

## SINTESI della S3

### Strategia Regionale dell'innovazione per la specializzazione intelligente (S3)

#### AMBITO TURISMO - BENI CULTURALI - CULTURA

##### 1. Il quadro di riferimento europeo, nazionale e regionale

A livello comunitario, la Commissione Europea è da lungo tempo impegnata in iniziative con un focus specifico nel campo della promozione della cultura. A partire dall'adozione del Trattato di Maastricht il supporto alla cultura si è evoluto ed ha incrementato la sua rilevanza come testimoniato dalla sequenza di azioni specifiche adottate a livello europeo per favorire la circolazione transfrontaliera, la mobilità transnazionale e la cittadinanza europea (Kaleidoscope, Ariane, Raphael, Culture 2000, Culture 2007-2013). Da forme di supporto puntuali, la politica europea per la promozione della cultura si è evoluta sempre più in un quadro strategico articolato anche nella considerazione del fatto che oltre al valore intrinseco della cultura in quanto tale, il settore culturale è importante anche sotto il profilo economico, educativo e sociale. Nel 2007 la Commissione ha adottato la prima reale strategia per la cultura, "The European Agenda for Culture", che articolava in tre principi strategici: la promozione della diversità culturali e il dialogo interculturale, il supporto alla cultura quale catalizzatore per la creazione di crescita e occupazione e il ruolo vitale della cultura nelle relazioni internazionali. Creatività e cultura sono d'altra parte elementi trasversali che trovano spazio in un ampio ventaglio non solo di Programmi tematici ma quali asset strategici su cui costruire strategie di sviluppo territoriale.

Oggigiorno è sempre più diffusa la loro classificazione sotto l'etichetta di Industrie Culturali e Creative proprio per testimoniare la rilevanza anche sotto il profilo contribuito allo sviluppo. Sebbene sia complesso definire dei confini netti all'interno dei quali perimetrare le cosiddette Industrie Culturali e Creative, come di recente hanno messo in luce vari studi, questo settore è uno dei più dinamici d'Europa, ha un elevato tasso di crescita e offre impieghi di qualità a milioni di persone nei 27 paesi membri dell'UE. Negli ultimi decenni recenti, il rapido emergere di nuove tecnologie e la crescente globalizzazione hanno infatti significato per l'Europa e altre parti del mondo una svolta profonda, caratterizzata dall'abbandono di forme tradizionali di produzione industriale e dalla preminenza assunta dal settore dei servizi e dall'innovazione. Le fabbriche sono progressivamente sostituite da comunità creative, la cui materia prima è la capacità di immaginare, creare e innovare. I confini delle imprese culturali e creative sono quindi in continua evoluzione: ai settori culturali tradizionali (musica, teatro, patrimonio culturale ...) si aggiungono oggi design, architettura, grafica, moda, turismo e pubblicità. Le stesse industrie tradizionali si stanno avvicinando sempre più al settore creativo creando interessanti ibridazioni. In tal senso quello l'innovazione legata alla cultura e alla creatività è essa stessa multidimensionale e fortemente in evoluzione.

La rapida diffusione delle nuove tecnologie di informazione e comunicazione ha ulteriormente accelerato questo

---

processo di integrazione. Sotto la spinta delle nuove tecnologie, in particolare digitali, nuovi pubblici, canali di distribuzione e modelli di consumo sono emersi. La fruizione delle arti e la partecipazione ad esse sono in evoluzione costante e la frontiera tra creatori e consumatori si va facendo meno netta con l'affermarsi di tecnologie partecipative, come i blog, i wiki, ecc. In questa nuova economia digitale, il valore immateriale determina sempre più il valore materiale, perché i consumatori cercano "esperienze" nuove e arricchenti.

