

IL RUOLO DELLA CULTURA NELLA CREAZIONE DI UN *MILIEU* INNOVATIVO
URBANO: IL CASO DI BARI

Elena PALMA¹, Antonio P. RUSSO² e Luca SCANDALE³

¹ Università degli Studi di Bari, Via Camillo Rosalba 53, 70124, Bari

² Erasmus University Rotterdam, Post Box 1738, 3000 DR, Rotterdam, Paesi Bassi

³ Università degli Studi di Bari, Piazza Cesare Battisti 1, 70100, Bari

SOMMARIO

I componenti del software territoriale, come la cultura, la conoscenza e l'informazione, assumono una importanza crescente nella creazione di *milieux* urbani innovativi. Da un lato, infatti, le istituzioni culturali arricchiscono il capitale umano e sociale attraverso la creazione, il trasferimento di informazione e l'attivazione di processi di apprendimento capaci di promuovere l'innovazione e la competitività (Maillat, Kebir, 1999). Dall'altro, la cultura e l'industria culturale emergono quali fattori strategici per l'identità e le performance dei settori ad alta intensità d'informazione, perché forniscono loro il 'contenuto' che, strutturato lungo catene del valore, genera un contesto sociale maggiormente propenso all'innovazione. Dato questo quadro di riferimento, lo scopo del presente contributo è valutare la 'dotazione' e l' 'organizzazione' (Emanuel, 1999) del settore *dell'Information and Communication Technology* in provincia di Bari per verificare il ruolo che cultura e tecnologia possono rivestire nell'ambito di nuovi percorsi di sviluppo competitivi e durevoli.

I paragrafi 1 e 2 sono da attribuirsi a Luca Scandale, il paragrafo 3 ad Elena Palma ed i paragrafi 4 e 5 ad Antonio P. Russo.

1. INTRODUZIONE

I sentieri dello sviluppo territoriale appaiono sempre più determinati da fattori endogeni come il capitale sociale di contesto⁴ che, per le caratteristiche di prossimità, di denso flusso di informazioni (in e out) e per la difficile riproducibilità in contesti altri rispetto a quelli in cui sono localizzati, rientrano nella definizione di *innovative milieu* (GREMI, 1991). Allo stesso tempo le istituzioni votate alla generazione e al trasferimento della conoscenza (Università e Parchi Scientifici) attivano processi di apprendimento capaci di mettere a valore il capitale sociale di contesto promuovendo l'innovazione e la competitività territoriale (Cappellin, 2001).

La facoltà delle nuove tecnologie di comunicazione e informazione (*ICT*) di alterare o scardinare i processi locali, agendo da “acceleratore” o “rallentatore” dello sviluppo locale, viene a dipendere dalla capacità dei luoghi di rimanere “agganciati” al contesto culturale in cui la capacità innovativa evolve.

Mentre a livello macroeconomico aggregato si possono osservare sequenze causali “normali” tra investimenti in nuove tecnologie, *ICT* e sviluppo economico, le variazioni idiosincratice e soprattutto i fallimenti nelle politiche urbane basate sulla “modernizzazione forzata” delle località non si possono spiegare se non a scala puntuale guardando ai contesti culturali di riferimento.

Questo studio, di cui nei prossimi paragrafi si riportano i risultati preliminari, prende spunto dal progetto MUTEIS (*Macro-economic Urban Trends in Europe's Information Society*) che analizza il ruolo del settore *ICT* della provincia di Bari come motore dello sviluppo locale comparandolo con altri casi studio europei⁵. Allo stesso tempo, si intendono identificare le principali linee guida per un cambio di rotta che privilegi l'approccio negoziato e l'esplicitazione di tematiche legate alla cultura come punto focale della strategia di sviluppo.

A questo scopo viene analizzato il ruolo della cultura nell'organizzazione e nell'orientamento dei *milieu* innovativi, e si espone il caso studio della regione urbana di Bari. L'analisi sarà supportata da dati quantitativi e qualitativi raccolti dalle locali Camere di Commercio, dagli

⁴ Il concetto di capitale sociale è stato oggetto di numerosi studi (Putnam, 1995; Baker, 1990; Nahapiet, Goshal, 1998): nato nell'alveo delle scienze sociali, in particolare della sociologia urbana, lo stesso è stato poi preso a prestito dall'economia per indicare l'insieme di vantaggi derivanti dall'esistenza di pratiche, relazioni e legami tra individui, istituzioni ed imprese all'interno del contesto territoriale in cui essi operano. L'appartenenza a tali reti può favorire l'accesso alla conoscenza ed alle informazioni così come può innescare processi di cooperazione piuttosto che di opportunismo fra le imprese. Il capitale sociale di contesto rimanda invece all'“effetto combinato” dei comportamenti osservati da istituzioni e imprese, e ritenuto in grado di influenzare: le aspettative di performance, le percezioni e i comportamenti socioeconomici dei soggetti operanti in un determinato contesto” (Costabile, Lanza, 2000, pp.65-66).

⁵ Il progetto, nato in seno alla Commissione Europea, V programma quadro, per indagare la *performance* e l'impatto del *cluster ICT* (*Information and Communication Technologies*) sulle città d'Europa, prevede, accanto ad uno studio macroeconomico sulle variabili in grado di influenzare il settore, l'identificazione delle caratteristiche qualitative dello stesso, ossia l'esistenza di “reti locali”, il loro grado di funzionamento ed il ruolo dei *policy makers* nel processo di governance.

istituti di statistica e attraverso interviste ai principali *stakeholders* della regione urbana per verificare l'ipotesi di uno sviluppo endogeno, competitivo e sostenibile generato a partire dalle risorse culturali.

2. CULTURA E MILIEU INNOVATIVO URBANO

Le città sono sistemi complessi in costante evoluzione: ognuna di esse è pervasa da una forte individualità (Braudel, 1979) che si evolve nel corso dei secoli attraverso processi che intersecano fattori economici, socio-demografici, politici e culturali.

In ogni città tale evoluzione è stata influenzata dalla cultura e dal grado di innovazione (che sono state spesso i motori dello sviluppo) e, viceversa, i due fattori sono stati indotti da contesti urbani fortemente stimolanti. Le caratteristiche proprie dei processi culturali e innovativi, infatti, sono altamente influenzati dal grado di prossimità degli attori coinvolti e appartengono a categorie produttive in cui l'apprendimento individuale e collettivo si alimentano.

La cultura come fattore intangibile è stato indagato da numerosi punti di vista (Throsby, 1999), ma l'accezione con cui ad essa si guarda nel presente contributo (senza dimenticare l'assoluta rilevanza degli altri) è quella che in fisica viene riservata ai gas nobili, i quali occupano gli spazi lasciati vuoti dagli altri. Dal punto di vista economico, infatti, la cultura, non è solo un'insieme di attività e servizi legati ad un ampio spettro di beni, ma comprende un insieme di aspetti intangibili che si legano al trasferimento della conoscenza e al *knowledge managment* e con i quali deve fare i conti la città postmoderna per trarre vantaggi dalle sue dotazioni culturali e incrementare la sua competitività (Amendola, 1996). Allo stesso tempo, gli studi di economia della cultura si intrecciano sempre più all'economia urbana perché una città che promuove e produce cultura aumenta la qualità della vita dei suoi abitanti, si rende più attrattiva per i turisti, favorisce la localizzazione delle imprese e incentiva gli investimenti esteri. I consumi culturali nelle aree urbane, inoltre, influenzano la coesione sociale, l'identità dei cittadini e l'immagine della città.

In questo senso, gli studi del mercato culturale hanno evidenziato come le analisi della domanda sono sempre da rapportarsi all'offerta. Le attività culturali, infatti, non sono consumabili in luoghi differenti da quello in cui sono ubicate e necessitano di un coinvolgimento individuale che ne determina l'apprezzamento; allo stesso modo esse si legano a filo doppio alla quantità e alla qualità degli spazi di fruizione della produzione culturale (Santagata, 2001).

