresentano circa un terzo del totale



In merito alla distribuzione territoriale delle associazioni culturali iscritte al registro ex L.r. 22/88 la tabella 2.3.2. mostra la allocazione per ambiti.

Tab.2.3.2 – Ripartizione per ambiti territoriali delle associazioni iscritte L.R. 22/88. Si evidenzia una ripartizione ampia su tutto il territorio, correlata alla corposità demografica delle aree: spicca una presenza marcata sul capoluogo di regione. Tale dato è da interpretare tuttavia con mero valore statistico, funzionale a evidenziare un tendenziale presidio territoriale, incapace di offrire una restituzione sulla operatività delle singole associazioni.

AREA GEOGRAFICA	COMUNI	% su totale
Area Vulture Melfese (Pz)	Melfi, Tolve, Rapolla, Venosa, Rionero in Vulture, Barile, Ginestra, Maschito, Ruvo del Monte, Atella, Ripacandida, Rapone, San Fele, Lavello, Acerenza Montemilone, Banzi, Forenza, Genzano di Lucania, Oppido Lucano, Palazzo San Gervasio, San Chirico Nuovo	15,4
Area Melandro Val d’Agri (Pz)	Brienza, Picerno, Sant’Angelo le Fratte, Satriano di Lucania, Savoia di Lucania, Sasso di Castalda, Tito, Vietri di Potenza, Baragiano, Bella, Castelgrande, Muro Lucano, Ruoti, Armento, Corleto Perticara, Gallicchio, Grumento Nova, Marsiconuovo, Marsicovetere, Moliterno, Montemurro, Paterno, Roccanova, San Chirico Raparo, San Martino d’Agri, Sant’Arcangelo, Sarconi, Tramutola, Viggiano	9,5
Area Metapontino (Mt)	Bernalda, Colobraro, Nova Siri, Pisticci, Policoro, Rotondella, San Giorgio Lucano, Scanzano Jonico	9,4
Montagna Materana (Mt)	Accettura, Aliano, Calciano, Craco, Ferrandina, Gorgoglione, Oliveto Lucano, Salandra, San Mauro Forte, Stigliano, Tricarico	4,4
Bradonica (Mt)	Grassano, Grottole, Irsina, Montescaglioso, Pomarico	4,2
Alto Basento (Pz)	Abriola, Albano di Lucania, Anzi, Avigliano, Brindisi di Montagna, Calvello, Campomaggiore, Cancellara, Castelmezzano, Filiano, Laurenzana, Pietragalla, Pietrapertosa, Pignola, Trivigno, Vaglio di Basilicata	12,3
Area Pollino Lagonegrese (Pz)	Castelluccio, Castelsaraceno, Castelnuovo di Sant’Andrea, Cersosimo, Chiaromonte, Episcopia, Fardella, Lagonegro, Latronico, Lauria, Maratea, Rivello, Rotonda, San Costantino Albanese, San Paolo Albanese, San Severino Lucano, Senise, Terranova di Pollino, Trecchina, Viggianello	8,8
	Potenza	25,1
	Matera	10,9

Oltre al registro delle associazioni culturali ex L.22/88, anche nel **registro regionale delle associazioni di volontariato** è identificabile un sottosettore culturale che identifica 211 associazioni al 31.12.2019.

Atteso che le associazioni possono iscriversi a più sottosectori, una disamina più puntuale operata dal Centro di Servizi al Volontariato consente di evidenziare quelle organizzazioni che con maggiore specificità operano nel comparto "Ambiente e cultura", tale disamina evidenzia il seguente dato sul periodo 2011-2019 (tabella seguente).

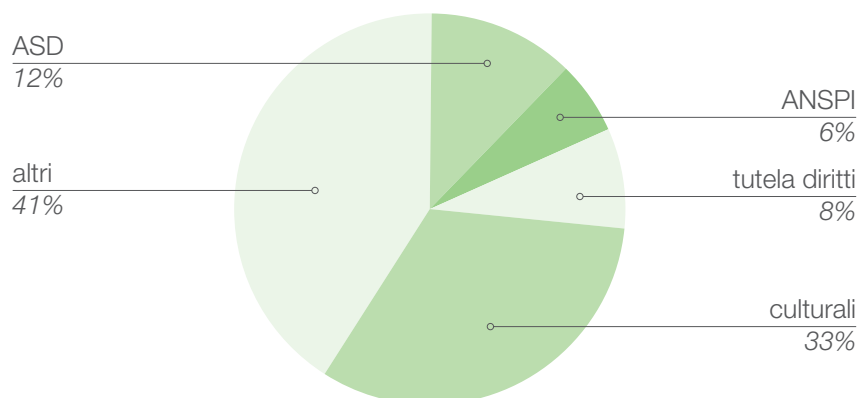
Tab. 2.3.3 – associazioni settore ambiente e beni culturali registro regionale volontariato ex L.R. 1/2000 (elaborazione CSV Basilicata)

SETTORE DI ATTIVITÀ	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	% sul tot.	Saldo % 19-18
AMBIENTE E BENI CULTURALI	73	70	69	68	69	75	76	68	67	10,72	-1,47

Risulta infine rilevante la presenza delle associazioni attive nel settore culturale anche nel registro regionale della Associazioni di promozione sociale (APS), che conta complessivamente 82 organizzazioni, attive nei comparti evidenziati nella figura seguente.

Le organizzazioni culturali costituiscono un terzo del totale delle iscritte al registro.

Grafico 2.3.4. – associazioni iscritte registro regionale APS



Risorse e lavoro nel no profit culturale

Oltre a una rappresentazione quantitativa della presenza del terzo settore in ambito culturale si è ritenuto opportuno cercare di approfondire il livello di conoscenza sulla operatività di tali organizzazioni.

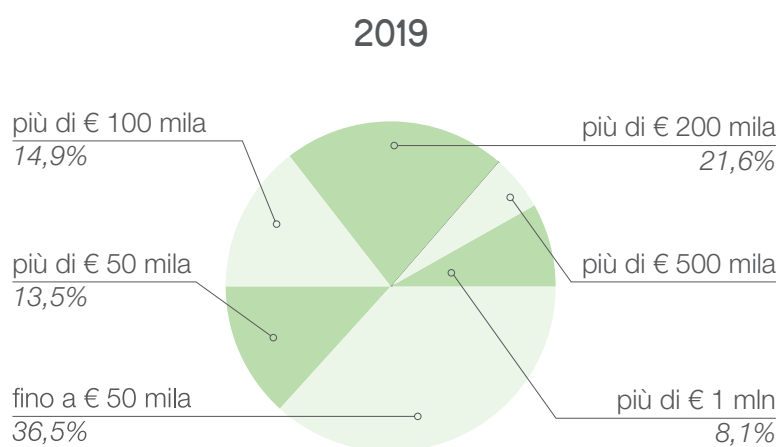
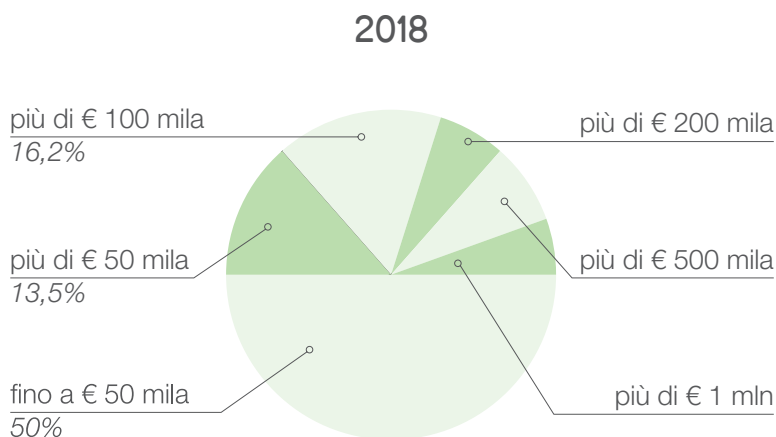
A tal proposito, attraverso uno specifico questionario, si è attivata una indagine relativa allo stato del terzo settore in Basilicata avente come obiettivo principale la misurazione della dimensione economica, occupazionale e geografica nella regione.

Il questionario ha raccolto le risposte di 74 realtà che operano nel settore culturale e creativo, si tratta per la maggior parte di Associazioni (sia riconosciute che non riconosciute) ed una buona percentuale di società cooperative che operano prevalentemente nei settori: teatro, musica, cinema e audiovisivo e attività legate all'arte /contemporanea, storica, paesaggio e architettura, principalmente con obiettivi di produzione e promozione.

Focus importante del questionario è stata la verifica delle entrate del 2018 e 2019.

In base alle risposte queste le entrate (commerciali, contributi, istituzionali, ecc) nelle due annualità:

**ENTRATE DICHIARATE
DA ASSOCIAZIONI
E COOPERATIVE
DEL SETTORE CC
NEL 2018 E NEL 2019**

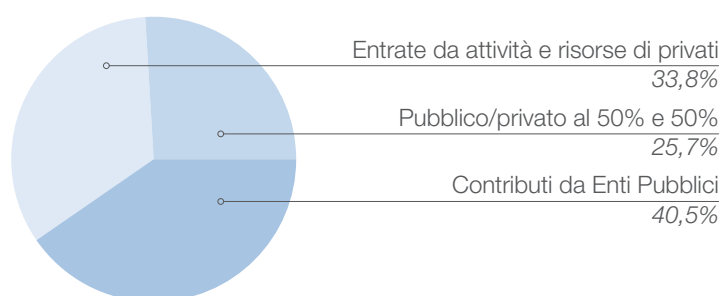


Nel 2018, il 50% delle aziende ha avuto entrate fino a 50.000 euro; soltanto il 5,4% delle associazioni cooperative ha avuto entrate superiori a 1.000.000 euro. Nel mezzo, il 13,5% delle associazioni cooperative ha avuto entrate maggiori a 50.000 euro, il 16,2% entrate maggiori a 100.000 euro, il 6,8% entrate maggiori a 200.000 euro e l'8,1% entrate maggiori a 500.000 euro. La situazione tende a migliorare nel 2019, infatti cresce dell'8,1 la percentuale delle associazioni cooperative con entrate superiori a 1.000.000 di euro, abbassandosi infatti la percentuale delle associazioni cooperative che ha avuto entrate fino a 50.000 euro (il 36,5%). Cresce la percentuale di associazioni cooperative che nel 2019 ha entrate superiori a 200.000 euro, arrivando al 21,6%, abbassandosi al 5,4 la percentuale delle aziende che ha avuto entrate maggiori a 500.000 euro.

Tra il 2018 e il 2019, l'incidenza maggiore delle entrate nel budget generale delle attività è stato del 40,5% relativamente ai contributi da Enti Pubblici, il 33,8% di entrate date da attività e risorse di privati ed il 25,7% di incidenza di entrate pubblico/privato vicine al 50% e 50%.

**INCIDENZA MAGGIORE
DELLE ENTRATE NEL BUDGET
GENERALE DELLE ATTIVITÀ
RIFERIBILI AGLI ANNI 2018-2019**

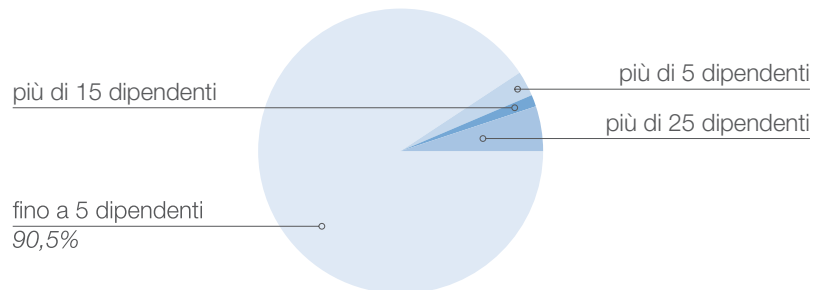
74 RISPOSTE



In merito all'occupazione generata la quasi totalità è resa in numeri contenuti per singola organizzazione (il 90,5% ha meno di 5 addetti). Importante è anche quanto relativo alla percentuale di cittadini lucani occupati in tali aziende. Quanto ne deriva dal questionario: per il 39,2% delle aziende l'occupazione di cittadini lucani è all'80%, per il 27% delle aziende il 100% dei dipendenti è di residenza lucana.

NUMERO DI CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO 2018-2019

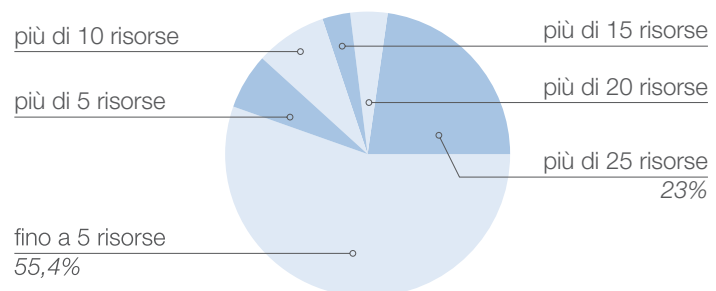
74 RISPOSTE



Il ricorso a forme flessibili appare significativo, numericamente più rilevante delle forme di dipendenza, a riprova di una tendenziale intermittenza dei rapporti lavorativi.

NUMERO DI COLLABORATORI (TEMPO DETERMINATO, LIBERI PROFESSIONISTI, ALTRI TIPI DI CONTRATTO) 2018-2019

74 RISPOSTE



Infine il 44,6% delle aziende, nel biennio 2018-2019, ha formulato candidature in base a programmi europei e/o è stata coinvolta come capofila/partner. Il 55,4% delle organizzazioni non è stata coinvolta e non ha formulato candidature a livello europeo.

2.4. LE DONNE NELLE IMPRESE ICC

Negli ultimi decenni, è aumentata la partecipazione delle donne al mercato del lavoro nell'Unione europea, tuttavia nonostante questo dato positivo, in quasi tutti gli Stati membri il **tasso di occupazione** e di partecipazione delle donne è **ancora sistematicamente inferiore rispetto a quello degli uomini**. L'UE, che sin dal 1957 ha sancito il principio della parità di retribuzione per un lavoro di pari valore nel trattato di Roma, è costantemente impegnata nel promuovere la parità di genere (quinto degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile previsti dall'Agenda 2030) e nel colmare il divario in termini di occupazione.⁵

In questo quadro, il *gender balance* è da considerarsi per le aziende un **requisito imprescindibile**, oltre che **elemento di vantaggio** per l'attività stessa.

Secondo l'indagine condotta da Sodexo tra il 2011-2016 a livello internazionale, le imprese con un assetto societario con presenza sia maschile che femminile sarebbero quelle più competitive e avrebbero maggiori probabilità di:

⁵ Parità di genere www.eurofound.europa.eu/it/topic/gender-equality

- 1) dimostrare prestazioni elevate;
- 2) manifestare capacità di leadership più forti;
- 3) accedere a un pool di talenti più ampio (il 60% dei laureati, infatti, è donna);
- 4) anticipare in maniera più efficace le preferenze dei consumatori;
- 5) diventare più innovativa.

Le imprese femminili nel settore culturale e creativo in Italia

Dal Rapporto IF 2020 si evince come al 3° trimestre 2020 le imprese femminili⁶ siano pari al 22% del totale italiano. Sono generalmente di piccola di dimensione, più presenti nel Mezzogiorno e più giovani. I settori a maggior presenza di donne sono quelli legati al **Wellness, Sanità e assistenza sociale, Moda, Istruzione e Turismo&Cultura**. Da un punto di vista geografico, la Basilicata è la seconda regione con più imprese femminili, preceduta dal Molise.

Inoltre le imprese femminili giovanili, in media, sembrano essere quelle che tendono maggiormente ad investire nel **green**, offrono maggiori possibilità di **smart working**, adottano maggiormente iniziative volte a sostenere il **benessere dei propri dipendenti**, spingono maggiormente per **valorizzare le competenze** ed esperienze professionali e hanno in media **più laureati e più relazionalità**.⁷

Stando al report *Io sono cultura* del 2019 curato da Symbola, le imprese femminili rappresentano **una delle categorie più rilevanti del Sistema Produttivo Culturale e Creativo**: 52.391 imprese pari al 18,0% del totale. La presenza femminile è particolarmente elevata nelle imprese del **patrimonio storico-artistico** (31,8%), mentre più bassa nei settori dell'architettura e design (6,5%) e videogiochi e software (9,6%).

Le imprese femminili nel settore culturale e creativo in Basilicata

I dati relativi al territorio lucano (grafico 2.2.6), ricavati dalla Camera di Commercio regionale, confermano la **tendenza nazionale**. In Basilicata le imprese femminili sono numerose nel settore di **artigianato e moda** (31,6%), **patrimonio culturale** (29,3%), **cinema, radio, tv e fotografia** (28,7%). La presenza femminile si attesta su percentuali inferiori nel campo delle *performing arts* (7,6%) e nell'architettura (11,2%). L'indagine *Io sono cultura 2019* non considera il settore turistico che in Basilicata vede oltre il 40% di imprese femminili.

Occupazione femminile nel settore culturale e creativo in Italia

Secondo i recenti dati Censis,⁸ l'Italia è ultima in Europa nel **tasso di occupazione femminile**: le donne costituiscono il **42,1%** degli occupati complessivi, con un tasso di attività femminile del 56,2% (quello maschile è del 75,1%).

Nonostante il già citato dato positivo sulle imprese femminili, la Basilicata è una delle regioni europee con il **più basso tasso di occupazione femminile**, che si attesta solo attorno al 33%.

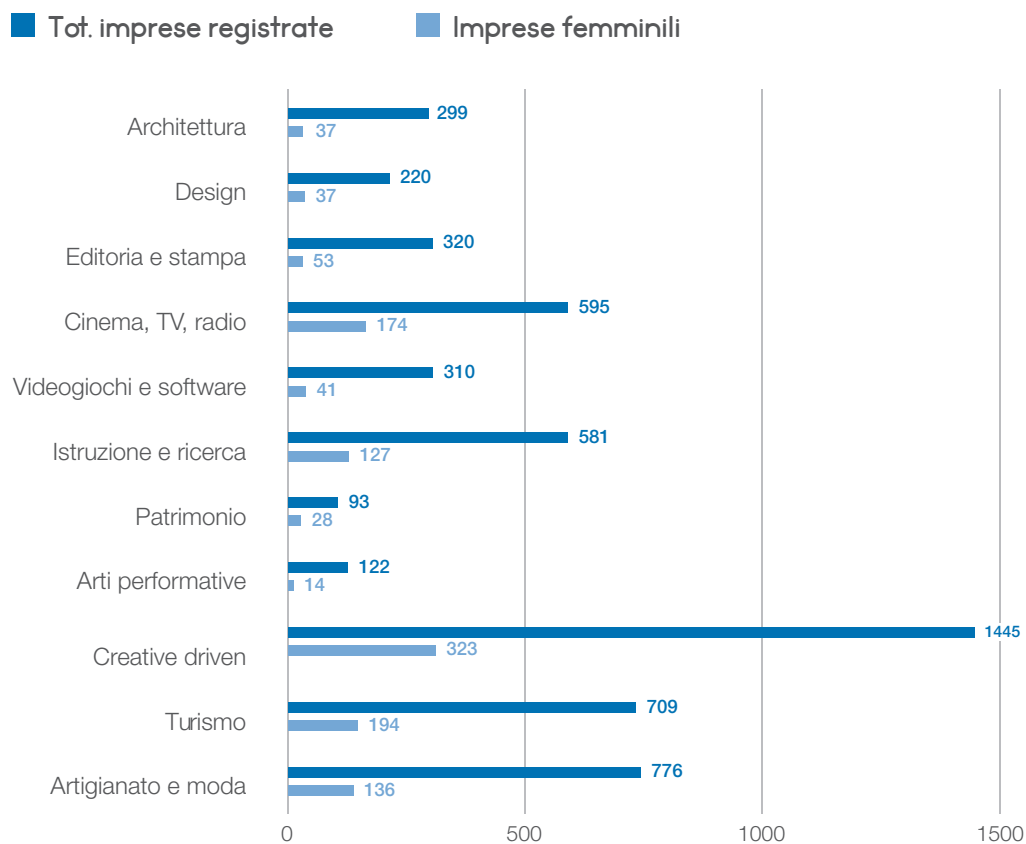
Nel settore culturale e creativo, dalla ripartizione dei dati occupazionali per genere, si **evidenzia una quota maggiore di uomini**. Le donne rappresentano il **37,4%** dei lavoratori presenti all'interno della filiera. I rapporti di genere sono particolarmente **squilibrati nelle attività Creative Driven** (su 100 lavoratori più di 65 sono maschi). (dati da rapporto Symbola *Io sono cultura 2019*).

⁶ Secondo la legge italiana sono definite imprese femminili le micro, piccole e medie imprese: società cooperative o società di persone costituite in misura non inferiore al 60% da donne; società di capitali le cui quote di partecipazione spettano in misura non inferiore ai due terzi a donne e i cui organi di amministrazione siano costituiti per almeno due terzi da donne; imprese individuali gestite da donne. (art. 2, comma 1, lettera a) della legge 215/1992 e successive modifiche e integrazioni)

⁷ www.impresadonna.it/wp-content/uploads/2020/07/IV_Rapporto-IF_slides.pdf

⁸ bit.ly/3ftY93p

Grafico 2.4.1 – Dettaglio sulla presenza di aziende femminili nel comparto culturale e creativo (Elaborazione dati Cam Com II trimestre 2020)



Dal questionario somministrato da Basilicata Creativa alle imprese culturali e creative lucane nel periodo compreso tra ottobre e dicembre 2020, è emerso che **la maggior parte delle aziende lucane abbia almeno il 50% di donne nel proprio personale**: il 34,1% ne conterebbe più del 50%, mentre il 29,3% ne avrebbe il 50%.

La situazione lucana nel settore culturale e creativo: i dati raccolti da Basilicata Creativa

Grafico 2.4.2 – Presenza femminile in 40 ICC lucane (Elaborazione dati Questionario Basilicata Creativa, grafico 5.1.1)

IN RIFERIMENTO AL GENDER BALANCE, QUANTE DONNE LAVORANO NELLA TUA AZIENDA?

(CONTANDO SIA LE RISORSE INTERNE CHE LE COLLABORATRICI/CONSULENTI ESTERNE)

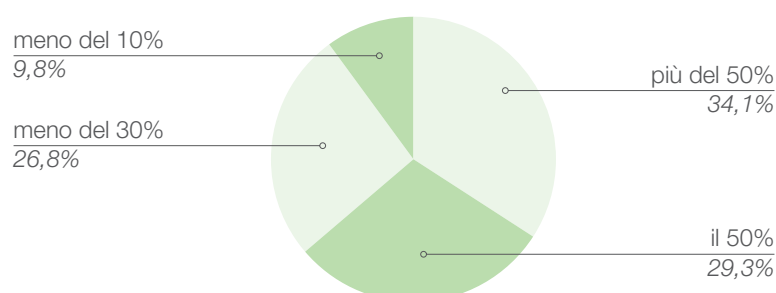


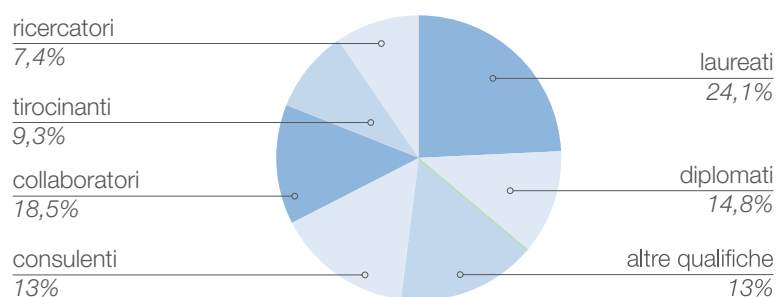
Figure professionali e tipologie di contratto nelle aziende lucane con più del 50% di donne

In merito alla tipologia di **figure professionali** coinvolte nei processi produttivi delle aziende con più del 50% di donne nel personale, il quadro si mostra piuttosto **omogeneo**. La quota predominante è quella dei laureati, circa il 24%.

Grafico 2.4.3 – Figure professionali coinvolte in 40 ICC lucane (Elaborazione dati Questionario Basilicata Creativa)

FIGURE PROFESSIONALI COINVOLTI EU PROCESSI PRODUTTIVI DELL'AZIENDA

NELLE IMPRESE DOVE PIÙ DEL 50% DEL PERSONALE È DONNA

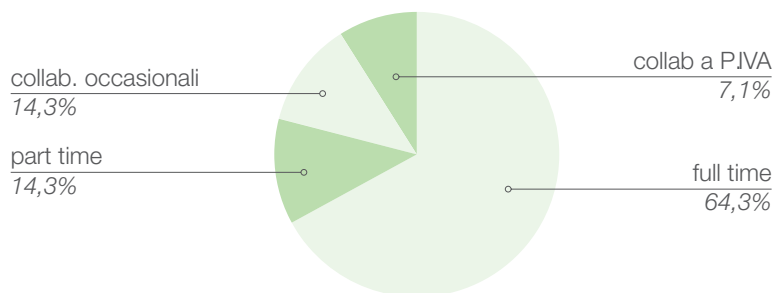


In queste imprese predominano **contratti full time** rispetto ad altre tipologie di contratto. Il dato più basso riguarda le collaborazioni a p. iva, pari al 7%.

Grafico 2.4.4 – Tipologie di contratto degli impiegati in 40 ICC lucane (Elaborazione dati Questionario Basilicata Creativa)

TIPOLOGIA DI CONTRATTO

NELLE IMPRESE DOVE PIÙ DEL 50% DEL PERSONALE È DONNA



FOCUS: IL CLUSTER BASILICATA CREATIVA

Basilicata Creativa nasce nell'ottobre 2018 come Cluster delle Industrie Culturali e Creative raggruppando le eccellenze, appartenenti al mondo d'impresa e della ricerca, operanti nei settori della cultura e della creatività lucana. Oltre cinquanta attori del territorio, tra cui imprese dell'ICT (Tecnologie dell'informazione e della comunicazione), del design e dei settori afferenti alla gestione di siti culturali e alla promozione territoriale attraverso le nuove tecnologie; l'Università degli Studi della Basilicata, l'ENEA e il CNR.

Il cluster è costituito nel quadro dell'attuazione della Strategia di Specializzazione Intelligente (S3) della Regione Basilicata, dunque in attuazione di un'agenda di trasformazione economica, in linea con la Strategia Europa 2020, concepita a livello regionale per mettere a sistema le politiche di ricerca e innovazione e sviluppare ambiti produttivi di eccellenza. In questo disegno l'industria culturale e creativa è individuata come una delle cinque aree prioritarie di innovazione della regione Basilicata, insieme a Aerospazio, Automotive, BioEconomia ed Energia.

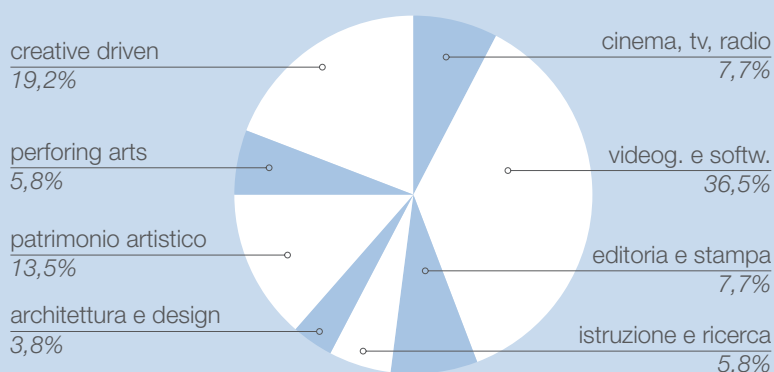
Basilicata Creativa assolve alla sua funzione di **sviluppo dell'area strategica dell'ICC** attraverso le seguenti attività prioritarie:

- Aggregare Imprese e Organismi di ricerca (pubblico/privati) operanti in Basilicata, che fanno della cultura e della creatività il loro motore quotidiano;
- Stimolare la nascita di nuovi progetti imprenditoriali nei settori della cultura e della creatività;
- Favorire percorsi di educazione all'impresa culturale e creativa;
- Promuovere azioni per il trasferimento tecnologico;
- Sostenere lo sviluppo di dimostratori e impianti pilota;
- Accompagnare le imprese tradizionali in percorsi di innovazione di prodotti e di processi attraverso la cultura e la creatività;
- Rispondere alle esigenze di internazionalizzazione e innovazione attraverso azioni specifiche;
- Favorire la nascita di filiere culturali e creative sul territorio lucano.

La composizione del cluster è alquanto articolata, in coerenza con le caratteristiche del settore. Basilicata Creativa conta **67 associati**, ripartiti in quote percentuali rappresentate nella figura in basso.

Le attività principali del Cluster, sono frutto del lavoro di progettazione del **Presidente** e del **Direttivo** supportati da un **comitato tecnico scientifico** e da collaboratori interni o esterni all'associazione. Nel corso del biennio il Cluster ha organizzato eventi, meeting, conferenze online e/o in presenza, con il duplice obiettivo di promuovere le proprie attività e costruire eventi e occasioni di scambio tra soci e stakeholders esterni. Il Cluster ha inoltre candidato progetti su bandi regionali, nazionali e internazionali, e a oggi comincia ad avere i primi riconoscimenti in termini di proposte approvate.

CLASSIFICAZIONE AZIENDE DEL CLUSTER



Nel corso del 2020 il Cluster ha sostenuto l'attivazione di gruppi multidisciplinari a lavoro per innovare l'esperienza turistica in Basilicata attraverso #incursionicreative, progetto lanciato da Basilicata Creativa durante l'estate per immaginare nuovi modelli di cooperazione pubblico/pri-vata insieme ai decisori politici, alle comunità e ai gestori di musei e parchi. In questo modo la Basilicata è stata la prima regione a sperimentare su scala regionale un processo di progettazione collaborativo e condiviso, unica strada per raggiungere soluzioni vincenti per tutti (win to win) e generare consenso e senso di comunità.

L'emergenza COVID 19 ha inciso profondamente sul mondo e sul settore culturale, ha imposto un **ripensamento radicale delle attività** previste dal Direttivo, e ha bloccato varie azioni messe in campo dal Cluster, primo tra tutti il progetto **Basilicata Heritage Smart Lab**, candidato da oltre 40 aziende del cluster, con l'idea ambiziosa di creare una filiera specializzata nel settore culturale e creativo per il rilancio culturale, turistico e imprenditoriale della regione. Il progetto prevede di attivare oltre 20 gruppi di lavoro multidisciplinari in tutto il territorio, coinvolgendo la quasi totalità dei Comuni lucani e più di 20 cantieri pilota (musei, chiese, siti archeologici e di valenza paesaggistica) allo scopo di creare prodotti innovativi al servizio del patrimonio materiale e immateriale della Basilicata.

In questa stessa direzione è andato anche il **supporto alla candidatura di Venosa a Capitale Italiana della cultura 2022**, simbolo di una regione che ha tantissimo da offrire e che, per le sue innate caratteristiche, si presenta come un ecosistema in grado di proseguire nello sviluppo turistico e nella crescita delle imprese culturali e creative, preservando la sua autenticità. Il Cluster ha supportato e coordinato, a titolo gratuito, la progettazione del bando, pur consapevole della difficoltà di riportare in Basilicata una capitale della cultura, e ha lavorato sul territorio venosino per avviare un processo di progettazione con le numerose realtà associative attive nel borgo lucano, mettendo a disposizione del sistema le competenze del Cluster sul tema dell'innovazione culturale e creativa e una **nuova visione della cultura**, non solo come strumento di intrattenimento o educazione, ma anche come soluzione innovativa per le fragilità del territorio e soprattutto rivolta alla **cura delle persone (di tutte le età)** oltre che dei beni comuni. Sebbene la candidatura non abbia conseguito il risultato atteso, il dossier prodotto ha sperimentato un modello operativo anche per altre aree interne e marginali italiane.

Da Aprile 2021 il Cluster è impegnato nella formazione di 5 giovani startup lucane nell'ambito del Progetto "HUBOUT - SPAZI PUBBLICI DI LAVORO CONDIVISO" (promosso da Anci, con i comuni di Matera e di Cinisello Balsamo capofila) che ha previsto anche l'allestimento di uno spazio di coworking, dove avviare altri percorsi di accelerazione d'impresa a supporto dei giovani talenti. Un'attenzione particolare dell'azione di sostegno ai settori culturali è rivolta ai giovani che hanno scelto di investire in Basilicata e ai contesti territoriali in difficoltà (aree interne), creando condizioni per l'innescio di nuova attività e supportando la prototipazione di nuovi prodotti/servi zi per generare economia e lavoro.

Complessivamente l'obiettivo dell'associazione è costruire nuove filiere produttive in Basilicata in materia di produzioni culturali, sviluppo delle arti performative e utilizzo delle nuove tecnologie applicate al recupero, manutenzione, gestione e valorizzazione dei patrimoni culturali. Il cluster Basilicata Creativa intende conseguire tale obiettivo trasformando i siti e i contesti culturali lucani in laboratori di innovazione, punti di incontro, scambio e sperimentazione di processi partecipativi per i cittadini.

Insieme ai quattro Cluster lucani dell'Aerospazio, dell'Automotive, dell'Energia e della Bioeconomia, al Digital Innovation Hub di Basilicata e al Competence Centre campano-pugliese denominato MedITech4.0, Basilicata Creativa è capofila della proposta progettuale Poli dell'innovazione - progetto HERITAGE SMART LAB nell'ambito della call europea che finanzierà la creazione di oltre 200 EDIH - European Digital Innovation HUBs in tutta Europa. Basilicata Creativa si candida ad essere una piattaforma operativa di connessione progettuale nel Sud Italia in materia di Digital Transformation per i settori della cultura, della creatività, del turismo e del made in Italy.

3. L'ECOSISTEMA CULTURALE E CREATIVO IN BASILICATA

3.1 UN SISTEMA A ELICA MULTIPLA

Il panorama dei **soggetti attivi nel settore ICC**, in Basilicata come altrove, identifica diverse macro categorie di operatori attivi: il sistema imprenditoriale, il mondo del terzo settore culturale, il comparto pubblico impegnato nella ricerca e nell'educazione, gli enti e le istituzioni pubbliche, con il ruolo di regolazione e tutela, e la comunità, che è la prima fruitrice di prodotti e servizi culturali.