Il ritmo di cambiamento del mondo è andato accelerandosi elevando in forma esponenziale le potenzialità connesse alla creazione di valore a partire dalle più diverse forme di creatività. In tal senso, le industrie culturali e creative dispongono di un potenziale ancora in gran parte inutilizzato di creazione di crescita e di occupazione, da cui dipenderà la nostra futura prosperità. Proprio partendo da queste considerazioni, in Europa 2020, la strategia di crescita per dieci anni l'UE ha adottato nel 2010, l'Unione sottolinea l'importanza di "creatività, innovazione e imprenditorialità", che sono al centro del settore della cultura. Traendo forza dalla ricchezza e dalla varietà delle sue culture, l'Europa deve sperimentare nuovi modi di creare valore aggiunto, ma anche di vivere assieme, condividere le risorse e mettere a frutto la sua diversità. Con il programma quadro "Europa Creativa", l'Unione Europea, per il periodo 2014-2020, ha destinato al tema della cultura e della creatività circa 1,46 miliardi di Euro riguardando quattro obiettivi specifici: supportare la capacità del settore culturale e creativo europeo di operare a livello transnazionale, promuovere la circolazione transnazionale delle opere culturali e creative e degli operatori culturali, rafforzare la capacità finanziaria dei settori culturali e creativi, in particolare delle SME e supportare la cooperazione politica transnazionale al fine di favorire innovazione, policy development, audience building e nuovi modelli di business. In ambito nazionale, nel 2006, veniva pubblicato il libro bianco sulla creatività in Italia. Il rapporto, da un lato delineava il profilo essenziale di un modello italiano di creatività e produzione culturale e dall'altro, offriva un contributo alla conoscenza e definizione del macro-settore delle industrie culturali che per la diffusione, trasversalità e immaterialità di molte sue componenti non aveva nel nostro paese – e non ha ancora oggi - una identità statistica chiara e ben percepita.

In ogni caso il rapporto evidenziava l'urgenza di una azione, a livello nazionale, che fosse all'altezza della cultura materiale e umanistica del nostro passato e non perdesse il contatto con la cultura tecnologica del futuro. Secondo, le più recenti stime (Symbola 2014), il sistema produttivo culturale considerato nelle sue tre componenti, imprese, istituzioni pubbliche e no-profit, ovvero a quelle istituzioni che si occupano prevalentemente della gestione e della tutela del patrimonio rappresenta una componente importante dell'economia nazionale. I circa 80 miliardi di valore aggiunto (circa il 5,7% dell'economia nazionale) e gli 1,4 milioni di occupati sono i dati che confermano la centralità della creatività e del genio italiano nell'economia nazionale. Il numero di imprese che contraddistinguono il Sistema Produttivo Culturale italiano raggiunge nel 2013 quota 443.458, dato che corrisponde al 7,3% delle imprese complessivamente registrate nell'economia italiana. Di queste, oltre i due terzi (306.086 per l'esattezza) sono da associare alle industrie creative, con particolare riguardo all'architettura (151.425) e alla produzione di beni e servizi creative driven (107.069 imprese, pari al 24,2% dell'intera filiera). Altre 109.267, ovvero il 24,6% dell'intero settore, sono da associare alle industrie culturali, con un ruolo incisivo dell'industria editoriale e informatica. Le performing arts e le attività di