Alcune ricerche, inoltre, dimostrano che l'offerta di cultura di una città influenza la domanda culturale dei cittadini generando *addiction* (dipendenza) nel consumo; inoltre, i consumi culturali sono tipizzati come *learning by consuming goods* (beni in cui si impara consumando); al crescere dell'offerta culturale della città, cresce la conoscenza dei cittadini,

le preferenze mutano e il desiderio di consumo aumenta in misura più che proporzionale all'aumento del suo reddito reale creando un circolo virtuoso tra cultura, economia e territorio (Santagata, 1998).

Quindi, apprendimento, innovazione e cultura si integrano perché la cultura emerge come fattore cruciale per generare un contesto che conduce all'innovazione e contribuisce tramite le sue istituzioni (Università e Parchi Scientifici) alla generazione e al trasferimento della conoscenza attivando processi di apprendimento capaci di mettere a valore il capitale sociale di un territorio. In tal modo si crea una sorta di "*learning culture*" capace di autostimolare e alimentare i processi creativi: la cultura risulta essere il vettore su cui costituire un *milieu* innovativo urbano; essa fornisce valore aggiunto territoriale in termini di stimolo alla creatività e, di conseguenza, all'innovazione.

La cultura del territorio è anche questo e gli aspetti immateriali delle economie urbane sono costituiti da sistemi di valori che pervadono lo sviluppo rendendo i luoghi diversi. La cultura, l'identità locale, la memoria e i valori socialmente condivisi sono entrati, infatti, nella logica della gestione territoriale, nel modo in cui la cultura d'impresa ha fatto il suo ingresso nel *management* aziendale.

Come sottolineano Valdani e Ancarani (2000), è indubbio che "la nuova fonte del vantaggio competitivo delle imprese, così come dei sistemi economici, sociali e territoriali, si sta ormai manifestando e consolidando nella capacità sia individuale che organizzativa di accesso, utilizzo e sviluppo di conoscenza" (pag. 23). Infatti, la crescente importanza dei beni relazionali ed immateriali all'interno dei processi di sviluppo territoriale ha portato oggi a concepire il territorio post-fordista come *learning organisation* (Valdani, Ancarani, 2000) in cui le infrastrutture tecnologiche assieme alle imprese costituiscono il suolo fertile per la diffusione ed alimentazione dell'innovazione e della conoscenza mentre le variabili di contesto (come ad esempio il clima socio-istituzionale, l'esistenza di sinergie pubblico-private, la qualità della vita, ...), ed in particolare il capitale sociale di contesto, rappresentano il necessario completamento del *milieu* innovativo locale.

Ed in effetti tali variabili appaiono sempre più strategiche per lo sviluppo dei territori, a stento riproducibili *in vitro* a causa della loro ambiguità causale (Reed, Defilippi, 1990) ossia della difficoltà di individuarne la genesi, e del carattere fortemente idiosincratico (Becattini, Rullani, 1993) che non ne permette la facile utilizzazione al di fuori dell'ambiente che le ha generate.

Individui, istituzioni ed imprese assieme alle relazioni tra di loro intercorrenti identificano il 'sistema territorio': quest'ultimo, da pavimento isotropico sul quale spostare il mobilio, diviene oggi vero e proprio 'spazio relazionale', supporto ed artefice del fenomeno innovativo che in esso si svolge.

Seguendo Governa (1997), tale specifico ambiente innovativo (*milieu innovateur*) è caratterizzato dalla compresenza di tre caratteristiche: 1. uno spazio geografico unitario; 2.

una logica organizzativa rivolta all'innovazione e 3. una specifica capacità di apprendimento. Nella consapevolezza che la tensione all'innovazione non è misurabile esclusivamente dal punto di vista tecnologico, l'analisi delle risorse materiali (in particolare delle imprese operanti nei settori dell'*Information and Communication Technology*) che compongono il *milieu* innovativo barese costituirà il punto di partenza per la successiva indagine sulla 'rete locale' e sulle potenzialità e le positive retroazioni che si instaurano tra queste due 'facce' della stessa medaglia.

3. LA PROVINCIA DI BARI: QUADRO ECONOMICO D'ASSIEME

Riassumere seppur in maniera sintetica il sentiero seguito dalla base economica provinciale può essere un utile strumento per comprenderne le più recenti dinamiche e verificare la effettiva 'centralità' di Bari e della sua provincia nello scenario competitivo locale.

Agli inizi del secolo scorso, infatti, la Terra di Bari⁶ già presentava una rete proto-commerciale desumibile dalle direttrici dei flussi tra i nuclei urbani costieri allineati in fasce parallele lungo la costa secondo la direttrice NO-SE che rifornivano i centri rurali dell'interno, disposti lungo l'asse O-E, di beni di rango superiore in cambio di prodotti agricoli (Amoruso, Rinella, 2002).

La provincia era inoltre leader del settore secondario: nel 1911 (anno del primo censimento economico) raccoglieva oltre il 45% degli addetti all'industria dell'intera regione con una particolare concentrazione nel capoluogo dove si registravano un terzo degli addetti ed un quarto delle imprese provinciali. Quindi, se nei primi anni del Novecento non si poteva ancora parlare di distretti industriali o di aree sistema per definire questi agglomerati di piccole e medie imprese operanti nei settori tradizionali del manifatturiero e distribuiti con una certa regolarità in tutta la provincia, tuttavia occorre rilevare accanto all'esistenza di un tessuto commerciale prospero, un insieme di attività industriali nei centri della sub-regione che lo integrano ed affiancano, tanto da formare una sorta di 'atmosfera e cultura industriale' in grado di innescare episodi più o meno estesi di crescita industriale (Amoruso, Rinella, 2002). La fase di industrializzazione che prende avvio in Puglia nel decennio 61-71, sostenuta dagli interventi della Cassa per il Mezzogiorno e dalla previsione, contenuta nella L.634 del 1957, delle Aree di Sviluppo Industriale (ASI)⁷ (che avrebbero dovuto diffondere le economie

⁶ Per la ripartizione della Puglia in sub-regioni cfr. Bissanti (1991).

⁷ In particolare, in Puglia, sorsero cinque aree di sviluppo industriale (ASI) ognuna centrata su un capoluogo provinciale, allineate lungo l'asse NO-SE da Foggia a Lecce. Esse raggruppano gli spazi territoriali più popolati e interessano tutte un tratto costiero: si articolano in agglomerati configurando una struttura polinucleare composta da 5 nodi principali (Bari-Modugno; Taranto con l'Italsider; Foggia con l'Enichem; Lecce-Gallipoli per il tessile-abbigliamento; Brindisi con il petrolchimico della Montedison) e 8 zone complementari.

esterne su tutto il territorio, abbracciando la logica dei poli perrousiani), indusse un aumento delle unità locali e degli addetti riconducibile quasi completamente alle decisioni di localizzazione di industrie esogene, di grandi dimensioni a partecipazione statale.

A differenza delle altre ASI, in quella barese, che attualmente ospita, su una superficie di 1.909 ettari, circa 500 aziende per un totale di 17.000 occupati, la buona accessibilità e le piccole e medie imprese a capitale locale hanno attratto anche industrie 'esterne' (Magnet Marelli) e capitali stranieri (Bosch e Getrag) che hanno rafforzato le tendenze positive (Amoruso, Rinella, 2002).

Quindi, la provincia barese⁸ mostra una duplice caratterizzazione: da un lato il volto agricolo dell'hinterland, supportato dal settore agro-alimentare, dall'altro quello industriale (caratterizzato come detto sopra dalla presenza di PMI) e commerciale caratteristico dei centri costieri. Secondo recenti statistiche della Camera di Commercio (2002), infatti, la provincia di Bari con oltre 154.000 aziende (5° posto in Italia) concentra il 40% del tessuto imprenditoriale pugliese. Il sistema produttivo è caratterizzato dalla ridotta dimensione aziendale e dal prevalere delle ditte individuali (72%) rispetto alla media nazionale (59,6%). Molto significativo appare il ruolo del settore primario (1° posto fra le province italiane per numero di imprese), che incide sul reddito totale provinciale in misura sensibile (24,1%), superiore al resto del Paese (18%). Anche l'industria, con una quota inferiore alla media nazionale, è una delle più floride del Mezzogiorno (7° posto nazionale). Su tutti, comunque, prevale il settore del commercio con una incidenza sul totale imprese del 30,1% a fronte del 26,6% nazionale per la quinta posizione fra le province.