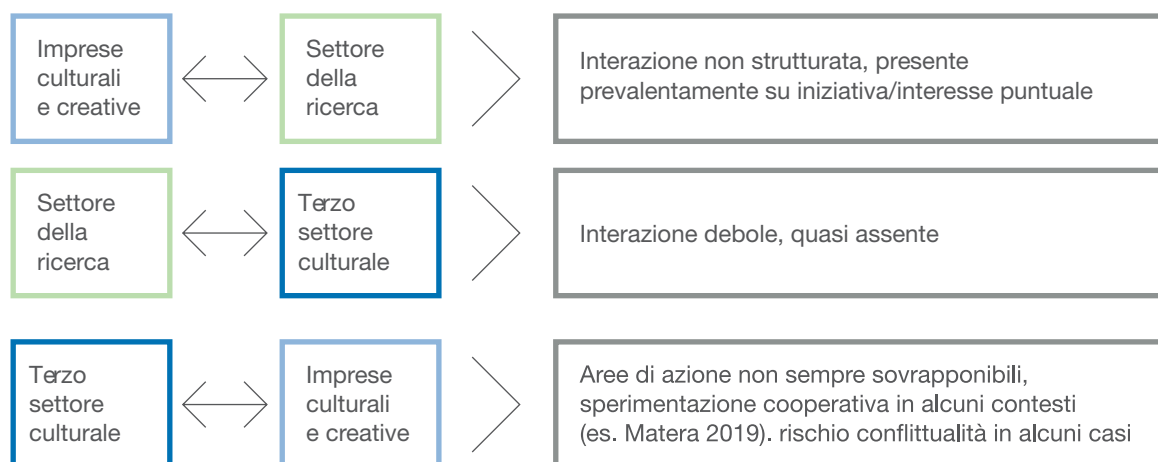
L'industria culturale e creativa si fonda sulla capacità di produzione di beni e servizi da parte degli operatori appartenenti alle diverse aree, ma anche sulla **interazione di questi soggetti tra di loro e con il mondo esterno**, capacità che tuttavia non risulta omogenea né in termini di equilibrio di peso tra le componenti né in termini di uniformità all'interno dei singoli comparti.



Volendo provare a tracciare un profilo descrittivo delle parti dell'elica che connotano in maniera più evidente il settore ICC, potremmo rappresentare sinteticamente i seguenti elementi sulla base dei criteri di presenza territoriale e rilevanza:

PRESENZA		
Numero significativo di presenze territoriali nei settori "core" (circa 2.800 secondo analisi codici ATECO, circa 2.000 su dati Symbola), con prevalenza dei settori "industria culturale" e industria creativa". Polarizzazione nei centri urbani maggiori	Presenza di centri di ricerca attivi nel settore, per lo più di natura pubblica e legati a organizzazioni nazionali o universitarie.	Elevata numerosità di organizzazioni, diffuse su tutto il territorio
IMPRESE CULTURALI E CREATIVE	SETTORE DELLA RICERCA	TERZO SETTORE CULTURALE
Eterogeneità degli operatori, per settori ma anche per dimensioni. Soggetti tendenzialmente con limitata solidità finanziaria nei settori "core", più strutturati nel "Creative driven" Limitata capacità di rete.	Rilevanza del settore pubblico, molto limitata la presenza di soggetti privati. Livelli di competenza alta, esercitati sia su scala locale che sovraregionale. Relazioni non uniformi con tutti i settori ICC (es. prevalenza "patrimonio culturale")	Radicamento locale. Propensione alla collaborazione. Relazione sovente stretta con i partner istituzionali locali. Dipendenza da finanziamento pubblico. Precarietà dei rapporti professionali. Ricorrenza di organizzazioni "mono-evento/attività"
RILEVANZA		

In termini di livello di interazioni tra i tre elementi considerati le dinamiche tra le parti possono essere così sintetizzate:



Se è del tutto evidente che la diversa tipologia ontologica degli attori debba prevedere percorsi di sviluppo autonomi coerenti con le diverse mission (è ovvio che la finalità dell'istituto di ricerca non possa coincidere esclusivamente con lo scopo dell'azione territoriale di un'associazione culturale), appare comunque evidente che **spazi di convergenza possano essere incrementati**.

Il confronto con gli stakeholder spesso rileva una richiesta di interazione che possa produrre una complementarietà dell'azione reciprocamente giovevole (es. il soggetto imprenditoriale che riceve elementi di innovazione di processo dal centro di ricerca o che integra la propria attività di impresa con la flessibilità operativa sul territorio dell'associazione culturale).

Tra questi **spazi di convergenza, da strutturare meglio e da potenziare**, bisogna ricordare che già da alcuni anni, nella mission delle Università, oltre a Formazione e Ricerca, è inclusa anche la cosiddetta **Terza Missione**, peraltro valutata dall'ANVUR (www.anvur.it/attivita/temi/), che prevede le attività di trasferimento dei dati della ricerca nei territori e nelle comunità, impattando con il terzo settore.

L'operazione di "sincronizzazione della nostra elica" non è agevolata dalla tendenza delle politiche pubbliche, in larga parte inevitabile, a seguire traiettorie non orientate alla cooperazione intersettoriale ma piuttosto connesse alla tipologia di attore e che si traducono, ad esempio, in processi pubblici di incentivazione della sola imprenditorialità, a forme di sostegno della funzione di ricerca o alla erogazione di contributo per le attività dell'associazionismo culturale.

L'esigenza di contaminazione tra i settori

Il superamento di questa difficoltà a trovare una **contaminazione tra i comparti** può passare attraverso una molteplicità di iniziative quali:

- la costruzione di luoghi di confronto e di pianificazione comune delle **politiche per il settore dell'ICC**, che consentano di integrare in un quadro sistemico anche strumenti specifici che vadano a supporto di un singolo comparto;
- un rafforzamento dell'iniziativa privata di collaborazione che si può articolare in forme più o meno strutturate (non ultima anche il cluster) e che sia in grado di produrre un'azione positiva di **lobby dal basso**;
- la attivazione di interventi che facilitino approcci di **cross-over tra settori** e pertanto agevolino processi di contaminazione a maggior valore aggiunto;
- l'attivazione di un approccio integrato delle politiche pubbliche, eventualmente anche a scala territoriale, che richieda tra i propri criteri e tra i propri modelli operativi, il **coinvolgimento di operatori afferenti ai diversi comparti** (impresa, ricerca e associazionismo), ciascuno nel rispetto delle proprie prerogative.

- Tuttavia le predette azioni, per essere funzionali a raggiungere l'obiettivo di rafforzamento delle reti interne all'intero settore culturale e creativo, è innegabile che necessitino di una **precondizione costituita dalla conoscenza dei dati relativi alle presenze, alle attività e alle dinamiche dei diversi settori sul territorio.**

3.2 FRAGILITÀ, PUNTI DI FORZA E FABBISOGNI PRINCIPALI

Il quadro complessivo dell'industria culturale e creativa in Basilicata restituisce un'immagine non uniforme, con elementi di criticità trasversali capaci di convivere con segmenti di settore improntati a fermento operativo e sviluppo. La maggioranza degli operatori ha una dimensione di impresa contenuta, sebbene non manchino realtà più strutturate e capaci di orientarsi su mercati più ampi di quello regionale, a riprova di una varietà non solo di temi ed attività, ma anche di condizioni diverse di esercizio d'impresa.

Elementi di debolezza

Alcuni elementi connotanti il settore a scala regionale sono comuni ad analisi condotte sulle ICC anche ad una scala più ampia, sia nazionale che europea, quali per esempio:

- **Carenza di competenze imprenditoriali finanziarie, gestionali, promozionali, digitali e tecniche** degli operatori, i quali pertanto appaiono meno competitivi se rapportati ad altri settori. È infatti tendenzialmente basso il livello di padronanza di quelle abilità che sono al di fuori del campo creativo e che non sono fornite dalle università: competenze imprenditoriali, finanziarie, gestionali, promozionali, digitali e tecniche. In alcuni settori i creativi lavorano principalmente *part-time*, in forme di lavoro temporanee e ibride, che limitano la possibilità di continuare ad apprendere conoscenze nuove ed utili per espandere il proprio business.
- **Forte frammentazione del settore.** Solitamente, infatti, i professionisti delle ICC lavorano in contesti molto piccoli o addirittura da soli. Seppur innegabili i vantaggi – come libertà creativa e flessibilità – questa caratteristica comporta anche degli aspetti negativi rilevanti. In primis, la frammentazione impedisce ai creativi di difendere i propri interessi e di esprimersi in maniera unita per poter migliorare le proprie condizioni sociali ed economiche. In secondo luogo, i creativi incontrano alcune difficoltà a livello lavorativo: non si dispone di grandi risorse e ciò **riduce notevolmente il potere di negoziazione**. Inoltre, lavorare sempre nel proprio contesto limita la possibilità di crescita (a discapito dell'internazionalizzazione e dell'export); i prodotti creati sono disponibili in quantità limitata, determinando un aumento dei costi di distribuzione e marketing.
- **Insufficiente livello di *cross-collaboration* e *cross-fertilization*** fra le ICC e altri settori. La cooperazione è essenziale per poter esprimere pienamente il proprio potenziale economico e la propria capacità trasformativa. La scarsa promozione degli effetti positivi della *cross-collaboration* fa sì che le aziende non avvertano il bisogno di questo genere di collaborazioni o siano addirittura restie.
- **Scarsi investimenti privati nel settore**, per cui le ICC – diversamente da altre aziende - sfruttano principalmente fondi pubblici e proprie risorse. La limitatezza di investimenti privati dipende innanzitutto da alcune caratteristiche intrinseche delle attività promosse nel campo culturale e creativo: l'assenza di assets tangibili; la generazione di un valore tipicamente distribuito su periodi di tempo lunghi e incerti; l'incertezza del successo di mercato di queste attività. Talvolta a frenare i finanziatori sono anche le caratteristiche di **fragilità percepita** rispetto alle strutture delle ICC (mancanza di scalabilità, limitata ambizione commerciale, deficit di competenze, ecc).

- **Bassa presenza di reti di innovazione.** I network e gli attori di innovazione non sono del tutto assenti, ma si concentrano su attori specifici e spesso non hanno una scala d'azione di sistema. Il livello di comunicazione, trasferimento di conoscenze e condivisione di metodi, risultati e buone pratiche tra gli operatori del settore o tra diversi attori ICC è tutt'altro che ottimale e influenza negativamente la crescita delle imprese. A questa esigenza possono rispondere il cluster e iniziative di network locali ma a una scala maggiore necessita uno scambio rafforzato, specialmente tra industria, mondo accademico, governance e attori pubblici e sociali.

La condizione del mercato locale

Oltre ai citati punti di criticità, specifiche debolezze sono identificabili con specifico riferimento alla **natura del mercato locale**, come riscontrato anche attraverso specifica l'analisi condotta presso gli attori ICC. Tale iniziativa, unita alle altre fonti, ha permesso di circostanziare la rappresentazione di alcuni elementi di debolezza del mercato locale a maggiore significatività i quali possono essere così sintetizzati:

- una connotazione imprenditoriale caratterizzata non solo da una propensione all'operare in maniera isolata, ma soprattutto da un tendenziale **sottodimensionamento aziendale**;
- una peculiare potenziale **criticità nell'accesso al credito**, soprattutto per microimprese e lavoratori autonomi;
- l'**instabilità dei rapporti lavorativi** e la presenza di deficit retributivo, in particolare nei settori "patrimonio" e "arti performative";
- una tendenza al **localismo dell'azione**, con una visione di mercato chiusa e una **limitata propensione all'export** di beni e servizi;
- la **dipendenza dell'attività dall'accesso alle risorse pubbliche** con conseguente condizionamento da parte del decisore pubblico;

Accanto a tali elementi vanno considerati inoltre alcuni **fattori di contesto** che incidono sull'azione del settore:

- la presenza di **barriere amministrative e procedurali** che talvolta non rendono agevole la relazione tra gli operatori privati e il sistema pubblico;
- la **carenza di una mappatura** esaustiva del settore e dei dati ad esso riferibili, elementi necessari per sostenere ed indirizzare le scelte di strategia;
- la mancanza di linee di azione condivise e di **documenti strategici** che possano fornire una base e un riferimento per le politiche di supporto al settore;
- l'insussistenza di un **percorso specifico di internazionalizzazione** e supporto alla creazione di scambi commerciali calibrato sui fabbisogni e sulla capacità di offerta delle ICC;
- **politiche di incentivazione** pubblica tendenzialmente generaliste e non tarate sulla specificità del settore.

Gli elementi sopra rilevati, siano essi riferiti alla natura del mercato o a condizioni del contesto in cui operano le ICC, esprimono una qualificazione applicabile ad una casistica diffusa o comunque ricorrente e ovviamente non si applicano necessariamente a tutti gli operatori del vasto sistema descritto nel capitolo precedente (non mancano infatti esperienze imprenditoriali strutturate e di rilievo, soprattutto nell'area "creative driven", sia in termini di fatturato che di occupazione). Del resto il settore nel suo complesso, precedentemente all'infausto arrivo della pandemia, stava godendo di un processo di crescita che presumibilmente potrebbe riprendere anche a partire dalle condizioni che il covid ha imposto.

Punti di forza

A riprova della fiducia in una possibile ripresa, oltre alle ombre già declinate, è possibile individuare taluni **fattori di forza** che è opportuno sottolineare:

- la presenza di beni culturali e ambientali sul territorio di potenziale interesse, capaci di generare "domanda di servizi";

- la presenza di una ampia propensione a cogliere le **opportunità della digitalizzazione**;
- la possibilità di attivare **reti corte sul territorio** in grado di facilitare la creazione di nuova progettualità;
- la sussistenza di talune **esperienze pregresse di collaborazione pubblico-privato**, in particolare connesse al percorso “Matera 2019”
- un positivo posizionamento di immagine del territorio della Basilicata, in crescita nel mercato delle possibili destinazioni turistiche;
- la presenza di alcune esperienze imprenditoriali ed operatori culturali di valore specifico elevato, in grado di svolgere funzione potenziale di catalizzatore del settore;

Il complesso degli elementi rilevati permette di identificare possibili **orientamenti per lo sviluppo del settore**, azione da articolarsi e tararsi nel rispetto delle specificità dei singoli comparti delle ICC.

3.3 I TREND DEI SETTORI ICC

A partire dai dati sugli operatori attivi rilasciati dalla Camera di Commercio, è possibile provare a definire gli andamenti nei singoli settori di attività nel corso dell'ultima decade, considerando sia le nuove iscrizioni che lo stock di imprese attive. L'individuazione delle stesse è stata condotta in base ai codici Ateco, quindi con la stessa attendibilità ed i limiti già dichiarati al capitolo precedente. Tuttavia la rappresentazione grafica di tali dati consente in maniera più evidente e plastica di cogliere specifici andamenti e particolari vivacità o condizioni di flessione di aree di attività specifiche che, sebbene riconducibili ai macro settori considerati, possono denotare comunque traiettorie evolutive autonome.

Rinviando a successivo capitolo la disamina dei singoli settori, andando a sovrapporre le diverse curve degli andamenti degli operatori attivi il grafico seguente rappresenta il trend dell'andamento delle attività appartenenti al settore culturale e creativo nel decennio 2011-2021. Dai dati riportati si può rilevare un generale incremento di ciascuna tipologia di attività che tuttavia risulta essere abbastanza progressivo ed equilibrato se confrontato con i dati di partenza. Fanno eccezione i settori “Creative driven” e, in misura minore, il settore “Turismo” per i quali si rileva una crescita significativa soprattutto nella seconda metà del periodo considerato.

Al contrario, il settore “Artigianato”, dopo una leggera impennata nel 2012, registra una lieve ma progressiva decrescita. Per tutti i settori, il 2014 risulta essere un anno cerniera dopo il quale è evidente un trend in costante, seppur graduale, ripresa. In questo percorso ha avuto certamente un ruolo determinante il successo della città di Matera che nell'ottobre 2014 si aggiudica il titolo di Capitale europea della Cultura 2019, dando avvio a un inedito cambio di rotta per l'intera regione. I dati riferiti agli anni 2020-2021 evidentemente risentono del sopraggiungere della pandemia, che a prima vista non appare devastante sebbene il numero delle imprese attive si modifica con effetto ritardato rispetto alle condizioni di crisi.

Dall'elaborazione dei dati, si può pertanto dedurre che il sistema culturale e creativo lucano continua ad avere di fronte a sé una sfida importante ma particolarmente insidiosa: capitalizzare la crescita generata sul territorio regionale dal percorso di Matera 2019 e trovare nuovi spazi, anche sfruttando le potenzialità della digitalizzazione indotta dall'emergenza sanitaria in corso, per rendere fruibili i servizi offerti.

3.4 VOCAZIONI TERRITORIALI E FATTORI ABILITANTI

Negli ultimi anni, la Basilicata si è dimostrata efficace epicentro in materia di **investimenti nei settori legati al *cultural heritage* e alle industrie culturali e creative** (restauro, e-management dei beni culturali, cinema, gamification, design, comunicazione e new media, ecc..). Questi in-

SETTORI	CODICI ATECO CONSIDERATI
Artigianato e moda	C 13 Industrie tessili
Artigianato e moda	C 14 Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di...
Artigianato e moda	C 15 Fabbricazione di articoli in pelle e simili
Artigianato e moda	C 16 Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (es...
Artigianato e moda	C 17 Fabbricazione di carta e di prodotti di carta
TOTALE ARTIGIANATO e Moda	
ARCHITETTURA	M 71 Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; coll...
Design	C 31 Fabbricazione di mobili
Design	C 32 Altre industrie manifatturiere
TOTALE DESIGN	Totale design artigiane
	Totale design artigiane e non
Editoria, stampa, comunicazione, convegnistica ed eventi	C 18 Stampa e riproduzione di supporti registrati
Editoria, stampa, comunicazione, convegnistica ed eventi	J 58 Attività editoriali
Editoria, stampa, comunicazione, convegnistica ed eventi	90.03.01 Attività dei giornalisti indipendenti
Editoria, stampa, comunicazione, convegnistica ed eventi	90.03.09 Altre creazioni artistiche e letterarie
Editoria, stampa, comunicazione, convegnistica ed eventi	47.61 Librerie
TOTALE EDITORIA	
Cinema TV Radio Fotografia	J 59 Attività di produzione cinematografica, di video e di pro...
Cinema TV Radio Fotografia	J 60 Attività di programmazione e trasmissione
Cinema TV Radio Fotografia	J 61 Telecomunicazioni
Cinema TV Radio Fotografia	J 63 Attività dei servizi d'informazione e altri servizi infor...
TOTALE CINEMA...	
Videogiochi e software	J 62 Produzione di software, consulenza informatica e attività...
TOTALE VIDEOGIOCHI...	
Istruzione e ricerca	P 85 Istruzione
Istruzione e ricerca	N 78 Attività di ricerca, selezione, fornitura di personale
Istruzione e ricerca	M 72 Ricerca scientifica e sviluppo
Istruzione e ricerca	M 73 Pubblicità e ricerche di mercato
TOTALE ISTRUZIONE	
Patrimonio	90.03.02 Conservazione e restauro
Patrimonio	90.04.00 Gestione di teatri, sale concerto e strutture artistiche
Patrimonio	R 91 Attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività...
Patrimonio	93.21 Parchi tematici
Patrimonio	47.79 Gallerie d'arte
TOTALE PATRIMONIO	
Arti performative	R 90 Attività creative, artistiche e di intrattenimento
Arti performative	90.01.01 Attività nel campo della recitazione
Arti performative	90.01.09 Altre rappresentazioni artistiche
Arti performative	90.02.01 Noleggio di strutture e attrezzature per spettacoli
Arti performative	90.02.09 Attività di supporto alle rappresentazioni artistiche
TOTALE ARTI PERFORMATIVE	
Creative driven	S 94 Attività di organizzazioni associative
Creative driven	M 74 Altre attività professionali, scientifiche e tecniche
Creative driven	N 82 Attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri se...
Creative driven	O 84 Amministrazione pubblica e difesa; assicurazione sociale ...
Creative driven	K 64 Attività di servizi finanziari (escluse le assicurazioni ...
Creative driven	M 70 Attività di direzione aziendale e di consulenza gestional...
TOTALE Creative driven	
Alloggio e servizi turistici	I 55 Alloggio
Alloggio e servizi turistici	N 79 Servizi di viaggio alle attività di guide turistiche e accompagnatori
TOTALE Turismo	

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE	ATTIVE
	37	34	30	26	26	27	26	26	25	50	51
	205	191	190	175	168	151	141	138	132	199	195
	11	10	10	10	9	9	9	8	9	15	15
	321	642	633	603	588	565	563	531	498	324	321
	5	16	13	13	13	12	13	12	11	23	22
	579	893	876	827	804	764	752	715	675	611	604
	205	217	211	221	229	240	250	254	264	269	272
	54	49	44	21	40	38	36	37	36	168	176
	215	210	207	222	197	194	189	183	183	214	212
	269	259	251	243	237	232	225	220	219		
	430			390	381	383	386	381	383	382	388
	174	174	182	176	171	172	172	171	169	165	165
	60	60	57	55	56	55	55	54	54	57	57
	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
	3	4	4	4	5	8	11	13	15	14	14
	38			31	32	35	34	39	41	42	42
	276	239	244	267	295	271	273	279	281	280	280
	54	62	64	77	80	81	78	84	88	86	87
	32	31	29	29	29	29	27	28	28	28	27
	40	41	39	34	43	42	41	44	44	51	49
	351	355	357	345	361	354	356	360	361	365	360
	477	489	489	543	513	506	502	516	521	530	523
	202	211	223	228	234	244	247	260	271		
	202	211	223	228	234	244	247	260	271	280	286
	300	298	299	295	319	336	331	325	324	323	321
	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1
	44	42	44	48	48	48	50	49	46	59	66
	158	159	151	143	153	154	148	147	154	144	151
	505	502	497	488	522	540	530	522	525	527	539
	15	15	15	15	13	15	15	15	13	12	12
	9	10	10	9	9	10	7	6	6	6	6
	14	15	17	19	18	19	20	23	26	28	29
	4	5	6	10	10	12	14	13	17	19	20
	13			11	11	13	14	17	18		
	55			64	61	69	70	74	80	65	67
	26	25	22	22	21	18	15	14	14	14	14
	1		1	1	3	3	3	2	2	2	2
	3	2	2	3	2	3	5	7	7	12	12
	8	8	8	8	9	9	11	14	16	16	16
	33	32	32	27	28	29	32	33	35	38	41
	71	67	65	61	63	62	66	70	74	82	85
	31	30	28	27	37	43	43	46	50	48	48
	347	358	354	354	381	390	394	428	432	454	453
	476	383	394	410	430	440	424	436	436	458	464
	0	0	0	0	0			1	1	1	1
	25	27	32	34	34	30	38	34	38	45	48
	238	253	262	267	280	290	297	325	344	356	351
	1117	1051	1.070	1.092	1.162	1193	1.196	1.270	1.301	1362	1365
	275	279	292	18	329	395	441	469	500	515	515
	110	119	111	113	128	129	134	132	135	139	137
	385	398	403	131	457	524	575	601	635	654	652

vestimenti sono intervenuti su un territorio con specificità e vocazioni che costituiscono un substrato importante per lo sviluppo dell'ICC da considerare nella pianificazione delle future azioni.

Matera, esperienza di riferimento

La città di Matera, patrimonio UNESCO dal 1993, oltre ad aver ospitato la capitale della cultura nel 2019, rappresenta uno dei più grandi cantieri al mondo in materia di restauro e fruizione dei beni culturali, che include una vasta area di oltre 50 ettari di patrimonio architettonico, artistico e naturalistico. Non a caso proprio a Matera l'**Istituto Superiore per la Conservazione e il Restauro dei Beni Culturali**, organo tecnico del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo ha istituito una scuola di Alta Formazione e Studio per restauratori.

Sempre a Matera è sorta una delle due sedi dell'Università degli Studi della Basilicata, che ospita il Dipartimento delle Culture europee e del Mediterraneo. Architettura, Ambiente e Patrimoni culturali, con due corsi di laurea triennale (Operatore dei Beni Culturali, internazionale e Paesaggio e verde urbano), un corso di laurea a ciclo unico in Architettura, due corsi di laurea magistrale (Archeologia e Storia dell'Arte, internazionale e Scienze antropologiche e geografiche per i Patrimoni culturali e la Valorizzazione dei Territori, interateneo), il Dottorato in Cities and Landscapes. Architecture, Archaeology, Cultural Heritage, History and Resources e la **Scuola di Specializzazione in Beni Archeologici (SSBA)** dell'UNIBAS, che ha il compito di tutelare la **grande varietà e la ricchezza archeologica della regione**.

L'Unibas, nella sede di Matera, accoglie anche la Cattedra Unesco *Paesaggi culturali del Mediterraneo e comunità di saperi*. La Cattedra ha un partenariato costituito da Università e Istituzioni di Ricerca del Mediterraneo, da enti di governo territoriali e da reti internazionali. Attraverso la ricerca e la formazione, la Cattedra UNESCO è un ponte tra il mondo accademico, la società civile, la ricerca e le politiche di gestione, e ha come obiettivi strategici e sostenibili: proteggere, promuovere e trasmettere il paesaggio come patrimonio culturale, potenziare la cooperazione internazionale in campo scientifico, in particolare sui temi del paesaggio, per lo sviluppo sostenibile, e contribuire, attraverso la formazione, alla crescita di cittadini globali consapevoli, responsabili e creativi.⁹

Accanto a queste importanti presenze istituzionali, che vanno dalla ricerca alla formazione senza tralasciare la pianificazione territoriale e paesaggistica e la divulgazione e valorizzazione, è andata conformandosi anche l'operatività di un certo nucleo di **imprese piccole e medie nei settori culturali e creativi**, che seppur poco note, sono altamente specializzate e spesso vincitrici di premi e riconoscimenti nazionali e internazionali. Questi riconoscimenti sono frutto di grande professionalità e in alcuni casi anche di collaborazioni con gli enti di ricerca del territorio. Recentemente Matera, dopo un progressivo rafforzamento della Basilicata in termini di ruolo internazionale per la produzione cinematografica, ha raggiunto un ulteriore traguardo nei mesi scorsi, grazie all'accordo che vedrà nascere a Matera una sede distaccata del **Centro nazionale sperimentale di cinematografia di Roma**.

Il patrimonio archeologico

Oltre a 8 musei archeologici nazionali, in regione sono numerosi i cantieri di scavo aperti dall'Università della Basilicata e da diverse università straniere (Venosa nel sito preistorico di Noltarchirico, la villa San Giovanni di Ruoti, gli scavi dei siti lucani di Monte Crocchia e Pietragalla) su concessione ministeriale e con il costante appoggio e la collaborazione della Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio della Basilicata e del Polo Museale della Basilicata. In questo contesto un ruolo di rilievo internazionale riveste l'attività della SSBA Unibas e anche dell'IBAM, oggi ISPC CNR (Istituto di Scienze per il Patrimonio Culturale) con sede regionale a Tito Scalo, per l'utilizzo della tecnologia e della diagnostica, anche satellitare, applicata alla conservazione del patrimonio culturale, architettonico e archeologico.

⁹ www.materaunescochair.it/69-2/

Il paesaggio come carta da giocare

Il Paesaggio è una grande eccellenza del territorio e con il supporto dell'Unibas e del CNR, la regione sta redigendo il **Piano Paesaggistico Regionale** per garantirne la tutela e la valorizzazione. Nei suoi 10.000 km², la Basilicata custodisce su tutto il territorio regionale in siti e contesti che vanno dalla preistoria al medioevo, fortificazioni, templi greci, domus romane, castelli, cattedrali, complessi monastici, abbazie, chiese rupestri, piccoli centri rurali, borghi e mulini idraulici a ruota orizzontale, parchi e bellezze naturalistiche, oltre a essere sede di interessanti sperimentazioni di rigenerazione sociale e culturale di luoghi abbandonati. Questo patrimonio territoriale interagisce in maniera osmotica con il settore dell'ICC, in modalità differenti che riflettono le differenti caratteristiche delle singole aree.

LA RICERCA NEL SETTORE ARCHEOLOGICO IN BASILICATA

La ricerca negli ultimi anni è stata caratterizzata, in Italia e in Europa, dalla trasformazione dell'archeologia, da disciplina di puro studio e ricerca a disciplina nella quale è diventato fondamentale l'uso di nuove tecnologie innovative. Non a caso sempre più numerose sono le startup nate in questo ambito.

In Basilicata la ricerca archeologica può avvalersi di diversi soggetti pubblici che oltre a svolgere attività di ricerca contribuiscono alla disseminazione dei risultati della stessa e ai processi di valorizzazione e fruizione: l'Università degli Studi della Basilicata e al suo interno la SSBA Unibas, la Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio della Basilicata, il CNR e il Polo Museale della Basilicata. Ma accanto a tali soggetti istituzionali un ruolo importante lo rivestono anche le imprese che, sempre su autorizzazione della Soprintendenza, operano scavi archeologici (circa 50 operatori iscritti in apposito elenco); in tal senso è bene sottolineare anche il ruolo, in Basilicata, delle imprese del settore eolico e delle infrastrutture, che spesso utilizzano in cantiere archeologi professionisti nelle loro attività di scavo. Seguono altre imprese che si occupano della valorizzazione, attraverso produzione di software e attività di gaming. Anche il terzo settore ha una funzione significativa, occupandosi di valorizzazione e gestione di alcuni dei siti archeologici della regione. A tutto questo fa capo una ulteriore filiera in primo luogo legata all'editoria, data l'importanza della pubblicazione dei risultati della ricerca, del settore relativo al vitto e all'alloggio, indispensabile nella fase di scavo e delle attività di supporto legate all'organizzazione degli eventi.

L'attività di scavo nel periodo 2014-2019 è stata intensa e produttiva, così come anche tutta la parte relativa alla disseminazione dei risultati ottenuti. L'interruzione forzata a causa della crisi Covid-19, ha permesso di concentrare maggiormente l'attenzione sull'aspetto della sedimentazione della ricerca e della pubblicazione dei risultati della stessa.

Il sistema della ricerca pubblica (Unibas SSBA, MIBACT e CNR) si pone come centrale nell'ambito della ricerca e favorevolmente nei confronti di un sempre più maturo mercato di imprese che producono e mettono a disposizione diverse tecnologie innovative per il rilievo e la documentazione sul campo (analisi archeobotaniche e archeofaunistiche, analisi geopedologiche, analisi archeometriche, analisi C14, analisi dendrocronologiche, analisi di antropologia fisica, analisi archeogenetiche/DNA/Isotopi stabili; geodiagnostica, telerilevamento satellitare). Inoltre la ricerca si relaziona ai progetti di documentazione digitale finalizzati alla dematerializzazione dei dati della ricerca ovvero a progetti di fruizione e valorizzazione del patrimonio archeologico regionale attraverso applicativi innovativi di *Virtual reality* e *Augmented reality*, fotomodellazione 3D, stampa 3D, mostre interattive, gaming, sempre più richiesti ai fini delle esigenze di un sempre più crescente turismo esperienziale. In tal senso, in Basilicata si osserva un interessante evoluzione del mercato di riferimento, con un numero sempre maggiore di PMI specializzate nel settore.

Tutto questo è in grado di produrre ricadute positive sulla creazione di eventi culturali, sulla divulgazione scientifica, sulla formazione e sull'educazione, sull'accrescimento della

consapevolezza civile rispetto al patrimonio culturale, ma anche le partnership e i protocolli d'intesa con organizzazioni esterne rispetto alle Università e ai centri di ricerca.

Infine si rileva la possibile ricaduta in termini di ampliamento e miglioramento dell'offerta turistica e del relativo indotto, capaci di coinvolgere sia il Terzo Settore che le imprese di settore: il flusso turistico nei siti in esame risulta ancora molto ridotto rispetto alle potenzialità attrattiva dei luoghi archeologici e naturali, ma l'avanzamento della ricerca, da cui deriva anche un miglioramento dei percorsi di visita e di storytelling dei siti l'integrazione con il sistema museale diffuso sul territorio e la creazione di un sito web e/o di eventuali applicazioni a vocazione prettamente turistica e divulgativa, in collaborazione con gli enti locali e con l'APT, possono rendere sicuramente più competitive le aree archeologiche oggetto della ricerca. Il tutto in una sempre e maggior ottica di sviluppo sostenibile.

Verso l'integrazione delle risorse

Vista nel suo insieme la Basilicata ha pertanto alcune punte di eccellenza e una moltitudine di elementi culturali di interesse disseminati sul territorio, elementi intorno ai quali è possibile generare nuove forme e nuovi modelli di fruizione e comunicazione dei contenuti artistici e culturali. Evidentemente occorre immaginare nuovi modelli di **gestione integrata dei patrimoni culturali materiali e immateriali** in grado di assicurare risposte più efficaci alle singole specificità territoriali.

Ma come mettere a valore le potenzialità disponibili? Non basta elencare una serie di punti chiave e di obiettivi a cui mirare. Servono modelli di sviluppo e visioni progettuali che devono poi attuarsi e risultare realmente efficaci per i territori. Si tratta dunque di mettere a sistema la moltitudine di elementi presenti sul territorio, ciascuno capace di esercitare potenziale attrattivo, ma sovente debole e capace di diventare competitivo sul mercato solo assecondando una logica di offerta integrata.

In linea con gli investimenti dei prossimi anni relativi al cosiddetto "Recovery Fund" (Next Generation Fund) stanziato dalla Commissione Europea o in sintonia con azioni strategiche nazionali quali il Piano, proposto dal Mibact, per la digitalizzazione del patrimonio culturale (2,5 miliardi di euro in tre anni), sono diverse le azioni in grado di creare valore aggiunto a partire dal giacimento culturale diffuso e capaci di agevolare la costruzione di modelli organizzativi dell'offerta dei servizi culturali, turistici e produttivi a scala territoriale.