---

intrattenimento coprono appena il 6,1% delle imprese private che compongono la filiera, con una quota residuale di appena lo 0,2% (924 imprese) che opera nella gestione e conservazione del patrimonio storico ed artistico, come noto quasi sempre gestito secondo forme pubbliche di impresa. Si tratta tuttavia di stime fortemente restrittive in quanto non prendono in considerazione il complesso delle attività economiche che sono supportate dal sistema culturale a monte e a valle. Il sistema produttivo creativo-culturale infatti estende i suoi effetti ben oltre il perimetro più circoscritto delle attività culturali e creative in senso stretto influenzando la produzione di altri comparti "attivati" dalla leva della cultura, come effetto delle interdipendenze che legano tra di loro le varie produzioni. Se si prendono in considerazione tali effetti indiretti, il sistema culturale e creativo nazionale riesce ad attivare 134 miliardi di euro, arrivando così a costituire una filiera culturale, intesa in senso lato, di 214 miliardi di euro. E' così che il sistema produttivo culturale vede il suo ruolo crescere notevolmente all'interno dell'economia, perché si passa dal 5,7% come incidenza, in termini di valore aggiunto, delle sole attività pubbliche, private e di terzo settore di cui è costituito, al 15,3% se si considera l'intera filiera, comprensiva anche del resto dell'economia attivata. Nei fatti, stretta è la relazione tra cultura e turismo in Italia. Per l'immenso patrimonio storico – artistico che possiede, l'Italia è una meta esclusiva per quanto riguarda il turismo culturale, settore in grado di incidere direttamente sull'economia del Paese. L'immagine dell'Italia, culla di immense bellezze storico artistiche, è legata profondamente al concetto di cultura intesa anche come patrimonio gastronomico, artigianale, folkloristico ecc., il cosiddetto patrimonio immateriale. L'Italia attualmente detiene il maggior numero di siti inclusi nella lista del Patrimonio Mondiale dell'Umanità (47 siti), seguita dalla Spagna (44) e dalla Cina (43), su un totale di 962 siti presenti in 157 Nazioni del mondo (di cui 745 beni culturali, 188 naturali e 29 misti). Anche sotto il profilo delle esportazioni, a livello nazionale il Rapporto Symbola 2014 evidenzia come l'export 2013 del sistema produttivo culturale sia cresciuto del 5,5%, molto più del deludente andamento complessivo dell'economia (-0,1%), confermando come la filiera della cultura e della creatività rappresenta dunque uno tra gli elementi più importante tra gli asset nazionali anche nell'attuale quadro congiunturale. Si tratta quindi di un sistema importante sotto il profilo della generazione di benessere che tuttavia ancora oggi esprime solo in parte la propria capacità di generare valore rispetto alle proprie potenzialità.

## **2. Gli asset e le competenze regionali**

- Presenza di un vasto e originale patrimonio storico-culturale, riconosciuto in tutto il mondo, quale elemento attrattore del territorio (111 strutture di cui: 62 zone archeologiche; 19 musei archeologici; 21 musei; 9 antiquaria).

L'entità, l'eccellenza e l'unicità di gran parte del patrimonio culturale ed ambientale di cui la regione è dotata le assicurano un vantaggio competitivo forte, incrementabile e durevole.

In Sicilia si concentra oltre il 9% del patrimonio culturale nazionale, percentuale che sale al 30% se si considerano solo i beni archeologici.

I beni culturali di proprietà della regione Sicilia (parchi, musei, gallerie e aree archeologiche) sono 114 (che corrispondono al 41% del patrimonio complessivo) dei quali 59 a pagamento.

L'offerta culturale è per oltre il 38% costituita da siti archeologici; per il 25% a chiese abbazie, monasteri e santuari; per il 22% da beni d'interesse storico artistico (musei, gallerie, pinacoteche, castelli e dimore

---

storiche).

Nell'isola sono inoltre presenti il 27,9% dei musei del Mezzogiorno (6,2% di quelli italiani).

Nell'isola è concentrato circa il 12% dei beni culturali nazionali contrassegnati nella guida del TCI con 3 e 4 stelle.

In Sicilia sono classificati 6 siti Unesco su 49 riconosciuti all'Italia. Tale patrimonio origina un flusso rilevante di visitatori nelle località d'interesse storico e artistico della regione (nel 2010 il 25,2% degli arrivi su regione e il 42,7% su Mezzogiorno) che insieme ai flussi diretti alle località marine rappresenta il 58% degli arrivi complessivi.

