

DISTRETTI CULTURALI, CAPITALE SOCIALE E NUOVE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA TELECOMUNICAZIONE

di

Eleonora Lorenzini, Università di Pavia

L'ultimo numero di **Studi Economici e Sociali: RIVISTA DI VITA ECONOMICA** ha affrontato temi diversi: dai distretti culturali (Pesaro, 2011), alle Nuove Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (Fistola, 2011) al capitale sociale (Rizzi, 2011). Tra questi argomenti esiste un *trait d'union*? In questo articolo presentiamo un'esperienza di distretto culturale in cui le nuove tecnologie hanno costituito occasione non solo per lo sviluppo economico ma anche per il consolidamento di una cultura dell'azione collettiva.

Pesaro (2011) ha parlato dei distretti culturali sottolineando come, a fianco delle risorse culturali materiali e immateriali, siano da considerare condizioni per il funzionamento del distretto l'integrazione multisettoriale e la mobilitazione da parte di diverse categorie di soggetti per la costruzione di una strategia condivisa e di azioni coordinate (sulle condizioni per lo sviluppo locale nei distretti culturali e per una bibliografia completa sul tema cfr. anche Lorenzini, 2011). Integrazione e capacità di azione collettiva - viene sottolineato da Pesaro - solo in alcuni casi di distretto possono essere verificati come pre-condizione, mentre più spesso fanno parte della sfida progettuale, diventano perciò obiettivi dell'azione di costruzione del distretto. Sia nel caso di distretti maturi che di partenariati nuovi alla sfida dello sviluppo locale, si può affermare che il consolidamento della capacità di integrazione e azione collettiva sia parte del progetto. La capacità di azione collettiva, infatti, dipende in primo luogo dal capitale sociale e come questo non costituisce né esclusivamente un mezzo né esclusivamente un fine. Piuttosto si può pensare a capacità di azione collettiva e capitale sociale come appunto, un capitale che cresce in modo cumulativo, in quanto gli effetti di una azione collettiva si amplificano se ripetuta.

Se l'azione collettiva è condizione del funzionamento del distretto, quali strumenti possono aiutare a generarla? A fianco di prassi consolidate di relazioni territoriali, il modo privilegiato di favorire la nascita e lo sviluppo di capitale sociale è la promozione di progetti partecipati sul territorio, la cui natura può essere variegata. Si pensi, ad esempio, a tutte le iniziative di partecipazione a bandi comunitari. Oppure, per tornare al tema dei distretti culturali, pensiamo a quei territori rurali in cui, accanto al tradizionale patrimonio culturale fatto di musei, chiese, palazzi e paesaggi, una cultura contadina e artigianale ha dato vita nel tempo a una memoria di prodotti e tradizioni che si tramandano e costituiscono elementi di prestigio e qualità della vita per la popolazione e stimolo alla visita per i turisti. In questi contesti, i marchi collettivi e le certificazioni territoriali ormai da anni costituiscono una occasione di "esercizio" per gli attori locali all'arte dell'azione collettiva, oltre a adempiere altre importanti funzioni come il mantenimento delle tradizioni, la difesa della qualità, la promozione dei prodotti (per un approfondimento del tema cfr. anche Lorenzini, 2010; Lorenzini, Calzati, Giudici, 2011).