Piani di efficientamento energetico dei Musei e dei luoghi della Cultura; messa in sicurezza antisismica degli edifici di pregio architettonico; monitoraggio e prevenzione dei rischi per i siti e luoghi della cultura; potenziamento dell'internazionalizzazione del cinema e dell'audiovisivo; riqualificazione di centri storici, borghi, aree interne e patrimonio rurale; progetti di gestione integrata del patrimonio culturale materiale (aree archeologiche, patrimoni ecclesiastici, etc.); potenziamento dei contributi a proprietari privati per la ricerca e il restauro di beni culturali; digitalizzazione e am-



modernamento delle agenzie di viaggio e tour operator; potenziamento della Rete Nazionale 5G: sono solo alcune delle azioni attivabili in una proposta di azione locale integrata.

Sul tema della digitalizzazione, ricordiamo che Matera è anche sede della **Casa delle Tecnologie Emergenti** (CTEMT), progetto promosso dal MISE, che vedrà insediarsi nei prossimi mesi esperti, ricercatori e startup provenienti da tutto il mondo nella città dei Sassi, all'interno dell'HUB tecnologico di San Rocco, per realizzare una piattaforma avanzata che renderà la città un vero e proprio *living lab* per la sperimentazione e il testing di progetti, soluzioni e servizi digitali innovativi.

In una **convivenza strategica con la Casa delle Tecnologie Emergenti**, la Basilicata mira a essere volano di sviluppo e di attrattività per le città italiane e internazionali orientate nei seguenti ambiti tecnologici e di innovazione:

- **filieri culturali e creative** (tra cui industria del cinema e degli audiovisivi, con particolare riferimento ad Augmented Reality, Virtual Reality e Mixed Reality; gaming; musica; science educational e prodotti innovativi per la comunicazione culturale, ecc);
- **e-government del patrimonio culturale e ambientale** (tra cui restauro e gestione beni culturali, tecnologie per il rilievo diretto e indiretto, tecniche non invasive di monitoraggio dei beni culturali, gestione, valorizzazione e fruizione, strumenti e tecniche per la classificazione ed esplorazione intelligente dell'intero patrimonio culturale e ambientale, ecc.);
- **safety-security e sostenibilità ambientale** (tra cui mobilità sostenibile, osservazione della Terra, gestione dei cicli e delle risorse, agricoltura di precisione, mappatura e gestione dei sottoservizi...);
- **turismo sostenibile** (tra cui servizi innovativi, gestione dei flussi, fruizione virtuale, accessibilità e accoglienza, strategie integrate per la comunicazione culturale ...).

FOCUS: LE LEZIONI APPRESE DAL PERCORSO ECOC

L'evoluzione del settore culturale in Basilicata negli anni più recenti non può prescindere dall'esperienza di **Matera 2019**. Tutto comincia nel 2014 con la designazione di Matera a Capitale della Cultura Europea, anno in cui prende avvio un programma culturale generato dalla cooperazione tra artisti, collettivi, istituzioni, associazioni e network locali ed europei.

Più del 50% del programma culturale di Matera 2019 è stato messo a punto come un lavoro cooperativo, condotto insieme a numerose imprese lucane operanti nel settore culturale. Queste imprese si sono messe in gioco all'interno di un processo sperimentale di innovazione territoriale, disponibili a trasformarsi in project leader di altrettanti progetti (a cui hanno partecipato con una percentuale di co-finanziamento), e a essere affiancate in percorsi di capacity building.

I progetti che hanno costituito il programma culturale della candidatura sono nati dalla collaborazione tra artisti, collettivi, istituzioni e associazioni, locali ed europei. Ogni progetto ha racchiuso tre dimensioni: locale, mediterranea ed europea. Il percorso che ha portato alla consegna e alla vittoria del dossier di candidatura è dunque una complessa esperienza di innovazione sociale nel quadro di una prospettiva di sviluppo.

Il processo di Matera 2019 ha saputo mobilitare centinaia di volontari, associazioni, privati e tutti i comuni della regione, in una inedita sperimentazione di coinvolgimento a più livelli e con alcuni progetti chiave trainanti, quali l'**Istituto Demo-Etno-Antropologico - I-DEA**, che ha messo in rete gli archivi della Basilicata, disegnando una cartografia culturale di inestimabile valore, e l'**Open design School**, laboratorio che pratica l'apprendimento come esperienza tra pari e genera e testa modelli didattici. L'ambiente fisico di Matera ha naturalmente fornito il suo rilevante contributo, consentendo di raggiungere l'obiettivo di un'ampia visibilità internazionale per la Basilicata e le parole **CULTURA**, **CREATIVITÀ** e **TURISMO** sono state quotidianamente accostate a questo territorio, che ha saputo diventare punto di riferimento importante per molte città italiane ed europee.

Matera 2019 ha dimostrato che gli investimenti culturali creano innovazione e generano virtuosi slanci dell'economia locale, ha aperto le porte della cultura (dei musei e delle opere liriche)

a cittadini non abituati al “consumo culturale” e ha dimostrato che una visione coraggiosa, un costante sforzo collettivo e una progettazione di qualità possono premiare i territori, anche quando partono da condizioni di marginalità.

Un recente lavoro dell’UniBas ha valutato l’impatto di Matera 2019 percepito dalle organizzazioni creative e culturali lucane, con particolare riferimento all’innovazione e gestione del business model. È emerso che Matera 2019 ha contribuito a incentivare la spinta all’innovazione tecnologica e un maggiore sfruttamento delle tecnologie digitali e web based. Dall’indagine è emersa, inoltre, una certa influenza di Matera 2019 su altri miglioramenti che le imprese stanno implementando nel loro business model, quali l’accrescimento della riconoscibilità del marchio, dell’identità e dell’immagine dell’impresa, il miglioramento delle capacità tecniche e manageriali del personale, l’accrescimento della cultura imprenditoriale e il miglioramento del marketing, e della capacità distributiva e della pianificazione strategica.

Per capitalizzare l’esperienza di Matera 2019 nei prossimi 2-3 anni le imprese intendono muoversi in tre principali traiettorie di azione: 1) incrementare la collaborazione a livello nazionale e internazionale, ricorrendo in particolare alla progettazione europea; 2) sviluppare nuovi prodotti e servizi, ampliando il contenuto tecnologico e ispirandosi a valori sociali, quali responsabilità ed attenzione alle fragilità; 3) innovare attraverso la valorizzazione del territorio e promuovendo processi di rigenerazione urbana.

Di contro solo il 32% delle aziende che hanno risposto al questionario dell’UNIBAS ha dichiarato di aver partecipato direttamente alla realizzazione di eventi previsti dal programma Matera 2019, ma ciò non ha comportato lo sviluppo delle capacità tecniche e organizzativo gestionali.

Circa la percezione e la valutazione del complessivo impatto di Matera 2019 sulla propria organizzazione, più della metà dei rispondenti ha dichiarato di aver avuto un impatto sostanzialmente positivo, ma il 45% restante ha dichiarato di non aver riscontrato alcun impatto e di non essersi sentito impegnato / coinvolto nel processo di sviluppo dell’evento. Riguardo le dimensioni organizzative migliorate negli ultimi due anni grazie all’esperienza Matera 2019, si rivela un discreto impatto che la ECOC ha avuto sulla differenziazione dei prodotti/servizi sul mercato e la risposta ai bisogni/problemi dei clienti. Meno importante è stato invece il contributo sul miglioramento dei processi produttivi nel loro complesso e il numero dei clienti/utenti. Secondo il 23% dei rispondenti la ECOC ha contribuito a migliorare i modi di pianificare la strategia ed i modi di gestire le relazioni con gli stakeholder.

Matera 2019 ha pertanto rappresentato per le imprese culturali e creative lucane uno stimolo per raggiungere una maggiore maturità organizzativa, capace di riconoscersi ed esprimersi nei temi della digitalizzazione, dell’innovazione tecnologica e nella creazione, nello sviluppo di nuovi rapporti internazionali e nella partecipazione a bandi europei. Tali elementi possono alimentare nelle imprese una crescente propensione a valorizzare la cultura della propria terra nei propri prodotti, servizi e processi ma, allo stesso tempo, ad aprirsi alle opportunità europee e internazionali.

4. LE POTENZIALITÀ

4.1 PROGETTI DI RICERCA E AMBITI DI SPERIMENTAZIONE

La definizione di “Ricerca e Sviluppo” (R&S) secondo la metodologia condivisa dai paesi OCSE, comprende l'insieme di attività creative e svolte in modo sistematico con l'obiettivo sia di sviluppare nuove conoscenze sia di utilizzare quelle preesistenti per nuove applicazioni. La R&S annovera, come è noto, ricerca di base, ricerca applicata e sviluppo sperimentale. Inoltre per esercitare al meglio una funzione di sviluppo del territorio è necessario che si instaurino relazioni positive tra tre componenti necessarie: i contesti della ricerca (centri pubblici e privati, università), il sistema istituzionale e le imprese. Questa dinamica descritta è potenzialmente applicabile a tutti i settori, incluso evidentemente l'Industria Culturale e Creativa. Tuttavia se si prende in considerazione il settore ICC in Europa, appaiono evidenti diversi approcci evidenziati da diversi autori: nel Nord Europa prevale un approccio “technology-driven”, connesso quindi ad elementi più recenti e meno tradizionali del settore creativo, mentre nell'Europa Centrale e Meridionale prevale un orientamento “heritage-driven”, che fornisce centralità al patrimonio culturale e quindi alle imprese culturali tradizionali. Questa modalità è infatti prevalente nel nostro Paese e per mea presumibilmente le scelte del decisore pubblico anche con riferimento alla nostra Regione, dove tuttavia non mancano esperienze di apertura verso l'utilizzo di soluzioni tecnologiche (per esempio proprio nel settore archeologico).

Condizioni favorevoli dell'ICC

Nonostante questo vi è da registrare che il settore dell'ICC forse si presta più di altri settori a essere permeabile agli stimoli della ricerca, atteso che l'industria culturale e creativa ha delle caratteristiche connotative quali:

- presenza di PMI e liberi professionisti con competenze ed esperienze legate all'innovazione;
- alto livello di formazione degli addetti
- multidisciplinarietà e varietà nei diversi comparti del settore.

Sul territorio regionale alcuni sottosectori, per esperienze o caratteristiche intrinseche, si prestano con maggior propensione allo sviluppo di forme di cooperazione con il sistema della ricerca. Possiamo citare ad esempio il settore dell'artigianato e della manifattura (si pensi al mobile imbottito nell'area materana), alla conservazione e al monitoraggio dei beni culturali, alle attività a più alto tasso di applicazione tecnologica (gaming, applicazioni ICT per il territorio, ecc).

Le aree di sperimentazione potenziali appaiono molteplici, in concordanza con la pluralità dei settori di attività del sistema ICC e possono riguardare elementi specifici dei processi produttivi, forme di interazione con il territorio o soluzioni avanzate nel rispetto dei principi di sostenibilità ambientale. È sicuramente difficile offrire una elencazione esaustiva degli oggetti di interesse di un potenziale connubio tra ricerca e ICC, che potrebbe interessare i materiali per la protezione, restauro e riqualificazione dei beni, sistemi diagnostici, sensoristica e impiantistica, tecnologie digitali per l'esercizio di attività creative, materiali e soluzioni innovative per le produzioni artigianali.

Sul territorio certamente non si parte da zero, ad esempio si può citare l'esperienza maturata dal CNR nel settore della sensoristica applicata ai beni culturali, tuttavia la relazione tra imprese e centri di ricerca appare ancora poco strutturata e al di sotto delle potenzialità esprimibili.

In proposito è interessante rilevare alcuni dati fotografati nel rapporto “Management of innovation & technology transfer- Sintesi delle attività di mappatura dell'ecosistema lucano dell'innovazione” redatto da T3 Innovation al dicembre 2019. Il rapporto individua in Basilicata 1350 imprese con propensione all'innovazione (su un totale di circa 65.000) delle quali 127 ascritte al settore denominato Design, Creatività e Made in Italy e 20 al settore Tecnologie per il Patrimonio Culturale. Per la quasi totalità trattasi di microimprese. Sul fronte della ricerca il rapporto, per i medesimi settori, individua rispettivamente 41 e 25 gruppi di ricerca. Un quadro che delinea una presenza di attività di ricerca che è di portata cospicua rispetto alla numerosità delle imprese,

eppure non risulta che a tale presenza corrisponde un'altrettanta rilevante ricaduta in termini di applicazioni operative.

Azioni per assicurare più spazio alla ricerca

Si evidenzia pertanto la opportunità non solo di orientare la ricerca verso le frontiere di interesse delle imprese ma anche di porre in essere azioni per porre a maggior produttività le attività già in corso d'essere.

Questa potenzialità di sviluppo chiama in causa interventi coordinati finalizzati a:

- leggere i fabbisogni delle aziende e tradurli in oggetti specifici di ricerca;
- sostenere i processi di ricerca e innovazione nei campi strategici, quali potenziali contesti di nascita di nuova imprenditorialità;
- facilitare la relazione tra luoghi di ricerca locali, nazionali ed europei e luoghi della produzione;
- agevolare l'accesso ai progetti e alle piattaforme di ricerca e cooperazione;
- rinforzare un sistema di governance in grado di governare le relazioni, orientare le risorse e gestire un orizzonte programmatico comune;
- dare spazio a figure professionali e soggetti di intermediazione in grado di rendere reale lo scambio tra R&S e imprese;
- misurare gli impatti prodotti dalla ricerca e dalle sue ricadute applicative in termini di ricchezza, valore sociale e occupazione prodotta.

4.2 INNOVAZIONE IMPRENDITORIALE E NUOVE PROFESSIONI

Il nostro Paese investe nell'innovazione meno di altri Stati dell'Unione Europea (*European Commission - Country Report Italy 2020*). In Italia, la sperimentazione di iniziative innovative è spesso impedita o ritardata da norme desuete, regolamentazioni particolarmente complesse, divieti e processi burocratici non sempre adeguati al nostro tempo. Il Ministero per l'innovazione, di recente, con Legge 120 dell'11 settembre 2020, punta a favorire l'apertura di un percorso più semplice e rapido per sottoporre a verifiche e ad esami progetti che hanno pochi o nessun precedente. L'Italia può avere un ruolo di laboratorio di innovazione di livello internazionale per permettere la nascita e lo sviluppo di tecnologie in grado di determinare benefici economici per il Paese e miglioramenti nella qualità della vita dei suoi cittadini. Innovare significa mutare positivamente uno stato di cose, introducendo nuove modalità di progettazione, di produzione o vendita di beni o servizi.

L'innovazione, che sia di processo o di prodotto, è uno degli elementi che permette alle imprese di avere maggiori possibilità di successo e di incidere favorevolmente anche sulla crescita economica del proprio paese. Una ricerca dell'Università di Pavia ha dimostrato che nelle aziende in cui lavorano innovation manager ci sono migliori risultati in termini di ricavi e margine (ancora migliori risultati ottengono le aziende in cui l'innovation manager è una donna). Alla radice dell'innovazione vi è la creatività, che permette di trovare soluzioni grazie ad un pensiero non convenzionale e all'apertura nei confronti del nuovo, supportata da conoscenze scientifiche e tecnologiche avanzate e risorse intellettuali versatili e interdisciplinari.

Sicuramente i cosiddetti first mover intraprendono un percorso non semplice e non privo di rischi, si pensi per esempio all'elevata incertezza, agli importanti costi di R&S e di acquisizione delle risorse o alla scarsa efficienza degli strumenti di tutela legale. D'altro canto, sono innegabili i vantaggi del muoversi per primi. Audacia e consapevolezza premiano: l'impresa pilota detta gli standard di competitività, è in grado di accumulare esperienza nel tempo e di creare posizioni di monopolio.¹⁰

¹⁰ bit.ly/3vDCqfv

Affrontare questa sfida è particolarmente importante per i settori tradizionali, per cui l'imprenditore, così come il lavoratore, è chiamato a mettere in discussione sé stesso e la propria attività. Si pensi all'artigianato 4.0, espressione con la quale ci si riferisce a tutte quelle attività artigianali che affiancano alle tecniche tradizionali e manuali le competenze digitali sia in fase di produzione (stampa 3D, per esempio) sia nei processi di marketing, raccontando la propria storia e il proprio immaginario in un mercato globale connesso.¹¹

Innovare per creare nuove occasioni di lavoro

L'innovazione non riguarda soltanto le attività già esistenti: essa permette anche di ridisegnare il concetto stesso di lavoro, aprendo nuovi scenari e immaginando le professioni del futuro. Stando a diverse analisi, infatti, il 65% di coloro che entreranno nel mondo del lavoro entro il 2025 eseguirà lavori non esistenti al giorno d'oggi. A contribuire sarà l'evoluzione di automazione, tecnologia e digitale, che determinerà la nascita di nuovi posti di lavoro altamente specializzati, dove ad essere richieste saranno le cosiddette *hard skills*. I principali settori coinvolti saranno IT (*IA, Big Data, software, coding, cybersecurity, ecommerce*) e industria, in particolare nell'ambito della robotica, stampa 3D, automobilistica, trasporti e logistica. Secondo le stime, anche l'emergenza climatica e le esigenze di sostenibilità da essa imposte determineranno la nascita di 600 mila *green jobs*.

Tuttavia, la grande rivoluzione alla quale si assisterà nel campo delle nuove professioni riguarderà soprattutto il peso che assumeranno (e che stanno già assumendo) le competenze trasversali. Le *soft skills* svincolano infatti il lavoratore dall'idea di un unico ruolo rivestibile. Il professionista del futuro è infatti una figura interdisciplinare, eclettica, in grado di conciliare competenze umanistiche e scientifiche. Saranno richieste sempre di più la capacità di pensiero computazionale - ovvero tradurre grandi quantità di dati in concetti astratti e di capirne il nesso logico - abilità di operare in contesti culturali diversi, curiosità e capacità di comprensione di concetti in più discipline, capacità di connettersi agli altri e interagire in modo critico, pensare e trovare soluzioni originali, abilità di giudizio e interpretazione.¹²

In merito ad entrambe le tipologie di competenze - soft e hard skills - è emerso dal report *Ranstad Workmonitor* come al primo posto nel voler sviluppare abilità che siano al passo con i tempi vi siano proprio gli italiani. Il rovescio della medaglia è intuibile ed evidenzia un problema con un nome preciso: *skill mismatch*, ossia si indica il gap esistente tra le competenze richieste nel mondo del lavoro (tecniche e trasversali) e quelle proposte negli ambienti scolastici e universitari.¹³

In ultimo bisogna sottolineare che negli ultimi anni la figura dell'innovatore ha subito un profondo ripensamento: se fino a un decennio fa l'innovatore era associato prevalentemente all'aspetto tecnologico, che continua comunque ad avere un aspetto fondamentale, non bisogna dimenticare anche l'innovazione non tecnologica legata a moltissimi aspetti del comparto creativo e culturale.

Oggi si parla di *innovatore 5.0*, ossia un innovatore che sensibile alle sollecitazioni esterne (circostanze, mutamenti dell'ambiente, progressi scientifici e tecnologici, problemi sociali), riesce ad esprimere e a valorizzare il proprio potenziale creativo al meglio, seguendo direzioni nuove e inesplorate, includendo anche gli aspetti sociali nella sua azione, per innovare anche la comunità, oltre che il processo o il prodotto industriale.

¹¹ www.digital-coach.it/blog/case-histories/artigianato-4-0/

¹² bit.ly/3glcIB4

¹³ www.digital4.biz/hr/hr-transformation/nuove-tecnologie-nuove-professioni/

4.3 LE ICC E L'OCCUPAZIONE IN BASILICATA

Il settore ICC è una delle aree del sistema economico che, prima di essere travolta dall'epidemia Covid-19, registrava un aumento dell'occupazione, dopo aver in qualche modo retto meglio di molti altri campi anche alla crisi economica degli anni scorsi. Il rapporto "Io sono cultura -2019" registrava come gli occupati in Italia fossero 1.55 milioni con una crescita dell'1,5%, superiore a quella del complesso dell'economia (+0,9%).

In Basilicata i dati sui settori ICC, secondo il citato rapporto "Io sono cultura 2019", come già rilevato, indicano in circa 8.500 gli addetti, numero che in base ad una considerazione allargata del comparto declinata nel capitolo 2, arrivano a contemplare circa 18.000 unità.

Prevalenza di lavoratori qualificati

È altresì interessante registrare che una parte rilevante dell'occupazione del settore riguarda profili qualificati. Questa considerazione vale anche per la Basilicata, consolidata anche in base a una elaborazione di dati parziali relativi al 2019 ed inerenti su nuove attivazioni di posti di lavoro riportata in tabella (tab. 4.3.1).

La tabella fornisce alcune interessanti indicazioni, ovvero che il settore ICC copre circa il 10% delle attivazioni di posti di lavoro high skills (di fatto la maggior parte delle attivazioni del settore sono in questa classe, quella intermedia è poco interessata dalle professionalità ICC, mentre è quasi nullo il contributo alla classe "low skills"), percentuale che è un dato sicuramente ragguardevole. Tale dato è riferito evidentemente alle professionalità riconducibili prevalentemente ai settori core dell'ICC ed è presumibilmente ancora più alto, poiché il database utilizzato registra le professionalità quando hanno una ricorrenza minima di 4 unità. Al contempo emerge che circa i $\frac{3}{4}$ delle attivazioni (7,5% su un totale di 10,08%) sono a tempo determinato, rivelando una caratteristica critica dell'occupazione nel settore ICC, ovvero la fragilità delle forme di lavoro dipendente. È inoltre evidente che se guardassimo alle attivazioni relative all'annualità 2020 il dato sulle nuove attivazioni precipiterebbe, in ragione del combinato effetto della crisi sanitaria (e conseguente blocco di molte attività culturali) e dei significativi ulteriori margini di precarietà dei rapporti lavorativi all'interno del settore.

In diversi sottosectori le collaborazioni e il lavoro autonomo hanno un peso significativo. Analogamente, e forse ancor di più, tali rapporti hanno ancor più ricorrenza con riferimento alle attività del terzo settore. In alcuni casi la "stagionalizzazione" del lavoro culturale e creativo contribuisce, insieme ad altri fattori, ad appesantire la già difficile condizione di intermittenza di molti lavoratori autonomi del comparto.

Con riferimento allo Spettacolo dal Vivo nel contesto regionale, va evidenziato che un passo in avanti è stato realizzato con l'approvazione della Legge n. 37 del 2014 che istituisce il Programma triennale per lo spettacolo.

La Legge ha introdotto dei requisiti specifici in materia di occupazione al fine di contrastare la precarietà del lavoro occasionale, prevedendo precise condizioni per l'iscrizione all'Albo regionale e l'accesso ai contributi per gli operatori del settore. In tal senso, la programmazione triennale rappresenterebbe un elemento di continuità tale da agevolare il ricorso a forme di lavoro più stabili. A conferma di questo, come riportato nel Piano Regionale dello Spettacolo 2019, nel triennio 2016-2018, emerge un trend virtuoso sul piano qualitativo, che interessa il consolidamento delle tipologie contrattuali a tempo indeterminato (compreso i soci lavoratori delle cooperative), a tempo determinato (compreso i lavoratori con scrittura e a progetto) e collaborazioni e incarichi professionali.

Tuttavia, sul piano quantitativo, è opportuno segnalare che persiste una certa difficoltà a reperire dati puntuali in merito. La stessa criticità che si rileva per tutti gli altri settori delle ICC.

4.4 RELAZIONI TRA TURISMO E SETTORE CULTURALE

Già da un po' di anni si è diffuso il fenomeno del turismo culturale, in ambito anglosassone¹⁴ definito *heritage tourism* (letteralmente "turismo del patrimonio culturale"), che all'esigenza prettamente turistica del relax e dell'intrattenimento, unisce anche il desiderio di conoscere gli aspetti della cultura e della storia delle località di visita, presentando, pertanto, caratteristiche di complementarità e integrazione con altri generi di turismo.

Tabella 4.3.1. – Elaborazione su dati Laborstat – Anpal servizi

ATTIVAZIONI CON PROFILO "HIGH SKILLS" - 2019 (DATO PARZIALE) N. 4605 - BASILICATA		
PROFILO PROFESSIONALE	TOT.	A TEMPO DETERMINATO
Insegnanti di strumenti musicali	118	104
Giornalisti	29	12
tecnici del montaggio audio-video-cinematografico	29	23
analisti e progettisti di software	28	8
fotografi e professioni assimilate	26	24
guide turistiche	26	24
strumentisti	25	23
intrattenitori	24	24
tecnici della organizzazione della produzione radiotelevisiva, cinematografica, teatrale	24	19
tecnici degli apparati audio-video e della ripresa video-cinematografica	18	15
restauratori di beni culturali	13	10
archivisti	12	9
architetti	11	4
pittori e scultori	9	5
creatori artistici a fini commerciali (esclusa moda)	9	4
archeologi	7	0
insegnanti di danza	7	7
organizzatori di convegni e ricevimenti	6	6
assistenti di archivio e di biblioteca	5	4
direttori artistici	5	0
organizzatori di fiere, convegni ed eventi culturali	5	5
allestitori di scena	4	0
attori	4	4
grafici	4	0
insegnanti di canto	4	4
interpreti e traduttori di livello elevato	4	0
istruttori di tecniche in campo artistico	4	4
tecnici del restauro	4	4
	totale	464
		346
	% sul totale attivazioni	10,08%
		7,51%

¹⁴ en.wikipedia.org/wiki/Heritage_tourism

La parola *heritage*, eredità, indica qualcosa che viene trasferito da una generazione all'altra, ossia la ricchezza che un Paese ha ereditato dal proprio passato, tutto quello che è testimonianza della sua cultura, quindi una risorsa, o come lo chiamiamo in Italia, un patrimonio (*Cultural Heritage*). L'eterogeneità del concetto di turismo culturale è legata alla stessa ampiezza della definizione di "patrimonio culturale", che non si esaurisce nel complesso dei beni culturali materiali, ma che comprende, altresì, l'insieme delle attività e delle risorse culturali immateriali (feste religiose, tradizioni, sagre, folklore, artigianato e enogastronomia).

Turismo culturale risorsa strategica italiana

Il settore nel quale l'Italia è più competitiva nel mondo è proprio quello del turismo culturale, sebbene questa potenzialità appaia sfruttata soprattutto nel centro-nord del Paese. Con il suo patrimonio ricco e diffuso capillarmente su tutto il territorio nazionale, l'Italia è senza dubbio in grado di proporre un'offerta culturale completa, che includa città storiche, musei, archeologia, paesaggio, culture e tradizioni locali in chiave innovativa, accessibile e sostenibile, per rilanciare la sua leadership sul mercato turistico internazionale, anche dopo il fermo forzato dovuto alla pandemia. Il turismo culturale rappresenta quindi una risorsa di sviluppo per l'Italia, risorsa che è strettamente connessa al comparto CC e alla salvaguardia e valorizzazione del patrimonio.

In termini generali, il turismo culturale, presenta alcune caratteristiche che lo "distinguono", per lo più in termini positivi, rispetto ad altre tipologie di turismo (quale, per esempio, quello "balneare"). Si tratta di una tipologia di turismo solitamente caratterizzata da un'elevata **incidenza della componente straniera** (in Italia il 60% delle presenze totali), da caratteristiche socio-economiche (istruzione, reddito e occupazione) "qualitativamente" elevate, che si traducono in **una maggiore propensione alla spesa**, e da **una ridotta stagionalità**, tutti aspetti che contribuiscono a determinare una generale "qualificazione" dei flussi, con impatti positivi sia sui settori di offerta correlati (ricettività, ristorazione, altri servizi), sia sul contesto territoriale-ambientale in generale (minore pressione antropica, riduzione dei rischi di congestionamento, ecc.). Il turismo culturale è, pertanto, considerato un settore strategico e in grado di attivare meccanismi di sviluppo economico, sociale e culturale sostenibile del territorio, la cui "attrazione", tuttavia, è subordinata alla messa in campo di adeguate politiche di valorizzazione turistico-culturale di natura integrata.

Rilevanza della spesa turistica culturale

I dati riportati in tabella 4.4.1, evidenziano che il **Sistema Produttivo Culturale e Creativo si relaziona strettamente con l'attività turistica dei territori** ed esiste un nesso specifico che lega una parte di turismo alla attrattività del patrimonio storico e artistico locale e alle produzioni culturali e creative a esso collegate. Dal punto di vista territoriale, resta il Nord Est l'area del Paese a maggiore concentrazione di spesa turistica attivata dal Sistema Produttivo Cultura e Creativo (30,0%), mentre **rispetto all'apporto spicca il Centro Italia** (45,2% rispetto al 38,1% della media del Paese). Nel Mezzogiorno il contributo della componente culturale e creativa alla spesa dei turisti è più basso e con ampi margini di ampliamento (30,5%). In Basilicata si conferma un dato superiore alle altre regioni (ma anche alla media nazionale) per incidenza del settore culturale sulla spesa turistica.

Il peso dei Comuni

Oltre alla dimensione demografica dei comuni, il livello della spesa attivata dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo varia anche in base al tipo di specializzazione degli stessi in ambito turistico. I Comuni classificati dall'Istituto Nazionale di Statistica come città d'arte presentano una spesa attivata dall'industria culturale complessiva di quasi 8,4 miliardi di euro, pari al 29,2% del totale nazionale (quota in aumento rispetto al 2017) e corrispondono al 45,7% del totale della spesa turistica registrata nei territori, valore molto superiore alla soglia nazionale del 38,1%, anche in questo caso in crescita rispetto al 2017. Anche i comuni di località montane registrano alte quote di spesa turistica attivata dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo (4,6 miliardi di euro di spesa, incidenza pari a 38,0%). Le quote di incidenza di spesa più basse appartengono

Tab 4.4.1 – Spesa attivata dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo,
Fonte: Rapporto “Io sono cultura 2019” . Fondazione Symbola

REGIONI	VALORI ASSOLUTI (MILIONI DI EURO)	INCIDENZA % SUL TOTALE NAZIONALE	INCIDENZA % SUL TOTALE DELLA SPESA TURISTICA
Piemonte	2.131,70	6,7	48,7
Valle d’Aosta	219,2	0,7	23,9
Lombardia	4.045,40	12,7	47,7
Trentino Alto Adige	1.948,60	6,1	27,3
Veneto	3.741,20	11,7	41,2
Friuli-Venezia Giulia	886,3	2,8	51,4
Liguria	1.118,00	3,5	29,2
Emilia-Romagna	2.986,40	9,4	37,1
Toscana	2.750,40	8,6	38,4
Umbria	319,7	1,0	37,3
Marche	1.034,00	3,2	51,2
Lazio	3.743,60	11,7	51,2
Abruzzo	721,4	2,3	37,4
Molise	121,7	0,4	34,3
Campania	1.287,90	4,0	30,3
Puglia	1.230,70	3,9	33,9
Basilicata	217,9	0,7	38,5
Calabria	1.141,40	3,6	33,6
Sicilia	1.578,40	4,9	27,1
Sardegna	683,7	2,1	23,3
Nord-Ovest	7.514,30	23,6	42,7
Nord-Est	9.562,50	30,0	36,8
Centro	7.847,70	24,6	45,2
Mezzogiorno	6.983,20	21,9	30,5
ITALIA	31.907,70	100	37,1

alle località marine (31,3%), alle località termali (31,8%) e ai capoluoghi senza specifici interessi turistici (32,6%). Ne consegue che un territorio come quello lucano copra le diverse casistiche riportate, con capacità di attrazione “culturale” a macchia di leopardo.

Il mercato turistico lucano

La crescita del mercato turistico si lega fortemente alla capacità di mettere in campo politiche e strategie mirate ad attrarre crescenti flussi di turismo culturale, tipologia di turismo che presenta ancora ampi margini di sviluppo, a conferma della tesi secondo cui la mera presenza di risorse culturali in un dato territorio non ne costituisce una garanzia dell’attrattività turistica.

All’interno di questo quadro evolutivo, il ruolo del mercato turistico lucano potrà dipendere dalla capacità di agire in maniera strategica sulla valorizzazione di alcuni asset competitivi e sulla rimozione dei vincoli strutturali e culturali che fino a oggi hanno impedito l’affermazione delle potenzialità attrattive, in particolare dei beni e delle risorse culturali presenti.

Tabella 4.4.2. – Le aziende del settore turistico lucano offrono principalmente servizi di alloggio e agenzia di viaggio, mentre è evidente la necessità di ibridarsi con le industrie culturali ITC, per migliorare la comunicazione, l'analisi dei big data e la definizione di strategie turistiche, ma non si può pensare che la singola azienda turistica affronti un investimento del genere, che sarebbe compito dell'amministrazione regionale.

AZIENDE TURISTICHE (II sem 2020 CCIAA)	Registrate (incluse anche aziende con sede fuori regione che operano in Basilicata)	Attive	Addetti totali loc.	Addetti dipendenti loc	Addetti indipendenti loc
I 55 Alloggio	887	821	2.971	2.636	335
N 79 Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour O...	219	194	290	223	67
TOTALE	1.106	1.015	3.261	2.859	402

Il rilancio del turismo attraverso l'industria culturale e creativa

Sono necessari l'ammodernamento e l'innovazione del sistema dell'offerta turistica in tutta la sua filiera, il miglioramento e l'estensione delle politiche di comunicazione e di marketing, includendo tra queste i contenuti on-line che stanno assumendo un ruolo sempre maggiore in termini di prenotazioni turistiche. I dati suggeriscono di operare in almeno due direzioni: da un lato, il rilancio e il consolidamento del coordinamento tra gli stakeholders e policy makers; dall'altro, il potenziamento ed il ridisegno strategico delle politiche di sviluppo - e della loro gestione a livello territoriale. In proposito è possibile individuare tre principi cardine che possono guidare la pianificazione strategica nel settore del turismo culturale.

Differenziare e territorializzare

Il primo principio riguarda la **crescita della domanda** da parte dei consumatori, intesi sia come residenti ma soprattutto come turisti. Per raggiungere questo obiettivo occorre da un lato, **diversificare il prodotto culturale, collegandolo a sistemi territoriali organizzati** rendendo più stimolante, sostenibile e appetibile l'offerta oltre che **differenziare le aree di concentrazione dei flussi turistici**. A tal proposito, la pianificazione di un'offerta turistica distribuita nel tempo e nello spazio (anche in borghi meno noti), può contribuire senz'altro a una **de-stagionalizzazione dei flussi** sia nelle aree già mature che in quelle "culturali", limitando un'eccessiva congestione dei territori che spesso mina la qualità dell'esperienza e l'attrattiva dei luoghi nel medio termine.