- La Sicilia è anche ricca di un patrimonio culturale immateriale di ingenti dimensioni. Questo patrimonio, censito nel Registro delle Eredità Immateriali della Sicilia, consta di un numero elevato di forme di patrimonio intangibile costituito da Mestieri, Saperi e Tecniche, Celebrazioni, Feste e Pratiche rituali, Dialetti, Parlate e Gerghi, Pratiche Espressive e Repertori Orali, Tesori Umani Viventi e degli Spazi simbolici.
- La Sicilia è la prima regione del Mezzogiorno per arrivi turistici presso le città di interesse storico e artistico. Si registra una accelerazione della crescita delle presenze di stranieri (2,9% nel 2011; 6,8 % del 2012) mentre le presenze di italiani sono diminuite del 2,6%; l'aumento nel 2012 del 21,8% (5,6% nel 2011) della spesa complessivamente effettuata dai turisti stranieri.
- Presenza di un numero significativo di strutture universitarie e di ricerca in grado di avviare percorsi virtuosi di crescita incentrati sull'innovazione e di sviluppare tecnologie e competenze per l'attivazione di processi di aggregazione  
Ad una apprezzabile presenza produttiva e di servizi in ambito culturale si affiancano qualificate risorse di ricerca sia nelle strutture universitarie che negli enti pubblici di ricerca ed in particolare in quelli del CNR: IBAM – Istituto per i Beni archeologici e monumentali ICB - Istituto di chimica biomolecolare ICTP – Istituto per la chimica e la tecnologia dei materiali polimerici IPCF – Istituto per i processi chimico fisici ISMN – Istituto Materiali Nano-strutturati
- Costituzione del DTBC dotato di competenze in molteplici settori scientifico - disciplinari che coprono tutto il ventaglio della filiera di tutela e valorizzazione del patrimonio, finalizzato a creare una maggiore integrazione e interdipendenza dei diversi comparti industriali e produttivi interessati.
- In Sicilia si stima che il sistema produttivo culturale incida per circa il 3,4% nella creazione di valore aggiunto a scala regionale (2.463,3 Meuro) dando occupazione a circa 61 mila persone, pari al 4,2% del totale della forza lavoro.

- 
- Rilevante presenza di PMI e di nuove imprese innovative attive nella filiera delle industrie culturali e creative.  
Secondo il rapporto di ricerca “Io sono cultura 2014” pubblicato dalla Fondazione Symbola, in Sicilia si contano 26.828 imprese registrate del sistema produttivo culturale, che su scala nazionale rappresentano il 6% del totale delle imprese classificate in questo settore.  
Rispetto al panorama nazionale, si registra una incidenza delle imprese giovanili culturali sul sistema culturale superiore alla media. In Sicilia sono attive l'8,4% delle imprese giovanili attive in questo settore su base nazionale
  - Buona presenza di aziende attive nel settore della ICT pari a 4,8% di imprese sul totale ed uguale al valore nazionale (4,9%) che in particolare presenta un peso sul fatturato regionale (8,8%) superiore a quello medio nazionale (7,8%).  
Le esportazioni siciliane nel settore ICT sono sensibilmente aumentate nel quinquennio considerato, passando dai 373 milioni di euro del 2007 ai 519 del 2013.  
La crescita è stata notevole soprattutto dopo il biennio di crisi 2008-2009, e in particolare negli ultimi due anni.
  - A livello scientifico, le Università, gli Enti di ricerca dispongono di gruppi di ricerca regionali già attivi in grado di sostenere lo sviluppo di interventi nel settore della promozione e della valorizzazione delle identità materiali ed immateriali della Regione.
  - A livello industriale, la Regione può contare sulla presenza di almeno una grande impresa tra i leader di mercato nel campo della microelettronica e della sensoristica e di un nucleo di aziende hi-tech con competenze spendibili in questo campo oltre che di una buona presenza di aziende attive nel campo delle ICT.
  - Si registra la presenza di alcune pionieristiche realtà che tendono a creare un ponte tra la tecnologia e la valorizzazione delle espressioni sociali e culturali, anche in ottica di creazione di nuovi prodotti a finalità turistica.
  - Esistono esperienze di social innovation nel campo delle industrie culturali e creative già in essere e si è registrato un significativo interesse da parte tanto degli attori istituzionali quanto di quelli privati nella promozione di azioni finalizzate alla valorizzazione innovativa delle espressioni culturali materiale e immateriali della regione

---

## **Attività e nuove tecnologie per l'industria dell'esperienza e per lo sviluppo di contenuti culturali e creativi**

Questo sub-ambito di specializzazione punta a sviluppare le attività e le tecnologie che siano finalizzate alla realizzazione di una vera e propria economia dell'esperienza.

L'idea alla base della scelta di questo sub ambito di specializzazione consiste nel fatto che i consumatori sono sempre più interessati dall'acquistare beni e dal fruire di servizi che restituiscano loro la migliore esperienza possibile e per questo sono disposti a pagare un prezzo relativamente più elevato.

