

culture n. 12
oasi nel deserto
economia della conoscenza
territorio
resistenze

editoriale

oasi nel deserto

di Laurana Lajolo

Con il numero **12** *culture* entra nel suo **quinto anno di attività**. La rivista si è guadagnata una funzione privilegiata nel promuovere il dibattito culturale e politico, grazie ai suoi preziosi collaboratori, che le consentono di sondare, in senso critico, nuovi percorsi di ricerca e di proposta intorno ai temi dello **sviluppo** culturale, economico e sociale. Ogni numero ha aperto un campo di discussione, di riflessione e di approfondimento che ha coinvolto gli attori economici, sociali, politici.

Inoltre la vitalità della formula della rivista produce **nuove gemmazioni**: l'anno scorso si è aperta l'esperienza del notiziario degli enti e delle associazioni culturali *culture/Incontri*, che è giunto al quarto numero, e all'inizio del 2006 è nata *culturegiovani*, un foglio di protagonismo giovane in dialogo con la città.

Ci siamo resi conto, nell'organizzare i contenuti di questo numero di *culture*, che approfondire il tema dell'**economia della conoscenza** nelle sue ricadute sulla produzione e sul territorio provinciale è un'operazione problematica, anche per la scarsa consapevolezza degli attori economici e politici della valenza nuova di questo fattore. Non si può non sottolineare il ritardo delle imprese astigiane nel campo della ricerca e dell'innovazione tecnologica, il **deserto** appunto. Abbiamo, però, rintracciato pochi esempi, le **oasi**, di per sé indicativi di potenzialità interessanti da alimentare e incrementare anche nel nostro territorio.

Riteniamo, quindi, necessario precisare il significato e l'incidenza nella **realtà produttiva** dell'economia della conoscenza, senza renderla intercambiabile con altri termini come la *new economy*, l'*economia dell'informazione* o la stessa *economia della cultura*. Come spiega **Enrico Ercole**, nel termine sono affiancati due elementi, da un lato, l'**economia** in quanto scienza che studia il funzionamento del **mondo produttivo**, dall'altro, la **conoscenza**, termine di per sé molto complesso, che è il prodotto dell'attività scientifica, ma è essa stessa un **fattore produttivo**, che può risiedere nel capitale umano della forza lavoro, nella tecnologia, nell'organizzazione del processo produttivo. In sostanza abbiamo voluto evidenziare come l'innovazione e la ricerca nel settore produttivo e la valorizzazione del patrimonio culturale rappresentino nuove risorse per un possibile **sviluppo**.

Le novità positive, anche se isolate e ancora necessitanti di strategie concordate di ampio respiro, le abbiamo rintracciate, con il contributo di **Vincenzo Gerbi**, nel campo della **viticoltura** come nel campo della **ricerca avanzata** a livello internazionale con l'esperienza di lavoro di **Marco Morra**. I **modelli organizzativi**, illustrati da **Elio Morino**, riguardano l'ambito dei servizi organizzativi per le aziende, mentre è ancora troppo lenta la diffusione dei sistemi informatici nelle **aziende artigiane**, come rileva **Guido Migliarino**. Presso la Camera di Commercio funziona il laboratorio di taratura dei contatori d'acqua, descritto nelle sue funzioni altamente tecnologiche da **Lucio Zotti**. Interessanti le prospettive nella **pubblica amministrazione** con il progetto sulle reti telematiche e nel rapporto con l'Europa, secondo quanto scrivono **Andrea Berzano** e **Ornella Lovisolo**. Le nuove tecnologie rendono gli impianti di *Gaia* all'avanguardia nel trattamento dei rifiuti e con potenzialità tutte da sfruttare, come annota **Pier Luigi Graziano**.

Inoltre, il ruolo fondamentale, che l'**Università** svolge nel campo della ricerca e della formazione, può diventare volano per uno sviluppo innovativo del territorio. Le proposte di quel settore sono illustrate da **Francesco Scalfari** sulle prospettive del polo universitario, da **Claudia Solaro** sul job placement e da **Francesca Ferraris** su un caso di spin off di ricerca sociale. **Marco Gorla** si occupa del **Nord Ovest** e indica per la possibile macroregione una direttiva di sviluppo nella **logistica**, sorretta dalla ricerca e dall'innovazione, che interessa anche la nostra provincia.

Luigi Berzano fa riferimento a quella forma economica che attribuisce un *surplus* culturale a un prodotto. La società industriale fordista, basata sulla produzione delle merci e sulla manifattura, non comprendeva la dimensione culturale, ma oggi che l'economia è sempre più economia della conoscenza e investe direttamente la stessa economia tradizionale della cultura (musei, biblioteche, eventi culturali) si può parlare di un **capitalismo cognitivo** e di nuovi imprenditori della conoscenza. Per il territorio astigiano l'ipotesi indicata da Luigi Berzano è quella di un **distretto culturale paleontologico**. Il sociologo utilizza volutamente un termine prettamente economico: un distretto è, infatti, un'area territoriale con forte concentrazione di attività produttive omogenee, tra loro connesse con elevata interdipendenza economica, tecnologica, organizzativa e culturale sia a livello di mercato, che di politiche sociali e di sistema informale.