Digitalizzazione per accesso e fruizione

Il secondo principio cardine riguarda la stretta **connessione tra offerta turistico-culturale e innovazione tecnologica**. Il settore ICT rappresenta uno strumento indispensabile per implementare interventi mirati al potenziamento dell'attrattiva turistica e culturale dei territori, *leitmotiv* di tutte le politiche sviluppo locale promosse in ambito europeo sia direttamente, attraverso specifici programmi comunitari, sia indirettamente attraverso i fondi strutturali. In tal senso, **la comunicazione digitale e il web** più in generale costituiscono un elemento di primaria importanza in quanto consente di rendere accessibile i contenuti a un largo numero di potenziali turisti anche attraverso modalità più dinamiche e partecipative rispetto a quelle tradizionali.

Inoltre l'innovazione tecnologica permette di approcciarsi in “maniera scientifica” all'analisi dei **big data** turistici e correlare tra loro dati eterogenei come prenotazioni, ricerche degli utenti, Like e recensioni. L'analisi di questi dati permette di comprendere il valore di una destinazione turistica e creare strategie turistiche che rispondano alle ricerche degli utenti e che possono essere modificate in real time a vantaggio dei territori, in funzione delle notizie dell'ultima ora (dai possibili contagi, alle ultime recensioni). In questo contesto bisogna sottolineare la necessità di lavorare con dati “certi”, basati su recensioni reali ed in questo la tecnologia del blockchain rappresenta una certificazione necessaria, che anche il Cluster Basilicata Creativa sostiene, nella valorizzazione del prototipo lucano della Tboxchian.

L'intervento pubblico in questo ambito riveste un ruolo determinante nella misura in cui va a rafforzare la comunicazione e la direzione coerentemente agli obiettivi di sviluppo sopramenzionati (destagionalizzazione e diversa distribuzione dei flussi di domanda turistica e creazione di strategie basate su dati certi). Senza una decisa e lungimirante **politica di intervento pubblico nel settore**, il rischio è lasciare che il mercato persegua le sue strategie attraverso contenuti informativi e servizi on-line diretti piuttosto al turismo tradizionale, andando così a penalizzare l'altissimo potenziale del turismo legato alla cultura.

Un governo su più livelli

Il terzo principio cardine riguarda l'**armonizzazione e il coordinamento** delle politiche e delle azioni dei sistemi di comunicazione su cultura e turismo. L'armonizzazione dovrebbe avvenire su più livelli:

- un **livello istituzionale** che sia in grado di mettere insieme tutti i soggetti rilevanti dei settori coinvolti ed aggiornare gli strumenti normativi (ad esempio recependo nella normativa di settore i tre principi del nuovo Piano strategico del Turismo - **Sostenibilità, Innovazione e Accessibilità** - e degli orientamenti strategici della Convenzione europea del turismo, presentata il 12 ottobre 2020, per la ripresa sostenibile del settore gravemente colpito dalla pandemia COVID-19);

- un **livello territoriale** che sia in grado di agevolare la costituzione di partnership pubblico-private allo scopo di rispondere alle esigenze culturali e turistiche proprie di un'area di interesse (ad es. una grafica comune per i contenitori culturali, per gli itinerari, e per luoghi; assicurare una segnaletica stradale culturale e turistica comune; ecc.);

- un **livello contenutistico** che riguarda la qualità nella produzione dei contenuti e la sua validazione scientifica, oltre che gli strumenti di comunicazione finalizzati a mettere insieme valori e forme (del turismo e della cultura) diversi fra loro senza inficiarne qualità e rigore (ad es. cosa e come visitare, come farlo facilmente).

A consolidare questo processo di armonizzazione potrebbero contribuire altre azioni quali l'introduzione di marchi di “qualità culturale” per alberghi e ristoranti, il coordinamento degli orari di visita dei musei in coerenza con i tempi di spostamento e di percorrenza.

FOCUS: LE ICC E LA NUOVA PROGRAMMAZIONE EUROPEA 21-27

Nel corso del 2018 la Commissione Europea ha approvato la proposta di Regolamento che definisce il “Quadro Finanziario Pluriennale (QFP) per il periodo 2021-2027” (COM 2018 n.322), ovvero le risorse disponibili sul bilancio europeo, nonché la proposta di Regolamento “Recante Disposizioni Comuni sui nuovi Fondi SIE (CPR)” (COM 2018 n.375). Le due proposte di fatto hanno aperto formalmente il processo di formulazione del sistema di regole per la gestione del ciclo di programmazione 2021-2027 della Politica di Coesione dell'UE.

A seguito di tali proposte si è avviato nei diversi Paesi il processo di negoziazione per la definizione dei criteri di utilizzo delle risorse del QFP, portato a compimento dopo lunga trattativa nel dicembre 2020: trattasi di 1074 miliardi, da programmare nel sistema delle regole di attuazione dei diversi fondi previsti dalla Politica di Coesione, un processo evidentemente rallentato nei tempi dall'emergenza sanitaria da sars-cov2 e condizionato dalla compresenza di un nuovo importante

strumento di finanziamento, il Recovery Fund, di circa 750 miliardi, da utilizzare nei medesimi territori. Nel nostro Paese il processo di programmazione allargato per lo sviluppo della proposta italiana di programmazione della politica di coesione per il periodo 2021-2027 si è avviato organicamente nella primavera del 2019, attraverso l'attivazione di cinque Tavoli tematici, uno per ciascuno degli Obiettivi di Policy (OP) oggetto della proposta di Regolamento (UE) recante le disposizioni comuni sui fondi:

- Tavolo 1: un'Europa più intelligente
- Tavolo 2: un'Europa più verde
- Tavolo 3: un'Europa più connessa
- Tavolo 4: un'Europa più sociale
- Tavolo 5: un'Europa più vicina ai cittadini

La discussione su come declinare i 5 OP proposti dai regolamenti europei, discussione a cui hanno partecipato soggetti istituzionali e rappresentanti del partenariato economico e sociale, si è sviluppata a partire da quattro "temi unificanti" proposti dal Dipartimento per le Politiche di Coesione (DPCoe) quale chiavi di lettura trasversali per la lettura degli obiettivi di sviluppo europei:

- lavoro di qualità;
- territorio e risorse naturali per le generazioni future;
- omogeneità e qualità dei servizi per i cittadini;
- cultura veicolo di coesione economica e sociale.

In questo articolato processo la cultura è pertanto un tema che il programmatore nazionale considera unificante e capace di assicurare una lettura interpretativa e trasversale alla strategia nazionale di attuazione della Politica di Coesione in Italia, che verrà declinata nei suoi aspetti macro nell'Accordo di Partenariato e, nei suoi elementi più contestualizzati, nei Programmi Operativi.

In questo processo di programmazione il tema della cultura come asset di crescita appare essere declinato in particolare nel quadro di pertinenza dell'OP 5 "Un'Europa più vicina ai cittadini", sia pure in maniera non esclusiva, infatti sia la complessità del "sistema cultura" che gli obblighi regolamentari di concentrazione tematica su OP 1 e 2, inducono a pensare che il settore culturale possa essere interessato dalla combinazione di diversi tipi di intervento su più OP.

Nel corso del 2020, tuttavia, il tema "cultura e turismo", durante le fasi negoziali, è stato assegnato all'OP4 con lo scopo di valorizzare "il ruolo della cultura e del turismo nello sviluppo economico, per l'inclusione e l'innovazione sociale: in particolare attraverso l'uso e la rigenerazione di spazi e luoghi a fini culturali, creativi, di inclusione e di innovazione sociale, e azioni strutturate di welfare culturale, nell'ambito di percorsi multidisciplinari, multilivello e intersettoriali in grado di attivare l'economia sociale, promuovere partenariati pubblico-privati innovativi, assicurare il diretto coinvolgimento delle persone, creando altresì nuove opportunità di lavoro".

Le misure agevolative per le imprese della filiera culturale e creativa potranno presumibilmente trovare spazio nel quadro dell'OP 1 "Un'Europa più intelligente", sul quale inoltre potrà avere un ruolo importante anche l'azione della ricerca e della produzione di innovazione, elementi tipicamente integrabili nella filiera culturale. A valere sull'OP5, il tema della valorizzazione del patrimonio del patrimonio culturale potrà essere declinato in particolare con riferimento alla definizione di strategie territoriali, sia urbane, che rurali o costiere, invitando di fatto alla costruzione di percorsi integrati e partecipati.

La strategia di specializzazione intelligente (S3) continua ad essere mantenuta nel nuovo ciclo di programmazione come uno strumento strategico rilevante di sviluppo dei territori, anzi ne viene rafforzata la funzione ravvicinandola alla cooperazione territoriale. Tale elemento è decisamente di interesse, poiché potenzialmente consentirà la prosecuzione e lo sviluppo delle S3 costruite sui territori intorno al tema della cultura e della creatività.

In questo quadro in corso di delineamento le ICC potranno dunque trovare riferimenti in termini di opportunità di crescita, nelle modalità che i processi di negoziazione andranno a declinare nei prossimi mesi sia a livello nazionale, in particolare per la stesura dell'Accordo di Partenariato, che a livello regionale con l'azione di preparazione dei Programmi Regionali, in particolare a valere sul FESR e sul FSE+. Anche nella nostra regione infatti si è avviato nel corso del 2020 una fase negoziale, al quale gli attori interessati, incluse le rappresentanze delle ICC (anche nella forma del cluster "Basilicata creativa"), potranno offrire un proprio contributo per la costruzione dei documenti di programmazione.

Un percorso proattivo che è destinato a costituire un primo passo di un processo più lungo che contemplerà la costruzione dei modelli di intervento, la definizione delle strategie territoriali, la tipologia delle operazioni e i criteri per la loro selezione, le soluzioni ottimali per l'integrazione con altri strumenti di programmazioni non rientranti nella politica di coesione (Next generation EU, Piano di sviluppo rurale, Fondo di Sviluppo e Coesione, politiche settoriali nazionali, ecc).



5. OBIETTIVI PER LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA CULTURALE E CREATIVA

5.1 UN APPROCCIO SETTORIALE NELLA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

L'analisi di informazioni quantitative relative allo stato del settore e una disamina di elementi di contesto hanno evidenziato differenziazioni interne al settore, relative al dimensionamento dei sottosettori considerati, alle composizioni interne, alle relazioni con le istituzioni pubbliche, alla maturità dei mercati di riferimento e, in ultimo, alle diverse ripercussioni determinate dall'epidemia da Covid.

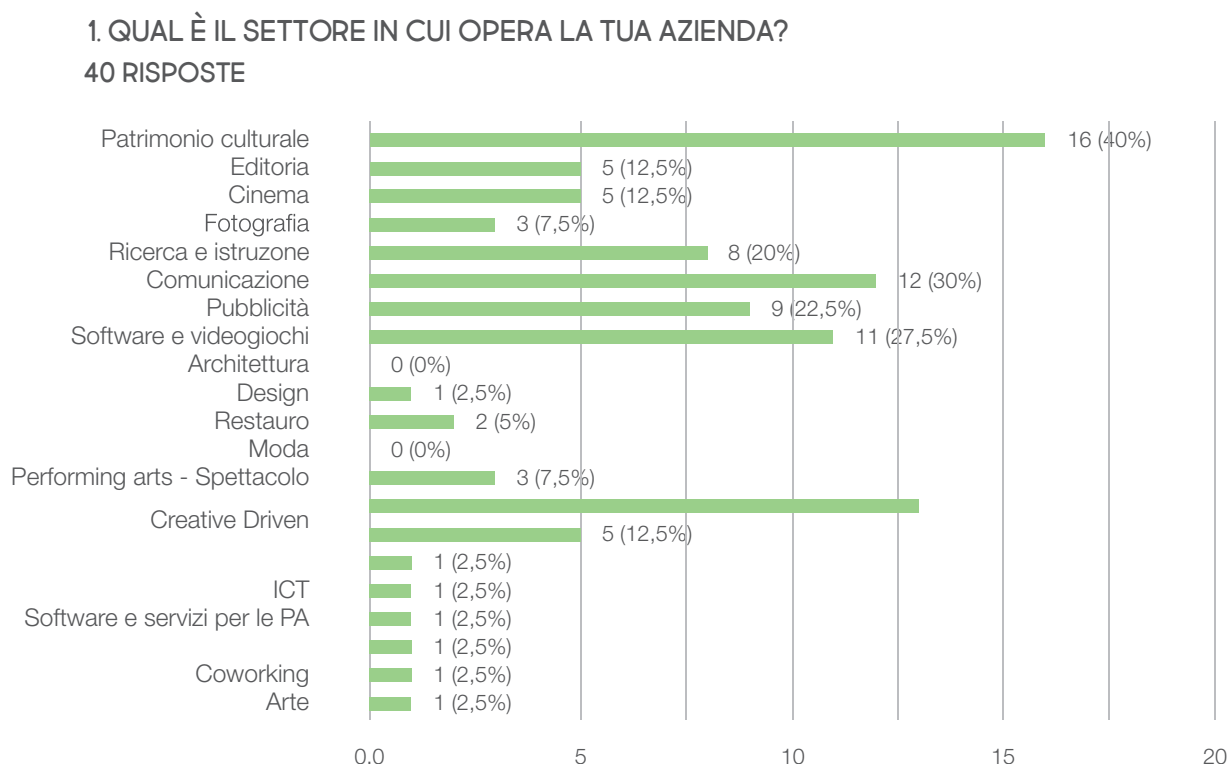
Alla luce di tali evidenze si è ritenuto opportuno procedere ad un'azione di declinazione degli obiettivi di sviluppo per il settore ICC non con riferimento al suo insieme, ma piuttosto considerando i suoi macrosettori, definiti compatibilmente alla nomenclatura ormai condivisa a livello nazionale. Tale scelta è riconducibile alla volontà di sviluppare elementi con maggiore pertinenza alla realtà, dunque non viziati dalle oggettive differenze operanti tra i sottosettori.

Per sondare lo stato dei singoli settori, i bisogni e le aspettative delle imprese culturali e creative lucane, tra i vari strumenti di indagine ci siamo avvalsi di un questionario, che con domande aperte e chiuse ha indagato differenti aspetti legati all'azione delle imprese sul territorio. Il grafico 5.1.1. evidenzia le aree di appartenenza delle imprese rispondenti:

La differenziazione settoriale evidenziata è coerente con la complessità e la molteplicità degli elementi oggetto di osservazione e consente anche di tenere conto delle connessioni tra settori diversi interni al complesso dell'economia ICC.

Proprio nel quadro delle interrelazioni strategiche tra i sottosettori che si riuniscono nell'ecosistema culturale e creativo, abbiamo dunque ritenuto opportuno dettagliare per ogni settore le

Grafico 5.1.1 Settori del comparto culturale e creativo in cui operano le aziende (40 in totale) che hanno risposto al questionario di Basilicata Creativa. Molte aziende operano in più settori, come per esempio Patrimonio, comunicazione e fotografia, segno evidente che la classificazione del comparto non può essere rigida. (Elaborazione dati Questionario Basilicata Creativa)



connessioni, nella convinzione che ciascuno possa giocare un ruolo importante nell'innovazione fornendo competenze e contenuti per altri settori.

È importante considerare anche quelle parti degli attori ICC con un significativo potenziale non sfruttato, come le attività artigianali che possono beneficiare di una sostanziale ibridazione con le tecnologie digitali e l'Intelligenza artificiale, anche come fonte sperimentazioni e sviluppo di nuove idee.

Mentre molte innovazioni dei settori ICC includono la tecnologia, in particolare alla luce dell'aumento delle tendenze alla digitalizzazione, ci sono altre forme di innovazione basate sul contenuto creativo che sono forse poco riconosciute nei programmi pubblici di finanziamento, ma di grande valore, soprattutto per i risvolti sociali e sul benessere delle persone.

Alla luce di queste considerazioni, nella consapevolezza che la classificazione non è rigida e sono numerose le connessioni tra settori del comparto, oltre che con l'esterno, per organicità terremo separate le descrizioni dei settori e degli specifici obiettivi, dettagliando gli attori, seppur in maniera schematica.

5.2 SETTORE "INDUSTRIA CREATIVA"

Stato dell'arte

In Italia il settore dell'**architettura** e **design**, nonostante dati negativi in merito all'occupazione e al reddito medio degli operatori del settore, genera **8,6 miliardi di euro di valore aggiunto**. In particolare, il design *Made in Italy*, eccellenza del nostro Paese, sarebbe uno dei comparti dell'economia italiana in maggiore crescita: si stima, secondo il rapporto *Design economy* condotto da Fondazione Symbola e Deloitte, che su sei imprese europee del settore una sia italiana.

Nelle misurazioni delle performance regionali la Basilicata appare nelle retrovie rispetto al settore design ed è tra le poche che non ha sul suo territorio un istituto pubblico di formazione specializzato nel design, sebbene con la Capitale Europea della cultura sia nato a Matera il progetto dell'**Open Design School**, laboratorio di sperimentazione e innovazione interdisciplinare, che ha coinvolto nelle proprie attività 116 artisti e professionisti lucani, italiani ed europei, producendo mostre, installazioni, eventi culturali e workshop.

Sfruttando uno scambio continuo tra arte, scienza e tecnologia si disegnano, modellano e costruiscono soluzioni funzionali e reversibili, che modificano temporaneamente lo spazio urbano suggerendo nuove possibilità d'uso, invitando il pubblico a fruire dei contenuti artistici.

In merito all'area dell'architettura, stando ai dati Cresme l'Italia sarebbe il Paese europeo con il più alto numero di architetti in attività. Nel 2015, ad esempio, guardando al numero degli iscritti all'albo erano presenti nel nostro Paese circa 2,5 architetti ogni mille abitanti. Il numero delle donne è da anni in crescita, anche se ancora forte il divario salariale rispetto agli uomini.

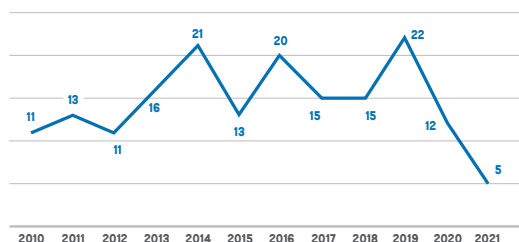
Attualmente in Basilicata sono iscritti all'Ordine degli architetti, pianificatori, paesaggisti e conservatori di Potenza 874 architetti, di cui 844 con laurea magistrale – in cui rientrano anche 11 pianificatori e un paesaggista – e 17 con laurea triennale e due pianificatori. Nessuno di questi architetti si è definito "conservatore".

L'ordine di Matera ha 432 iscritti, 2 pianificatori e 2 paesaggisti e, anche in questo caso, nessun "conservatore". L'esercizio della professione di architetto ha sicuramente un potenziale culturale elevato, poiché occupandosi di spazi in qualche modo è in grado di contribuire all'orientamento culturale di un contesto. Tuttavia la numerosità degli esercenti la professione non sembra essersi tradotta in un protagonismo dell'architettura nel settore dell'ICC lucano, senza tuttavia voler disconoscere il ruolo di alcune esperienze di interesse.

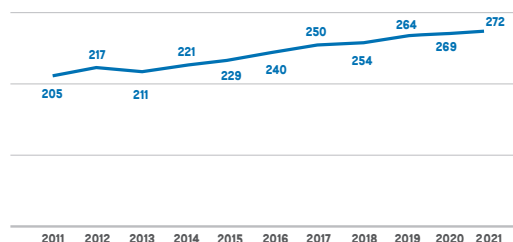
Vi è da rilevare che il Corso di Laurea Magistrale in Architettura, offerto dall'UniBas, è risultato secondo nella classifica Censis nel 2017. Punta a creare una figura professionale con specifica capacità progettuale a livello architettonico e urbanistico.

ARCHITETTURA E INGEGNERIA

Nuove registrazioni



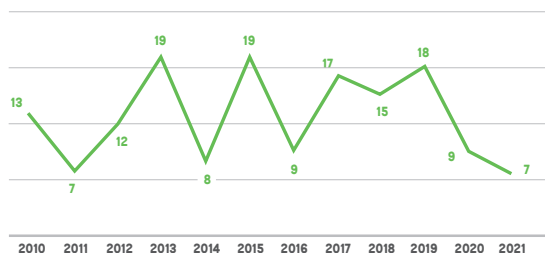
Totale attive



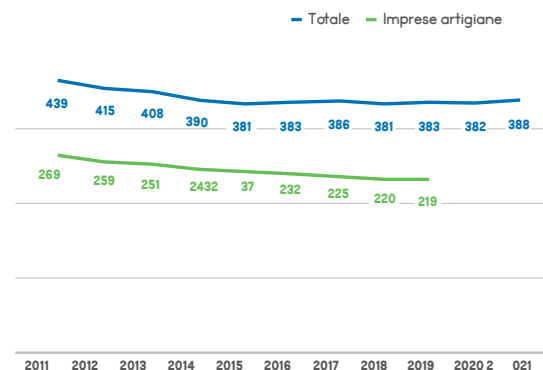
Il grafico sulle nuove registrazioni mostra che, nell'ultimo decennio, il settore ha registrato una significativa tendenza al rialzo con picchi tra il 2014 e il 2016, con un raddoppio di iscritti tra il 2010 e il 2019 e il crollo dovuto alla pandemia. Tale tendenza potrebbe essere stata generata probabilmente dalla ripresa e dalla riorganizzazione del settore negli anni a seguire la crisi economica di inizio decade. Coerentemente la curva degli operatori attivi infatti, mostra un moderato, ma costante aumento attribuibile anche alla sperimentazione di un'architettura innovativa legata alla rigenerazione urbana e al paesaggio avvenuta negli anni più recenti. Nel biennio 2020-2021 l'effetto della pandemia si fa sentire in maniera marcata in particolare sulle nuove registrazioni, determinando al contempo un rallentamento nella crescita del totale dei soggetti attivi

DESIGN

Nuove registrazioni



Totale attive



Il grafico mostra un andamento abbastanza fluttuante del settore "Design" negli ultimi dieci anni in termini di nuove iscrizioni. All'aumento delle registrazioni negli anni 2013, 2015 e 2017 non corrisponde una effettiva ripercussione sul totale delle imprese attive la cui curva mostra invece una progressiva diminuzione. Questo andamento anomalo, oltre a denotare una certa fluttuazione del settore, può essere connesso al fatto che il Design è una branca trasversale, correlata anche ad altri settori come l'architettura o la comunicazione digitale, e che pertanto gli operatori hanno meno continuità nella attività.

Attori

Come rappresentato nei capitoli precedenti nel 2020 le imprese riconducibili all'area dell'architettura registrate alla Camera di commercio sono 299, mentre per il design sono 447 di cui 220 artigiane (36 impegnate nella fabbricazione di mobili, 184 in altre attività manifatturiere).

In particolare:

2020	Codice ATECO	TOTALE	Registrate Under 35	Registrate femminili	Registrate straniere
Architettura	M 71 Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; coll...	299	16 5,35%	37 12,15%	6 2,01%
Design	C 31 Fabbricazione di mobili C 32 Altre industrie manifatturiere	220 imprese "artigiane"	11 5%	37 16,82%	12 5,45%

Esse costituiscono un nucleo non particolarmente numeroso, ma evidentemente potenzialmente significativo per la dimensione regionale, sebbene tali presenze stentino a fare sistema e non siano caratterizzate necessariamente da un esercizio di attività costantemente coerente con il tema culturale. Sono operatori che esercitano la loro funzione in maniera potenzialmente connessa alla produzione di cultura, non necessariamente focalizzando su di essa la loro esperienza professionale. Tale circostanza evidentemente limita la costruzione di cooperazioni o comunità di pratiche fondate su servizi di design o tutela del paesaggio.

Obiettivi

Sostenibilità ambientale, economica e sociale sono i temi urgenti che oggi si trovano ad affrontare i professionisti, ricercando una sinergia creativa tra funzione ed estetica.

Da una parte le sfide globali impongono nuove scelte orientate verso il risparmio energetico, energie rinnovabili, materiali a chilometro zero e riciclabili, evitando fenomeni di *greenwashing*.¹⁵ Dall'altra parte l'architettura richiama un "atteggiamento progettuale della società tra uomo e uomo, tra singolo e collettività, tra uomo e ambiente". Lo afferma il manifesto di *Architetti per il futuro*, progetto nato durante il lockdown che intende ripensare al ruolo dell'architettura in questa particolare fase storica. Allo stesso modo il design porta alla riprogettazione di sistemi di relazioni e alle modalità di interazione.

Le esperienze nel campo della sostenibilità si legano al tema della **riqualificazione urbana**. Si legge nel rapporto di Italia Creativa del 2014 "Gli spazi cittadini in cui oggi si concentra la sperimentazione architettonica sono le periferie, viste come un potente strumento per l'**integrazione di fasce sociali spesso emarginate**. Gli interventi investono il consolidamento e il restauro degli edifici pubblici, i luoghi d'aggregazione, la funzione del verde e la funzione del trasporto pubblico". Temi globali che si intersecano alle **specificità** del nostro Paese, dall'esigenza di rinnovamento delle infrastrutture e del patrimonio edilizio al dissesto idrogeologico e al rischio sismico, con attenzione anche al tema della sicurezza sismica.

In questo contesto occorre:

- promuovere una maggiore attenzione ai temi della transizione ecologica e dell'innovazione tecnologica e sociale, in specie in area urbana, quali elementi caratterizzanti l'industria creativa;

¹⁵ *Greenwashing* è un neologismo inglese, che generalmente viene tradotto come ecologismo di facciata o ambientalismo di facciata, indica la strategia di comunicazione di certe imprese, organizzazioni o istituzioni politiche finalizzata a costruire un'immagine di sé ingannevolmente positiva sotto il profilo dell'impatto ambientale, allo scopo di distogliere l'attenzione dell'opinione pubblica dagli effetti negativi per l'ambiente dovuti alle proprie attività o ai propri prodotti, che venne instaurata già dagli anni '70.

- esplorare forme innovative di riappropriazione ed utilizzo degli spazi pubblici che possano generare nuova attrattività e ridefinire modelli sperimentali di vita, proponendo l'abitare collaborativo come valida alternativa alle grandi città
- sostenere i processi formativi per la crescita di figure professionali nel campo del design;
- promuovere il valore culturale del paesaggio e le sue ricadute positive in termini di sviluppo territoriale;
- favorire la creazione di centri di competenza nel settore del design a servizio del sistema d'impresa;
- favorire, di concerto con l'ordine professionale, l'emersione di una architettura focalizzata sulla conservazione, la tutela del paesaggio e la rigenerazione urbana.

Connessioni

L'industria culturale ha, sul territorio lucano, una potenziale connessione con quella del mobile imbottito, che soprattutto nell'area materana ha, nonostante il calo rispetto al passato, ancora significative presenze.

Ha inoltre legami con le attività di servizi per cura di edifici e paesaggi che in regione hanno una buona rappresentazione in termini di presenze e addetti:

DIVISIONE	REGISTRATE	ATTIVE	ADDETTI TOTALI LOC.	ADDETTI DIPENDENTI LOC.	ADDETTI INDIPENDENTI LOC.
N 81 Attività di servizi per edifici e paesaggio	655	589	4.577	4.346	231

Il **settore delle costruzioni**, in re ipsa vicino all'azione degli architetti, è uno spazio di interesse, la cui attività ad oggi resta ancora molto lontano dagli obiettivi dell'agenda 2030, con produzioni di materiali che hanno impatti ancora troppo grandi a livello ambientale. Da questo punto di vista l'espressione culturale e artistica può fare molto per orientare verso la necessità di comportamenti più responsabili, pro-sociali e a favore dell'ambiente. Il potenziale contributo alle sfide ambientali è quasi completamente trascurato e questa prospettiva apre un campo che è interamente da sviluppare.

5.3 SETTORE "INDUSTRIA CULTURALE"

Stato dell'arte

Compito che accomuna tutte le industrie culturali è creare e divulgare contenuti, utilizzando mezzi di comunicazione diversi a seconda della tipologia di imprese, che vanno dal blog al cinema, da software e videogiochi a libri, riviste, radio e piattaforme web. I differenti mezzi con cui i contenuti sono veicolati sono legati a differenti aspetti comunicativi, che presentano differenti spazi di mercato, anche in funzione della capacità di innovarsi, raccontarsi e fidelizzare il cliente/l'utente. I sottosettori afferenti alle industrie culturali hanno mostrato differenti trend negli ultimi anni e hanno anche reagito diversamente alla recente pandemia.

Nel campo dell'**editoria**, in Basilicata si contano solo 44 librerie (codice ateco 4761) nei 131 comuni e molte case editrici storiche sono ormai chiuse, per il calo dei lettori e l'aumento di contenuti digitali. Ma, negli ultimi anni, dalla consapevolezza che le nuove tecnologie stanno modificando il modo in cui la conoscenza viene trasmessa, in regione sono nate diverse realtà imprenditoriali in grado di assicurare un contributo nei processi di apprendimento, sfruttando le tecnologie abilitanti dell'Industry 4.0, la cosiddetta quarta rivoluzione industriale.

Si tratta per esempio del progetto *ARSchool innovation*, definito la "Prima Casa editrice 4.0" che applica la realtà aumentata alla didattica e la piattaforma SchoolUP per l'offerta extra curricolare

nelle scuole, che rientra tra le best practices del MIUR nel 2016, come progetto di alternanza scuola lavoro di qualità. L'aumento delle vendite online, in particolare della letteratura educativa necessaria alla home-schooling, ha compensato solo parzialmente le perdite di fatturato da covid, dovute alla cancellazione o al rinvio delle fiere del libro, elementi che hanno influito sulle nuove uscite di libri con un impatto sui ricavi degli autori e degli editori.

In molti Paesi gli editori del settore educativo in collaborazione con le scuole hanno progettato materiali didattici e hanno anche fornito accesso gratuito a materiale didattico digitale per insegnanti, bambini e genitori durante la chiusura delle scuole contribuendo ad un rafforzamento della **cooperazione con il settore dell'istruzione**. Analoghe soluzioni sono state adottate per l'istruzione universitaria, biblioteche online, prestiti online, etc...

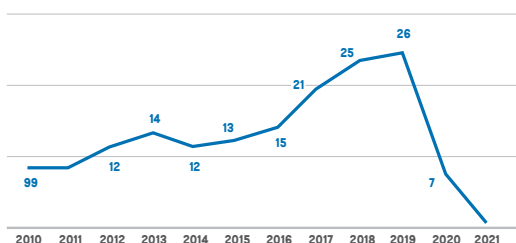
Nel corso dell'ultimo decennio l'andamento del settore editoria e quello delle imprese di comunicazione e realizzazione eventi, convegni, fiere, ha mostrato un andamento stabile, con aumento di registrazioni di nuove attività che però hanno compensato le cessazioni.

Le società di **comunicazione** in Basilicata generalmente, oltre a realizzare piani di comunicazione e campagne pubblicitarie, siti e servizi web per enti e società private, offrendo consulenza dal *content management* e *digital marketing*, al *graphic design* (servizio che in linea teorica potrebbe essere attribuito alle imprese creative), forniscono anche altro tipo di servizi. Dal questionario somministrato infatti è emerso che offrono servizi che vanno dalla realizzazione di prodotti audiovisivi, di eventi (tra cui festival, rassegne, convegni, fiere, sia online che offline), all'editoria, realizzazione di libri, consulenza per campagne di crowdfunding, produzione di documentari, allestimenti digitali per musei, compositing e animazione per il cinema.

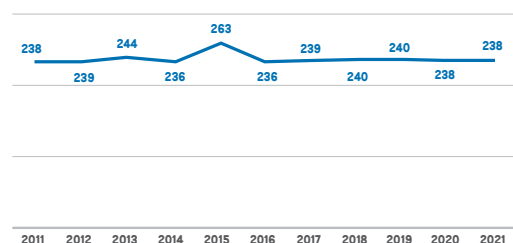
Da questa analisi risulta quindi che la comunicazione è parte integrante di qualsiasi processo produttivo e non è solo strumentale racconto finalizzato al marketing. Negli ultimi anni stiamo assistendo all'abbandono delle campagne social da parte di alcune grandi aziende e al rilancio dei blog aziendali, puntando a rivitalizzare il rapporto con i consumatori e rafforzare l'immagine di impresa. L'informazione ha un ruolo fondamentale nella creazione di brand credibili e può essere uno strumento di coesione sociale e di sviluppo territoriale, per esempio nel racconto delle operazioni del terzo settore, dove invece spesso è carente, per mancanza di mezzi, nella convinzione che chiunque può comunicare, anche in barba alle regole del mercato.

EDITORIA, STAMPA, COMUNICAZIONI, CONVEGNISTICA, EVENTI

Nuove registrazioni



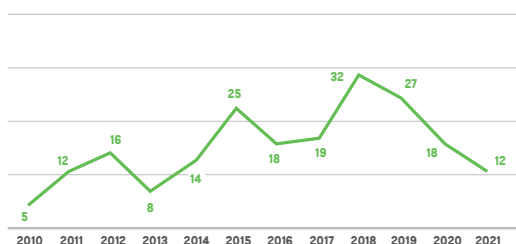
Totale attive



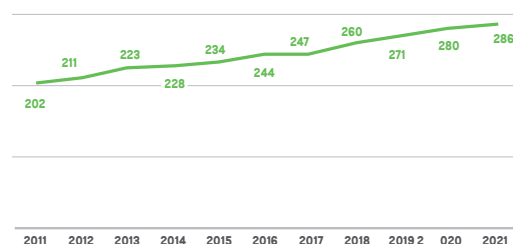
Il settore registra un andamento costante per quanto riguarda la creazione di nuove imprese con una crescita significativa nell'ultimo triennio preso in esame. Tuttavia, l'attività delle stesse risulta rimanere pressoché stabile a eccezione del picco registrato nel 2015, forse connesso al successo della candidatura di Matera 2019 a Capitale Europea della Cultura nell'ottobre del 2014. Naturalmente la difficoltà connesse all'epidemia da covid hanno portato praticamente all'azzeramento di nuove iscrizioni nel periodo 2020-2021.