In questo sub ambito di specializzazione andrebbero quindi concentrate tutte le esperienze volte ad innalzare il livello di esperienza che un utente possa essere in grado di ricevere dalla fruizione delle espressioni culturali che da statiche dovrebbero divenire più dinamiche e coinvolgenti.

Un primo elemento su cui agganciare la possibilità di offrire esperienze di tipo evoluto è costituito dal rilevante patrimonio regionale. Come già evidenziato la Sicilia possiede stock di espressioni culturali ed artistiche materiali ed immateriali di primario livello a livello mondiale di cui tuttavia l'utente medio non è spesso in grado di apprezzare appieno il valore culturale, ricevendone un grado di coinvolgimento certamente depotenziato.

Lo stato di conservazione in alcuni casi, la decontestualizzazione dei manufatti in altri rendono talvolta l'esperienza di fruizione - già di per se coinvolgente a causa della magnificenza delle espressioni artistiche e culturali - incompleta a causa della mancanza di idonee chiavi di lettura, che sono spesso appannaggio di fasce di utenza più esperte. L'importanza della promozione di ambienti di realtà virtuale ed aumentata, soprattutto in quei contesti in cui il degrado del tempo ha condotto ad una riduzione delle evidenze fisiche importanti, ma anche di tecnologie mobile context & location aware appaiono centrali in questo ambito di specializzazione.

Nell'ambito di questa priorità strategica rientrano dunque tutte le iniziative a titolarità pubblica, privata o di collaborazione pubblico-privata che si inquadrano in una nuova lettura del patrimonio materiale e immateriale che da statico deve diventare dinamico e maggiormente fruibile.

A partire dalla valorizzazione del patrimonio culturale esistente occorre poi indirizzare l'azione verso la creazione di nuove forme di espressione culturale e creativa.

In Sicilia è presente tanta cultura che si è prodotta e sedimentata nel corso dei secoli e che è frutto di un investimento immenso. Nel corso del tempo questa capacità di produzione di bellezza si è affievolita. L'anima creativa e l'ingegno culturale non sono stati adeguatamente alimentati: la capacità di innovare e sperimentare si è diluita. La Sicilia pur continuando a produrre talenti creativi spesso non riesce a ritenerli.

In questo sub ambito di specializzazione rientrano quindi anche tutte le iniziative volte a facilitare la produzione creativa in tutti gli ambiti: dalle quelle science & technology based, alla moda, alla gastronomia creativa, al

---

design, all'architettura, al teatro e alla musica. Si tratta quindi di sostenere la capacità creativa creando spazi e sostenendo l'avvio di idee basate su nuovi concetti di fruizione.

L'obiettivo non è quindi solo quello di supportare la creatività dei siciliani ma di ricreare degli ambienti innovativi attrattivi per talenti di qualsiasi parte del mondo.

### **Nuove tecnologie per la tutela, conservazione e restauro del patrimonio culturale/naturale**

La ricchezza del patrimonio materiale e immateriale che la Regione esprime rappresenta un punto di forza in termini di stock ma allo stesso tempo richiede uno sforzo significativo costante in termini di tutela e conservazione. Si tratta di uno sforzo che richiede un grande impegno finanziario da parte dei soggetti istituzionalmente deputati alla gestione, al quale nel corso degli ultimi anni, a causa della progressiva riduzione delle risorse ad esso destinabili, è diventato via via sempre più oneroso. Le nuove tecnologie possono fornire un contributo rilevante nell'esercitare le funzioni di tutela e governo del patrimonio in chiave smart.

Questa sub-ambito di specializzazione punta a sviluppare nuove soluzioni tecnologiche finalizzate all'efficiente tutela, conservazione e restauro del patrimonio culturale di cui la Regione è dotata.

Nell'ambito di questo sub ambito di specializzazione si intende supportare ad esempio lo sviluppo di soluzioni hardware e software per il monitoraggio in tempo reale dei BB.CC., sistemi per la diagnostica, caratterizzazione, imaging, sistemi innovativi per la manutenzione e conservazione dei beni artistici ed architettonici, trattamenti per la conservazione dei materiali, prodotti sperimentali innovativi per la conservazione dei beni, sistemi avanzati per la prevenzione dei rischi, ecc.