Dal punto di vista degli addetti, inoltre, a differenza delle altre province pugliesi, quella barese mostra un minor numero di addetti nel settore primario (10,4%) e nell'industria (25,4%) rispetto al comparto dei servizi (65,2%: include commercio, turismo, servizi bancari e finanziari e la categoria residuale 'altri servizi') (Istat, 2001).

3.1 Il settore dell'Information and Communication Technology

Accanto a questi settori 'tradizionali' dell'economia barese, negli ultimi anni, la provincia ha mostrato segnali interessanti nel settore dell'*Information and Communication Technology*; quest'ultimo, secondo la classificazione operata dall'OECD (Organisation for Economic Development), comprende quattro sub-settori: 1. software, 2. hardware, 3. telecomunicazioni e 4. produzione di 'content'. Il primo racchiude le imprese operanti nella produzione di software, nella consulenza informatica, nell'elaborazione elettronica di dati e gestione di

⁸ La provincia di Bari, che comprende 48 comuni, in prevalenza (82,9%) con popolazione superiore alle 20.000 unità su una superficie di 5.138 Km², ospita una popolazione pari a 1.580.498 abitanti con una densità di circa 325 ab/km².

banche dati; il secondo invece nella fabbricazione e manutenzione di apparecchiature per l'informatica (macchine per ufficio, computer,...) e di componenti elettronici; il sub-settore Telecomunicazioni comprende al suo interno tutte le imprese operanti nella gestione di rete telefonica fissa e mobile, oltre che nella fornitura di accesso ad Internet, Internet point,...; il quarto, infine, contiene al suo interno imprese operanti in settori diversi (radio, televisione, editoria, pubblicità, agenzie di stampa) ma accomunate dall'impiego di tecnologie informatiche per lo svolgimento del *core business* (cfr. tab. I).

Tabella I Classificazione del settore *ICT* con indicazione dei codici ATECO

<i>HARDWARE</i>	30.01 Fabbricazione di macchine per ufficio 30.02 Fabbricazione di computer, sistemi e di altre apparecchiature per l'informatica 31.30 Fabbricazione di fili e cavi isolati 32.10 Fabbricazione di tubi e valvole elettronici e di altri componenti elettronici 32.2 Fabbricazione di apparecchi trasmettenti per la radiodiffusione e la televisione e di apparecchi per la telefonia 72.50 Manutenzione e riparazione di macchine per ufficio e apparecchiature informatiche
<i>SOFTWARE</i>	72.10 Consulenza per installazione di sistemi informatici 72.20 Realizzazione di software e consulenza informatica 72.30 Elaborazione elettronica dei dati 72.40 Attività delle banche di dati 72.60 Altre attività connesse all'informatica
<i>TEECOMUNICAZIONI</i>	64.20 Telecomunicazioni: 64.20.1 Gestione di reti di telecomunicazioni fissa 64.20.2 Gestione di reti di telecomunicazioni mobile 64.20.3 Gestione di reti di trasmissione di programmi radiotelevisivi via cavo, satellite, ripetitori terrestri 64.20.4 Gestione e monitoraggio di reti di trasmissione dati 64.20.5 Fornitura di accesso a Internet (Provider) 64.20.6 Altre attività connesse alle telecomunicazioni
<i>PRODUZIONE DI 'CONTENT'</i>	22.10 Editoria 74.40 Pubblicità 92.10 Produzioni e distribuzioni cinematografiche e di video 92.20 Attività radiotelevisive 92.40 Attività delle agenzie di stampa

Considerato complessivamente, il comparto riunisce 2.563 unità locali (u.l.) per un totale di 5.032 addetti in provincia di Bari, con un'elevata concentrazione (1.015 u.l.: 39,6%; 2.117 addetti: 42,1%) nel capoluogo⁹. I tassi di crescita del settore sono sorprendenti: in un decennio il numero delle unità locali è più che raddoppiato in provincia e quasi triplicato nella città di Bari tanto da rendere la Puglia e Bari rispettivamente la quarta regione e la quinta città in Italia per nascita di imprese legate alla '*new economy*' (www.quintostato.it).

Altre conferme derivano, inoltre, dal confronto tra i dati provinciali e del capoluogo con quelli nazionali (fig. II a-b). Innanzitutto, alla scala locale (provinciale e della città di Bari) la crescita registrata in termini di unità locali ha fatto sì che il capoluogo superasse di circa due punti percentuali il dato nazionale (mentre la provincia appare ormai in linea con lo stesso valore, ca. 2,5% delle unità locali sul totale) (fig. II a). Inoltre, in quella che l'Osservatorio Banche-Imprese indica come Area metropolitana di Bari¹⁰, il settore presenta la migliore performance in termini di dati congiunturali (Osservatorio Banche-Imprese, 2003): rispetto al 2001, infatti, sono aumentati tanto gli ordinativi (+4%) che la produzione (+5%) ed il fatturato (+5%).

Lo stesso rapporto, però, sottolinea come, nell'Area metropolitana di Bari, l'incremento più contenuto in termini di occupati nel 2002 si sia registrato proprio nel settore *ICT*, che, in Italia come in provincia di Bari, soffre di una drastica contrazione nel numero di addetti nell'ultimo decennio (fig. II b) più evidente alla scala urbana e nazionale, dove si registravano le migliori performance in partenza.

⁹ Oltre a Bari, particolarmente dinamiche risultano due sub aree: la prima fa perno attorno al 'naturale' incubatore di tali attività, Tecnopolis (cfr. § 3.3), mentre la seconda fa riferimento alla 'corona urbana' ed in particolare ai centri dotati di una zona industriale (è il caso di Modugno, Molfetta, Casamassima,...).

¹⁰ Secondo la classificazione operata dall'Osservatorio Banche-Imprese (2003), tale sub-regione, che si estende su un'area di circa 606 Km², con una popolazione di 583.161 abitanti ed una densità media di 883 ab./Km², comprende sedici comuni della provincia di Bari: Adelfia, Bari, Binetto, Bitetto, Bitritto, Capurso, Casamassima, Cellamare, Modugno, Mola di Bari, Noicattaro, Palo del Colle, Sannicandro, Triggiano, Rutigliano e Valenzano. Qui il settore terziario produce l'83,5% del reddito locale e occupa il 77,7% della popolazione attiva.

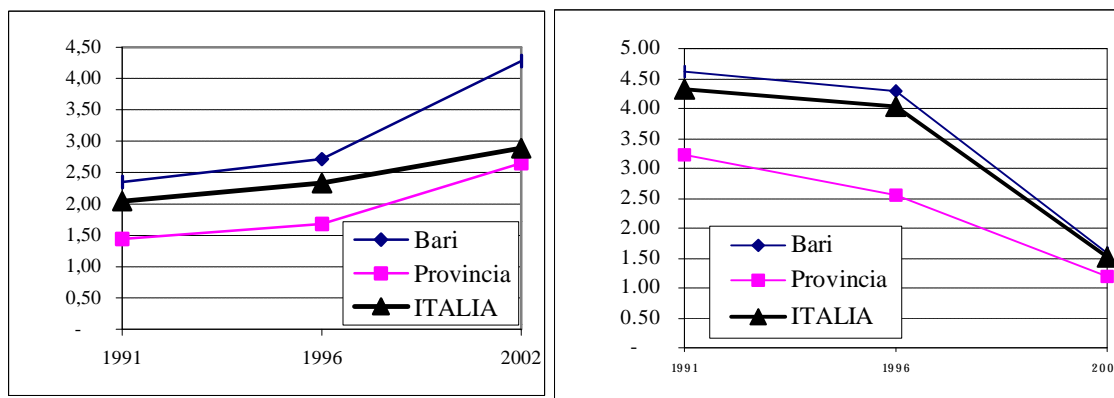


Figura II Percentuale di imprese attive (a) e di addetti (b) nel settore ICT in Italia, Provincia di Bari e Bari (Fonte: Camera di Commercio, 2003).