VIDEOGIOCHI E SOFTWARE

Nuove registrazioni



Totale attive



Il settore dei “Videogiochi e software” registra una costante e considerevole crescita, vedendo quintuplicare il numero di operatori iscritti in dieci anni. Il brusco abbassamento che si registra nel 2013 e nel 2016 non risulta inficiare l’aumento graduale e tendenzialmente costante delle imprese attive. A favorire la crescita e la produttività di queste ultime, sicuramente la diffusione capillare di videogiochi e software su tablet e smartphone. La crisi da pandemia ha determinato anche in questo settore un calo brusco ed intenso delle iscrizioni, sebbene con una capacità di tenuta maggiore rispetto ad altri campi di attività.

Al contrario dell’editoria, l’**industria dei videogiochi**, settore che già prima della crisi era su una traiettoria di crescita di lungo termine, ha tratto vantaggio dalla pandemia poiché l’isolamento e l’allontanamento sociale hanno aumentato la domanda di intrattenimento domestico.

Il fascino dei videogiochi è quindi aumentato sia per i giocatori esperti che per i nuovi giocatori. Di questo fascino si sono accorti anche molti istituti culturali e museali, che hanno scelto di investire in videogiochi per offrire una fruizione nuova, anche in casi di impossibilità di accedere al bene (per ragioni sanitarie o di sicurezza strutturale e accessibilità).

Analogamente all’industria dei videogiochi anche **radio** e **televisione** hanno tratto beneficio dal lockdown, con un improvviso aumento di pubblico anche durante le ore diurne. Tuttavia, la pandemia ha ritardato la realizzazione del 60% dei prodotti televisivi sceneggiati in tutto il mondo previsti nel corso di quest’anno, con la possibilità di cancellare fino al 10% dei drammi e delle commedie in programma. Questo stesso problema ha colpito anche l’**industria cinematografica**, che in Basilicata ha subito anche i tagli di fondi regionali nel 2020 e i cambiamenti nel sistema di governo della Fondazione “Lucana Film Commission” (LFC).

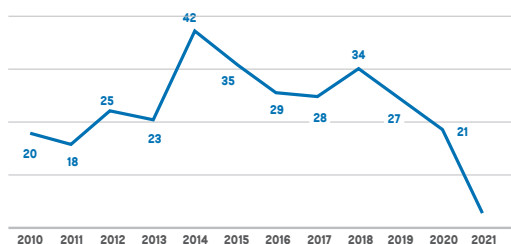
La crisi ha colpito sia il lato della produzione che quello della distribuzione. Le riprese e la produzione cinematografica si basano su una programmazione serrata, generalmente definita con mesi o addirittura anni di anticipo, e la crisi attuale ne ha sconvolto la maggior parte, con ripercussioni economiche connesse a costi fissi consistenti.

Anche la distribuzione di film è stata paralizzata dai lockdown e anche dopo la parziale riapertura delle attività economiche le precauzioni di distanziamento sociale limitano sostanzialmente la capacità di pubblico. Altre forme di distribuzione come quella online e le trasmissioni televisive sono molto meno colpite (o addirittura favorite) dalla pandemia, ma senza la prima distribuzione nelle sale cinematografiche, una componente sostanziale dell’intero modello di business viene meno e non può essere facilmente sostituita nel breve o medio termine.

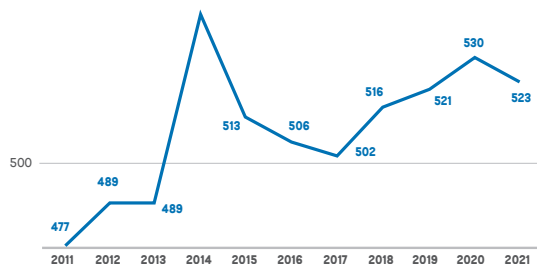
Dal 2012 in Basilicata sono stati girati 10 cortometraggi, 11 lungometraggi, 3 documentari e due serie televisive (“Imma Tataranni” e “Pietramezzana”) che hanno avuto impatti positivi sul territorio, sia in termini di visibilità che di indotto, confermando che il cinema può essere un importante strumento culturale di sviluppo, oltre che di promozione e valorizzazione territoriale.

CINEMA, TV, RADIO, FOTOGRAFIA

Nuove registrazioni



Totale attive



Il settore “Audiovisivo e della Fotografia” ha avuto un andamento di tendenziale crescita nelle nuove registrazioni con un’impennata di nuove imprese iscritte nel 2014, che coincide con il picco anche delle imprese esistenti, le quali appaiono in crescita nell’arco del decennio, sebbene con andamenti fluttuanti. Il settore è interessato in maniera severa dalla pandemia, in particolare sul settore dei servizi fotografici, circostanza che si riverbera sul calo delle nuove iscrizioni e su una flessione, sebbene lieve, del numero totale delle imprese attive.

Attori

Gli attori del settore culturale si possono schematicamente dividere in creatori e produttori di contenuti (libri, audio, video, software) e distributori (librerie, cinema, piattaforme online, tv, radio, giornali). Chiaramente ogni singolo sottosettore si serve di competenze, tecniche o artigianali, che portano alla realizzazione del prodotto da distribuire (attori per cinema, informatici per i software, musicisti, tipografi,). In alcuni casi questa rete di attori può essere sostenuta da un intermediario, come nel caso della Lucana film commission, nata nel 2012 con l’obiettivo di mediare tra produzione e ente regionale, per promuovere e sostenere la produzione di opere cinematografiche, televisive, audiovisive e pubblicitarie italiane ed estere in Basilicata. Anche per l’editoria (cartacea e digitale) potrebbe essere utile mettere in connessione i tre attori principali (editori, autori e librai) con biblioteche, istituzioni educative e comunità e magari attivare una filiera pubblico privata tra scuole, università, istituti culturali e aziende, che accompagni i ragazzi nel percorso di crescita, sviluppo e valorizzazione delle competenze oltre che per innovare insieme le proposte educative, sfruttando la potenza della didattica digitale e innovativa, per accrescere le competenze digitali e trasversali degli studenti in vista del loro ingresso nel mondo del lavoro. In questo senso è da segnalare che negli ultimi anni, l’editore, da mero fornitore, si sta trasformando in proponente proattivo di mostre e iniziative culturali, seguendo tutti gli aspetti di produzione, non solo del libro, ma delle mostre stesse, della curatela, del sistema di merchandising correlato, diventando concept provider per musei e gallerie d’arte, sviluppando un quoziente creativo inedito.

Un quadro numerico degli operatori, sulla base dei dati della Camera di commercio, riconducibili al settore è definito nella tabella nella pagina seguente.

Obiettivi

Le aziende culturali in Basilicata sono numerose; nel corso degli anni hanno contribuito a fare della regione un **habitat creativo** in cui **giovani talenti e specialisti hanno dato vita a nuovi linguaggi e sperimentato moderne tecniche per l’intrattenimento**, generando impatti positivi in termini **socio-culturali ed educativi**. Le attività di sperimentazione su tecnologie di frontiera, dall’editoria al gaming, passando per la comunicazione e il marketing rendono evidente la necessità di investire in processi di **internalizzazione**, creando **collegamenti con la rete di ricerca locale ed europea**.

2019	TOT. REGISTRATE	REGISTRATE UNDER 35	REGISTRATE FEMMINILI	REGISTRATE STRANIERE
Editoria, stampa, comunicazione	277	17	53	17
		6.13%	19.1%	6.13%
Cinema TV Radio Fotografia	591	53	170	12
		8.96%	28.76%	2.03%
Videogiochi e software	305	42	42	5
		13.7%	13.7%	1.63%
Istruzione e ricerca	592	39	134	11
		6.58%	22.6%	1.85%

Le aziende chiedono alla politica regionale di incentivare e promuovere progetti in **ricerca e sviluppo**, che possano servire anche a formare i propri addetti. Rispetto alla formazione, chiedono inoltre di poter contribuire alla coprogrammazione dei fondi pubblici dedicati, per facilitare lo sviluppo di **progetti sperimentali**.

In questa direzione sarebbe anche da favorire il **link col mondo della ricerca e accademico**, con l'obiettivo di inserire le aziende in progetti di ricerca, sviluppo e formazione. Secondo alcune aziende la spesa pubblica dovrebbe incentivare e sostenere la ricerca "a richiesta" dei "produttori culturali". Ciò servirebbe a favorire la capitalizzazione delle strutture esistenti o nascenti in ragione di un business plan a 3-5 anni.

Per le aziende la politica regionale dovrebbe inoltre **pianificare la spesa sull'innovazione tecnologica su tempi medi (es. un quinquennio)**, promuovere Open Innovation e processi **bottom-up**; aumentare l'infrastruttura digitale e promuovere la digital transformation in tutti i settori, dalla sanità alle smart cities.

Nei prossimi anni, le aziende si aspettano un maggiore equilibrio tra prodotti "tradizionali" e modalità "digitali" (a oggi sbilanciato ancora sulle modalità tradizionali), con l'aumento di servizi software sulla sanità e mobility; Video Production Virtual Reality Digital Heritage Games & Apps; prodotti di comunicazione e servizi digitali online; robot collaborativi; gaming e didattica virtuale; digitalizzazione dei processi; Intelligenza Artificiale; AI, blockchain, IoT; Dirette Streaming, Produzione Audiovisive, Video Immersivi; Piattaforme intelligenti e automazione.

Per far fronte a questa trasformazione digitale, il settore che in molti casi è supportato da incentivi pubblici, chiede nuove strategie nell'erogazione degli incentivi, credito agevolato e sussidi agli investimenti, fondi e contributi a sportello su specifiche competenze e proposta di innovazioni. Inoltre le aziende chiedono alla politica regionale di **ridurre i tempi burocratici e promuovere i servizi digitali negli uffici pubblici** per velocizzare i tempi della risposta amministrativa e garantire sempre la riconoscibilità degli interlocutori amministrativi per i singoli processi e progetti.

In linea con quanto proposto dalla commissione europea, le aziende chiedono di essere coinvolte come **stakeholders nella definizione delle politiche di sviluppo territoriali, creando tavoli condivisi con i creativi e le imprese** e di aumentare la partecipazione ai processi di policy-making europeo, investendo sulla cultura e l'identità regionale, in progetti di intercultura.

Le aziende attive nell'industria cinematografica sostengono l'adozione di una **legge CINEMA che permetta alle società locali di "competere" in maniera sana e leale**, per poter accedere a contributi allo sviluppo, alla produzione e alla formazione, strutturare il comparto cinema attraverso regole serie, chiare, trasparenti. La legge cinema, permetterebbe alle società locali, attraverso l'intermediazione della film commission di posizionarsi sul mercato cinematografico internazionale.

In ultimo, nel quadro dell'industria culturale e creativa, le aziende puntano i riflettori sulla questione dei mercati e dei pubblici di riferimento, come chiave per **sviluppare una filiera produttiva basata su regole di mercato**. Un mercato dunque regolato da norme, **business plan proiettati a**

3-5 anni per verificare consistenza degli investimenti, analisi dei riflessi sul mercato del lavoro e redditività, e dei mercati reali e potenziali. Tutto questo impone meno enfasi sulla retorica delle start-up fini a sé stesse e su quella dell'associazionismo come parte fondamentale e non accessoria della filiera. Appare infatti necessario **avviare la descrizione di una dinamica economica di lungo periodo** in cui l'apporto di risorse pubbliche sia di accompagnamento e non fondamentale allo sviluppo delle potenzialità del settore che altrimenti risulterebbero troppo dipendenti dalle fisiologiche oscillazioni delle risorse pubbliche disponibili. In questo contesto il ruolo delle micro realtà associative idealmente impegnate nella "produzione culturale", spesso finanziate da piccoli interventi pubblici sconnessi da una strategia di intervento, rischiando di drogare le regole di mercato e la competizione. Occorre quindi rivalutare **il ruolo regolatore di un pubblico "pagante"** sia rispetto a prodotti dello spettacolo che rispetto a prodotti/servizi specifici quanto innovativi.

Infine si ritiene opportuno che vadano a svilupparsi azioni funzionali ad assicurare quel livello di specializzazioni e competenze necessari a fronteggiare il quadro complesso di diritti (d'auto-re, di tutela dell'innovazione, contrattualistica, ecc) e di strumenti di gestione economico-finanziaria correlato alle forme di esercizio imprenditoriale del settore.

Conessioni

Il rapporto tra industrie culturali e il sistema educativo rafforzato dall'accelerazione dei processi di digitalizzazione potrebbe generare probabilmente importanti trasferimenti di conoscenze e tecnologie tra le due sfere e potrebbe essere particolarmente vantaggioso per investimenti mirati nella tecnologia, nella costruzione di competenze e in nuovi prodotti e servizi in cui la componente culturale ed educativa si rafforzano reciprocamente (ad esempio, nel campo dell'apprendimento permanente).

Il lockdown ha dato impulso allo sviluppo di nuove piattaforme educative digitali e all'accelerazione dell'innovazione "EdTech" e questo sarà probabilmente un cambiamento permanente che potrà rivoluzionare il settore dell'istruzione in un tempo relativamente breve. Le complementarità strategiche tra settore culturale ed educativo non solo potranno essere essenziali per lo sviluppo di nuove forme di "edutainment" digitale (per esempio nel campo del "serious gaming"), ma anche per sviluppare nuovi concetti e formati di piattaforma che integrino vari elementi di apprendimento interattivo (anche gamificato), scambio di gruppo e co-creazione di contenuti, cura digitale avanzata di contenuti educativi e culturali, ecc.

Altra dimensione dello **scambio di conoscenze è quella tra industrie culturali e università/centri di ricerca**. Tali scambi con gli istituti di istruzione terziaria riguardano non solo l'educazione alle competenze creative e alle capacità imprenditoriali, ma anche la ricerca. Ci sono diverse nuove aree di ricerca promettenti come arte/cultura e salute, o arte/cultura e coesione sociale. Le tecniche e le metodologie basate sul patrimonio archeologico, artistico, monumentale e demografico (come i modelli sperimentali di interazione umano-AI in settori come l'auto-guida automobilistica o le esplorazioni sul ruolo dei droni nella ridefinizione delle nozioni di spazio pubblico/privato, sorveglianza e sicurezza) possono aprire nuovi programmi di ricerca con importanti impatti economici e sociali.

Il rapporto tra arte-cultura e salute sta aprendo nuove prospettive anche nel settore emergente del **benessere culturale**. Questo settore è stato riconosciuto dall'Organizzazione Mondiale della Sanità ed offre l'opportunità di progettare politiche innovative in settori della sanità pubblica come l'invecchiamento attivo, il miglioramento della salute (come delineato nella Nuova Agenda Europea per la Cultura della UE), la lotta all'isolamento sociale, la prevenzione sanitaria attraverso abitudini sane e altre sperimentazioni in corso in diversi campi clinici. Questo nuovo settore richiederà anche una nuova formazione professionale per **combinare le competenze culturali con quelle infermieristiche, mediche o legate ai servizi sociali**.

Come evidenziato dall'OCSE, negli ultimi anni, l'emergere di nuove tecnologie digitali ha permesso la produzione massiccia di contenuti e la loro diffusione istantanea attraverso piattaforme aperte (esempio: Wikipedia), i distributori di nuovi media (esempio Netflix), i social network e le comunità di contenuti (esempio: YouTube). Ciò ha trasformato le modalità di produzione e di

consumo dei beni e servizi culturali e le forme di partecipazione culturale. La separazione tra produttori e pubblico viene gradualmente sostituita da un continuum indistinto di partecipazione attiva/passiva. In questo contesto, **le istituzioni culturali (per esempio i musei) si evolvono dall'offerta a un pubblico passivo verso piattaforme partecipative che consentono varie forme di coinvolgimento diretto e di co-creazione.**

Queste nuove tecnologie e tendenze possono portare a un maggiore utilizzo di contenuti culturali e creativi in una più ampia gamma di aspetti della vita quotidiana. Ciò comprende, tra l'altro, ambienti di lavoro ed educativi nonché attività ricreative e di fitness. Uno scenario probabile in un mondo 5G+ è la **"culturalizzazione" dell'economia** e della società con un uso diffuso dei contenuti da parte dei "prosumer" che producono e consumano contenuti culturali e creativi. Le aziende, le amministrazioni pubbliche e le organizzazioni no profit possono trarre vantaggio da queste tendenze per nuovi modi di interagire con i cittadini, i consumatori e il pubblico.

Inoltre le imprese ICC sono un campo primario di sviluppo e sperimentazione di tecnologie emergenti come la **realtà aumentata e arricchita, l'Internet delle cose e l'Intelligenza Artificiale**. Queste tecnologie aumenteranno significativamente la possibilità di "presenza a distanza" in ambienti immersivi e costruiranno spazi di esperienza ibridi dove agenti umani e artificiali interagiscono e co-creano nuovi contenuti. Il potenziale di mercato di questi sviluppi sarà probabilmente rilevante e ci saranno chiari vantaggi per le aziende leader nell'innovazione nel settore. Tuttavia il pieno sfruttamento di tali opportunità richiede non solo massicci investimenti in ricerca di base per la produzione dei contenuti e in infrastrutture digitali, ma anche una strategia di sostegno alla digitalizzazione avanzata delle PMI e delle microimprese.

5.4 SETTORE "PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO"

Stato dell'arte

Il patrimonio culturale italiano riveste una indiscussa e straordinaria importanza nel panorama nazionale e internazionale. La sua diffusione capillare sul territorio esercita un'enorme capacità di attrazione. Il patrimonio culturale **ha impatto su almeno quattro domini quali quello culturale, sociale, economico e ambientale**, ponendosi in tal modo come "garante" di uno sviluppo sostenibile (Cultural Heritage Counts for Europe, CHCfE, 2015). Peraltro, guardando all'ambito nazionale, il BES¹⁶ – l'indicatore di benessere equo e sostenibile, nato da un'iniziativa congiunta del CNEL e dell'ISTAT iscritta nel dibattito internazionale sul "superamento del PIL" e sulla costruzione di indicatori di benessere alternativi – attribuisce importanza al paesaggio e al patrimonio culturale come uno dei suoi dodici elementi costitutivi. È quanto mai importante, quindi, conoscere, salvaguardare e tutelare, oltre che valorizzare adeguatamente tali patrimoni per garantirne sia la posterità che un pieno godimento.

Rispetto all'offerta culturale delle PMI lucane sono da segnalare interessanti esempi positivi di privati che gestiscono siti, percorsi e musei e fanno della cultura un'occasione di crescita sociale e territoriale (si veda per esempio il lavoro di *Oltrelarte* e *MurgiaMadre* a Matera o del *Moon* a Potenza). Le nuove tecnologie (applicate da molte aziende del cluster) aiutano a mediare le conoscenze specialistiche in maniera innovativa e divertente, rendendo visibile (in realtà aumentata o mista per esempio) un sito preistorico o archeologico non più leggibile.

Le tecnologie permettono per esempio, di giocare tra realtà e immaginazione nei luoghi della cultura, dai parchi archeologici (*Incompiuta di Venosa* e *Torre di Satriano*) ai castelli (di Federico II a Lagopesole o a Miglionico), di proteggere il patrimonio (progetto chiese rupestri CNR) e di offrire visite immersive anche a distanza, in siti in cui l'accessibilità è compromessa (es. catacombe ebraiche di Venosa).

¹⁶ [www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilit%C3%A0/la-misurazione-del-benessere-\(bes\)](http://www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilit%C3%A0/la-misurazione-del-benessere-(bes))

2019	TOT. REGISTRATE	REGISTRATE UNDER 35	REGISTRATE FEMMINILI	REGISTRATE STRANIERE
Patrimonio	93	58	28	48
		5.38%	30.11%	4.30%

In Basilicata i principali servizi e prodotti offerti da 15 imprese del settore Patrimonio storico-artistico che hanno risposto al questionario sono:

- **progettazione culturale** per enti pubblici, organizzazione eventi; allestimenti di mostre, promozione di attività culturali e attività utili allo sviluppo locale del territorio (per esempio assistenza, implementazione progetti, partecipazione a bandi e finanziamenti, consulenze, attività di biblioteche e archivi); realizzazione di itinerari culturali integrati con relative strutture;
- **conservazione e restauro**;
- **supporto alle amministrazioni** per lo sviluppo e la rendicontazione di progetti, per la gestione degli eventi e per i servizi di consulenza nel settore del business e della comunicazione;
- **supporto alle amministrazioni** per lo sviluppo e la rendicontazione di progetti, per la gestione degli
- **digitalizzazione di archivi storici**, fondi fotografici e documentali;
- **interventi didattici** a scuola, didattica museale, didattica dell'archeologia, percorsi creativi di sostegno all'educazione rivolti a fasce sociali svantaggiate e a insegnanti di ogni ordine scolastico e operatori sociali e culturali, archeologia sperimentale;
- **realizzazione di contenuti e prodotti audiovisivi**, animazioni grafiche, applicazioni software e audio production, ricostruzioni virtuali; produzioni audiovisive e multimediali con virtual tour e video 3d, fotografia museale e in Gigapixel; fornitura di strumenti video e di proiezioni 3d in esterno; fornitura di centri museali, centri multimediali,
- **custodia, gestione e salvaguardia** del patrimonio storico e artistico insieme alla sua sanificazione;
- promozione e vendita opere d'arte;
- soluzioni tecniche applicate nel campo dell'archeologia.

Interrogate attraverso questionario le aziende del settore per il 2027 puntano a una maggiore crescita e a un miglioramento delle competenze attraverso la formazione; nuove possibilità e sviluppi in un contesto creativo in cui talenti ed appassionati possano dar forma a nuovi linguaggi sperimentando moderne tecniche per l'intrattenimento e la didattica museale mediante tecnologie e attrezzature di ultima generazione. Inoltre sperano che le politiche regionali possano favorire la partecipazione della comunità alle attività culturali, riconoscendo l'importanza della cultura e dell'educazione per tutte le categorie della società.

Nello specifico, chiedono al Cluster un sostegno nella creazione di una rete condivisa finalizzata alla formazione, alla ricerca e allo sviluppo di attività. Inoltre mirano alla costruzione di forme di governance condivise, capaci mettere in relazione il patrimonio pubblico, tanto diffuso quanto quasi sempre sotto o addirittura inutilizzato, con la creatività tipica del mondo dell'impresa culturale, al fine di sperimentare e definire modelli di sviluppo locale, capaci, oltre che di generare economia e posti di lavoro, di incidere direttamente sulle dinamiche sociali e culturali delle comunità interessate attraverso l'attuazione di processi partecipativi.

Un ruolo di interesse nel settore è svolto anche da operatori pubblici, in particolare nel campo della **ricerca nel settore Patrimonio**, dove si segnala l'azione dell'istituto ISCP del CNR, con sede a Tito Scalco. L'ISPC è attivo nella ricerca di base sul Patrimonio regionale, con progetti in convenzione con Poli museali, Biblioteche e Archivi di Stato e collabora con PMI lucane nel campo della ricerca e valorizzazione del patrimonio archeologico e della sensoristica, nello sviluppo di progetti pilota per:

- il monitoraggio microclimatico low cost (Progetto PRO_CULT, finanziato da FESR Basilicata 2007-13 con applicazione nella cripta della Chiesa di S. Francesco ad Irsina, in Sileo et al. 2016);
- lo sviluppo di una piattaforma multiscala e multi sensore indoor e outdoor per il monitoraggio di dipinti murali in ambienti ipogei (applicazione nella cripta del Peccato Originale, progetto Smart Cities Basilicata, insieme con la Digimat srl, in Sileo et al 2020);
- un sistema di tracciabilità dei beni artistici mobili in collaborazione con la società MensTecnica, basato su tecnologie e servizi di geolocalizzazione che l'ausilio di sensori e l'utilizzo di infrastrutture di rete, per tracciare la movimentazione di ogni opera d'arte, www.progettochoralab.info/i-luoghi-della-rsi da poter seguire eventuali spostamenti o sottrazioni illecite (Masini et al. 2016);
- sviluppo di applicazioni per dispositivi mobili orientati alla Smart Participation per la conservazione e gestione del patrimonio, con la componente di sviluppo tecnologico della Publisys S.p.A. Attraverso l'app gli utenti/cittadini possono segnalare situazioni di criticità che interessano il patrimonio monumentale, informando così le istituzioni preposte (soprintendenze, enti locali territoriali, etc.) che, in tal modo, potranno mettere in atto le azioni necessarie per contrastare il fenomeno di degrado riscontrato. Inoltre gli utenti possono anche valutare lo stato d'uso e di gestione del patrimonio storico-architettonico o dei siti archeologici;¹⁷
- inoltre l'istituto collabora con la Scuola di Specializzazione in Archeologia con cui ha portato avanti progetti di ricerca archeologica e di valorizzazione con applicazioni di realtà virtuale, con applicazione per la Mostra virtuale del Progetto CHORA - Laboratori di Archeologia in Basilicata, insieme con Effenove Srls e Jetbit Srls.

Attori

Il sistema pubblico

Il progressivo ampliamento del campo dei beni da tutelare, che include beni materiali e immateriali (tra cui saperi, tradizioni, racconti, canti popolari) rende evidente la necessità di un ampliamento anche dei soggetti preposti alla **conoscenza, la conservazione e restauro, la tutela e la valorizzazione, la gestione di questo immenso patrimonio**. Lungo tutte queste differenti linee di intervento, strettamente interconnesse seppur distinte nelle azioni e negli attori, si sviluppano poi le attività di ricerca sui beni culturali e paesaggistici, di tipo materiale e immateriale, in Italia così come in Europa.

La vastità dell'ambito "Patrimonio culturale e paesaggistico", impone quindi una classificazione che chiaramente è semplificativa e non entra nel merito della differenza tra beni (cartacei, archeologici, paesaggistici...) nè dei differenti uffici periferici del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo (MIC), preposti alle differenti attività.¹⁸

¹⁷ smartcities.publisys.it/saveher/, mentre per gli aspetti scientifici si rimanda al lavoro di Gizzi et al., 2018

¹⁸ Il Ministero si articola in 12 uffici dirigenziali di livello generale centrali (tra cui Archeologia, Belle arti e Paesaggio; Musei; turismo; creatività contemporanea) e 14 uffici dirigenziali di livello generale periferici, coordinati da un Segretario Generale (Art. 4 DPCM 2/12/2019 n.169). Sono organi periferici del Ministero in Basilicata: il Segretariato regionali del Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo; le Soprintendenze Archeologia, belle arti e paesaggio; le Direzioni regionali Musei, gli 8 Musei nazionali di cui quello di Matera è autonomo (dal 2019), le aree e i parchi archeologici e gli altri luoghi della cultura; le Soprintendenze archivistiche e bibliografiche; gli Archivi di Stato di Potenza e Matera; la Biblioteca Nazionale di Potenza.

Un quadro delle attività e degli attori coinvolti è sintetizzato nella seguente tabella:

Tabella 5.4.2. - macro suddivisione degli attori del settore Patrimonio per attività

ATTIVITÀ LEGATE AL PATRIMONIO	ATTORI
Conoscenza	Università, CNR, Uffici MIC
Conservazione, monitoraggio e restauro	Soprintendenze, Università, CNR (per la parte scientifica), restauratori, conservatori e tecnici del restauro, Piccole cooperative e liberi professionisti
Tutela	Soprintendenza, regione (ufficio urbanistica, ufficio di compatibilità ambientale) per il rispetto delle prescrizioni del codice dei beni culturali e gli aspetti correlati al codice per l'ambiente.
Valorizzazione	Regioni (valorizzazione paesaggio), Musei e Poli Museali, operatori privati, attori della Ricerca, Associazioni, Fondazioni. Parchi nazionali e province in quanto organismi gestori di aree di interesse naturalistico e responsabili del rispetto delle norme previste nei piani di gestione e/o misure di conservazione
Gestione	Enti pubblici (statali, comunali, provinciali), Privati, Associazioni, fondazioni, Musei autogestiti

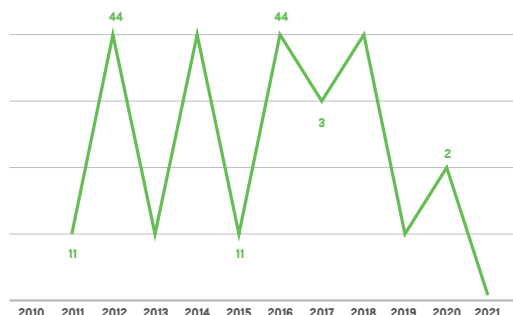
Le imprese

Per quanto riguarda il settore privato attivo in questo settore e che offre servizi connessi alle diverse fasi sopra descritte, si tratta di piccole cooperative di restauro dei beni artistici e storici, ma anche di aziende specializzate nella gestione di dati territoriali, dei sistemi di monitoraggio ambientale indoor e outdoor, dei Portali WEB, dei CRM per PMI e delle soluzioni personalizzate per amministrazioni pubbliche e private, di società di produzione cinematografica e di visual effect 3D e di società di professionisti che offrono servizi specifici (es. visite guidate nei luoghi di valore storico/naturalistico). Sono operatori che, in larga parte, appaiono strettamente vincolati alle politiche pubbliche di tutela e valorizzazione dei beni.

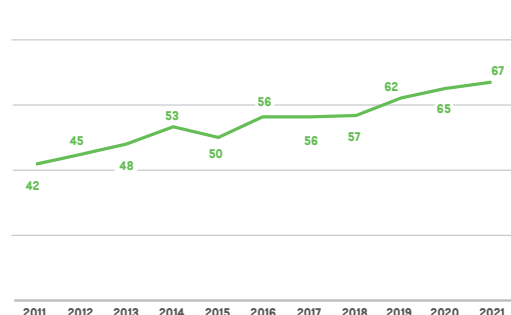
Tali operatori oggi devono adeguarsi alle trasformazioni del settore: la tutela, da sempre fiore all'occhiello delle nostre politiche culturali, è oggi al centro di un profondo ripensamento, com-

PATRIMONIO

Nuove registrazioni



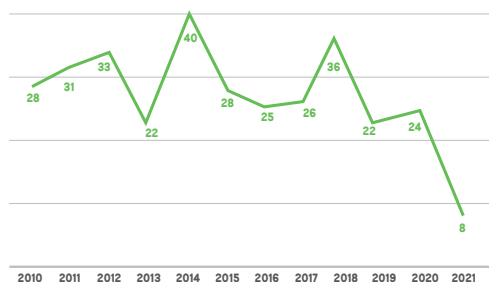
Totale attive



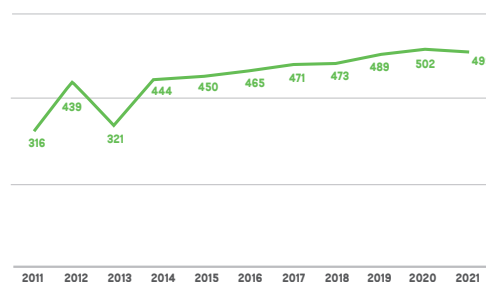
Il settore del Patrimonio storico-artistico registra un andamento variegato in termini di nuove iscrizioni per tutto il decennio considerato, con livelli che tendono a crollare nell'ultimo biennio. I soggetti attivi si mantengono stabili nel corso degli anni con oscillazioni più significative nel 2014 e nel 2019 e una crescita, seppur moderata, anche nelle annualità 2020 e 2021.

ATTIVITÀ DI SERVIZI PER EDIFICI E PAESAGGI

Nuove registrazioni



Totale attive



Il settore delle attività di servizi per edifici e paesaggi registra un'oscillazione continua verso il basso, chiudendo il decennio con una leggera riduzione rispetto al primo anno considerato in termini di nuove iscrizioni, salvo poi precipitare nel 2021, presumibilmente per effetto della crisi da covid19. Al contrario, le imprese attive, dopo una prima fase di incertezza, mostrano un graduale ma costante incremento delle attività, solo con limitata flessione con riferimento all'annualità in corso.

plici la rinnovata concezione di patrimonio culturale e il riconoscimento indiscusso di un ruolo attivo ai cittadini e alle comunità.

Nell'ampio dibattito sul "fare tutela" oggi è necessaria una ricognizione di procedure ed esperienze concrete. Non è obiettivo di questo studio fare una analisi accurata sui modelli di gestione e tutela del nostro patrimonio, neppure sui contrasti legislativi sul tema tra **articolo 9 della Costituzione, Titolo V e Codice dei Beni culturali e paesaggistici**, ma è importante sottolineare la grande difficoltà in cui si trovano a lavorare gli istituti ministeriali, con carenza di personale e l'opposto bisogno di governance partecipativa che promuova il valore sociale e di sviluppo dei beni artistici e culturali, a cui vorremmo mirare. In questo contesto gli operatori privati interagiscono, subendo le trasformazioni e talvolta supplendo alle debolezze del sistema pubblico, in attesa che possano consolidarsi metodi di conservazione e governance partecipativa alla modellazione economica e alla sostenibilità per i siti del patrimonio culturale.

Il terzo settore

Accanto agli operatori societari il settore patrimonio in Basilicata è inoltre interessato, come rilevato nel precedente capitolo 2, da una cospicua presenza di organizzazioni del terzo settore. Un'indagine del CSV (Centro di servizio per il Volontariato) della Basilicata, avviata nel 2018, ha evidenziato la diffusa collaborazione (73 luoghi su 151 che hanno risposto questionario a fronte dei 472 individuati) tra luoghi della cultura e associazioni o volontari (principalmente in siti ecclesiastici e massima nei comuni piccolissimi) per le attività di visita guidate e infopoint, ma anche per apertura e sorveglianza dei siti.

Dal versante dell'indagine relativo agli enti del terzo settore è emerso che, su 181 enti partecipanti, le associazioni/organizzazioni attive nel settore della cultura sono 143, il 79% del campione, di cui 102 (il 56,4%) svolgono in modo prevalente la loro attività nel settore della cultura e 41 enti, pur non collocandosi nel settore della cultura, svolgono attività attinenti. Solo il 13,8% degli enti che hanno risposto all'indagine ha sede in comuni con meno di 3.000 abitanti, contro il 45,3% attivo nei due capoluoghi e il 27,6% nei comuni tra i 3.000 e i 10.000 abitanti. A differenza dei luoghi della cultura, la distribuzione degli enti del terzo settore nel territorio si concentra nelle realtà urbane maggiori e in quelle intermedie, lasciando così "scoperti" proprio quei territori che avrebbero maggiore bisogno di cittadinanza attiva.