### **Attività e nuove tecnologie per la valorizzazione innovativa del patrimonio culturale/naturale e per lo sviluppo dei servizi turistici**

La valorizzazione innovativa e la costruzione intorno agli asset prodotti e servizi a valore aggiunto rappresenta il presupposto per valorizzare – anche sotto il profilo economico – lo stock di patrimonio materiale ed immateriale di cui la Regione è dotata e che risulta in massima parte liberamente fruibile.

La Strategia per la Specializzazione Intelligente nella filiera turismo-cultura potrà focalizzarsi sull'applicazione estesa delle nuove tecnologie dell'informazione e comunicazione (ICT) che, attraverso il sostegno a meccanismi di scoperta imprenditoriale, potrà generare nuovi prodotti turistico-culturali costruiti su segmenti di domanda rilevanti in termini di dimensione e capacità di spesa.

Inoltre potrà stimolarsi la creazione di nuove filiere e relativi prodotti utilizzando le tecnologie del web semantico, strumenti e piattaforme digitali, e creando una domanda interna per le imprese dell'ICT e dei new media, in particolare per le start up e gli spin off dotati anche di competenze per soddisfare con nuove applicazioni la sempre maggior propensione dei turisti verso i canali digitali per esigenze legate alla visita.

---

Esempi tipici delle iniziative che potranno trovare spazio in questo sub ambito di specializzazione posso essere le applicazioni multimediali interattive, applicazioni per palmari e apparecchi mobili, giochi interattivi, applicazioni educative, creazione di modelli virtuali dei monumenti per la personalizzazione e stampa in tre D, App souvenir, etc.

### **Sviluppo di piattaforme digitali e servizi web per il turismo e la promozione culturale**

L'evoluzione tecnologica e la sempre maggiore diffusione di devices di comunicazione hi-tech hanno determinato un radicale cambiamento nei comportamenti del turista nelle fasi che antecedono, in quelle del e in quelle che seguono il viaggio.

Ne consegue che occorre assecondare queste tendenze dando adeguato spazio allo di piattaforme digitali e servizi per il web finalizzati al turismo e alla promozione culturale.

Nell'ambito di questo sub ambito di specializzazione si potrà quindi puntare ad aumentare la disponibilità dei servizi web (contenuti, navigabilità, proposta itinerari, ecc.) ed ampliare i margini di miglioramento delle imprese ricettive (strategie di marketing, offerta ai clienti di personalizzare e progettare i prodotti, utilizzo del commercio e della fatturazione elettronici, forme di collaborazione e aggregazioni in rete per sfruttare le potenzialità di Internet e adeguarsi ai nuovi modelli turistici, gestione di partnership con primari operatori web).

Si punterà inoltre ad accrescere la capacità di offerta culturale integrata attraverso piattaforme tecnologiche comuni (per es. e-commerce e siti web) tra i poli (per es. tra siti Unesco), attrattori culturali e imprese di diversi comparti (hotel, aziende vinicole, musei, imprese high tech,...).

Infine dovrà essere adeguatamente stimolata l'introduzione innovazioni non tecnologiche (attivazione di networks transnazionali, innovazioni manageriali e gestionali, di marketing, di modelli di business, innovazione sociale...) che al pari di quelle tecnologiche, concorrono all'avanzamento di processi di innovazione a supporto dello sviluppo sostenibile e competitivo.

Al di là del loro contributo diretto al PIL, le industrie culturali e creative sono anche importanti forze motrici dell'innovazione economica e sociale in numerosi altri settori.

I contenuti culturali hanno un ruolo cruciale nello sviluppo della società dell'informazione, alimentando investimenti nelle infrastrutture e nei servizi a banda larga, nelle tecnologie digitali, nell'elettronica di consumo e nelle telecomunicazioni.

Rapporti pubblicati in vari paesi europei indicano che le industrie culturali e creative svolgono nei sistemi di innovazione nazionali e regionali. In primo luogo, queste industrie forniscono contenuti per alimentare i dispositivi e le reti digitali, e contribuiscono così all'accettazione e allo sviluppo ulteriore delle tecnologie

---

dell'informazione e della comunicazione, ad esempio alla diffusione della banda larga.