Analizzando nel dettaglio i sub-settori, ci si rende conto che ciascuno presenta trend positivi in termini di unità locali (cfr. tab. II a): in particolare le Telecomunicazioni a causa della diffusione del mercato della telefonia mobile e la produzione di ‘content’ nei settori editoria e pubblicità. Allo stesso tempo, tutti risentono di un calo nel numero di impiegati (cfr. tab. II b) in conseguenza del sensibile ridimensionamento degli impianti (particolarmente evidente nel sub-settore *Software*) che è spesso sintomo di un abbassamento del valore aggiunto prodotto o comunque di una tendenziale minore propensione all’innovazione.

Tabella II a Numero di unità locali e classe dimensionale per sub-settore di attività, anni 1991 e 2002 (Fonte: Camera di Commercio di Bari, 2003).

	1991		Classe dimensionale		2002		Classe dimensionale	
	Bari	Provincia	Bari	Provincia	Bari	Provincia	Bari	Provincia
Hardware	71	241	5,9	8,3	181	472	2,1	2,1
Software	162	420	11,8	10,6	479	1.282	2,0	2,0
Telecomunicazioni	1	19	2,0	2,2	15	50	0,5	0,5
Produzione di ‘content’	131	320	7,5	5,3	340	759	2,3	1,9

Tabella II b Addetti per sub-settore di attività, anni 1991 e 2002 (Fonte: Camera di Commercio di Bari, 2003).

	1991		2002	
	Bari	Provincia	Bari	Provincia
Hardware	420	2.001	380	999
Software	1.917	4.461	938	2.587
Telecomunicazioni	2	42	7	27

Produzione di ‘content’	976	1.710	792	1.419
--------------------------------	-----	-------	-----	-------

La descrizione della ‘dotazione’ non esaurisce, però, la composizione del *milieu* barese: a tal fine sarà pertanto necessario analizzarne l’‘organizzazione’, ovvero la rete di attori coinvolti ed operanti all’interno del *cluster* così delineato per individuare possibili sinergie e percorsi di sviluppo legati all’identità ed all’innovazione.

3.2 Il ruolo di Tecnopolis all’interno della ‘rete locale’

In definitiva, quindi, sebbene l’economia provinciale appaia ancora saldamente ancorata ad un’identità commerciale e manifatturiera legata alla piccola e media impresa, ci sono segnali di una certa concentrazione di imprese impegnate nell’*ICT*, sicuramente promettenti se si pensa alla presenza sul territorio di una serie di attori impegnati nella formazione e nella ricerca (Politecnico, Università, Centri di Ricerca) che costituiscono al tempo stesso fonte di manodopera specializzata e potenziali mercati di sbocco/partners per il settore settore. Fra questi ultimi il Parco Scientifico di Valenzano (Bari), Tecnopolis, nato nel 1969 intorno al nucleo CSATA (Centro Studi e Applicazioni in Tecnologie Avanzate: consorzio che riunisce Università meridionali, Camera di Commercio di Bari, Cassa di Risparmio di Puglia e alcune società di consulenza), riveste sicuramente un ruolo strategico. Il Parco, la cui *mission* inizialmente prevedeva, con particolare attenzione al mondo delle imprese, la modernizzazione della regione Puglia attraverso la diffusione dell’innovazione nel settore privato, l’aiuto nella fase di avviamento di imprese nel settore *ICT*, attività di formazione, consulenza e ricerca di alto livello, nei primi anni di attività non riuscì ad incontrare le esigenze del mercato ‘interno’. L’attività di ‘incubatore’, infatti, risultò modesta (con sole 15 nuove imprese avviate), lo sviluppo di nuove tecnologie inadeguato rispetto ai fabbisogni delle aziende operanti (molti prototipi rimanevano inutilizzati perché non si sapeva come utilizzarli) e la capacità di attrarre imprese ‘esterne’ limitata a causa della inapplicabilità degli studi di fattibilità proposti.

Così, nel 1984, Tecnopolis ‘cambia volto’ e si costituisce società pubblico-privata (Tecnopolis CSATA Novus Ortus) con l’obiettivo di offrire servizi più vicini alle esigenze del territorio. In questo senso devono leggersi la nascita di un laboratorio di microelettronica al servizio delle imprese e le collaborazioni avviate con le Pubbliche Amministrazioni e con *networks* tecnologici e scientifici internazionali. I consistenti investimenti intrapresi per il miglioramento degli impianti e gli ingenti costi fissi che la Società doveva sopportare, aggravati dal fallimento del gruppo bancario CariPuglia, tra i suoi principali azionisti, costrinsero il Governo centrale, in previsione di una rovinosa bancarotta, a riportare Tecnopolis alla sua originaria missione di centro di ricerca applicata. In tal modo, attraverso i fondi comunitari per il trasferimento delle tecnologie dell’informazione e l’apertura a privati, si pensava di riportare i bilanci della società in pareggio.

In questo contesto, sul finire degli anni Novanta, il Parco entra nella fase ‘istituzionale’ del proprio ‘ciclo di vita’, perché, su incarico della Regione si occupa della fase di *reengineering* dei sistemi organizzativi e tecnologici degli Enti locali attraverso il programma RUPAR (Rete Urbana delle Pubbliche Amministrazioni Regionali). Allo stesso tempo continua a svolgere i compiti di formazione e ricerca rivolgendosi al mercato locale e nazionale.

Oggi, il ‘tacito’ ruolo assegnato a Tecnopolis (sulla base di fattori idiosincratici piuttosto che per un reale disegno strategico) dal Piano Operativo Regionale (POR) sembra quello di una vera e propria Agenzia in grado di coordinare la politica tecnologica regionale che, utilizzando i nuovi strumenti informatici (Internet in particolare) sia nelle pratiche gestionali che in quelle diffusive della conoscenza, riesca a rilanciare la produttività del territorio, catalizzando il processo di modernizzazione e favorendo l’adozione dell’*e-governement* per la migliore circolazione dell’informazione all’‘interno’ ed all’‘esterno’ delle pubbliche amministrazioni.

È questa, dunque la principale ambiguità di cui oggi il Parco è testimonianza, essere al contempo regolatore e *competitor* all’interno dello stesso mercato (quello appunto dell’*ICT*): risolvere questo conflitto d’interessi sarà il primo doveroso passo da compiere da parte dell’ente.

4. UN’INDAGINE SUL CAMPO

Al fine di analizzare gli impatti del settore *ICT* e le dinamiche a suo interno e per comprendere se sussistono le condizioni per la crescita di una *learning region* nell’area urbana di Bari, sono state condotte diverse interviste con i più importanti attori coinvolti, pubblici e privati (cfr. tab. III), tese a validare l’ipotesi dello sviluppo “virtuoso” di un *cluster ICT* che sostiene la crescita economica dell’area.

Gli *shareholders* intervistati sono riconducibili in tre gruppi principali: rappresentanti di imprese, del governo locale e di istituti di ricerca e agenzie di *technology transfer*. Il mondo delle imprese operanti nel settore *ICT* ricomprende aziende *stars* (Abaco Software di Molfetta, Bari), *starter* (Grifo Multimedia, Ruvo di Puglia, Bari), o ‘straniere’ (Ibm-Acg Applicazioni Contabili) comunque testimoni privilegiati di quanto accade all’‘interno’ e all’‘esterno’ dell’azienda. Per quanto concerne gli enti locali si è puntato, in fase preliminare, sulla locale Associazione degli Industriali che è maggiormente in grado di ‘tastare il polso’ del settore e che sta portando avanti interessanti progetti nel campo dell’*ICT*. Infine, si è scelto di intervistare l’Università e il Politecnico, assieme al Parco Scientifico Tecnopolis in qualità di attori leader nei processi di diffusione e creazione di informazione alla scala locale, oltre che Istituzioni locali.

Tabella III Gli attori intervistati suddivisi per categorie d'appartenenza

IMPRESE:	<p>Abaco Software</p> <p>Elettronika</p> <p>Grifo Multimedia</p> <p>Ibm-Acg Applicazioni Contabili</p> <p>Itel Telecomunicazioni</p> <p>Starservice</p> <p>Svim Service S.P.A.</p> <p>Cézanne Software</p>
ISTITUZIONI LOCALI:	<p>Associazione degli Industriali di Bari</p>
ISTITUTI DI RICERCA:	<p>Politecnico di Bari</p> <p>Università degli Studi di Bari</p> <p>Tecnopolis CSATA Novus Ortus</p>

I questionari, somministrati nel Maggio 2003, sono stati modulati secondo i diversi target di interlocutori: così, ad esempio, per le imprese, dopo una fase preliminare di informazione circa la natura dell'attività svolta, dei mercati di sbocco e della catena del valore, si approfondisce il rapporto con l'ambiente 'esterno'. In questo senso si devono interpretare le domande volte a conoscere l'esistenza di rapporti con il governo centrale e locale, con le altre imprese e con i 'produttori/diffusori di sapere'. Allo stesso tempo si indagano la qualità della vita e le prospettive per il futuro.