Le profonde trasformazioni economiche e la crisi produttiva attuale impongono alla città di **ridisegnare il proprio modello di sviluppo** futuro, integrando le nuove esigenze con progetti urbanistici e territoriali, economici e fiscali, sociali e culturali, con l'individuazione e la valorizzazione di ulteriori risorse culturali, fieristiche, museali e scientifiche. Da qualche tempo, con grande ottimismo, si vanno delineando possibili risorse economiche nell'ambito turistico, culturale e del tempo libero. In effetti, nelle società post-fordiste, stanno assumendo un valore crescente le **risorse culturali e cognitive**, che, sempre più, costituiscono un patrimonio anche economico e diventano fondamentali per disegnare un **modello di sviluppo** di lungo periodo con la condivisione e la collaborazione tra tutti gli attori sociali pubblici e privati, istituzionali e informali.

Monica Gilli esamina le nuove funzioni che i **musei** più organizzati stanno assumendo, accanto al ruolo tradizionale di conservazione dell'identità e del patrimonio.

Una seconda sezione è dedicata alla tutela e alla valorizzazione del territorio, dando spazio al dibattito aperto in città dal **n. 4** di **culture/Incontri** (www.cultureincontri.it) sul futuro del vecchio ospedale e della **piazza del Palio**, con le osservazioni critiche di **Giovanni Bo** e i cenni storici di **Aris D'Anelli**. **Paola Grattarola** si occupa della paventata installazione di un termovalorizzatore a Cortiglione, nella parte paesaggisticamente più conservata della Val Tiglione e nella zona del barbera più pregiato. Viene quindi proposta la presentazione di **Paolo Capello** e **Piero Damarco** (Ente Parchi Astigiani) del piano di programma integrato di sviluppo locale e le riflessioni di **Gianfranco Miroglio** sul Museo paleontologico. **Giuseppe Artuffo** delinea il distretto del benessere che comprende il territorio di Santo Stefano Belbo, Canelli, Nizza Monferrato ed Acqui Terme e **Laurana Lajolo** invita a passeggiare lungo gli *Itinerari letterari* di Cesare Pavese, Davide Lajolo e Beppe Fenoglio.

Nella sezione **Resistenze** si è voluto ricordare il 61mo anniversario della Liberazione, riprendendo le parole di don Ciotti contro le mafie, dette in un recente incontro ad Asti e presentando la proposta di Andrea Laiolo, sindaco di Vinchio, di allestire all'interno del *Centro culturale Davide Lajolo*, la *Casa della memoria* dedicata alla resistenza e alla deportazione nell'Astigiano.

In **bacheca** sono presentate alcune riviste, *Muscandia*, *Il Platano* e soprattutto **culturegiovani**, il nuovo prodotto editoriale bimestrale, inventato dalla creatività di una trentina di giovani. Viene anche presentato in anteprima il prossimo libro di Laurana Lajolo *Socrate e gli altri. Racconti di gatti, cani e casi della vita*, in uscita ad aprile. E' data notizia dell'attività dell'*Associazione Davide Lajolo*, dell'*UTEA* e **Rosalba Gentile** ricorda l'impegno delle donne nel difendere i loro diritti.

economia della conoscenza

innovazione e produzione

di enrico ercole, dipartimento di ricerca sociale, università del piemonte orientale

Cosa significa economia della conoscenza

Da alcuni anni viene utilizzato sempre più frequentemente il termine **economia della conoscenza**. Come sovente accade per molti termini che sono immediatamente evocativi, non ci si sofferma a ragionare in modo approfondito sul suo significato. Anzi, a volte si usa in modo intercambiabile con altri termini che stanno ad indicare la profonda trasformazione avvenuta nella società e nell'economia: ad esempio il termine *New Economy*, con il quale si indica l'affermarsi di un'economia *nuova*, basata sui servizi ad alto contenuto di tecnologia, dopo la crisi di quella precedente, *vecchia*, basata sull'industria; oppure il termine *economia dell'informazione*, con il quale si indica il ruolo crescente delle nuove tecnologie dell'informazione nell'economia; oppure il termine *economia della cultura*, con il quale si indica il fatto che la cultura (intesa come spettacoli dal vivo, musei, mostre, etc.) sia diventata generatrice di reddito.