La stragrande maggioranza degli enti (77,6%) è impegnata in azioni di valorizzazione e promozione del patrimonio culturale (usi, costumi, tradizioni, dialetti); ma anche organizzazione di corsi tematici e, a distanza, l'organizzazione di esposizioni e/o mostre. Percentuali inferiori, ma sempre consistenti, raccolgono le visite guidate e la realizzazione di spettacoli di vario genere. Molto meno diffusa è la collaborazione nelle attività di gestione di biblioteche, centri di documentazione e archivi (17,5%) o nella gestione/sorveglianza di musei, monumenti, siti archeologici o paesaggistici (24,5%).

È fortemente presente l'innovazione sociale che attiene all'apertura della cultura verso la cittadinanza, nella forma di progetti didattici verso i vari target (53,0% degli enti impegnati in questo tipo di progettualità) e in quella dell'allargamento della partecipazione (57,5%). Meno diffusi, ma con buone prospettive, i progetti di dialogo interculturale (26%) e per l'accessibilità (22,7%), come pure quelli che richiedono l'uso delle nuove tecnologie (20,4%).

Da entrambe le parti però è emerso un deficit di orientamento all'innovazione: l'orizzonte è limitato prevalentemente alle attività tradizionali, basiche e necessarie per il funzionamento dei luoghi ma non sufficienti per far decollare il sistema cultura integrato dall'apporto del volontariato; inoltre le realtà del terzo settore esprimono la necessità di maggiore integrazione con il sistema della cultura, sia attraverso la revisione delle modalità della collaborazione, sia attraverso il miglioramento delle condizioni di contesto, quali la disponibilità delle risorse economiche e il sostegno da parte delle istituzioni.

Obiettivi

Il patrimonio culturale è una risorsa che può avere un ruolo rilevante per lo sviluppo sostenibile del territorio, può produrre progresso socio-economico e opportunità di lavoro, a condizione che il modello di organizzazione e governo del patrimonio si renda più efficiente e gli investimenti nella ricerca e nella valorizzazione siano mirati e capaci di aggregare le diverse identità, conoscenze e potenzialità del territorio. A tal fine gli obiettivi da conseguire sono diversificati e declinabili per aree di intervento:

Sistema delle competenze

Appare necessario **valorizzare le competenze dei professionisti del patrimonio**, ricercatori che dedicano studi e ricerche approfondite al patrimonio culturale, archeologico, storico, antropologico del territorio. Questi professionisti sono spesso giovani che hanno scelto di tornare in Basilicata, con alle spalle esperienze di studio e di lavoro di qualità in Italia e all'estero, con lavori di tesi sperimentali dedicati alle opere e al patrimonio della regione, che troppo spesso si perdono nelle biblioteche comunali (ed in tal senso era valido lo strumento regionale dalla pubblicazione delle migliori tesi, ormai da qualche anno non più attivo).

Questo implica che nelle domande di servizi debbano essere maggiormente valorizzate le figure professionali che sempre più rispecchiano le esigenze di specializzazione nei vari settori e comparti del patrimonio culturale e ambientale. Professionalità, conoscenza, preparazione e specializzazione delle figure professionali sono alla base di un buon funzionamento delle attività e della crescita dell'occupazione anche a livello locale e regionale.

L'azione formativa territoriale dovrebbe essere improntata a rendere disponibili quei profili maggiormente coerenti con le esigenze del territorio. In tale direzione è stata rivista negli ultimi anni l'offerta formativa in ambito umanistico dell'Università degli Studi della Basilicata, incardinata su due Dipartimenti, il DiCEM a Matera e il DiSU a Potenza, con corsi di studio nei tre livelli della formazione, triennale, magistrale, ciclo unico, Dottorato e Scuola di Specializzazione in Beni Archeologici, anche a respiro internazionale, che mira alla creazione di figure specializzate sui temi dei patrimoni culturali tangibili e intangibili.

Appare inoltre opportuno provare a valorizzare presenze qualificate quali l'**Istituto Superiore per la Conservazione e il Restauro dei Beni Culturali del MIC**, operativo a Matera da qualche anno, favorendo maggiormente l'integrazione con il sistema territoriale.

Procedure amministrative

Le aziende richiedono all'amministrazione regionale una maggiore attività di confronto e partecipazione alla definizione delle strategie di settore. Appare opportuno definire modelli funzionali all'**affidamento di gestione di beni e siti di valenza artistica/culturali**, velocizzare i tempi della risposta amministrativa e garantire la riconoscibilità degli interlocutori amministrativi pertinenti per i singoli processi e progetti.

Ricerca

Risulta necessario **incentivare la ricerca sul patrimonio** con lo scopo di estendere le conoscenze e le soluzioni pratiche per gli esperti di patrimoni culturali, oltre a migliorare la comprensione e il sostegno ai decisori politici, agli amministratori e ai cittadini. Oltre alla ricerca di base, è necessario individuare le **problematiche tecnico-scientifiche del monitoraggio indoor e outdoor del patrimonio culturale** per la prevenzione, conservazione e la tutela dei beni dai fattori di origine naturale (es. umidità) e antropica (inquinamento, furti) con sensoristica low cost, wireless e architetture per il monitoraggio multiparametrico di supporto alla diagnosi dello stato di conservazione di opere d'arte, strutture architettoniche e beni culturali cartacei.

A questo si aggiungano le potenzialità da esplorare e sviluppare dell'integrazione e combinazione della realtà virtuale con la "digital twin" e il "BIM" di supporto all'analisi dello stato di conservazione di manufatti architettonici ed artistici, la gestione delle diverse fasi di restauro e conservazione programmata. Tale approccio consente processi che supportano la gestione dei dati, il coordinamento e la simulazione durante l'intero ciclo di vita di un restauro (dalla diagnostica al progetto, dall'intervento alla gestione e manutenzione) a partire dalla creazione di modelli 3D intelligenti.

Sviluppo industriale

Una ricerca attiva nel settore ha anche lo scopo di delineare **diretrici di sviluppo industriale** a patto che la collaborazione diventi continuativa e le PMI lucane possano specializzarsi nel campo della sensoristica e di altri dispositivi tecnologici per la conservazione e il monitoraggio dei Beni Culturali con la creazione di una filiera. In questo quadro azioni che possano supportare il trasferimento di competenze tra ricerca e applicazione in azienda (es. dottorati industriali, intermediazione di agenzie, ecc) potranno essere di valido supporto.

Fruizione

Un'altra importante direttrice di sviluppo è relativa alla fruizione. È necessario infatti **creare nuove modalità di visita di luoghi di interesse storico e archeologico**, contesti urbani di pregio e musei attraverso sistemi di fruizione basati su tecnologie di riconoscimento e localizzazione visuale, ricerca per immagini e visualizzazioni in realtà aumentata. Si tratta di utilizzare l'Intelligenza artificiale per la ricerca, l'analisi, e il riconoscimento visuale in database di immagini di grandi dimensioni, tramite sistemi informativi, dispositivi mobili e motori di ricerca multimediali.

Big data

La gestione del patrimonio dovrà mirare sempre più all'**utilizzo intelligente dei Big Data**. Si pensi alle grandi opportunità offerte dalla Digital Library nel creare strumenti per la raccolta, la gestione, la conservazione, la fruizione di oggetti digitali che costituiscono il patrimonio culturale di musei, biblioteche, collezioni, archivi. In pratica tutte le funzioni della digital curation, dalla preservazione dell'oggetto digitale alla tutela del patrimonio informativo per le future generazioni, sono svolte dalla Digital Library. Oppure si pensi anche all'utilizzo di Big Data, machine learning and deep learning per l'estrazione automatica di proxy indicator al fine di individuare aree di potenziale interesse archeologico.¹⁹

¹⁹ In proposito: Lasaponara & Masini 2019.

Connessioni

Con la recente scissione del Turismo dal Ministero della Cultura, è necessario **potenziare la strettissima connessione tra cultura e turismo**. Le forti potenzialità fornite dal patrimonio storico-artistico e culturale sono infatti strumento necessario per potenziare il mercato turistico locale e globale, che già negli ultimi anni ha registrato una crescita di presenze, senza tener conto del devastante periodo in corso, che però ci ha portato ad apprezzare di più le aree di vicinato, spesso date per scontate (non a caso è cresciuto il numero di presenze anche in aree che avevano meno trazione negli anni passati quali il Sirino o il Pollino).

Appare opportuno lavorare sulle politiche di settore per sostenere la creazione di itinerari turistici integrati e creare un'offerta turistica diversificata, ma omogenea per capacità di offerta, evitando la concentrazione solo su alcuni poli attrattivi (negli anni più recenti le strategie dei Ptot e dei grandi attrattori sono state contaminate da esigenze redistributive tese a moltiplicare i punti baricentrici di attrazione, talvolta disperdendo risorse su poli con minor potenziale di movimentazione dei flussi, generando il frazionamento multipolare dello sviluppo turistico, non sostenuto dal contesto per l'assenza di reti).

La scarsa conoscenza del territorio costituisce un forte limite e una barriera allo sviluppo di un turismo che dal "locale" deve ora emergere come *ubi consistam* di un processo di crescita. Per **dare sostegno alla filiera turistica regionale la direttrice di sviluppo da conseguire potrebbe individuarsi nella gestione multimediale del programma culturale e turistico**. Un progetto mirato alla creazione di un 'prodotto culturale lucano' che individui nella 'geografia' il tematismo sulla base del quale sviluppare la gestione del sistema culturale di sviluppo territoriale, sia attraverso la valorizzazione dei beni culturali, sia attraverso l'applicazione di nuovi mezzi tecnologici e multimediali. La presenza di un elemento identitario forte, come quello storico e culturale, nonché geografico, e la presenza eterogenea di un turismo in crescita, non prescindono dall'**utilizzo di nuove tecnologie multimediali e digitali**, il cui ambito di applicazione si è notevolmente ampliato anche ai Beni Culturali.

Le istituzioni hanno l'importante compito di **guidare i privati (profit e no profit) nell'accesso al mercato della valorizzazione e del turismo**. L'industria del turismo è pubblico-privata: il pubblico dovrebbe creare le regole e gli standard per favorire l'accesso al mercato, e lasciare la promo-commercializzazione ai privati. La buona gestione di una destinazione turistica dipende dalla collaborazione tra amministrazione pubblica e destination manager, con ruoli **differenti e chiari**, senza dimenticare il coinvolgimento delle comunità, nella convinzione che per creare una destinazione turistica felice, bisogna che prima sia un posto felice per i residenti.

In questa logica appare chiaro il ruolo del cluster nella organizzazione dei ruoli tra pubblico e privato. Per arrivare a questo obiettivo è di primaria importanza creare convenzioni con le istituzioni preposte alla conoscenza e alla tutela del Patrimonio, per immaginare una collaborazione strutturata a fattiva tra mondo della ricerca e delle PMI per favorire processi virtuosi di tutela attiva, facilitando l'affidamento di gestione di beni e siti di valenza artistica/culturali. Il coinvolgimento delle comunità scientifica e imprenditoriale nella buona gestione del patrimonio è l'obiettivo a cui bisogna ambire.

Il mondo della ricerca ha prodotto negli anni numerosi database archiviati con informazioni sul patrimonio regionale (paesaggistico, archeologico, rurale, architettonico, linguistico...), che messo a servizio delle istituzioni e delle aziende potrebbe rappresentare il punto di partenza per strutturare forme moderne di collaborazione, tutela attiva e governance partecipativa. Questi database sono spesso ricchi di informazioni su stato di conservazione, fotografie, ricostruzioni 3d che potrebbero diventare strumento importante per l'aggiornamento dei db ministeriali e strumenti per prevenire l'incalzare del degrado.

Le aziende attive nel settore chiedono al cluster sostegno nella creazione di una rete tra le micro realtà imprenditoriali, per generare contatti, idee formazione e sviluppo in maniera collaborativa.

Inoltre il Cluster col sostegno imprenditoriale e il know-how delle aziende già attive nel territorio, può **sperimentare nuovi modelli di gestione partecipata e valorizzazione dei patrimoni**

materiali e immateriali. Servono nuove alleanze e nuove forme di collaborazione che includano anche i cittadini e i giovani che hanno scelto di investire in Basilicata, per incentivare un turismo diffuso e supportare la prototipazione di nuovi prodotti/servizi per generare economia e lavoro anche nelle aree interne della regione.

5.5 SETTORE "PERFORMIG ARTS"

Stato dell'arte

Il settore delle arti performative è relativamente diffuso sul territorio in termini numerici ed è quasi sicuramente quello maggiormente colpito dall'emergenza sanitaria, che ha bloccato per diversi mesi la quasi totalità delle manifestazioni. Le attività poste in essere sono molto diversificate ed afferiscono all'area sia soggetti impegnati direttamente nella produzione di contenuti artistici e/o costitutivi degli spettacoli che soggetti attivi nel sistema dei servizi funzionali all'esecuzione degli eventi (service, biglietteria, ecc).

Tra le indicazioni sui servizi svolti dagli operatori che hanno risposto al questionario non a caso troviamo la seguente elencazione (che evidentemente non esaurisce il quadro delle tipologie possibili):

- attività di progettazione, consulenza, promozione e coordinamento per l'organizzazione di eventi, convegni, fiere, manifestazioni;
- soluzioni audiovisive e servizi creativi per il mondo della comunicazione e delle imprese culturali;
- produzione di spettacoli dal vivo;
- progettazione e realizzazione eventi (festival, rassegne ecc.);
- progettazione di interventi rivolti a persone disagiate o con disabilità attraverso gli strumenti artistici
- promozione e vendita opere d'arte

In merito al dimensionamento delle attività condotte sul territorio si è fatto ricorso ai dati dell'annuario SIAE 2019 i quali, sebbene non esaustivi di tutte le attività condotte e di tutte le sfere di dominio pertinenti all'area performing arts, comunque forniscono una fotografia attendibile di quanto realizzato. Tali dati sono riportati nelle tabelle seguenti, ciascuna riferita a una specifica tipologia di spettacolo, con un raffronto tra la Basilicata, il sud nel suo complesso (isole escluse) e il Paese nel suo insieme.

TEATRO	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	340	37.816	180	315.011,50	111,75	926,50
SUD	12.838	2.073.158	45.721	32.837.552,59	165,05	2.557,84
ITALIA	85.944	14.717.309	264.899	236.604.458,13	174,33	2.753,01

LIRICA	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	6	903	-	8.966,00	150,50	1.494,33
SUD	448	283.092	6.681	9.346.655,47	646,81	20.863,07
ITALIA	3.667	2.476.748	6.993	122.936.589,21	677,32	33.525,11

RIVISTA E COMMEDIA MUSICALE	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	1	138	-	656,00	138,00	656,00
SUD	551	250.319	1.525	5.753.554,42	457,07	10.442,02
ITALIA	3.041	1.816.357	2.637	56.587.677,69	598,16	18.608,25

BALLETTO	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	68	5.109	33	31.306,00	75,62	460,38
SUD	1.062	201.374	11.465	2.976.310,11	200,41	2.802,55
ITALIA	8.984	2.209.272	38.037	37.222.188,29	250,15	4.143,16

BURATTINI E MARIONETTE	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	13	620	-	3.910,00	47,69	300,77
SUD	444	36.816	17	173.447,50	82,96	390,65
ITALIA	2.638	192.129	11.227	1.014.477,60	77,09	384,56

ARTE VARIA	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	42	1.229	190	182.893,00	33,79	4.354,60
SUD	469	180.721	40.590	1.467.103,62	471,88	3.128,15
ITALIA	13.283	1.267.133	848.648	34.584.645,65	159,28	2.603,68

CIRCO	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	227	8.463	-	61.432,00	37,28	270,63
SUD	5.041	191.006	887	1.313.803,82	38,07	261,22
ITALIA	14.644	649.434	8.197	6.492.873,51	44,91	443,38

CONCERTI CLASSICI	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	127	18.148	-	139.599,44	142,90	1.099,21
SUD	2.471	409.331	6.194	4.534.009,91	168,16	1.834,89
ITALIA	16.902	3.265.358	40.821	54.861.072,43	195,61	3.245,83

CONCERTI DI MUSICA LEGGERA	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	81	42.781	600	1.771.486,89	535,57	21.870,21
SUD	2.339	1.301.312	153.844	44.797.170,15	622,13	19.152,27
ITALIA	18.223	11.440.256	1.243.977	468.655.402,6951	696,1606	25.717,80

CONCERTI JAZZ	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	51	2.827	70	23.863,44	56,80	467,91
SUD	726	87.169	14.457	1.232.918,9123	139,1698	1.698,23
ITALIA	4.902719	615.076	74.766	12.117.694,13	146,18	2.567,85

BALLO	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	1.159	27.690	73.286	15.327.975,01	65,19	9.895,40
SUD	37.673	1.956.692	2.451.794	138.610.262,26	117,02	3.679,30
ITALIA	292.170	23.348.964	17.750.005	723.417.764,39	140,67	2.476,02

CONCERTINI	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	2.187	491	108.329	1.427.837,44	44,76	652,87
SUD	51.924	43.930	3.169.437	46.274.604,72	61,89	891,20
ITALIA	367.128	446.162	23.480.915	336.573.575,82	65,17	916,77

FIERE	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	32	16.768	-	786.061,33	524,00	24.564,42
SUD	569	694.784	34.383	6.339.104,82	1.281,49	11.140,78
ITALIA	4.149	10.925.740	64.450	225.082.035,46	2.648,88	54.249,71

MOSTRE	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	508	92.308	-	844.626,40	181,71	1.662,65
SUD	6.388	828.956	34.198	6.838.914,36	135,12	1.070,59
ITALIA	73.529	15.433.383	171.790	156.184.690,58	212,23	2.124,12

MANIFESTAZIONI ALL'APERTO	NUMERO SPETTACOLI	INGRESSI	PRESENZE	VOLUME D'AFFARI	FRUIZIONE MEDIA	VOLUME D'AFFARI MEDIO
BASILICATA	125	4.184	27.659	209.318,75	254,74	1.674,55
SUD	2.721	107.964	994.172	7.568.557,94	405,05	2.781,54
ITALIA	52.898	1.868.548	14.381.218	189.089.684,02	315,70	3.574,61

In quasi tutti i campi di attività si evidenzia un netto scarto sia in termini di fruizione media che di volume d'affari medio per singolo spettacolo, tanto rispetto al Sud che rispetto al dato nazionale (con eccezione degli spettacoli di "Arte varia" e per il "Ballo" casi in cui il dato lucano è più performante. Probabilmente sui numeri più bassi rispetto al resto del Paese una componente significativa è data anche dal dimensionamento delle infrastrutture di servizio (teatri, arene, ecc) e dalla dimensione demografica dei singoli aggregati urbani.

Rispetto alle tendenze dei singoli settori aggregati, sempre partendo dai dati dell'annuario SIAE (annualità 2018 e 2019), è possibile tracciare l'evoluzione delle attività nel triennio, sia per numerosità degli spettacoli che per la dimensione del volume d'affari, i cui dati sono riportati nelle tabelle seguenti:

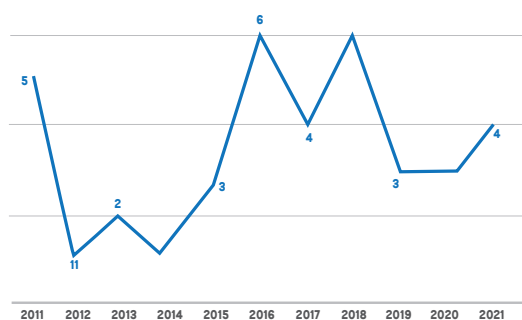
NUMERO SPETTACOLI				
	2017	2018	2019	Var. 2017/2019
Attività teatrale	881	758	697	-20,9%
Attività concertistica	182	219	259	42,3%
Attività di ballo e concertini	3743	3809	3736	-0,2%
Attrazioni dello spettacolo viaggiante	225	237	375	66,7%
Mostre ed esposizioni	111	143	540	386,5%

VOLUME D'AFFARI				
	2017	2018	2019	Var. 2017/2019
Attività teatrale	1.208.791,85	730.388,49	484.006,64	-60,0%
Attività concertistica	390.941,46	418.820,96	1.934.949,83	394,9%
Attività di ballo e concertini	15.110.078,04	14.844.009,09	16.755.812,45	10,9%
Attrazioni dello spettacolo viaggiante	994.958,00	797.009,61	918.135,93	-7,7%
Mostre ed esposizioni	197.720,73	276.098,70	1.630.687,70	724,7%

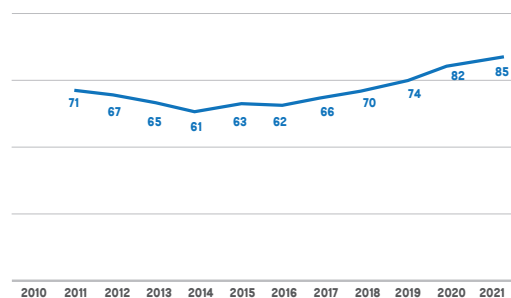
Si denota un decremento significativo dell'attività teatrale, soprattutto per ricavi finanziari, una tenuta dell'attività di "ballo e concertini" (che tiene in sé le attività di intrattenimento pubblico e private, incluse le cerimonie) ed un aumento assai rilevante di concerti e delle mostre. Questo dato è presumibilmente connesso all'esperienza di Matera 2019 che ha sviluppato una spinta formidabile per il settore.

ARTI PERFORMATIVE

Nuove registrazioni



Totale attive



Il settore delle Arti performative vede un sostanziale equilibrio tra le nuove imprese registrate e quelle propriamente attive. Dopo una relativa stabilità nei primi quattro anni, l'andamento complessivo dal 2014 in poi registra un cambio di tendenza con una crescita continua fino al 2019 trainata attendibilmente dal percorso di Matera Capitale Europea della Cultura. Bisogna sottolineare che questo settore include le aziende che hanno supportato le rappresentazioni artistiche nelle esibizioni online, per questo motivo non si registra il calo di attività che invece ha colpito i singoli artisti a causa della pandemia.

Attori

Il settore appare rappresentato in forme giuridiche diverse, con una preponderanza delle associazioni rispetto a forme giuridiche societarie. Oltre alla analisi quantitativa condotta sulle risultanze dei dati della Camera di commercio per avere una dimensione complessiva dei soggetti attivi è utile verificare la consistenza degli iscritti all'Albo regionale dello spettacolo anno 2020 (redatto ai sensi dell'art. 11 della l.r. n. 37 del 12.12.2014) che riporta quanto segue:

Sezione degli operatori dello spettacolo dal vivo riconosciuti dal MIC	n. 22
Sezione degli operatori dello spettacolo dal vivo non riconosciuti	n. 95

La quasi totalità degli iscritti dichiara una sede di attività nei comuni capoluogo o negli altri centri principali, a riprova che le attività di spettacolo hanno la necessità di aggregati urbani per svilupparsi.

Come si evince il dato degli operatori dell'albo è superiore a quello degli assegnati al settore nella ricerca sulla base dei dati della Camera di Commercio, circostanza indicativa sia della variabilità delle tipologie di operatori che della difficoltà nella categorizzazione di tali operatori.

In ogni caso, nonostante i numeri complessivi degli operatori siano contenuti non mancano le espressioni di elevata qualità nell'esercizio delle attività nonché una capacità di esercitare azioni ampie e strutturate di animazione territoriale, come attestato nell'attuazione del piano di Matera 2019, che ha assicurato un diffuso coinvolgimento degli operatori. Tuttavia una dimensione caratterizzante il settore appare essere la scarsa stabilità dei rapporti di lavoro e la continuità dei rapporti di servizio. Non a caso una ricerca nazionale condotta dalla CGIL ("Vita da artisti" - 2017) identificava come i professionisti del settore ricevessero in media retribuzione per 34 giornate all'anno, per una retribuzione media di 5430 €. L'identikit che veniva fuori era dunque quello di un professionista giovane, precario, che nel 40% dei casi ha anche un'altra attività e che se non evoluto la propria condizione professionale in meglio passati i 40 anni lascia e si dedica ad altro.

Questo identikit ben si attaglia anche alla platea lucana, la quale inoltre attesta come altra caratteristica una tendenziale dipendenza dal finanziamento pubblico, la cui modalità di erogazio-

ne finisce con l'incidere in maniera significativa sulla offerta di attività e servizi da parte degli operatori, essendo non numerosi quelli che hanno una struttura organizzativa capace di reggersi solo sulla domanda di mercato.

Obiettivi

Appaiono essere diversi gli obiettivi da conseguire al fine di assicurare il consolidamento di un settore connotato da diverse fragilità, come del resto confermato anche dalle risposte al questionario conoscitivo inviato agli operatori. Si evidenzia un quadro nel quale emergono talune ricorrenze quali:

- assicurare percorsi formativi che non vadano solo a rafforzare le competenze core del settore, ma anche quelle competenze organizzative e trasversali che aiutino gli operatori ad operare in termini di sostenibilità aziendale e capacità di programmazione delle attività rispetto al mercato, il più ampio possibile;
- promuovere una maggiore digitalizzazione del comparto, anche alla luce dell'orientamento assegnato al mercato da parte della pandemia;
- attivare percorsi di sperimentazione che facilitino l'incontro tra creativi e artisti in logiche di coprogettazione (già positivamente sperimentate nel percorso Matera 2019);
- rendere non episodico l'accesso alle risorse finanziarie, da un lato potenziando la capacità degli operatori di leggere ed interpretare il sistema delle opportunità di finanziamento e dall'altro richiedendo al pubblico una maggiore propensione alla programmazione di più lungo periodo e un approccio più "friendly" e trasparente che aiuti gli operatori a pianificare il proprio sviluppo;
- proporre modelli di finanziamento pubblico che prediligano processi di collaborazione pubblico/privato, anche attraverso azioni di progettazione comune, superando la logica del soggetto pubblico come mero erogatore/controllore;
- sviluppare luoghi condivisi ove i creativi e le imprese possano incontrarsi ed esercitare le specifiche competenze secondo finalità comuni;
- sostenere gli operatori maggiormente strutturati nei processi di internazionalizzazione per la condivisione e valorizzazione delle soluzioni e proposte locali.

Connessioni

Il settore delle arti performative già da qualche tempo ha manifestato una capacità di ibridazione con azioni di welfare funzionali a trovare equilibri di benessere nelle persone, in particolare quelle patenti condizioni di svantaggio sociale o soggettivo. Il tema del "Welfare culturale" ha trovato alcune sperimentazioni anche a livello locale e costituisce uno spazio di interesse nel quale si possono:

- costruire percorsi di emancipazione per soggetti in difficoltà;
- trovare nuove e originali forme di narrazioni del territorio;²⁰
- identificare nuovi scenari di intervento per gli operatori del settore;

Affinchè il welfare culturale possa affrancarsi dall'aura di spazio sperimentale e divenire pratica di azione ovviamente occorrono delle condizioni: una cooperazione tra operatori della scena creativa e operatori dell'area welfare nelle sue diverse componenti (assistenza a persone fragili, a migranti, persone del circuito penale, ma anche a comunità marginali, ecc), un investimento in competenze aggiuntive in grado di declinare l'esercizio delle arti in chiave diversa, orientata al benessere delle persone, la volontà del decisore pubblico di sostenere azioni e progetti improntati a tali forme di contaminazione.

²⁰ F. SOGLIANI, *Raccontare l'archeologia in Basilicata: alcuni progetti di valorizzazione e di musealizzazione del territorio* (Progetto Archeo-Bradano PIT Bradanica; Progetto Satrianum), "FORMA URBIS", vol. Collana Basilicata antica, 3, pp. 47-56.

Più in generale, tuttavia le manifestazioni di arte e spettacolo possono trovare un mercato non solo orientandosi direttamente al pubblico, ma anche per il tramite di altre imprese, in prima battuta quelle “creative driven”, ma in generale verso tutte. Questo implica la capacità degli operatori di destrutturarsi da forme canoniche (teatro può essere anche un capannone d’impresa, ad esempio) nonché di cogliere gli interessi di visibilità e le finalità di marketing delle imprese terze a partire dai quali creare sinergie collaborative.

5.6 L'AREA “CREATIVE DRIVEN”

Le imprese *creative driven* sono tutte quelle realtà che, pur non facendo, parte del sistema delle cosiddette imprese culturali e creative, sviluppano servizi e creano i prodotti attraverso processi a “base culturale e creativa”. Soggetti che pongono la cultura come un vero e proprio input del processo produttivo e che rappresentano un’ampia e diversificata parte del mercato, dal food all’arredamento, dal design all’edilizia, dalla moda al turismo, caratterizzandosi come pionieri per il fatto di veicolare contenuti creativi e innovazione rispetto al sistema economico di riferimento. Le imprese creative driven, con il loro operare, rappresentano dunque una cerniera, una “zona ibrida” in cui convivono e si rafforzano vicendevolmente attività che vanno dalla manifattura evoluta all’artigianato artistico e che, venendo in contatto con la cultura e la creatività, sviluppano percorsi finalizzati a rendere innovativi e competitivi i prodotti, accattivante l’immagine e la comunicazione aziendale, stimolante l’ambiente di lavoro grazie al miglioramento del rapporto benessere e produttività. Si tratta di organizzazioni ricettive, spesso animate da leader creativi e “visionari” o supportate da innovation manager che riescono ad allineare il business ad una proposta culturale e/o creativa in modi diversi, talvolta complementari.

Una **prima traiettoria di intervento**, più tradizionale, è quella che coinvolge il consumatore nella narrazione del prodotto, includendo aspetti emotivi, riflessivi, di autorealizzazione, passando da una strategia product-oriented ad una più sistemica e, appunto, capace di far dialogare business e cultura. Su questo piano, nel settore dell’arredo – per definizione naturalmente creative driven – **il caso dell’azienda lucana Calia**, che ha ambientato i suoi divani nello scenario dei Sassi, per omaggiare la storia e la cultura della città in cui l’azienda opera.

La **seconda traiettoria di intervento** fa riferimento a un’organizzazione che, attraverso ogni suo membro, si attiva creativamente per rispondere, in tempo utile, alle sollecitazioni dell’ambiente sociale e competitivo. In queste aziende si osservano modelli di leadership capaci di attivare coinvolgimento, ma anche spazi funzionali e belli, visual design a supporto della filosofia e dei valori aziendali, strumenti di facilitazione dei processi organizzativi, evidenze fisiche rappresentative dell’identità aziendale. In questo l’**Università di Modena e Reggio Emilia** (Unimore) ha messo in atto un **programma “embedded” dentro le organizzazioni** per trasferire ad attori chiave dell’organizzazione un diverso set mentale nell’affrontare i problemi e trovare soluzioni, in un tempo da tre a sei mesi, coinvolgendo anche gli studenti. **Barilla**, azienda che ha sede anche in Basilicata, ad esempio, ha realizzato **uno spazio riconoscibile e dedicato al design thinking**, dove gruppi di lavoro possono sperimentare e cercare nuove soluzioni innovative. Tra queste l’azienda “**Lucana sistemi**” nata come azienda che offre soluzioni tecnologiche avanzate e personalizzate ai propri clienti industriali, in diversi settori, negli ultimi anni ha scelto di inserire le tecnologie “Internet of Things” nella didattica riempiendo di contenuti culturali i sistemi creati.

Una **terza traiettoria** riguarda la **creatività dentro le filiere**. Un tema ricorrente nei bisogni delle aziende (nel questionario somministrato da Basilicata Creativa) è la richiesta di sostegno nella creazione di reti e filiere. Un esempio significativo è quello delle case editoriali nella relazione con il fenomeno delle mostre d’arte e cultura. Ovviamente le barriere alla diffusione di questo approccio sono molte. Il corto raggio della visione di alcuni imprenditori (la creatività richiede tempo), la scarsa propensione al rischio, legata a una funzione manageriale sempre più orientata a logiche di sfruttamento e meno esplorative, l’assenza di politiche realmente efficaci sono solo alcune di tali barriere (*Io sono cultura 2017* - Fondazione Symbola, Unioncamere).

Nel campo dell'artigianato artistico, la creazione di una filiera potrebbe facilitare il lavoro e la commercializzazione di prodotti "Fatti in Basilicata".

Attori e obiettivi

Le imprese *creative driven* che vogliono innovarsi e diventare "cantieri" di produzione delle proposte progettuali degli innovatori creativi, operano in diversi ambiti e costituiscono un numero potenzialmente interessante. Ci sono aziende ad alto contenuto tecnologico, ma anche aziende che lavorano a supporto delle PA nella progettazione e assistenza non solo tecnologica. Inoltre esistono aziende che operano nel sociale che si dedicano non solo alla cura della persona, ma anche alla cura del sistema, nella dialettica tra micro e macro, per il miglioramento del benessere dei cittadini.

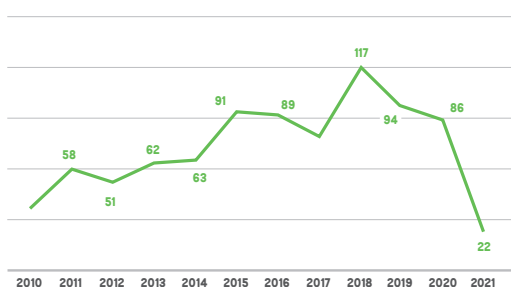
Ad accomunare questa varietà di aziende sono le attività di Ricerca, Studio, Sperimentazione e Sviluppo, necessarie per promuovere una interdipendenza tra il settore imprenditoriale e culturale, raccogliendo proposte progettuali destinate a stimolare la creatività e l'accesso alla cultura nelle imprese. Ciò di cui la maggior parte di queste aziende ha bisogno è il supporto nella creazione di reti e filiere. Inoltre chiedono alla politica regionale di potenziare le infrastrutture digitali, oltre a favorire la creazione di reti e opportunità nel mercato regionale e internazionale, coinvolgendo la ricerca. Sarebbe interessante per le aziende che lavorano per la PA immaginare formule giuridiche "flessibili" per facilitare l'ibridazione con le amministrazioni e gli enti culturali, in un meccanismo top down in cui l'amministrazione è driver di proposte sviluppate a partire dal know how del sistema culturale locale di riferimento.