Il questionario dedicato ai *policy makers*, invece, focalizza l'attenzione non solo sulle reti cooperative eventualmente instaurate con i centri di ricerca e le imprese, ma anche sulle principali linee strategiche, se presenti, e gli strumenti adottati per favorire le 'pratiche' innovative. Infine, le domande rivolte ai rappresentanti dei centri di ricerca appaiono in linea con quelle presentate alle imprese.

Al fine di valutare le performance del settore all'interno dei settori di competenza degli attori intervistati, le risposte fornite sono state successivamente ricondotte all'interno dei tre gruppi di condizioni: 1) generali economico-territoriali, 2) capacità organizzativa e 3) specifiche del settore, individuati da Van den Berg *et al.* (2001) per lo studio dei "distretti digitali" (cfr. tab.IV).

Le prime fanno riferimento a quelle caratteristiche endogene del territorio, ritenute oggi particolarmente attrattive per i settori innovativi, quali la qualità della vita, l'accessibilità e le condizioni culturali. Le seconde, invece, considerano il versante dell' 'organizzazione' territoriale (cfr. Emanuel, 1999), ossia la capacità degli attori locali, pubblici e privati, di costruire reti sinergiche e 'coopetive'; infine, le ultime 'osservano' in dettaglio il settore dal punto di vista tanto della 'dotazione' quanto dell' 'organizzazione'.

Tabella IV Condizioni utili per lo studio dei 'distretti digitali' (Fonte: Van den Berg *et al*, 2001).

CONDIZIONI GENERALI ECONOMICO-TERRITORIALI	Condizioni della domanda Qualità della vita Accessibilità Condizioni culturali
CAPACITÀ ORGANIZZATIVA	Presenza di visione e strategia nel settore Qualità delle reti strategiche Sostegno politico e sociale alle strategie di sviluppo Presenza di leadership
CONDIZIONI SPECIFICHE DI SETTORE	Dimensione del settore e potenziali di crescita Presenza di aziende leader nel settore Grado di interazione strategica tra gli attori Nascita di nuove imprese

4.1 La parola agli intervistati: dalle condizioni generali economico-territoriali...

Partendo dall'esame delle condizioni generali economico-territoriali è emerso che, sebbene diversi rapporti della Federcomin¹¹ segnalino che la "propensione" ad essere connessi è più alta in Puglia che in altre regioni italiane, l'analisi della domanda di *ICT* dimostra che la regione di per sé non rappresenta un mercato ampio. Secondo gli intervistati, le imprese manifatturiere locali infatti appartengono in gran parte a settori tradizionali (tessile, agroalimentare) che hanno difficoltà a modernizzare i propri processi produttivi attraverso le *ICT* (i servizi di calibratura sono un nuovo, promettente settore di applicazione di queste nuove tecnologie sia nel campo dell'ingegneristica che della qualità dei prodotti tradizionali, e infatti un piccolo *cluster* di imprese che offrono questi servizi si è insediato nel parco

¹¹ I distretti produttivi digitali. Ricerca realizzata a cura di RUR-Censis: www.federcomin.it; Il mercato ICT, Osservatorio n.5. I quaderni di Federcomin: www.federcomin.it; L'Italia dell'E-Family. Rapporto 2002: www.federcomin.it.

industriale di Bitritto a pochi km da Bari). Bisogna poi ricordare la posizione strategica di Bari rispetto a mercati internazionali molto promettenti come quello dei Balcani, che potrebbe determinare un incremento nella domanda di servizi avanzati di telecomunicazione nei prossimi anni.

La qualità della vita nella regione di Bari è ritenuta piuttosto alta dagli intervistati. Si tratta di una città grande ma non così grande da diventare invivibile, che gode di ottime condizioni climatiche, di un ambiente urbano accogliente e impreziosito da diverse gemme culturali e ambientali. La città vecchia di Bari, rigenerata attraverso un ottimo uso dei fondi Europei del Programma URBAN, si candida a diventare un vero e proprio “*cluster culturale*”, punto d’incontro preferito di giovani professionisti, operatori della *knowledge economy*, viaggiatori e artisti. I tassi di criminalità sono meno alti che in altre grandi città del Sud, in particolare quelli connessi con la criminalità organizzata (che in Puglia è un fenomeno storicamente limitato). Questi aspetti fanno da contrappeso a una supposta perifericità e a una certa obsolescenza delle infrastrutture. Il profilo del costo del lavoro e la possibilità di ottenere sussidi per la localizzazione e vantaggi fiscali, così come le abbondanti possibilità per nuovi insediamenti produttivi, risultano fattori di attrazione importanti per le imprese.

Allo stesso modo gli intervistati, nonostante la presenza di un porto e di un aeroporto, rilevano che Bari gode di accessibilità sub-ottimale. I collegamenti su strada e rotaia con il centro-nord sono giudicati insufficienti dalla maggior parte degli interlocutori. La città soffre di un traffico eccessivo dovuto alla presenza di un numero limitato di punti di accesso alla città e a una cronica mancanza di parcheggi. L’aeroporto collega Bari alle principali destinazioni europee soprattutto tramite voli indiretti. Questo rappresenta un costo per le imprese locali che hanno i loro clienti in mercati esteri e nel resto d’Italia. Molte hanno dovuto aprire uffici di rappresentanza nel nord per farvi fronte. Le imprese sono abituate a questi inconvenienti e continuano a preferire questa localizzazione periferica adottando pienamente la filosofia “*new economy*” della distanza quale fattore relativo almeno per quanto riguarda determinate funzioni aziendali. Nuove opportunità, comunque, deriveranno dalla riorganizzazione del sistema degli aeroporti della Puglia che porterà negli scali locali alcuni operatori *low-cost*.

Allo stesso modo i ‘testimoni privilegiati’ dichiarano che il clima culturale di Bari è ricco, sia per quanto riguarda lo spirito di iniziativa sia gli stimoli intellettuali ed auspicano che questo patrimonio si traduca in opportunità di sviluppo. Tuttavia esiste una scarsa propensione alla collaborazione tra imprenditori, anche all’interno dei distretti produttivi. I progetti innovativi non sono sufficientemente supportati dalle istituzioni; la macchina amministrativa viene giudicata lenta e il sistema bancario inadeguato. I nuovi strumenti pianificatori della Regione (POR) aprono nuove opportunità per gli imprenditori, ma è ancora presto per dire se queste verranno effettivamente colte.

4.2 ... la capacità organizzativa del settore

La capacità organizzativa nel settore *ICT* viene fatta dipendere (cfr. fig. 3) dalla presenza di una visione guida e di una strategia per lo sviluppo del territorio, dalla presenza di sostegno politico e sociale e dalla qualità di collaborazioni strategiche tra reti di attori.

Secondo gli intervistati ci sono due riconosciuti leader nel processo di sviluppo del settore *ICT*. Uno è l'amministrazione regionale che, in linea con i suoi compiti 'istituzionali', lavora secondo linee guida dettate dal Ministero per l'Innovazione. L'obiettivo è quello di migliorare i servizi al cittadino e alle imprese e di costituire un collegamento tra tutte le amministrazioni pubbliche attraverso la rete RUPAR (cfr. §3.3). Attraverso i Piani Operativi Regionali (POR) le Regioni articolano queste linee guida rispetto alle esigenze e alle caratteristiche del territorio, coinvolgendo di volta in volta gli attori locali rilevanti. Tecnopolis è oggi delegato dalla Regione a occupare un ruolo chiave nel coordinamento e coinvolgimento di questi attori, dopo aver avuto un ruolo importante nello sviluppo del settore *ICT* quale catalizzatore di ricerca di alto livello e sviluppo nei settori della microelettronica e tecnologie digitali. Oggi però Tecnopolis a cagione del suo ruolo ambiguo di regolatore e competitore insieme, non è giudicato dalle imprese del settore un leader affidabile nell'implementazione di politiche di settore (cfr. §3.3).