La domanda di questi forti utilizzatori di tecnologia, stimolando l'innovazione, è spesso anche all'origine di adattamenti e di nuovi sviluppi della tecnologia.

In secondo luogo, svolgendo un ruolo specifico e fondamentale nel passaggio al digitale e nell'evoluzione verso una "economia dell'esperienza" e per la loro capacità di orientare o amplificare le tendenze sociali e culturali e, perciò, la domanda dei consumatori, le industrie culturali e creative danno un contributo importante alla creazione di un clima favorevole all'innovazione in Europa.

Infine, il collegamento dei beni e le risorse culturali con le industrie creative anche attraverso la leva del turismo, potrebbe generare - attraverso processi di scoperta imprenditoriale sostenuti dalla diffusione di tecnologie abilitanti (ICT in primis, ma non solo) - nuovi prodotti innovativi destinati al mercato che integrino anche le filiere più tradizionali (agroalimentare, enogastronomia, artigianato di qualità, ecc.) sfruttando le sinergie organizzative e produttive tra i settori collegati.

### **3. Le evidenze del TAVOLO**

Il "capitale ecosistemico" posseduto dalla regione è già spendibile per presentarsi ai mercati ed agli investitori esteri di tutti i settori.

Pur con le criticità evidenziate, la Sicilia possiede già un posizionamento competitivo nel "mercato della cultura" relativamente buono.

Un indicatore delle potenzialità competitive della regione nel mercato dell'espressione culturale è identificabile nel fatto che la Sicilia è la prima regione del Mezzogiorno per arrivi turistici presso le città di interesse storico e artistico con una progressiva accelerazione della crescita delle presenze di stranieri (2,9% nel 2011; 6,8 % del 2012) negli ultimi anni.

A dispetto di questi positivi risultati i margini di miglioramento appaiono significativi sia nell'ambito dell'industria culturale in senso stretto e del suo indotto (anche turistico quindi) sia in quello dell'industria creativa, che appare ancora insufficientemente sviluppato.

A partire dagli anni Novanta, si è andata sempre più diffondendo la consapevolezza dell'importanza di quei settori economici caratterizzati principalmente dall'apporto di risorse umane, dall'innovazione e dalle capacità tecnico-artistiche degli operatori.

La filiera delle industrie culturali e creative contribuisce spesso a rivitalizzare le economie locali in declino, favorendo la nascita di nuove attività economiche, creando posti di lavoro nuovi e sostenibili e aumentando

---

l'attrattiva delle regioni e delle città europee.

Se si guarda al nord Europa si osserva come anche città prive di patrimonio culturale, ma altamente competitive sul piano della creatività sono state capaci di introdurre numerose innovazioni nel settore produttivo che si traducono in creazione di ricchezza e valore.

Molte città e regioni come la Sicilia fortemente dotate di beni culturali, invece, attente solo ad un sistema tradizionale di promozione turistica, vedono le loro economie in difficoltà. Se il sistema siciliano fosse capace di promuovere creatività e innovazione, facendo leva sull'immenso serbatoio di ricchezza potenziale costituito dal proprio patrimonio culturale materiale e immateriale, potrebbero rendere questa dotazione un vantaggio competitivo non replicabile in altri contesti, sia direttamente attraverso il suo sfruttamento in chiave turistica, ma soprattutto attraverso la produzione di "nuovi contenuti creativi".

Si tratta dunque di esprimere a tutti i livelli i valori positivi della Sicilia mediante strumenti che potenzino la fascinazione emotiva sia dei visitatori che dei cittadini.

L'industria dell'esperienza dovrebbe quindi essere anche un utile vettore di promozione del territorio siciliano nel mondo.

Fare conoscere la Sicilia oltre gli stereotipi che ancora la accompagnano nell'immaginario collettivo è il primo passo per attrarre i visitatori di ogni parte del mondo.

Esportare dunque una esperienza semi reale della Sicilia per invogliare a vivere una esperienza reale. I soggetti attivi sul territorio regionale vantano già una serie di esperienze di cooperazione con attori rilevanti nel panorama nazionale ed internazionale.