Accanto al settore *Creative driven* possiamo considerare anche quello riconducibile alla categoria "artigianato", un settore vasto (di cui abbiamo considerato nella nostra analisi le industrie tessili e di confezione di abbigliamento e di articoli in pelle, le industrie del legno e della carta) che affonda le sue radici nella tradizione artigiana lucana, dove i prodotti erano creati per soddisfare le normali esigenze della vita quotidiana.

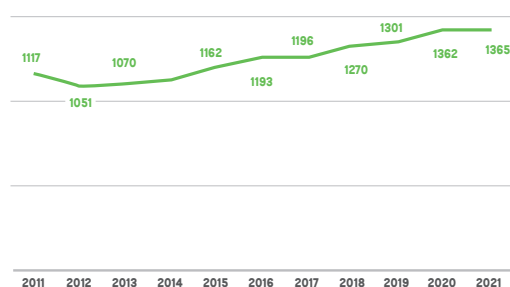
I materiali adoperati per la creazione sono quelli che la natura dei luoghi mette a disposizione: legno, argilla, tufo, cartapesta, paglia e vimini. Sono diverse **le tracce su territorio dei diversi comparti**: produzione di porcellane e ceramiche (Grottole, Policoro, Melfi, Venosa, Rionero in Vulture, Matera), cartapesta e tufo (Matera), vimini (Maratea, Francavilla in Sinni, Accettura, Ruoti, Avigliano e Venosa), tessitura (Avigliano, nelle comunità albanesi del Pollino, S. Paolo Albanese, S. Co-

CREATIVE DRIVEN

Nuove registrazioni



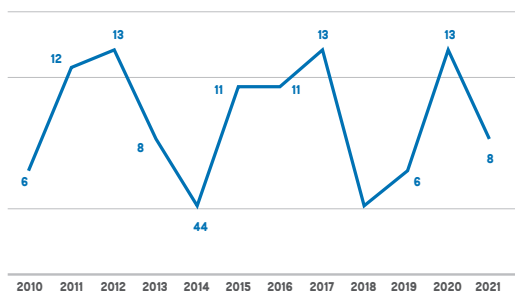
Totale attive



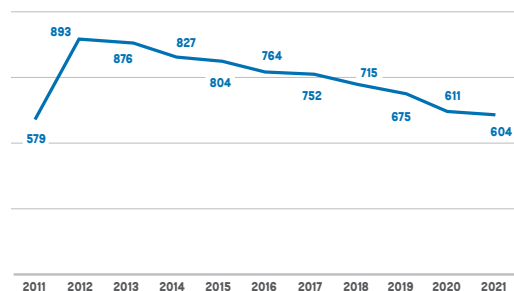
Il settore "Creative driven" registra un incremento considerevole, probabilmente condizionato dal progressivo rafforzamento del sistema culturale e creativo in generale e da una crescita del settore in regione negli ultimi anni. Sicuramente soffre una riduzione di nuove iscrizioni nell'ultimo biennio, comune a tutti i settori, di converso la crescita della presenza degli operatori attivi è significativa e registra un aumento del 22,2% dal 2011, dopo una lieve flessione iniziale e nonostante il rallentamento causato dal covid.

ARTIGIANATO E MODA

Nuove registrazioni



Totale attive



Il settore dell'artigianato ascrivibile all'area culturale ha registrato delle fluttuazioni tra il 2011 e il 2017, in ogni caso movimentando numeri assai contenuti, i cui valori mantengono sostanzialmente invariato il numero di nuove imprese tra il primo e l'ultimo anno considerato. Per quanto riguarda i soggetti attivi il loro numero va gradualmente diminuendo in maniera costante, a riprova evidentemente di una difficoltà del settore.

stantino Albanese e Cersosimo), lavorazione dei metalli e del rame (Corleto Perticara, Rapone, S. Angelo Le Fratte, Rivello, Avigliano, Sasso di Castalda, Stigliano, Tricarico, Trecchina, Cancellara, Potenza e Matera). Spesso tuttavia tali attività sono condotte da **piccoli artigiani che non sviluppano imprese**.

Nonostante la lunga tradizione artigianale, recentemente il comparto artigiano della Basilicata è entrato in crisi. L'artigianato ha subito una contrazione nel numero di imprese registrate, del resto in linea con l'andamento nel resto del Paese: il settore ha subito gli effetti della spaziosità di spazi di mercato occupati da produzioni a basso costo provenienti da economie emergenti, l'obsolescenza dei prodotti e dei processi produttivi, le difficoltà di reperimento di manodopera qualificata, i problemi relativi alla trasmissione dell'impresa, specie per imprenditori anziani, che hanno immesso in azienda una abilità manuale e produttiva di eccellenza, unica e non trasmissibile, che sparisce con loro all'atto della successione dell'impresa, determinando un grave abbattimento del settore dell'artigianato.

Il calo per l'artigianato lucano è molto accentuato rispetto alla media nazionale. Questa situazione è particolarmente preoccupante per la Basilicata, perché l'artigianato costituisce ancora un pilastro della sua economia: le sue 10.268 imprese artigiane costituiscono circa il 17% del totale del tessuto imprenditoriale lucano. Senza imprese artigiane, molti settori scomparirebbero dalla mappa delle attività produttive lucane in quanto l'artigianato ne costituisce un pilastro (ad esempio metalli e tessile).

Il rilancio del settore passa da diverse attività, che vanno da strumenti finanziari dedicati ad azioni di valorizzazione della formazione professionale.



6. IL QUADRO DELLE POTENZIALI RISORSE

6.1 UNA TRACCIA PER ORIENTARSI TRA LE FONTI

Ogni processo di sviluppo presto o tardi si trova ad affrontare il tema delle risorse finanziarie per sostenere le azioni di cambiamento e le attività proposte, sebbene la disponibilità di fonti di finanziamento sia solo una delle determinanti in grado di innescare un percorso virtuoso.

Provare a declinare il quadro delle opportunità di finanziamento per il settore ICC è operazione alquanto articolata, del resto in coerenza con il livello di complessità del settore stesso, che raggruppa soggetti con forme organizzative diverse ed esercitanti attività non uniformi. Inoltre, in un orizzonte temporale definito e coperto dalla prospettiva di sviluppo considerata, la disponibilità delle risorse dipenderà da fattori esogeni di programmazione (si pensi per esempio all'avvicinarsi dei cicli di programmazione delle risorse UE) che assicureranno la propria disponibilità non necessariamente in sincrono con le aspettative dei beneficiari.

Tale complessità pertanto sconterà una rappresentazione delle potenziali fonti che soggiace ai seguenti limiti:

- assenza di strumenti “all inclusive” in grado di soddisfare le aspettative di tutti gli attori potenziali beneficiari;
- composizione articolata delle fonti di finanziamento e delle procedure di accesso;
- disponibilità discontinua e asincrona delle risorse potenziali.

Queste limitazioni tuttavia, se possono evidentemente apparire ordinarie per qualunque operatore economico che si approccia al sistema delle sovvenzioni di natura pubblica, assumono ulteriore rilievo se associate a strategie più ampie connesse allo sviluppo di un settore.

Provando a definire una tassonomia di riferimento per avere un maggior dettaglio delle opportunità, è possibile adottare l'elencazione classica che contempla:

- fonti di finanziamento europee
- fonti di finanziamento nazionali
- circuito finanziario ordinario privato
- altri finanziamenti.

All'interno di tali macrovoci potranno poi essere dettagliate ulteriori articolazioni in parte declinate ai paragrafi seguenti.

6.2 LE RISORSE EUROPEE PER IL SETTORE ICC

L'Unione Europea sostiene il settore culturale in coerenza con la robusta produzione operata nel corso degli ultimi anni di documenti di programmazione ed atti normativi in materia.

Il tema culturale, che si presta a essere considerato con carattere di trasversalità rispetto a diverse politiche di settore messe in campo dall'UE, trova pertanto traduzione in una molteplicità di strumenti e programmi messi in campo dalla Commissione, alcuni a **gestione diretta** (ovvero con relazione immediata tra Commissione e potenziale beneficiario), altri a **gestione indiretta** (con intermediazione di un soggetto pubblico nazionale o regionale con cui si relaziona il beneficiario finale).

Rientrano nei casi di gestione diretta i finanziamenti derivanti da programmi dedicati a temi culturali, quali “Europa creativa”, mentre quelli a gestione indiretta sono ad esempio i programmi operativi regionali (POR) o nazionali (PON). Accanto a tali strumenti, nell'epoca attuale di emergenza sanitaria, sono stati messi in campo strumenti straordinari di rilancio dell'economia europea, quali il fondo “Next generation Eu”, che ampliano il quadro delle risorse a disposizione per i prossimi anni.

Il tema “cultura” nella programmazione europea “2014-2020”

Nel quadro della programmazione delle risorse della politica di coesione 2014-2020 il tema “cultura” è evidentemente considerato e declinato in coerenza con le strategie previste dai diversi programmi operativi, sia a scala nazionale che regionale. Le azioni previste, coerenti con il quadro strategico nazionale, dunque con l’Accordo di Partenariato e i Risultati attesi in esso previsti, identificano una pluralità di modalità attuative e una diversità di soggetti attuatori, aventi natura giuridica sia pubblica che privata.

Una elencazione che non pretende di essere esaustiva dei possibili interventi sui diversi programmi è riportata nella seguente tabella:

PROGRAMMA	LINEA DI AZIONE	FINALITÀ	BENEFICIARI
PON Cultura e Sviluppo	6c.1.a Interventi per la tutela, la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale, nelle aree di attrazione di rilevanza strategica tale da consolidare e promuovere processi di sviluppo	Interventi sul sistema degli attrattori di rilevanza nazionale, individuati di concerto con regioni	MiBACT (Segretariati regionali, Musei dotati di autonomia speciale, Poli museali regionali, altre strutture territoriali), Regione Siciliana; - altre amministrazioni regionali, EELL con riferimento esclusivo agli interventi provenienti dalla programmazione 2007-2013
PON Cultura e Sviluppo	6c.1.b – Sostegno alla diffusione della conoscenza e alla fruizione del patrimonio culturale, materiale e immateriale, attraverso la creazione di servizi e/o sistemi innovativi e l’utilizzo di tecnologie avanzate	Intervento su attrattori di rilevanza strategica nazionale per la dotazione di servizi innovativi	MiBACT (Segretariati regionali, Direzioni Generali, Musei dotati di autonomia speciale, Poli museali regionali, altre strutture territoriali)
PON Cultura e Sviluppo	3.a.1a Interventi di supporto alla nascita di nuove imprese sia attraverso incentivi diretti, sia attraverso l’offerta di servizi, sia attraverso interventi di micro-finanza	Rafforzare la competitività delle MPMI della filiera culturale e creativa	Nuove imprese nate nell’ultimo triennio operanti nell’ambito delle attività e dei settori riferiti alle industrie culturali
PON Cultura e Sviluppo	3.b.1.a Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di <u>identificati attrattori culturali</u> e naturali del territorio, anche attraverso l’integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici	L’azione si rivolge alle imprese della filiera culturale, turistica, creativa, dello spettacolo e dei prodotti tradizionali e tipici al fine di valorizzare le opportunità e i vantaggi delle intersezioni settoriali e realizzare prodotti/servizi finalizzati all’arricchimento, diversificazione e qualificazione dell’offerta turistico-culturale degli ambiti territoriali di riferimento degli attrattori.	Micro, piccole e medie imprese che operano nel settore culturale, turistica, creativa, dello spettacolo e dei prodotti tradizionali e tipici.

PON Cultura e Sviluppo	3.c.1.a Sostegno all'avvio e rafforzamento di attività imprenditoriali che producono effetti socialmente desiderabili e beni pubblici non prodotti dal mercato	Favorire la nascita e la qualificazione di servizi e attività connesse alla gestione degli attrattori e in generale alla fruizione e alla valorizzazione culturale, realizzate da imprese e altri soggetti del privato sociale, in collegamento con gli interventi di valorizzazione degli attrattori culturali	Soggetti del Terzo settore che operano nel settore culturale ed artistico e nelle attività a questo collegabili
Programma di Azione e Coesione (PAC) complementare al PON Cultura e Sviluppo	Asse I - Azione 1 interventi complementari e di rafforzamento della programmazione 2014-2020	Si raccorda alla azione 6c.1.a del PON, potendo tuttavia intervenire su un patrimonio maggiormente diffuso e su beni pubblici culturali non statali	Strutture periferiche del MIBACT, regioni ed enti locali
Programma di Azione e Coesione (PAC) complementare al PON Cultura e Sviluppo	Asse I - Azione 2 - interventi a sostegno della qualità progettuale	Sostiene la progettazione di interventi già dotati di ammissibilità a finanziamento su piani e programmi del MIBACT	Soggetti pubblici titolari di interventi finanziati; soggetti pubblici e privati affidatari di servizi di progettazione
Programma di Azione e Coesione (PAC) complementare al PON Cultura e Sviluppo	Asse II – Azione 1 Interventi di supporto alla nascita di nuove imprese sia attraverso incentivi diretti, sia attraverso l'offerta di servizi, sia attraverso interventi di micro-finanza	Medesimi contenuti della azione 3.a.1a del PON - Rafforzare la competitività delle MPMI della filiera culturale e creativa	Nuove imprese nate nell'ultimo triennio operanti nell'ambito delle attività e dei settori riferiti alle industrie culturali
Programma di Azione e Coesione (PAC) complementare al PON Cultura e Sviluppo	Asse II – Azione 2 Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di <u>identificati attrattori culturali</u> e naturali del territorio, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici	Medesimi contenuti della azione 3.b.1a del PON - Supporto allo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di <u>identificati attrattori culturali</u> e naturali del territorio, anche attraverso l'integrazione tra imprese delle filiere culturali, turistiche, creative e dello spettacolo, e delle filiere dei prodotti tradizionali e tipici	Micro, piccole e medie imprese che operano nel settore culturale, turistica, creativa, dello spettacolo e dei prodotti tradizionali e tipici.
Programma di Azione e Coesione (PAC) complementare al PON Cultura e Sviluppo	Asse II – Azione 3 Sostegno all'avvio e rafforzamento di attività imprenditoriali che producono effetti socialmente desiderabili e beni pubblici non prodotti dal mercato	Medesimi contenuti della azione 3.c.1a del PON - Sostegno all'avvio e rafforzamento di attività imprenditoriali che producono effetti socialmente desiderabili e beni pubblici non prodotti dal mercato	Soggetti del Terzo settore che operano nel settore culturale ed artistico e nelle attività a questo collegabili

PO FESR 2014-2020	3B.3.3.3 - Sostegno a processi di aggregazione e integrazione tra imprese (reti di imprese) nella costruzione di un prodotto integrato nelle destinazioni turistiche (anche sperimentando modelli innovativi, quali, dynamic packaging, marketing networking, tourism information system, customer relationship management)	Promozione processi aggregativi tra operatori nelle attività di valorizzazione	Reti di PMI
PO FESR 2014-2020	6C.6.7.1 - Interventi per la tutela e la valorizzazione e la messa in rete del patrimonio culturale, materiale e immateriale nelle aree di attrazione di rilevanza Strategica tale da consolidare e promuovere processi di sviluppo	Valorizzazione delle emergenze culturali regionali a valenza strategica (premierità per Matera e sistema Vulture-Alto Bradano)	Regione, Comuni, Sovrintendenze del MiBAC ed altri soggetti titolari/gestori pubblici di beni culturali riconosciuti
PO FESR 2014-2020	6C.6.7.2 - Sostegno alla diffusione della conoscenza e alla fruizione del patrimonio culturale, materiale e immateriale, attraverso la creazione di servizi e/o sistemi Innovativi e l'utilizzo di tecnologie avanzate	Accrescere il potenziale attrattivo dei beni regionali culturali di pregio	Regione Basilicata, Enti Locali, APT, organismi gestori di beni culturali riconosciuti
PSR 2014-2020	6.4.2 Sostegno alla costituzione e sviluppo di agriturismi e fattorie multifunzionali	L'intervento supporta lo sviluppo di agriturismi e fattorie didattiche e sociali al fine di: i) incentivare lo sviluppo di nuovi modelli produttivi e organizzativi; ii) stimolare la creazione di reti; iii) favorire azioni integrate e di sistema per la valorizzazione turistica del patrimonio naturale, storico-culturale e architettonico delle aree rurali	Aziende agricole o coadiuvanti familiari;
PSR 2014-2020	7.4 Investimenti per la creazione, modernizzazione e estensione dei servizi di base per le popolazioni rurali	Investimenti finalizzati all'offerta di servizi socio-assistenziali, culturali, ricreativi necessari per assicurare un'adeguata qualità della vita nelle aree rurali e per contribuire a ridimensionare il fenomeno dello spopolamento, offrendo, in particolare al target dei giovani, opportunità lavorative	Comuni, singoli o associati

PSR 2014-2020	7.5 - Investimenti per fruizione pubblica di infrastrutture creative, turistiche su piccola scala ed informazioni turistiche	Sostegno per lo sviluppo di servizi turistici in area rurale	Comuni singoli o associati, Associazioni di scopo costituite da Comuni e soggetti privati, Enti gestori di aree protette e siti Natura 2000
PSR 2014-2020	7.6 - Investimenti per restauro e riqualificazione del patrimonio culturale e naturale, del paesaggio rurale e dei siti HVN	L'intervento sostiene le attività volte a favorire la destagionalizzazione dei movimenti turistici legato anche alla riscoperta delle identità dei territori rurali	Regione Basilicata, Comuni, Sovrintendenze per i Beni Culturali e Paesaggistici, Enti gestori di aree protette e Aree Natura 2000.
PSR 2014-2020	16.3 - Sostegno alla cooperazione tra piccoli operatori per organizzare processi di lavoro in comune	L'intervento sostiene lo sviluppo della cooperazione commerciale fra piccoli operatori nelle zone rurali attraverso lo sviluppo di associazioni di operatori del turismo rurale (agriturismi, fattorie didattiche e sociali, ecc.), la realizzazione di misure collettive per la promozione e commercializzazione del turismo rurale, l'adozione e la condivisione fra gli operatori di processi e strumenti idonei alla sostenibilità ambientale.	Forme di aggregazione tra piccoli operatori che operano nel settore del turismo rurale
PO FSE 2014-2020	8.5.1 - Misure di politica attiva, con particolare attenzione ai settori che offrono maggiori prospettive di crescita, per esempio nell'ambito di green economy, blue economy, servizi alla persona, servizi socio-sanitari, valorizzazione del patrimonio culturale, ICT)	Contrasto alla disoccupazione in settori a maggior prospettiva di crescita	Organismi di formazione accreditati, imprese, enti e associazioni culturali
PO FSE 2014-2020	8.1.1 - Misure di politica attiva con particolare attenzione ai settori che offrono maggiori prospettive di crescita (per esempio nell'ambito di: green economy, blue economy, servizi alla persona, servizi socio-sanitari, valorizzazione del patrimonio culturale, ICT)	Contrasto alla disoccupazione giovanile in settori a maggior prospettiva di crescita	Organismi di formazione accreditati, imprese, enti e associazioni culturali
PO FSE 2014-2020	10.4.3 - Interventi formativi per elevare le competenze a rafforzamento degli OT 4 (energia) e 6 (ambiente, cultura e turismo)	Potenziare il sistema delle competenze in settori chiave per lo sviluppo regionale	Organismi di formazione accreditati, imprese, enti e associazioni culturali

Non sfugge a alcuno che a inizio 2021 una parte cospicua delle previsioni programmatiche dovrebbero essere ormai portate a realizzazione. Tuttavia il quadro attuativo oggi relativamente ai Programmi Operativi regionali evidenzia per al dicembre 2020 del per il PO FESR una spesa certificata al 31.12.2020 di 271 Meuro mentre per il PO FSE la spesa certificata è di quasi 93 Meuro su 289 Meuro. Entrambi i programmi hanno evidentemente una soglia di impegni finanziari superiori che non si è ancora tradotta in spesa. Anche il PSR con una spesa maturata di 92 meuro a dicembre 2020 ha evitato il disimpegno automatico.

E' opportuno ricordare che la spesa per i programmi europei è consentita fino al 31.12.2023 (ma non è totalmente da escludere che l'emergenza covid possa far slittare tale termine) e che è prassi che la spesa vada a maturare soprattutto nella fase finale, non di meno è oggettivo che al momento attuale i programmi operativi regionali manifestano un livello di attuazione non immediatamente prossimo al totale assorbimento della dotazione finanziaria. In ogni caso appare improprio provare ad operare una determinazione delle risorse destinate o destinabili alle imprese del settore ICC: alcune voci di investimento dei Programmi riguardano i soggetti pubblici e quindi hanno un potenziale riflesso mediato rispetto al settore privato, in altri casi il tema "cultura" è uno dei possibili oggetti di attivazione dello strumento di incentivazione. Tuttavia è al contempo appropriato pensare che un'analisi specifica, tesa a monitorare i trasferimenti operati a valere sui Programmi Operativi e ad analizzarne gli effetti, possa essere un oggetto di specifica proposta da parte del settore ICC, anche per il tramite del cluster.

Sarebbe tuttavia semplificato asserire che vi sia necessariamente un margine di risorse destinabili ad un tema specifico quale può essere la cultura, poiché per esempio vi potrebbero essere vincoli derivanti da interventi programmati non ancora tradotti in impegni e spesa. Inoltre vi è da considerare che nel corso del 2020 i programmi hanno modificato, o modificheranno, il loro quadro di intervento in ragione dell'emergenza covid, circostanza che ha indotto ad un trasferimento di risorse su spese ad esempio connesse alle esigenze di tutela sanitaria o di ammortizzazione dei costi sociali derivanti dalla crisi epidemica.

È evidente che in questa fase emergenziale, soprattutto rispetto alle politiche di impresa, i trasferimenti economici abbiano preferito maggiormente un approccio trasversale e meno uno settoriale. Ciò considerato sarebbe opportuno verificare se vi siano le condizioni, per il triennio di chiusura della programmazione 2014-2020, per:

- attivare un processo di confronto e negoziazione con il programmatore regionale per verificare misure destinate al sostegno del settore dell'ICC;
- individuare interventi che possano costituire una fase di rilancio del settore, anche alla luce delle pesanti ricadute determinatesi per effetto dell'epidemia covid-19;
- progettare azioni di proposta che possano costituire "interventi-ponte" integrati in una visione programmatica di più lungo periodo connessa al ciclo di programmazione 2021-2027.

Orientamenti strategici per il periodo 2021-2027

Il percorso programmatico relativo al ciclo 2021-2027, avviatosi a partire dal 2018 con le prime proposte di quadro finanziario pluriennale e dei regolamenti, non è ancora arrivato a definizione, anch'esso rallentato e in parte trasformato dall'epidemia da Covid19. Se tradizionalmente i programmi europei non sono mai stati avviati in perfetta coincidenza con l'inizio del ciclo a cui si riferiscono, a maggior ragione questa volta si ripeterà la tradizione, non ancora essendo stato definito l'Accordo di Partenariato, documento di riferimento per la programmazione degli interventi sostenuti dai Fondi strutturali e di investimento europei a livello nazionale.

Lo stesso impianto finanziario è stato modificato a seguito della scelta di assicurare un sostegno per il contrasto delle condizioni di emergenza sanitaria e di rilancio dell'economia europea, con la previsione dello strumento del "Next Generation EU", avente un valore di 750 miliardi, che si integra all'insieme delle azioni di politica di coesione.

Anche sul territorio regionale la Regione Basilicata, per quanto di sua competenza, ha attivato sia relazioni ascendenti con il governo per la definizione degli strumenti nazionali che processi orizzontali per la costruzione dei propri programmi operativi.

In questa sede, senza addentrarci in una disamina dettagliata della politica di coesione per il periodo 2021-2027, è opportuno assumere alcuni elementi informativi di base:

- saranno previsti nuovi Programmi Operativi, sia a scala nazionale che regionale, finanziati dai fondi FESR e FSE+ (la politica di sviluppo rurale, che tecnicamente è fuori da Accordo di Partenariato avrà un unico programma nazionale). Attualmente i programmi sono in fase di preparazione;
- nel processo di negoziazione della proposta italiana di intervento per il 2021-2027 la cultura è stata considerata “tema unificante”, dunque tema trasversale agli obiettivi di sviluppo della politica di coesione declinata a scala nazionale;
- i programmi attueranno gli Obiettivi di Policy (OP), in particolare attraverso il FESR e il FSE si valorizzerà con riferimento all’OP 4 il ruolo della cultura e del turismo nello sviluppo economico, per l’inclusione e l’innovazione sociale (rigenerazione di spazi, welfare culturale, partenariati innovativi, percorsi multidisciplinari, ecc), con il FESR si attuerà l’OP 5 “Un’Europa più vicina ai cittadini attraverso la promozione dello sviluppo sostenibile e integrato delle zone urbane, rurali e costiere e delle iniziative locali”, che espressamente richiama l’opportunità di promuovere il patrimonio culturale in una dimensione territoriale, mentre l’OP1 consentirà, nel quadro del sostegno alla crescita e alla competitività, un supporto alle imprese culturali e creative;
- è prevista la prosecuzione dell’esperienza della Smart Specialization Strategy avviate nel periodo 2014-2020 ed espressamente tra gli ambiti di intervento del FESR è previsto il sostegno alle attività dei cluster.

A integrazione degli elementi riportati va considerato che le linee guida per la redazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza per l’attivazione dello strumento “Next Generation UE” identificano l’industria e il patrimonio culturale quali ambiti di cluster strategici nel quadro della missione “Digitalizzazione, innovazione e competitività del sistema produttivo”.

Considerate tali premesse è di interesse sottolineare che il settore ICC possa nei confronti del programmatore regionale:

- verificare la possibilità di intervenire nel quadro delle relazioni partenariali nella fase ancora non conclusa dei documenti programmatici;
- successivamente farsi promotore di approcci trasversali, coerenti con le proprie direttrici di crescita e connessi a punti di interesse della programmazione (sviluppo urbano, innovazione, politiche di sviluppo territoriali, politiche per l’impresa, contrasto alla marginalità, formazione continua, formazione terziaria, ecc);

Al contempo, con riguardo alle scelte programmatiche di rango nazionale, sarà d’uopo verificare gli obiettivi previsti dai programmi e agire a scala locale per preordinare le condizioni funzionali a conseguire le opportunità prefigurabili.

Finanziamenti a gestione diretta

Anche nel nuovo ciclo di programmazione 2021-27 verrà riproposto il programma “Europa Creativa”, che costituirà l’iniziativa con la più consistente ed esplicita quota di risorse dedicata al settore ICC (1,85 miliardi di euro, circa 400 milioni di euro in più rispetto a Europa Creativa 2014-2020, ripartiti 1.081 milioni per la sezione Media, 609 milioni per la sezione Cultura e 160 milioni per la sezione Transettoriale). Il programma avrà tra i suoi obiettivi:

- Promuovere la cooperazione europea in materia di diversità culturale e linguistica e di patrimonio culturale; Rafforzare la competitività dei settori culturali e creativi, in particolare quello audiovisivo;
- Valorizzare la dimensione economica, sociale ed esterna della cooperazione a livello europeo al fine di sviluppare e promuovere la diversità culturale europea e il patrimonio culturale europeo, irrobustire la competitività dei settori culturali e creativi europei e rinsaldare le relazioni culturali internazionali;

- Promuovere la competitività e la scalabilità dell'industria audiovisiva europea;
- Promuovere la cooperazione programmatica, azioni innovative in tutte le sezioni del programma e un ambiente mediatico diversificato e pluralistico.

Tuttavia il programma Europa Creativa non esaurisce sicuramente le azioni di sostegno gestite direttamente a livello comunitario. Vanno sicuramente citati Horizon Europe, il programma per la ricerca che potrà trovare declinazioni anche nel settore culturale, il programma Erasmus per il potenziamento delle competenze o le attività di cooperazione territoriale.

Senza addentrarci nel merito di ciascun programma, è utile rilevare alcuni elementi comuni che possono essere un freno alla partecipazione da parte degli operatori ICC lucani:

- la tecnicità richiesta per la gestione delle procedure di accesso;
- la capacità di costruire partenariati competitivi;
- barriere linguistiche
- oneri di gestione.

Al fine di superare tali limitazioni e pertanto rafforzare la presenza degli operatori sui diversi canali di finanziamento resi disponibili dai programmi a gestione diretta, si evidenziano le seguenti possibili azioni sul territorio, di potenziale pertinenza con il ruolo del cluster e da realizzarsi anche con il concorso potenziale del sistema pubblico:

- definizione di una programmazione che identifichi le opportunità ritenute più strategiche e coerenti con le capacità imprenditoriali e la domanda di interesse manifestata dal territorio;
- informazione su tempi e modalità di accesso ai programmi;
- promozione di azioni formative finalizzate ad elevare la capacità partecipativa da parte degli operatori;
- supporto per la costruzione di partenariati efficaci con operatori di altri territori;
- facilitazione di forme di cooperazione partecipativa tra gli operatori locali.

6.3 LE RISORSE NAZIONALI PER IL SETTORE ICC

Il settore dell'industria culturale e creativa, al pari di altri settori dell'economia, è destinatario potenziale di forme di incentivazione ed investimenti attraverso strumenti di sostegno nazionali.

Uno dei principali, di interesse peculiare per il Mezzogiorno, è rappresentato dal Fondo per lo sviluppo e la coesione (FSC) il quale, congiuntamente ai Fondi strutturali europei, di fatto è lo strumento finanziario principale attraverso cui vengono attuate le politiche per lo sviluppo della coesione economica, sociale e territoriale e la riduzione degli squilibri economici tra le aree del Paese.

Il FSC è stato attivato attraverso una moltitudine di strumenti (Accordi, Piani, addendum, Patti per lo sviluppo, ecc) che hanno reso alquanto complicato il quadro attuativo. Non a caso con il D.L. 34 del 2019 (cd D.L. crescita) si è stabilita l'opportunità di un unico «Piano sviluppo e coesione» per ciascuna Amministrazione centrale, Regione o Città metropolitana titolare di risorse del Fondo, in sostituzione degli attuali molteplici documenti programmatori, al fine di garantire un coordinamento unitario in capo a ciascuna Amministrazione. Tale operazione è in corso d'opera e dunque ancora non sussiste un Piano sviluppo e coesione della Regione Basilicata.

Nel quadro attuativo del FSC il tema della cultura è oggetto di interesse, a livello nazionale ad esempio la Delibera Cipe n.10/2018 ha approvato il Piano Operativo «Cultura e turismo», con una dotazione di 740 milioni, gestito dal MIBACT. A livello regionale l'attuazione è collegata al Patto per la Basilicata stipulato a maggio 2016, che prevedeva investimenti per la valorizzazione di attrattori culturali ed il sostegno a «Programma Matera 2019» e «programma Basilicata 2019». Tuttavia la possibile rimodulazione degli accordi negoziati tra la Regione Basilicata e il Governo nel corso degli anni, anche relative a eventuali risorse non utilizzate, non lascia impregiudicata la possibilità di altri investimenti sul settore. La predisposizione di un Piano regionale unico presu-

mibilmente agevolerà il processo di riorganizzazione e trasparenza delle destinazioni del Fondo. Tendenzialmente il FSC replica il modello attuativo dei fondi SIE, sebbene con una maggiore flessibilità nelle procedure di attuazione.

Nel quadro delle risorse nazionali a potenziale sostegno del settore evidentemente rientrano tutte le misure di incentivazione alle imprese attivabili in maniera trasversale dal Ministero per lo sviluppo, direttamente o per tramite di Invitalia, nonché quelle tematiche gestite dal Ministero per i beni e le Attività Culturali e per il Turismo. A queste misure si sommano quelle messe in campo da altri dicasteri ma in grado di essere intercettati da operatori culturali in attuazione di una logica di contaminazione tra settori. Anche a scala di competenza regionale potrebbero essere poste in campo risorse, ma che per lo più sono di finanza derivata, salvo la possibilità di attivare risorse proprie, come accade in Basilicata con la gestione delle risorse da royalties per estrazione idrocarburi.

Non è evidentemente il caso di stilare un elenco delle possibili incentivazioni, che risulterebbe presumibilmente incompleto e destinato ad essere facilmente reso obsoleto, tuttavia appare di interesse registrare che possa sussistere una asimmetria informativa tra una parte degli operatori ed il quadro delle possibili opportunità. Per il superamento di tale asimmetria potrebbe essere utile assicurare fonti di informazioni in grado di circolare le possibili opportunità in modalità mirata, avendo conoscenza dei fabbisogni degli operatori. Inoltre, come per altre categorie di potenziali finanziamenti, in taluni casi potrebbe essere utile sostenere processi di aggregazione tra operatori per il raggiungimento di soglie dimensionali funzionali agli investimenti previsti.

6.4 L'ACCESSO AL CREDITO

L'accesso degli operatori del settore ICC al credito privato non è omogeneo, conta ovviamente la capacità di relazione con il territorio, la dimensione aziendale, la storia dei rapporti con i soggetti erogatori, la capacità di disporre di garanzie.

Naturalmente, essendo la maggior parte degli operatori costituita da imprese di piccole, se non piccolissime, dimensioni e a bassa capitalizzazione, secondo i canoni di analisi prudente del sistema creditizio esse spesso sono considerate poco "bancabili". Talvolta questo costituisce un limite di fatto anche in caso di possibile accesso a garanzie pubbliche.

Una difficoltà all'accesso al credito è uno degli elementi riscontrati anche nella analisi presso gli operatori condotta attraverso questionario.

In un momento storico nel quale le possibilità di investimento, anche per il rilancio dell'economia post covid, potrà avere dimensioni rilevanti può essere strategico poter avere accesso a liquidità privata, anche tenuto conto del livello basso attuale dei tassi di interesse.

A tal fine, in un settore nel quale il livello di competenza manageriale finanziaria non sempre è elevato, potrà essere utile:

- promuovere strumenti di accesso al credito bancario mirati alle esigenze del mondo ICC, anche con il supporto della finanza pubblica;
- garantire forme di assistenza specifica, in grado di orientare le scelte più opportune;
- favorire accordi con sistema bancario per il miglioramento della qualità delle relazioni, di modo che il credito non sia semplicemente percepito come un'aspettativa di diritto ma piuttosto come il frutto di una collaborazione progettuale comune.