Come interagiscono con questo le Nuove Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (NTIC)? In certi distretti anche lo sviluppo delle NTIC può diventare l'occasione per favorire il coinvolgimento di attori pubblici e privati intorno a una comune strategia di sviluppo legata alle peculiarità culturali ed enogastronomiche locali. E' accaduto in Valtellina, regione lombarda che si è vista recentemente attribuire da Cariplo un finanziamento per la costruzione di un distretto culturale basato sul patrimonio locale culturale, inteso in senso lato. Negli ultimi anni in quest'area numerosi tasselli sono andati a formare una costruzione di azione partecipata - in un'area tradizionalmente restia alla cooperazione - che ha portato alla condivisione di obiettivi comuni formalizzati in numerosi progetti finanziati da vari enti pubblici e privati. Uno di questi, che ha posto le basi anche per altri, è appunto un progetto basato sulle NTIC. Il progetto è partito dalla considerazione che l'e-commerce costituisce un formidabile canale commerciale ancora poco utilizzato dalle imprese del Made in Italy, a causa di barriere all'ingresso di natura culturale e tecnologica difficili da superare soprattutto considerando un tessuto industriale fatto prevalentemente di piccole e medie imprese. Proprio per superare tali barriere un gruppo di imprese valtellinesi, sostenute da una società di servizi informatici, da un'Università, da una delle banche del territorio e dalle istituzioni locali, ha dato vita a un progetto di cooperazione per la costruzione di un distretto virtuale (Store Valtellina) in cui commercializzare tutti i prodotti del territorio e i servizi turistici. I vantaggi e le esternalità positive derivanti dall'implementazione del progetto sono stati molteplici: lo sviluppo dell'e-commerce e l'ampliamento dei canali distributivi, una spinta all'internazionalizzazione, l'aumento delle vendite per le aziende coinvolte, la diminuzione dei costi legati alla distribuzione. A questi si aggiungono i vantaggi derivanti dal network: abbattimento dei costi per la singola azienda e migliori condizioni contrattuali rispetto ai partner informatico, logistico e bancario, maggiore visibilità sul web dovuta alla massa critica di produttori (circa 40, tutti appartenenti al territorio), rimando incrociato di clienti tra un produttore e l'altro (Giudici e Lorenzini, 2011).

Infine si sono osservati vantaggi in termini di creazione di capitale sociale e partecipazione. Ad un primo gruppo di imprese pilota si sono, in pochi mesi, aggiunte numerose altre PMI appartenenti soprattutto al settore agro-alimentare che hanno iniziato a parlare lo stesso linguaggio e identificare comuni obiettivi di sviluppo. La coesione che si è creata grazie al progetto ha contribuito successivamente al coinvolgimento degli imprenditori anche in altri progetti di sviluppo, come il Distretto Agroalimentare di qualità, riconosciuto da Regione Lombardia. Anche per il nascente Distretto Culturale della Valtellina è prevista l'integrazione con il portale Store Valtellina, che potenzierà il suo ruolo di piattaforma di promozione e commercializzazione per i prodotti e i servizi del territorio.

In sintesi, creare sviluppo nei distretti culturali necessita di attivare processi di integrazione intersettoriale e azione collettiva la cui promozione può essere perseguita attraverso iniziative di diversa natura. L'esperienza dello Store Valtellina ha mostrato le potenzialità che le nuove tecnologie, e in particolare lo sviluppo di un portale territoriale dedicato all'e-commerce e alla promozione dei prodotti e servizi del territorio, detengono per lo sviluppo locale e la creazione di capitale sociale nei distretti culturali. Il successo dell'iniziativa in termini di mobilitazione della collettività locale suggerisce l'opportunità di estendere questo modello ad altri contesti, così come di continuare nella ricerca di strumenti di azione

partecipata basati sulle nuove tecnologie capaci di creare coesione e sviluppo territoriale.

Riferimenti bibliografici

Fistola R. (2011), Trasformazioni digitali e infrastrutturazione del territorio, *Studi Economici e Sociali: RIVISTA DI VITA ECONOMICA*, 1(2), 39-42.

Giudici P., Lorenzini E. (2011), SMEs, e-commerce and territorial development: the experience of a “web district”. Pavia: Quaderni del Dipartimento di Economia, Statistica e Diritto, Serie Statistica, n. 5.

Lorenzini E. (2010), Origin labelled products, territorial marks and their contribution to rural development. Evidence from Italy and France, Pavia: SIEP, Working Paper, n. 649.

Lorenzini E. (2011), The extra-urban cultural district: an emerging local production system. Three Italian case studies. In corso di stampa in *European Planning Studies*, August 2011.

Lorenzini E., Calzati V., Giudici P. (2011), Territorial brands for tourism development: a statistical analysis on the Marche Region, *Annals of Tourism Research*, 38(2), 540-560.

Pesaro G. (2011), Valorizzazione dei beni culturali e sviluppo locale: una riflessione sui distretti culturali, *Studi Economici e Sociali: RIVISTA DI VITA ECONOMICA*, 1(2), 46-49.

Rizzi, P. (2011), Capitale sociale, sviluppo economico e felicità, *Studi Economici e Sociali: RIVISTA DI VITA ECONOMICA*, 1(2), 50-53.