Sono soprattutto le Università e gli Enti di ricerca che dimostrano collegamenti attivi con soggetti extraregionali.

Tra i collegamenti mappati si citano a titolo di esempio i seguenti: Istituto Centrale per il Catalogo Unico (ICCU) delle biblioteche italiane e per le informazioni bibliografiche; Istituto Superiore sui Sistemi Territoriali per l'Innovazione Siti (Siti), Consorzio Interuniversitario della Scienza e Tecnologia dei materiali (INSTM), Consorzio interuniversitario per lo Sviluppo dei Sistemi a Grande Interfase, Consejo Superior de Investigaciones Cientificas (CSIC) di Madrid, Scuola Archeologica Italiana di Atene.

Inoltre gli attori regionali hanno sviluppato nel corso del tempo contatti di tipo puntuale e rapporti di collaborazione nell'ambito di singole iniziative che vanno dalle missioni di ricerca e restauro archeologico in Paesi esteri (Grecia, Libia, Siria, Cambogia), alla partecipazione a reti di Atenei nei progetti Erasmus mundus (ad esempio Master ARCHMAT/Archaeological Materials Sciences), in progetti internazionali (es. APER con la Tunisia; European Chemistry Thematic Network. Progetto DCH-RP, progetto INDICATE).

Ulteriori collegamenti sono stati registrati rispetto a diverse aziende attive nel campo della protezione,

---

valorizzazione e fruizione innovativa della filiera culturale e creativa.

#### **4. Traiettorie di sviluppo**

La Sicilia esprime una ricchezza di contenuti ampia e stratificata frutto dell'avvicinarsi degli eventi della storia che hanno trasformato cultura materiale e immateriale dell'isola in un mosaico policromo di forme, colori, sapori, suoni tra i più ricchi al mondo.

L'intervento dell'uomo d'altra parte non si è sviluppato in uno spazio vuoto ed adimensionale.

La collocazione geografica dell'Isola, il suo clima, le ricchezze naturali, la sua flora e la sua fauna, esprimono anch'esse una realtà ricca e variegata. Il congiunto di questi elementi ha esercitato nel tempo e continua ad esercitare un fascino accattivante agli occhi di chi approda in Sicilia e va oltre la superficialità di una retorica diffusa. La fruizione dell'esperienza culturale siciliana tuttavia non è sempre semplice.

Al di là delle difficoltà logistiche, che esistono ma che non rappresentano una barriera insormontabile, fruire dell'esperienza siciliana è comunque faticoso. Il patrimonio è spesso nascosto, non facilmente leggibile nel suo reale e completo significato, talvolta degradato talaltra deturpato.

Gli stessi siciliani sono spesso inconsapevoli d'enorme ricchezza che esprimono e loro stessi la conoscono poco.

Il contributo che la strategia regionale per la specializzazione intelligente della Sicilia può apportare è quindi quello di aumentare il livello di coinvolgimento delle persone nella fruizione dell'ecosistema culturale siciliano. Valorizzare l'industria dell'esperienza non è d'altra parte esclusivamente un'azione di valorizzazione economica del territorio. È anche una strategia per la protezione del territorio ad opera dei siciliani stessi.

Per altro verso, sino al IXX secolo la Sicilia non era solo ricca di testimonianze culturali ma era un luogo in cui si producevano e si consumavano tanti contenuti culturali. Nel corso dei decenni questa capacità di guardare oltre e di investire nella ricchezza e nella sperimentazione si è affievolita e l'anima creativa e l'ingegno culturale non sono stati adeguatamente alimentati.

La capacità di innovare e sperimentare si è diluita. La Sicilia continua a produrre talenti creativi che tuttavia spesso non trovano un ambiente favorevole a sviluppare ed alimentare le proprie attitudini.

La Smart Specialisation in Sicilia potrebbe avviare un percorso di transizione verso un maggior ruolo strategico della produzione culturale e creativa e di sviluppo del suo potenziale economico riservando particolare attenzione alla dimensione della produzione di contenuti riferiti a nuove tipologie di domanda.