L'impressione generale è che attraverso i POR la Regione abbia "importato" una solida strategia nazionale nel territorio ma che manchi tuttora una visione locale sul potenziale di Bari quale *learning region* e sui passi avanti che sono necessari a mettere a valore i punti di forza esistenti come la qualità del capitale umano specializzato, la qualità della vita e la ricchezza culturale.

Attorno alla locale Associazione degli Industriali della Provincia di Bari, secondo attore leader, le imprese più dinamiche hanno unito le proprie forze in progetti innovativi tra cui l'organizzazione di servizi comuni. Oggi l'Associazione cerca di guidare il processo di sviluppo del settore in una nuova fase che privilegia lo sviluppo di "contenuti", principalmente in forma digitale (*e-Content*), che dovrebbero diventare il momento di creazione di valore aggiunto prettamente locale. Il buono stato delle reti strategiche locali non si estende all'ambiente esterno; il ruolo delle imprese locali nei confronti delle filiere nazionali o globali delle quali fanno parte è ancora passivo e subordinato.

4.3 ... le condizioni specifiche del settore

Per quanto riguarda le dinamiche specifiche del settore (accanto ai dati riportati nel §3.2), gli intervistati sottolineano la presenza di due categorie di imprese ‘dominanti’ la domanda locale per servizi *ICT*.

Il primo gruppo comprende aziende manifatturiere italiane e straniere che hanno delocalizzato in provincia di Bari parte delle loro attività produttive, tra cui Fiat, Finsiel, Opel, Gertrag, Bosch, e Siemens. L’impressione generale è che queste imprese siano state attratte nel territorio soprattutto dalla politica degli incentivi statali e abbiano fatto scarso uso strategico delle risorse locali, sia umane che tecnologiche. Il risultato è uno scarso livello di ‘fertilizzazione’ del territorio, e in generale un’insufficiente interazione strategica tra gli attori del settore. Mentre alcune imprese sono propense a collaborare in operazioni semplici tese ad abbassare i costi di produzione, le collaborazioni a livello strategico che potrebbero condurre all’innovazione sono limitate. La natura relativamente “trainata dalla domanda” delle imprese del settore e il fatto che i clienti maggiori, più orientati all’innovazione, non siano localizzati in quest’area oppure siano ivi presenti solo a cagione di una convenienza strettamente legata ai sussidi erogati dal governo, rendono la libera circolazione del *know how* tecnologico quasi irrilevante. Di frequente, inoltre, conglomerati industriali che si stabiliscono a Bari portano con sé la propria catena di sub-fornitura, lasciando pochissimo spazio o addirittura spiazzando l’offerta locale. È stato il caso della Fiat, che nell’ambito degli insediamenti produttivi nel Mezzogiorno ha ottenuto dal governo un contratto-quadro separato che riguardava i fornitori. Tale sviluppo economico “importato” ha generato posti di lavoro e reddito, ma ha portato poco valore aggiunto e scarse condizioni per una evoluzione endogena dell’economia locale verso modelli organizzativi più innovativi. Inoltre tali vantaggi localizzativi verranno probabilmente dissipati sotto la spinta della globalizzazione che privilegia vantaggi più solidi basati sull’eccellenza tecnica e la qualità. Oggi, la mancanza di una vera e propria “spinta del mercato” inibisce l’avvio di un processo di modernizzazione del territorio. I servizi *ICT* prodotti a Bari, e specialmente i più innovativi, sono basati su un investimento di capitali molto limitato e non danno vita a rapporti estesi di fornitura con imprese locali. In ogni caso i principali produttori *ICT* di Bari realizzano l’80-90% delle vendite fuori del mercato regionale. Pur essendo nate come fornitori di servizi e software standard, molte imprese si sono specializzate in “nicchie” molto ristrette e il loro processo di innovazione è determinato quasi esclusivamente dai bisogni specifici dei clienti.

Il secondo gruppo è rappresentato dai grandi conglomerati internazionali nel campo delle telecomunicazioni che hanno stabilito a Bari centri di ricerca e laboratori (IBM, EDS) oppure hanno delegato parte dei loro processi innovativi a un certo numero di piccole imprese *ICT* altamente specializzate che operano nella regione, attraverso contratti di fornitura o attraverso partnership. Queste imprese riescono ad imporre un certo “ritmo” allo sviluppo del *cluster*, ma solo finché il valore aggiunto realizzato a Bari non “migra” verso altre regioni. Al momento attuale, l’unico cliente locale di una certa dimensione di servizi innovativi è la

pubblica amministrazione. Tuttavia è probabile che nei prossimi anni, sotto la spinta del processo di decentralizzazione finanziaria dello Stato, il ciclo di spesa pubblica in una regione fiscalmente debole come la Puglia si riduca se non sarà sostenuta dalla domanda privata.

Gli intervistati, inoltre, ritengono che esistano forti fattori culturali dietro alla mancanza di sinergie e legami strategici tra le aziende del settore *ICT*, in parte legate alla giovane età delle aziende e in parte all'imaturità imprenditoriale. Il rapporto annuale (2001) dell'ISTAT conferma che le imprese nell'Italia Meridionale sono meno propense alla cooperazione strategica per l'innovazione di quelle del resto del paese, e Bari è un caso esemplare. L'insufficiente orientamento al mercato delle istituzioni bancarie locali rende le cose ancora più difficili per il sistema di imprese locali. In ogni caso, la natura "etero-diretta" della filiera sembra la ragione più convincente per la mancanza di interazione tra imprese. Oggi non esiste una vera e propria spinta a mettersi insieme e scambiare sapere nel sistema economico locale, e inoltre la massa delle reti locali è troppo limitata perché possa alimentarsi un processo di crescita endogena basata sulle nuove tecnologie.

La figura 3 mostra un quadro riassuntivo delle condizioni del settore così come individuate da Van den Berg *et al* (2001): in maniera sintetica si può concludere che benché il territorio barese presenti dei punti di forza importanti tanto in termini specifici di settore, quanto di condizioni generali, il maggior punto di debolezza è la difficoltà degli attori locali di mettersi in rete e condividere percorso di sviluppo rientranti in una più ampia e condivisa pianificazione strategica.