6.5 ALTRE FORME DI FINANZIAMENTO

Una potenziale fonte di finanziamento per la cultura è rappresentata dalle agevolazioni fiscali previste dalla norma nazionale, in particolare l'Art-bonus ex Legge 29 luglio 2014, n. 106. La misura riguarda interventi su beni culturali di appartenenza pubblica, sebbene ovviamente funzionali allo sviluppo indiretto delle attività connesse svolte dal sistema privato. Tuttavia essa si è dimostrata scarsamente efficace in tutto il sud, in base ai dati riportati nel "15° RAPPORTO ANNUALE FEDERCULTURE 2019" dell'ammontare che risultava raccolto per l'annualità fiscale

2019, pari a circa 390 milioni di euro, solo il 2% era destinato al Sud e in particolare solo 2.000 euro alla Basilicata.

Nel corso degli ultimi anni si è andato sviluppando in Italia il settore delle piattaforme di crowdfunding che consentono di finanziare dal basso iniziative e progetti, con meccanismi differenziati (donazioni, prestito, partecipazioni, ecc).

L'area culturale è tra quelle che maggiormente in crescita in questi anni in termini di proposte, soprattutto per attività di produzioni artistiche (musica, spettacoli, libri, ecc). Lo strumento non è solo un canale di finanziamento, ma anche un'azione di marketing, atteso che basa la sua efficacia sulla condivisione massima dell'iniziativa. Questo sistema costituisce anche una modalità di investimento in grado di catturare l'interesse di potenziali investitori (nel corso del 2019 le prime 9 piattaforme di equity crowdfunding hanno raccolto in Italia circa 65 milioni di euro). È un settore in evoluzione, con un'offerta sempre più articolata, che sarebbe opportuno approfondire per verificarne efficacia e pertinenza al fabbisogno degli attori ICC del territorio.

7. SCENARI E VISIONI POSSIBILI

7.1 RIVEDERE I PARADIGMI DELLA PROGRAMMAZIONE

L'analisi dei settori dell'industria ICC induce a considerare che per elaborare politiche efficaci che supportino le imprese e le organizzazioni che operano nella cultura e nella creatività, serve comprendere che è necessario che esista una forte collaborazione tra gli ambiti del comparto e che questi settori generano impatti significativi anche in altre filiere produttive.

Si pensi al turismo, soprattutto in Basilicata, che ha bisogno dei settori del cinema, del teatro e dello spettacolo, o all'archeologia che si collega alla gamification e alla produzione di contenuti multimediali, oltre che al teatro e allo spettacolo, come dimostrato dagli eventi di "Festivalia. L'archeologia si racconta", che hanno coinvolto compagnie teatrali per lo storytelling dei siti. Anche i settori manifatturieri e all'artigianato senza il design e la domotica sortirebbero relativa fortuna. Si pensi infine alla scuola e alla formazione in generale, che sta evolvendosi grazie a nuovi approcci creativi e culturali e alle tecnologie che supportano la DAD.

Sono inoltre numerose le imprese che rientrano nella categoria "Creative driven" ovvero che pur appartenendo ad altro settore individuano nella cultura e nella creatività le condizioni per lo sviluppo della loro mission.

Tutto ciò ci induce a credere che rilanciare il settore ICC, senza considerare il contesto in cui è calato e le relazioni a cui è intrecciato, è mera utopia destinata a compiere poca strada.

I fabbisogni registrati, riferiti ai diversi settori core o all'interezza del mondo ICC, vanno soddisfatti nel quadro di un'azione programmatica d'insieme, che consideri le interdipendenze settoriali e affronti la dimensione territoriale come parte essenziale dei criteri di scelta: non c'è crescita culturale dove non c'è crescita economica e del welfare collettivo.

SERVONO INVESTIMENTI E STRATEGIE DIVERSIFICATE PER CITTÀ E TERRITORI

Ma cambiare registro al modello di programmazione corrente implica riconoscere la complessità del contesto e adeguare a tale complessità il sistema di intervento. Necessita comprendere che non è più il tempo di operare attraverso bandi pubblici o azioni a risposta semplicistica, che si rivolgono ad esempio in modalità indifferenziata a tutti gli attori di un determinato settore produttivo regionale (come se le esigenze dell'imprenditore turistico materano siano identiche a quelle dell'impresa che opera nel metapontino o nell'area del Pollino).

Significa inoltre rivedere i tempi degli interventi, tarandoli non sulla funzionalità del sistema erogatore ma sui fabbisogni dei beneficiari e dei territori, ad esempio con periodicità più efficace di bandi e azioni di supporto: se si prevedono misure di sostegno all'imprenditorialità o alla digitalizzazione e innovazione dei servizi socio-sanitari, bisogna non solo differenziare le misure a seconda del territorio a cui ci si rivolge, ma anche garantire che ci siano finestre periodiche, magari con diversi step di aiuto, magari partendo da una pre-fase di prototipazione fino ad un'ultima fase di capitalizzazione e consolidamento, occorre favorire la collaborazione tra attori pubblici e privati. In questo modo si potrebbero ottenere azioni progettuali probabilmente più efficaci oltre che maggiormente misurabili in termini di valutazione sui risultati e sugli impatti.

Naturalmente tutto questo implica che la burocrazia si efficienti e si basi su modelli gestionali e di controllo nuovi, partecipati ed adeguati alle sfide che ci attendono per i prossimi anni. La PA dovrebbe essere sempre più un alleato degli imprenditori e degli attori territoriali, non la concausa di condizioni di crisi dei sistemi aziendali e sociali.

Investiamo in forme di micro imprenditorialità e welfare innovativo

Per il rilancio dell'industria ICC e del territorio nel suo complesso non può essere la chiave risolutiva mettere intorno ad un tavolo i grandi player industriali e programmare modelli di intervento esogeno che non contemplano alcuna reale relazione con il territorio e le persone che lo abitano. Appare necessario, invece, avviare una nuova stagione di collaborazione che passi attraverso direttrici di sviluppo ispirate dalle vocazioni e aspirazioni dei territori, dalla sostenibilità ecologica, economica e sociale: un tessuto economico fondato sulla micro-impresa (oltre il 95% di

tutta l'economia italiana e lucana è composta da PMI e micro-imprese) ha bisogno di strategie che mettano in sicurezza il sistema locale, generando al suo interno gli anticorpi necessari a far fronte al tema dello spopolamento, della disoccupazione incalzante e della obbligatoria trasformazione del tessuto produttivo.

In questa prospettiva occorre un ampio coinvolgimento degli attori territoriali, sia pubblici che privati, ma soprattutto di coloro che operano nello strategico campo della ricerca e dell'innovazione, favorendo la collaborazione tra Istituzioni, sistemi socio-educativi, sistemi produttivi e coinvolgendo attori chiave che dall'esterno possano dare un contributo fattivo alla crescita sostenibile di un micro-sistema.

Non è solo una questione di accrescimento di un comparto produttivo o di tutela di posti di lavoro, ma piuttosto di tenuta sociale e culturale. In definitiva abbiamo la spavalda idea che per fare crescere cultura e creatività bisogna assumere l'arduo compito di mirare alla felicità delle persone e alla qualità della vita.

7.2 LA DIMENSIONE LOCALE QUALE CRITERIO DI SOSTENIBILITÀ

La Basilicata è una terra frammentata, un ecosistema variegato, sia da un punto di vista geomorfologico che sociale: una terra divisa tra aree a fallimento di mercato (nelle quali incalza lo spopolamento e aumenta paurosamente l'indice di vecchiaia) e zone industriali che, dopo un momento di crescita della metà degli anni '90, oggi rischiano di soccombere a fronte delle sfide di sostenibilità ambientale verso cui si sta riorganizzando l'economia planetaria. In molte aree le condizioni di sviluppo delle imprese, non solo di quelle dell'ICC, vanno sempre più precarizzandosi.

In questo contesto il governo regionale è chiamato a un compito cruciale nei prossimi mesi: costruire il piano strategico programmatico e le linee guida su cui investire le risorse che saranno messe in moto dai fondi indiretti europei e dal recovery fund (Next Generation EU), sui quali non si può sbagliare, un'occasione così rilevante non si ripresenterà.

Servono modelli di sviluppo e visioni progettuali che devono poi attuarsi e risultare realmente efficaci per i territori, a partire dalle loro caratteristiche.

Costruire microsistemi sostenibili

Per questo riteniamo che sia opportuno rivalutare un approccio "bottom-up" e dunque stimolare la nascita di "microsistemi sostenibili", che possano dare risposte più efficaci alle singole specificità dei territori. Una scelta che riteniamo coerente con gli andamenti correnti dei mercati e delle volontà dei consumatori: **tutti i modelli produttivi, economici e di welfare si stanno muovendo verso una personalizzazione sempre più marcata**. Tutti i servizi e i prodotti sono oramai ideati e realizzati in base a esigenze specifiche di clienti sempre più esigenti. La medicina, la tecnologia, l'educazione, l'industria manifatturiera e agroalimentare stanno evolvendo verso modelli di personalizzazione in linea con le necessità delle singole persone. **Le città e i territori del futuro saranno dunque a misura di persona**, su questo dato i centri urbani più avveduti stanno già riorganizzandosi.

Per i territori e per le comunità che faticano a cogliere questo cambio di passo serve un approccio specialistico, che tenga conto delle differenze locali e intervenga con politiche mirate secondo specifiche necessità di quegli ecosistemi.

Non basta rendere più intelligenti i territori, sfruttando la tecnologia, offrire in ultima istanza agli operatori soluzioni per lo svolgimento del loro business, servono anche modelli di welfare differenti, di coinvolgimento attivo delle comunità.

L'importazione di buone pratiche di impresa culturale da territori avanzati in contesti impreparati è destinata all'insuccesso.

Servono misure di crescita del tessuto locale ove trova esecuzione l'imprenditorialità, interventi specifici e differenziati per operare sul contesto, ad esempio per efficientare le PA o migliorare i servizi sanitari e socio/educativi.

Non si parte da zero, esperienze pregresse di sviluppo locale e il lavoro condotto dalla SNAI (Strategia Nazionale Aree Interne) hanno prodotto un lascito su cui intervenire per rafforzare la ri-connesione di territori, persone, aziende e Pubblica Amministrazione.

7.3 LA PROPOSTA: ECOSISTEMA DELL'INNOVAZIONE

L'ecosistema dell'innovazione è un cambio di paradigma nel quale i fabbisogni dell'industria Culturale e Creativa possono trovare composizione, in relazione e sinergia con le istanze di altri comparti, funzionalmente collegati. E' al tempo stesso il luogo della culturalizzazione dell'economia e lo spazio in cui la cultura si apre e si dimostra capace di contaminarsi con altre connotazioni settoriali e di dividerne i destini di comunità.

L'ecosistema dell'innovazione non intende essere un'utopia verso cui tendere, né un pay off accattivante di un'azione di marketing di Basilicata Creativa. Vuole definire un modello di azione verso cui convergere le energie e le risorse dei prossimi anni, capace di allargare la sfera di azione e la rilevanza del settore ICC, di stabilire i legami di un approccio di cross fertilization tra rami dell'economia locale e di articolarsi in forme di operatività concreta.

L'innovazione è il fattore determinante per lo sviluppo, rispetto al quale l'economia globale si va riorganizzando e si definiscono le catene del valore. E' il fattore da porre a servizio delle vocazioni e degli asset di cui un territorio dispone, ma senza abdicare completamente alla "techne" ma piuttosto sforzandosi di mantenere sempre un fulcro antropocentrico e un'identità comunitaria.

Aree di intervento

Declinare l'innovazione sui territori necessita di un modus operandi condiviso. Le aree di intervento proposte costituiscono un'articolazione per macrosezioni nelle quali sviluppare azioni funzionali a soddisfare le domande espresse dai sottosettori ICC, ma anche capaci di intercettare domanda inespressa dal territorio, dagli attori economici e dall'esterno.

PROGETTI TRAINANTI

Progetti trainanti sono azioni di riferimento verso cui convergere risorse, indirizzare le attenzioni e intorno a cui consolidare relazioni ed alleanze. Possono essere sia la continuazione di buone esperienze pregresse (lo sviluppo della sensoristica per la tutela dei beni archeologici, il modello partecipativo di Matera 2019, ecc) sia progetti ex novo strategici condivisi tra gli attori pubblici e privati (es. rilancio del settore cinematografico, valorizzazione rete dei beni architettonici minori, applicazioni digitali per la fruizione del territorio, ecc).

Hanno una propensione di potenziale connessione con dimensioni sovregionali e basano le loro condizioni di successo su reti partecipate da più attori (sistema pubblico, PMI, grandi imprese, Centri di ricerca,/Università, Terzo settore, istituti finanziatori). Trovano correlazione, laddove pertinente, in strumenti di programmazione delle politiche pubbliche di medio periodo.

PROVE DI INNOVAZIONE

Sono la frontiera su cui sviluppare e testare forme prototipali destinate a migliorare la qualità e l'esercizio delle attività dell'industria culturale e creativa ma anche degli altri settori potenzialmente coinvolti. Trovano sviluppo in un ambiente favorevole nel quale i portatori di fabbisogni specifici e di idee (imprese, ricercatori, associazioni, enti locali) possano incontrarsi e disporre di condizioni, mezzi e fiducia per tentare un percorso innovativo. Hanno necessità di un sistema di intermediazione condiviso dal sistema pubblico e nel quale i cluster potrebbero svolgere un ruolo, in grado di facilitare l'incontro tra le diverse esigenze intorno al quale coagulare il percorso sperimentale e garantire condizioni di sostenibilità (logistica, risorse, formazione, analisi, assistenza specialistica, ecc). Spesso hanno dimensioni finanziarie assai esigue rispetto ai potenziali benefici di sviluppo, benefici che compensano i casi, fisiologici, in cui la sperimentazione non produce cambiamenti rilevanti.

PROMOZIONE IMPRENDITORIALITÀ

La promozione dell'imprenditorialità sarà connessa principalmente al trasferimento tecnologico e all'innovazione, tanto nell'azione di inspessimento del tessuto esistente che in quella di creazione di nuova impresa (che in quota parte potrà essere impresa innovativa ai termini di legge). La crescita imprenditoriale è un elemento strettamente connesso allo sviluppo di un sistema di innovazione a scala regionale all'interno del quale possa generarsi iniziativa di impresa o definirsi condizione di miglioramento della performance dell'impresa esistente.

In questo contesto non sarà automatico il passaggio dalla sperimentazione alla produzione, né tutte le prove di innovazione potranno generare nuova impresa innovativa capace di scalare i mercati. Esse però potranno facilitare la produzione di fermenti capaci di sviluppare soluzioni a scala locale in grado di produrre effetti in termini di lavoro e miglioramento dei servizi.

Il sostegno allo sviluppo d'impresa potrà svilupparsi in un sistema regionale dell'innovazione che assuma l'eredità della S3 e la porti ad opportuno "upgrade" nel quadro della nuova programmazione, procedendo in tale cornice ad assicurare l'incentivazione attraverso risorse, a definire misure dedicate ai singoli asset strategici e alla connessione tra gli stessi, a garantire il supporto di agenzie di sviluppo e reti locali di innovazione.

APERTURA ALL'ESTERNO

In una realtà nella quale l'economia è sempre più interdipendente e le imprese si organizzano secondo il principio della catena del valore, occorre superare la debolezza del settore nella relazione con i mercati e le reti esterni. In questa prospettiva trovano fondamento diverse azioni funzionali a facilitare la relazioni con i mercati esteregionali, rese ancor più gravi dal "nanismo" e dalla debolezza delle imprese: la partecipazione a progetti internazionali, il supporto all'accesso ai mercati, il rafforzamento delle competenze necessarie, la creazione di occasioni di scambio con operatori esterni sia "out" che sul territorio locale.

Obiettivi, Azioni e Attori

Il modello di intervento proposto (Ecosistema dell'innovazione), che non parte da zero ma prova a capitalizzare esperienze di sviluppo locale condotte nelle scorse programmazioni mediate con elementi di stringente realtà (digitalizzazione e 5G, big data, transizione ecologica, senilizzazione della popolazione, post-covid, ecc) si pone il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- attivazione di un modello stabile di innovazione
- sviluppo di impresa
- crescita occupazionale
- attrattività territoriale
- sistemi territoriali sostenibili

La definizione operativa del modello non potrà fare a meno di una attività di concertazione territoriale che coinvolga le parti in causa. Solo dopo un adeguato confronto tra le parti sarà possibile lo sviluppo compiuto di una proposta progettuale. Tuttavia in questa fase una articolazione sintetica delle possibili tipologie di azione e dei soggetti coinvolgibili può essere costruita come segue:

ATTIVAZIONE DI UN MODELLO STABILE DI INNOVAZIONE

CONTENUTI	AZIONI	ATTORI
<p>Guidare l'innovazione a beneficio dell'ICC, ma anche degli altri comparti produttivi, necessita di un modello di intervento stabile, a carattere regionale, nel quale vi sia una regia, la possibilità di incrociare domanda di innovazione e offerta, la presenza di una funzione di mediazione, la possibilità di fruire di servizi e luoghi di scambio/incubazione, la connessione con i territori.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rilancio S3 sul 2021-2027; - Consolidamento dei cluster; - Network regionale di innovazione; - Hub di innovazione; - assistenza agli operatori 	<ul style="list-style-type: none"> - Regione Basilicata; - Clusters; - Università; - Centri ricerca; - Agenzie di sviluppo

SVILUPPO DI IMPRESA

CONTENUTI	AZIONI	ATTORI
<ul style="list-style-type: none"> - Consentire alle imprese esistenti di consolidare il proprio ruolo e lo spazio di mercato e di innescare nuove occasioni di business, anche in cooperazione intersettoriale. - Agevolare la nascita di nuova impresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Programmazione risorse; - Strumenti di incentivazione mirata; - Sostegno all'accesso al credito; - Sostegno alla digitalizzazione; - Sostegno a progetti integrati a supporto della cross fertilization; - Azioni di trasferimento tecnologico; - Scouting e orientamento 	<ul style="list-style-type: none"> - Regione Basilicata; - Operatori economici; - Clusters; - Agenzie di sviluppo; - Operatori del credito

CRESCITA OCCUPAZIONALE

CONTENUTI	AZIONI	ATTORI
<p>Agevolare l'ingresso nel MdL di giovani, in particolare della componente "high skilled"</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formazione; - Regione Basilicata; - Sviluppo di strumenti di tutela del personale (contrasto alla precarizzazione elevata in alcuni settori); - Strumenti di transizione formazione/lavoro e istruzione/lavoro - Forme di incubazione per avvio impresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Regione Basilicata; - Operatori economici; - Clusters; - Università; - Centri di ricerca - Agenzie di sviluppo; - Enti locali; - Terzo settore

ATTRATTIVITÀ TERRITORIALE		
CONTENUTI	AZIONI	ATTORI
Rendere la Basilicata un contesto attrattivo sia per imprese che per giovani ricercatori	<ul style="list-style-type: none"> - Creare nuove partnership economiche; - sviluppo di modelli di business capaci di riferirsi a mercati allargati; - accesso alle piattaforme collaborative a scala europea; - rafforzamento competenze per conseguire finanziamenti per l'internazionalizzazione 	<ul style="list-style-type: none"> - Regione Basilicata; - Operatori economici; - Clusters; - Università; - Centri di ricerca - Agenzie di sviluppo; - Enti locali; - Terzo settore

SISTEMI TERRITORIALI SOSTENIBILI		
CONTENUTI	AZIONI	ATTORI
Lo sviluppo è una veste che va disegnata sul corpo di territori, che hanno forme differenziate e capacità di movimenti e reazioni non uniformi. Il settore ICC potrà sperimentare azioni di crescita in un contesto di relazione e di equilibrio con il sistema locale, d'intesa con gli enti di governo locale e le rappresentanze organizzate della cittadinanza.	<ul style="list-style-type: none"> - connessione con strategie di sviluppo locale; - compatibilità con sistema dei servizi alla comunità; - programmazione delle risorse verso interventi di natura comprensoriale; - progetti di ricerca tarati sul territorio; 	<ul style="list-style-type: none"> - Regione Basilicata; - Operatori economici; - Clusters; - Università; - Centri di ricerca - Agenzie di sviluppo; - Enti locali; - Terzo settore

Le risorse

Raramente nella storia recente il nostro Paese e la nostra regione si sono trovati in una fase di potenziale disponibilità di risorse finanziarie come quella del periodo di programmazione che si sta aprendo. Questa circostanza costituisce un elemento importante, pur nella consapevolezza che la risorsa economica in sé non è sinonimo di sviluppo, come l'esperienza ha mestamente dimostrato. Sarà in ogni caso cruciale saper dimostrare una capacità di programmazione in grado di modulare le diverse opzioni degli strumenti finanziari rispetto alle azioni strategiche da definirsi, tenendo conto dei vincoli e della tempistica di esecuzione dei singoli strumenti.

In questa sede e in questa fase possiamo limitarci a delineare una correlazione potenziale tra gli obiettivi del modello "ecosistema dell'innovazione" e le risorse potenzialmente disponibili, come vediamo nella tabella nella pagina seguente.

Schema delle relazioni operative

Nella proposta di un modello attuativo di microsistemi sostenibili di innovazione, è possibile identificare uno schema di interazioni funzionali che vanno a costituire l'habitat all'interno del quale il modello trova legittimazione e condizione di funzionamento. Alcune di queste interazioni rispondono a un criterio di localizzazione ed agiscono a scala micro, ovvero legata strettamente al territorio:

- la costruzione di reti locali (più o meno formalizzate) tra attori pubblici e privati attivi sul territorio di riferimento;
- la presenza di azioni di assistenza tecnica e la disponibilità di competenze specialistiche in grado di accompagnare gli attori locali nei processi di sviluppo.

	POR 2014-2020	POR 2021-2027	Next Generation EU	PO 2021-2027	FSC	Finanziamenti EU a gestione diretta	Fondi statali	Sistema bancario	Crowdfunding
Attivazione di un modello stabile di innovazione		+++	++		+	++	+		
Sviluppo di impresa	+++	+++	++	++	++	+	+++	++	+
Crescita occupazionale	++	+++	++	++	+		+	+	
Attrattività territoriale	++	++	+	++	++	++	++	+	
Sistemi territoriali sostenibili	+	++	+	++	++	++	+	+	+

Altre interazioni sono di natura macro e si identificano in azioni di sistema capaci di determinare effetti sui singoli microsistemi, pur rispondendo ad un disegno sistemico unitario:

- la scelta di assicurare una funzione tecnica terza in grado di agire come mediatore dell'innovazione rispetto ai microsistemi;
- la presenza di luoghi deputati a svolgere ricerca (centri, Università) e a incubare nuove idee e proposte (hub dell'innovazione);
- la scommessa di progetti trainanti, ovvero iniziative progettuali di rilievo, capaci di riverberarsi sui territori affrontando temi prioritari e condivisi;
- un piano operativo in grado di assicurare apertura all'esterno e canali di confronto e commercializzazione per territori e operatori;
- un sistema di programmazione regionale dinamico, partecipato dal sistema delle autonomie locali e delle forme rappresentative degli operatori del territorio in grado di modulare in progress le politiche a sostegno dei microsistemi territoriali.



7.4 PRECONDIZIONI PER L'APPLICAZIONE DEL MODELLO

Immaginare un intervento che proceda per microsistemi territoriali implica di fatto il rilancio di una nuova stagione di sviluppo locale. Non si tratta di riesumare assetti organizzativi già conosciuti nelle precedenti programmazioni (come la Progettazione Integrata territoriale nel 2000-2006 o i PIOT del 2007-2013) quanto piuttosto di riconoscere alcuni elementi di quelle esperienze che hanno prodotto risultati e di integrarli in un sistema organizzativo che tenga conto dei fabbisogni territoriali e degli elementi che oggi sono presenti e che all'epoca erano meno rilevanti o assenti. Non si tratta dunque di ricostruire nuovi apparati organizzativi formali a scala locale con nuove postazioni da assegnare. Quanto piuttosto dare consistenza a reti locali sostenute da azioni flessibili di animazione ed assistenza e ad azioni coerenti con un piano di intervento coordinato e conforme alle potenzialità locali, all'interno del quale premiare i processi più efficaci e gli attori maggiormente innovativi.

Tutto questo richiede delle precondizioni senza le quali il sistema di relazioni ipotizzato rischia di andare in crisi, quali:

Un protagonismo degli enti comunali

In Basilicata 31 comuni hanno meno di 100 abitanti, diventano 73 se consideriamo la soglia di riferimento di 2.500, ovvero circa il 56% del totale. Se consideriamo i livelli di natalità di gli indici di vecchiaia a stretto giro avremo un numero consistente di comuni polvere nei quali la consistenza demografica minerà pesantemente lo svolgimento delle funzioni ordinarie figurarsi delle azioni di rilancio e sviluppo del territorio.

L'esperienza dell'anno passato, che ha impresso un'accelerazione su possibili forme di riorganizzazione della vita e del lavoro ha evidenziato soluzioni organizzative che potrebbero contenere i problemi di "sopravvivenza" dei piccoli comuni (la teledidattica, forme di residenzialità diffusa per anziani fragili, modelli di medicina territoriale in grado di avvalersi di tecnologie digitali, ecc) e mostrato situazioni prima impensabili (rientro di "smart workers", fenomeno del "south work"). È un processo complicato, condiviso anche da altri territori, nel quale vanno sostenute forme di associazione/integrazione tra gli enti locali, facendo tesoro di pratiche e opportunità preesistenti (la SNAI Strategia Nazionale Aree Interne o la L. n. 158/2017 sulla valorizzazione dei piccoli comuni). Tuttavia, è un percorso lungo e complesso non è realistico immaginare che i piccoli comuni possano affrontarlo da soli. È dunque necessario un indirizzo programmatico chiaro, che fornisca la cornice in cui operare, che sia frutto di un dialogo partenariale tra territori e livelli istituzionali e che inserisca la riforma della governance territoriale tra i temi strategici della programmazione 2021-2027 e utilizzi i fondi per la ripresa sugli investimenti cruciali (tecnologie ICT in grado di offrire nuove forme di azione, sistema dei servizi di welfare locale, nuova impresa locale, sostegno alle politiche formative che sappiano orientare verso mestieri e servizi digitali e relative procedure organizzative).

Nuovi partenariati Pubblico Privati

La costruzione di modelli per un processo collaborativo ed operativo tra soggetti pubblici ed operatori dell'ICC appare un elemento rilevante del processo di sviluppo dei territori. Tali modelli accettano come assunto una volontà di programmazione condivisa e potranno svilupparsi secondo diverse articolazioni. Da questo punto di vista le possibilità offerte dall'ordinamento sono diverse, sia nella formulazione del partenariato contrattuale che in quella istituzionalizzata. Sarà di volta in volta opportuno verificare il caso più adeguato e analizzare la compatibilità rispetto alle procedure di affidamento e negoziazione. Questo lavoro di verifica sulla sostenibilità del modello implica lo sviluppo sui territori di regimi di competenza in grado di presidiare le scelte, competenze che potranno essere interne (in questo senso potranno essere opportune azioni di capacity building) o rese disponibili sul mercato in termini di assistenza esterna.

Il superamento di una visione nettamente separata tra pubblico e privato, in generale ma anche nello specifico nel settore ICC, è allineato a quanto nel dibattito pubblico e nell'innovazione normativa accade nel Paese, si pensi alle esperienze di società miste per la gestione di luoghi

della cultura come i teatri, o la gestione innovativa e sostenibile delle risorse culturali attraverso lo strumento della fondazione di partecipazione o in ultimo la modifica dell'articolo 151 del Codice degli Appalti Pubblici, con il "Decreto Semplificazioni" n. 76/2020 che ha consentito anche a Regioni ed enti territoriali di dar vita a partenariati speciali pubblico privati semplificati per la gestione e valorizzazione dei luoghi della cultura.

La S3 lucana per il 2021-2027

La programmazione 2021-2027 conferma il ruolo assegnato alla Strategia regionale di specializzazione intelligente (S3) del periodo 2014-2020, naturalmente prevedendo una rivisitazione di quanto condotto nel precedente periodo, anche tenuto conto delle evoluzioni tecnologiche, dell'andamento dei mercati e degli effetti prodotti dalla emergenza sanitaria covid-19.

Se tecnicamente la Smart Specialisation Strategy (S3) ha assunto il valore di condizione procedimentale nella precedente programmazione per l'uso dei fondi FESR rispetto alle politiche della ricerca e dell'innovazione sul territorio, che ha consentito di concentrare le risorse su specifici settori strategici di specializzazione, al contempo essa può assumere ad un ruolo di strategia trasversale e di ricucitura della politica di coesione con altri fondi ed altri strumenti di programmazione regionale e nazionale.

Il nuovo assetto normativo regolamentare per il periodo 2021-2027 conferma la S3 come condizione abilitante per l'accesso alle risorse del Fesr in materia di ricerca innovazione e competenze (dunque con specifica attenzione per l'Obiettivo di policy "un'Europa più intelligente"), prevedendo che venga garantita la "buona governance della strategia di specializzazione intelligente nazionale o regionale".

In merito i nuovi Regolamenti UE stabiliscano che vengano individuati 7 criteri che devono essere soddisfatti per l'intero periodo di programmazione:

- un'analisi aggiornata delle sfide per la diffusione dell'innovazione e per la digitalizzazione;
- l'esistenza di istituzioni o organismi nazionali e regionali competenti, responsabili per la gestione della Strategia di Specializzazione Intelligente;
- strumenti di sorveglianza e valutazione volti a misurare la performance rispetto agli obiettivi della strategia;
- funzionamento del processo di scoperta imprenditoriale;
- azioni necessarie a migliorare i sistemi regionali di ricerca e innovazione, ove rilevante;
- azioni per sostenere la transizione industriale, ove rilevante;
- misure per rafforzare la cooperazione con partner esterni di un dato Stato membro nelle aree prioritarie sostenute dalla Strategia di specializzazione intelligente.

Questo dunque implica che in primo luogo venga rivista e rilanciata la versione della Strategia, al fine di meglio comprendere le condizioni dei mercati di riferimento e le modalità per rilanciare i comportamenti strategici individuati e le filiere di riferimento.

inoltre l'esperienza attuativa condotta, con tutti le eventuali debolezze riscontrate, ha fornito comunque elementi utili di riflessione per un'azione di ricalibratura del tiro, incluso con riferimento a quanto pertiene le ICC in Basilicata.

Gli anni trascorsi dalla approvazione della prima S3 lucana, relativamente pochi, e le modalità attuative che hanno consumato più tempo del previsto, non hanno consentito di registrare gli esiti e gli impatti originariamente attesi e né consentono una messa in discussione dell'impianto nella sua generalità. Non di meno si valuta le opzioni strategiche previste continuino a mantenere una loro validità e una solidità giustificata anche dai dati riportati nei capitoli precedenti.

Tuttavia occorre rilanciare il confronto con il territorio, analizzando come le opzioni strategiche, in sinergia con la S3 nazionale, le indicazioni di Agenda 2030 e del PNRR, possano essere riconfermate e meglio strutturate, secondo criteri di sostenibilità rispetto al processo di transizione verde e digitale e alle compatibilità degli attori. Il Cluster, per la parte che compete all'industria culturale e creativa, è evidentemente un attore naturale di questo processo.

Nuovi modelli di monitoraggio e valutazione

La Basilicata ha conosciuto nell'ultimo decennio una forte spinta allo sviluppo dell'industria culturale e creativa, non solo in virtù di una conclamata (non necessariamente espressa e praticata) vocazione territoriale, ma anche e soprattutto in virtù del percorso di candidatura prima e della celebrazione dopo della Capitale europea della cultura 2019, a significare questo la giustezza di una intuizione e l'efficacia di un metodo che individua in "vettori" forti, inclusivi e organizzati una chiave di sviluppo e di crescita complessiva dei territori. L'essere riusciti ad accendere interesse, innescare processi, inseminare i germi di un cambio di paradigma culturale e gestionale, non significa però che il percorso sia compiuto, anzi; è evidente come il concetto stesso di filiera sia tutto da costruire. Tuttavia la stessa vicenda Matera 2019 potrebbe (ma non è detto) aver "drogato" lo scenario: diventa in ogni caso indispensabile ponderare un approccio sistemico che sappia cogliere e valorizzare tutto il buono dell'esperienza di questi anni nella direzione di un'economia civica riequilibrata su tutti i tre attori: istituzioni-imprese-volontariato/associazionismo e dentro una dinamica propriamente "di mercato" in cui cioè la lettura dei dati verte su indicatori reali in termini di pubblici, spesa media, fatturati, numero di occupati ecc. e non soltanto di contribuzione pubblica (che talvolta finisce per favorire la frammentazione e certamente non la creazione di filiere organizzate).

Per elaborare politiche migliori è necessario disporre di maggiori e migliori evidenze dell'impatto economico e sociale dei settori culturali e creativi. Una migliore comprensione di come esattamente la cultura e l'innovazione regionale, la creazione di posti di lavoro, l'imprenditorialità e il benessere interagiscono e si rafforzano a vicenda è elemento rilevante del processo di programmazione.

Questo è necessario anche per superare i pregiudizi sul settore culturale che talvolta, a torto, non è considerato come primario nella produzione di valore e di occupazione. Ed è inoltre necessario per fare giustizia della varietà del settore, che necessita approfondimenti e considerazioni coerenti con le diverse situazioni di mercato (basta vedere, ad esempio come nella crisi da covid abbiano reagito diversamente il settore del teatro rispetto a quello della produzione multimediale)

Occorre dunque rafforzare i sistemi di monitoraggio delle dinamiche settoriali, che diventino stabili ed organiche (in questo il presente documento può essere un primo passo verso questa direzione). È inoltre necessario definire metodologia di valutazione a partire da indicatori che sappiano analizzare i risultati e gli impatti, non solo in termini di produzione di valore aggiunto economico, ma anche di interazione con il contesto e di contributo al benessere di comunità.

In tutto questo il Cluster può assicurare un contributo, attraverso diverse azioni:

- una raccolta strutturata di analisi di soggetti e fonti terzi;
- l'adozione di un programma di analisi impatti non solo economici, ma anche di impatto in termini di crescita di capitale sociale e benessere collettivo
- l'invito all'amministrazione regionale affinché consideri il settore all'interno delle proprie attività di valutativa.





**BASILICATA
CREATIVA**
INNOVATION

Cluster delle industrie
culturali e creative
della Basilicata