

Distretti culturali e sviluppo economico: un'esperienza italiana per i paesi del Mediterraneo

Estratto dell'intervento di Walter Santagat, in occasione del convegno "Creatività dell'Arte per una Politica InterMediterranea", organizzato da Love Difference il 28 settembre 2002, Cittadellarte-Fondazione Pistoletto

Se noi consideriamo la cultura non solo come una manifestazione artistica ma come l'immagine globale della vita sociale e spirituale di un popolo, entriamo in un concetto che anche l'Unesco comincia a sviluppare, che è quello che noi in Italia chiamiamo cultura materiale e che nei paesi anglosassoni chiamano intangibile, cioè una cultura fatta di saperi. La cultura interpretata come sistema di saperi locali, è una cosa che si avvicina ad un'esperienza italiana che può essere un aiuto significativo allo sviluppo economico dei paesi in transizione. È l'esperienza dei distretti industriali.

Ecco che allora la cultura è la produzione di vetri di Murano, cultura è la produzione di ceramica di Caltagirone o di Faenza, cultura è la produzione di tessuti, perché, in fondo, anche nei tessuti o nella moda, la dimensione industriale è evidentissima in decenni di accumulazione di saperi, di creatività. Se ci soffermiamo su questi aspetti, dei beni basati sulla cultura che hanno forti legami col territorio, che riprendono tecnologie e saperi locali, abbiamo un panorama piuttosto ampio di quello che, parafrasando la definizione di distretto industriale, potrebbe essere chiamato distretto culturale.

Se voi andate con la mente ai paesi del Mediterraneo, è facile riconoscerne molti. Ad esempio, un tappeto è prodotto di una cultura? Nella mia concezione assolutamente sì; è la cultura che è espressione di un popolo, di una storia secolare. Quello che è interessante è che la produzione di questi beni assume sovente la forma di cluster, cioè di concentrazioni distrettuali, quasi che per valorizzare al massimo questi saperi, queste tradizioni si sfruttino appieno i vantaggi, le economie della vicinanza. Ecco che se andiamo a vedere dove si producono oggetti in vetro, ceramica o tappeti, scopriamo che non si producono in luoghi isolati, ma sovente in contesti distrettuali.

Ma il problema è che ancora oggi moltissimi di quei centri produttivi non riescono ad arrivare alla soglia del successo di mercato internazionale. Cos'è allora che ha aiutato lo sviluppo economico di nuovi distretti culturali? Io credo che uno degli elementi principali sia stata l'introduzione di uno speciale diritto di proprietà collettivo: il diritto di denominazione d'origine. In sostanza il problema di molte di queste produzioni è di costruire una reputazione, innanzitutto locale, poi internazionale intorno ad un marchio collettivo, che diventa l'immagine, l'icona della produzione stessa, che diventa anche l'incentivo ad un miglioramento della qualità della produzione perché la protezione di un diritto significa lotta contro la contraffazione.

Queste storie vanno ripensate e riportate alla dimensione delle legislazioni, delle storie locali e nazionali, però io credo che l'esperienza italiana dei distretti sia un'esperienza che insegna al mondo intero che lo sviluppo economico in molti casi non richiede investimenti colossali, le grandissime cattedrali nel deserto come le chiamavamo nell'Italia di un tempo, ma richiede la laboriosità, il recupero, la valorizzazione di tante piccole o piccolissime imprese che sappiano valorizzare e ricostituire una cultura.

Walter Santagata,

Prof. di Politica Economica ed Economia dei Beni Culturali, Università di Torino, Italia.