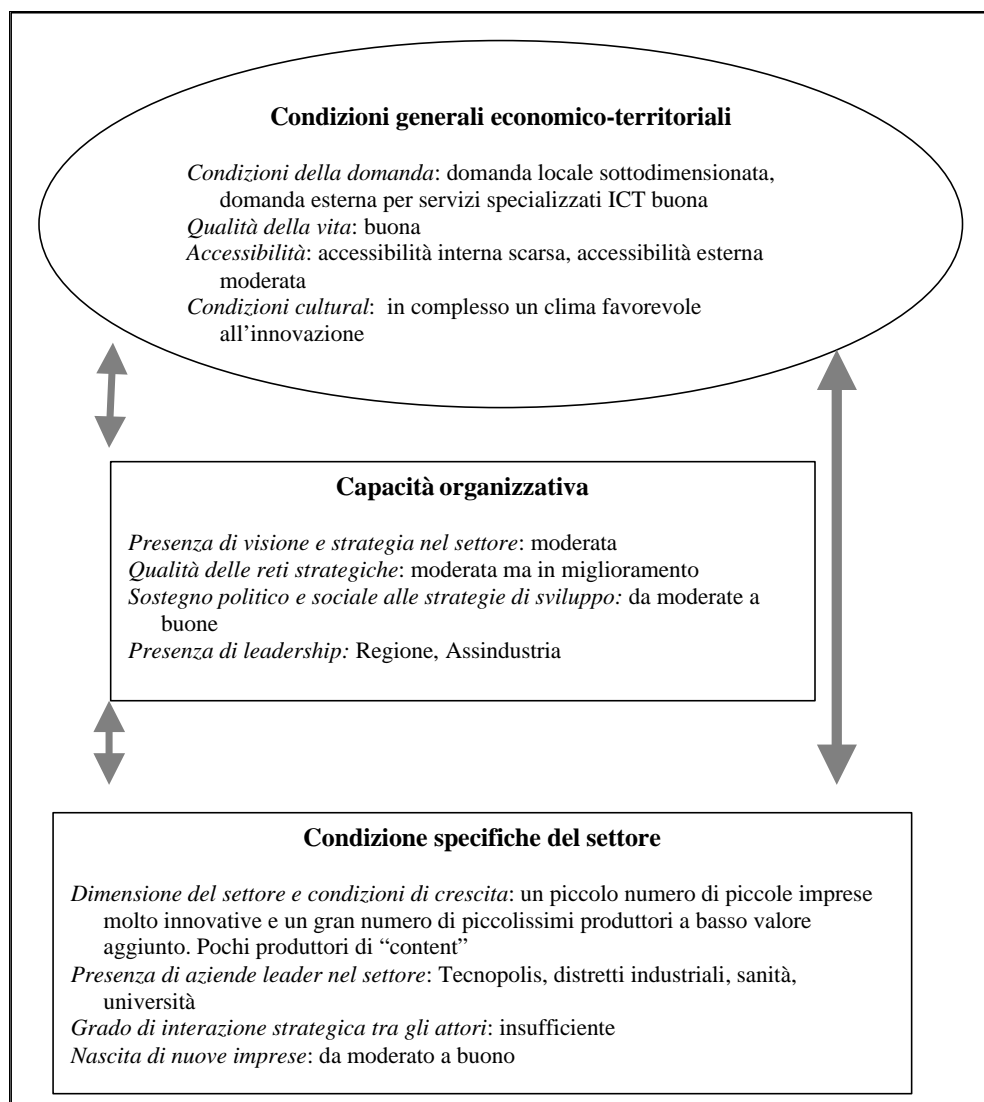


Figura 3 Condizioni per lo sviluppo di distretti digitali; quadro concettuale (Fonte: Van den Berg *et al.*, 2001, con modifiche).

Nel futuro la situazione potrebbe evolvere come conseguenza della convergenza tecnologica: molte imprese oggi in posizione marginale si troverebbero a condividere una stessa piattaforma tecnologica e sarebbero dunque spinte a cooperare aumentando le possibilità di progresso tecnico e innovazioni. Una condizione necessaria a questo scopo è che venga migliorata l'infrastruttura di servizio; ad esempio, l'implementazione di una rete a banda larga si rivelerebbe cruciale per costruire legami tra attori del settore.

Da un lato le imprese, dall'altro il Parco Scientifico di Tecnopolis (cfr. §3.2), l'Università e il Politecnico potrebbero condividere la medesima *vision* di *learning region* e innescare un 'circolo virtuoso' secondo cui le imprese crescono perché hanno un modo immediato e poco costoso di internalizzare la conoscenza accademica per le loro operazioni, e gli studenti

imparano a migliorare e adattare le loro competenze nel “mondo reale”, e finiscono per sviluppare una rete di contatti che facilita il loro eventuale ingresso nel mondo del lavoro. Ma in definitiva cresce la *learning region*, perché gli studenti che si muovono liberamente tra dipartimenti universitari e imprese rappresentano proprio quel “legame intangibile” che favorisce la circolazione del sapere e arricchisce le competenze dell’ambiente locale.

Recentemente, queste sinergie sono state ulteriormente rafforzate con l’organizzazione di *partnership* tra università e imprese in progetti di ricerca. Le università inoltre cooperano con l’Associazione degli Industriali e la Regione nel processo pianificatorio. Questo dinamismo è buon segno che le università sono cosce del loro ruolo di motore dello sviluppo economico regionale. E oggi, le imprese riconoscono questo ruolo, sia come fonte di conoscenza specialistica che come generatore di un bacino ampio e qualificato di risorse umane.

In conclusione, mentre Assindustria lavora per rinforzare i legami strategici tra le imprese di servizi e per costruire una massa critica tale da permettere l’avvio di un processo di crescita endogena, le università hanno cominciato a mettere in rete la conoscenza locale, fornendo “content” innovativo e qualificato a vari progetti che rispetto ad altri hanno il vantaggio di essere nati qui e di restare nel territorio. Oggi si discute su come arricchire e rinforzare questa tendenza. Come già accennato sopra, una volta costruita la “rete” (sia fisica che relazionale) si tratta di riempirla di contenuti, altrimenti finirà per servire economie altre.

A parte le conoscenze tecnologiche originate dalle università, Bari è innanzitutto città di cultura. Le risorse culturali locali sono oggi a malapena un *asset* per lo sviluppo locale. A questo punto però si propone un tema nuovo: usare la “rete” per riportare la cultura al centro delle strategie di sviluppo e allo stesso tempo aumentarne drammaticamente il valore commerciale. In altre parole, le nuove tecnologie offrono le condizioni per un *business model* di impresa culturale che in un certo senso “premia” il territorio e non disperde il valore in filiere localizzate altrove. Manuel Castells (1996) suggerisce che il patrimonio culturale si candida a costituire un “ponte” semantico tra locale e globale, “agganciando” la crescita a un contesto territoriale specifico.

5 CULTURA E TECNOLOGIA INSIEME PER DISEGNARE ‘NUOVI’ PERCORSI DI SVILUPPO

Disponiamo oggi di una vastissima quanto frammentaria mole di lavori teorici, empirici e applicativi sulla sostenibilità dello sviluppo turistico nei centri d’arte e cultura, vero e proprio motore della ‘messa in valore’ del patrimonio culturale di cui parla Castells¹².

¹² Per una rassegna tematica e bibliografica cfr.: Russo, A.P., and J. van der Borg (2001); Garrod, B., and A. Fyall (2000); Richards, G. (1999); Russo, A.P., and J. van der Borg (2000).

Questa letteratura sembra indicare come lo sviluppo integrale e sostenibile del turismo culturale sia potenzialmente funzionale sia alla conservazione del patrimonio, che alla promozione di una nuova fase di sviluppo urbano basata su elementi “intangibili” ad alto valore aggiunto.

Questa questione si connette irrimediabilmente agli strumenti utili a ristrutturare tale sistema pervenendo a modelli organizzativi che privilegino concetti quali “qualità”, “valore”, “empatia culturale”. Si vuole creare un sistema tale per cui i visitatori effettuano scelte di consumo informate e consapevoli e allo stesso tempo venga alimentato un sistema di generazione di valore e organizzazione economica che arricchisca le destinazioni anziché semplicemente ri-allocare il valore da un ambito territoriale all’altro o da una generazione all’altra. Le *ICT* hanno il potenziale di intervenire in questi processi consentendone una ristrutturazione a vari livelli, e riconciliando il valore etico del patrimonio culturale con il suo valore economico quale motore dello sviluppo economico locale.

A livello di “*front-office*”, le *ICT* consentono di pervenire a un sistema più sofisticato di informazione e servizio al visitatore, attraverso sistemi di prenotazione come i *GDS*, e sistemi di supporto alla progettazione del viaggio e degli itinerari culturali come i *TRS*. Un effetto secondario ma fondamentale di questo “arricchimento informativo” è quello di diminuire i rischi connessi alle asimmetrie informative e alle rendite di posizione che alimentano i processi di degrado qualitativo. In secondo luogo, a livello di “*back-office*” le *ICT* consentono una gestione integrata del sistema turistico, superando le inconsistenze sistemiche tra settori diversi della catena del valore. Per esempio, le *ICT* favoriscono la comunicazione tra il livello “locale” e il livello “globale” dell’industria, rendendo possibile la condivisione di valori e informazioni che sono alla base di alleanze strategiche o diagonali come le definisce Auliana Poon nel suo lavoro seminale (Poon, 1993). Buhalis, inoltre, in diversi lavori (1997, 1999) mette in luce come l’applicazione delle *ICT* a vari livelli favorisca una ri-configurazione del settore più funzionale al conseguimento di obiettivi strategici, e a guadagni di efficienza e di economicità di gestione.

Infine, le *ICT* costituiscono un mezzo fondamentale di costruzione, accesso e commercializzazione del “contenuto culturale”. La digitalizzazione e disseminazione delle opere d’arte, la diffusione di riferimenti sugli elementi intangibili del patrimonio, la ricostruzione di beni inaccessibili o invisibili in formato virtuale e degli scenari storici e filologici nell’ambito dei quali essi si sono sviluppati ed evoluti, consentono un utilizzo più “sostenibile” del patrimonio.

Un nuova fase di sviluppo “virtuoso” del territorio barese basata sull’innovazione nel campo del management culturale e delle industrie creative deve prima di tutto porre le condizioni favorevoli per la nascita di iniziative economiche legate alla conservazione e alla valorizzazione del patrimonio culturale locale. La carenza di saperi e di professionalità connesse all’uso economico sostenibile del patrimonio è una barriera al perseguimento di

obiettivi di benessere diffuso nelle comunità locali, in modo particolare nelle regioni periferiche e in transizione d'Europa. L'ipotesi di partenza è che i servizi resi disponibili dalle *ICT*, per esempio attraverso la RUPAR, rappresentino un contributo fondamentale all'avvio un processo virtuoso di crescita endogena basato sulle risorse umane e culturali locali, di cui l'economia turistica è l'elemento dinamico portante. Dal momento che si basa sulle unicità dei luoghi e cerca soluzioni che sono compatibili con il mantenimento delle identità culturali, il tipo di modello di sviluppo turistico che vengono supportati dalle *ICT* sono più consoni alla realizzazione di benefici tangibili per la cultura ospite. La cultura, attraverso forme di associazioni pubbliche e private che includono le istituzioni universitarie, le soprintendenze, le imprese e le associazioni no-profit, dovrebbe essere organizzata con la finalità di dare valore ai prodotti locali, promuovere il turismo e attrarre le imprese a localizzarsi e ad investire in un territorio "bello", innovativo, creativo.

L'innovazione fondamentale sta nel potenziale che le *ICT* offrono per affrontare e risolvere i punti deboli in termini di governance, cultura organizzativa e linguaggio che tengono separati i campi della conoscenza scientifica e tecnologica e della pianificazione territoriale. Finora, questi campi si sono sviluppati in reciproca autonomia. Un progetto come *eContent* (che vede coinvolta Assindustria) offre oggi il potenziale di realizzare la convergenza e l'integrazione di filoni di sviluppo eterogenei, sviluppando strumenti e processi innovativi per favorire la creazione di impresa nel campo della valorizzazione del patrimonio attraverso la sua disseminazione virtuale. È importante dunque che gli operatori culturali, così come gli enti locali che finora hanno tenuto un profilo basso nelle strategie di sviluppo tecnologico della regione ma che sono direttamente coinvolti nella gestione dei beni culturali e del turismo (Comune, Provincia) partecipino direttamente a questa esperienza progettuale.

BIBLIOGRAFIA

Amendola G. (1996) *La città postmoderna*, Laterza, Bari.

Amoruso O., Rinella A. (2002) The coastal belt of Puglia: confused strategies, disjointed patterns, embryos of systems, in B. Cori, E. Lemmi (eds.) *Spatial dynamics of Mediterranean coastal regions. An international HDP-oriented research*, Bologna, Patron, 117-140.

Baker W. (1990) Market Network and Corporate Behavior, *American Journal of Sociology*, 96, 589-625.

Becattini G., Rullani E. (1993) Sistema locale e mercato globale, *Economia e Politica Industriale*, 80, 25-48.

Bissanti A.A. (1991) *Puglia. Geografia attiva*, Adda, Bari.

Braudel F., (1979) *Civiltà materiale, economia e capitalismo*, Einaudi, Torino.

- Buhalis D. (1997) Information Technology as a Strategic Tool for Economic, Social, Cultural and Environmental Benefits Enhancement of Tourism at Destination Regions, *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3 (7), 71-93.
- Buhalis, D. (1999) Information Technology for Small and Medium-Sized Tourism Enterprises: Adaptation and Benefits, *Information Technology and Tourism*, 2, 79-95.
- Camera di Commercio, *Dati statistici di settore*, mimeo.
- Cappellin R. (2001), "Le reti di conoscenza e di innovazione e le politiche di sviluppo regionale", in Mazzola F., Maggioni M.A. (a cura di), *Crescita regionale ed urbana nel mercato globale. Modelli, politiche, processi di valutazione*, Franco Angeli, Milano.
- Chatterji M. (ed.) *Globalization and economic reforms*, Edward Edgar.
- Castells, M. (1996). *The information age: Economy, society and culture. Volume I: The rise of the network society*. Blackwell, Oxford, UK.
- Costabile M., Lanza A. (2000) Il marketing dei contesti territoriali: il potenziale di differenziazione del capitale sociale, in Valdani E., Ancarani F. (a cura) *Strumenti di marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza*, EGEA, Milano, 55-81.
- Emanuel C. (1999) Patrimoni paesistici, riforme amministrative e governo del territorio, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 4, 295-318.
- Garrod, B., Fyall A. (2000) Managing Heritage Tourism, *Annals of Tourism Research*, 27 (3), 682-706.
- Governa F. (1997) Il *milieu* urbano. L'identità territoriale nei processi di sviluppo, Angeli, Milano.
- GREMI (1991), *Development Prospects of the Community's Lagging Regions and the Socio-Economic Consequences of the European Internal Market*, Final Report to the EEC, DG XVI, Milano.
- Klamer A., (1996) *The Value of Culture: On the relationship between Economics and Arts*, Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Maillat D., Kebir L. (1999) 'Learning Region' et systemes territoriaux de production, *Revue d'Economie Regionale et Urbaine*, 3, 430-448.
- Nahapiet J., Goshal S. (1998) Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational advantage, *Academy of Management Review*, 23, 242-266.
- Osservatorio Regionale Banche-Imprese di Economia e Finanza (2003) *Il Sistema Puglia*, Bari.
- Poon, A. (1993) *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. C.A.B. International, Wallingford.
- Putnam R.D. (1995) Bowling Alone: American's Declining Social Capital, *Journal of Democracy*, 6, 65-78.
- Reed R., Defilippi R. (1990) Casual Ambiguity, Barriers to Imitation and Sustainable Competitive Advantage, *Academy of Management Review*, 15, 88-102.

- Regione Puglia (2000) *Piano Operativo Regionale 2000-2006*, Bari.
- Richards G. (1999) Cultural Capital or Cultural Capitals?, in L. Nyström, C. Fudge (eds.) *City and Culture: Cultural Processes and Urban Sustainability*, 403-413.
- Russo A.P., Van der Borg J. (2000) The Strategic Importance of the Cultural Sector for Sustainable Urban Tourism, in A.Fossati and G. Panella (eds.) *Tourism and Sustainable Economic Development*, Dordrecht.
- Russo A.P., Van der Borg J. (2001) Città di cultura e sviluppo turistico sostenibile, *Economia della Cultura*, 2, 197-210.
- Santagata W. (1998) *Economia dell'arte – Istituzioni e mercati dell'arte e della cultura*, UTET, Torino.
- Santagata W. (2001) Economia creativa e distretti culturali, *Economia della Cultura*, il Mulino, pp.167-173.
- Throsby D. (1999) Cultural Capital, *Journal of Cultural Economics*, pp.3-12.
- Valdani E., Ancarani F. (a cura) (2000) Il marketing territoriale nell'economia della conoscenza, *Strumenti di marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza*, EGEA, Milano, 23-44.
- Berg, L. van den, E. Braun, and W. van Winden (2001) Growth Clusters in European Cities: an Integral Approach, *Urban Studies*, 38 (1), 185-205.

www.federcomin.it

www.quintostato.it

ABSTRACT

‘Soft’ components of territories such as culture, knowledge and innovation assume greater importance in urban sustainable development and competitiveness. On the one hand, knowledge institutions enhance human and social capital through the generation and transfer of information and the activation of learning processes able to promote innovation and competitiveness (Maillat and Kebir, 1999). On the other, culture and cultural industries stand out as crucial factors for the identity and performance of technological cluster, because culture provides to them the “content” which gets structured into value filiers, and generates a social fabric conducive to innovation. The aim of this paper is therefore to investigate the level of integration in the urban region of Bari, of the actors involved in the *ICT* sector, the cultural heritage industries, and the institutions, as well as the state of development of policies that may foster this integration, proposing a new template for the development of eHeritage enterprises.