Come sovente accade per i termini nuovi, finisce per essere una *parola-ombrello*, sotto la quale, cioè, stanno molti significati. Il termine nasce dall'affiancamento di due termini che, a loro volta, non hanno un significato univoco. Con il termine **economia**, infatti, si fa riferimento sia alla scienza che studia il modo in cui i **fattori produttivi** si compongono, sia al processo reale di **funzionamento del mondo produttivo**. Il significato del termine **conoscenza** è ancora più complesso: la conoscenza è il prodotto dell'**attività scientifica**, ma è anche un **fattore produttivo**, che può risiedere nel lavoratore (il capitale umano), nelle macchine (la tecnologia), nel processo produttivo (l'organizzazione). Per orientarsi nella complessità del termine *economia della conoscenza* può allora essere d'aiuto ricostruirne la storia.

La storia della definizione

L'economia è diventata *economia della conoscenza* non da oggi, ma dalla **rivoluzione industriale** in poi: è da allora che le fasi dello sviluppo economico sono state contrassegnate da un uso sempre più complesso e impegnativo della conoscenza nel processo produttivo. Con la fine della cosiddetta fase *fordista* dell'economia nella prima metà degli **anni Settanta** del Novecento, il ruolo della conoscenza nell'economia è diventato ancor più rilevante e pervasivo. Fino ad allora la conoscenza era contenuta nelle grandi fabbriche dove capitale umano, tecnologia ed organizzazione erano concentrati, insieme agli altri due tradizionali fattori produttivi: il capitale e il lavoro. Negli **anni Ottanta** si esce dalla crisi della fase *fordista* per entrare in una nuova fase di sviluppo economico che, non sapendo fare meglio, è stata denominata *post-fordista*: essa è caratterizzata, da una parte, dall'utilizzo nell'economia di **fattori ad elevata presenza di conoscenza** (si pensi alla microelettronica – i *computer* ormai presenti in ogni fabbrica e ufficio – e alle telecomunicazioni) e, dall'altra parte, dal fatto che la **conoscenza è diffusa** e non più concentrata.

Certamente la conoscenza è sempre stata presente nell'economia. Tutti abbiamo studiato sui libri di scuola l'evoluzione dall'aratro di legno a quello di ferro, da quello meccanico a quello poli-vomere: ogni miglioramento era legato all'applicazione di conoscenza. Ma con la rivoluzione industriale e, successivamente, con la rivoluzione legata alla microelettronica ed alle telecomunicazioni, **cambia la quantità di conoscenza** presente nel processo produttivo, e cambia **la velocità** con la quale la conoscenza viene prodotta e trova un utilizzo nel processo produttivo.

E' un po' come dire che i commerci su lunga distanza sono sempre esistiti (tutti abbiamo studiato i viaggi di Marco Polo da Venezia in Cina), ma è diverso quando il commercio è globalizzato, cioè tocca grandi quantità di merci (e non solo merci di lusso), prodotte in quasi tutto il mondo (e non solo in pochi luoghi) e destinate alla gran parte della popolazione (e non solo a pochi ricchi).

I fattori produttivi

Si è, dunque, creata, dal punto di vista del ruolo della conoscenza nel processo produttivo, una **discontinuità** tra la nostra epoca e quelle precedenti. A seguito di questa trasformazione, le aree territoriali nelle quali si concentrano i nuovi fattori produttivi risultano più avvantaggiate nella **competizione economica** con le altre aree territoriali.

Sulla base degli studi più recenti su questo tema è possibile individuare **due tipi** di questi nuovi ed importanti **fattori produttivi**: da una parte, essendo il mercato globalizzato, la presenza di **infrastrutture** riguardanti il sistema dei trasporti e delle comunicazioni: aeroporti, svincoli autostradali, scali di linee ferroviarie ad alta capacità, fibre ottiche. Dall'altra parte, le **funzioni legate alla conoscenza**: la presenza o la possibilità di intergere facilmente con centri di ricerca, laboratori, università, centri di calcolo, biblioteche specializzate. Ma anche la **vicinanza** con opportunità culturali e ricreative: i lavoratori delle nuove attività ad elevato contenuto di conoscenza apprezzano, infatti, la possibilità di vivere in un luogo dove si svolgono manifestazioni culturali e spettacoli, dove la qualità dei servizi per la vita quotidiana (asili, sanità, etc.) è elevata e dove la qualità dell'ambiente non è compromessa (si veda, a questo proposito, il saggio di Mela sull'innovazione nelle città).

Gli studiosi indicano le aree dove si concentrano questi nuovi fattori produttivi come **Regioni delle 4 C**, dove cioè si concentra la presenza di **Conoscenza, Comunicazione, Cultura e Creatività**.

La conoscenza nel processo produttivo

Il futuro sarà sempre più caratterizzato dalla produzione, circolazione e valorizzazione della conoscenza nell'ambito dei vari settori produttivi: dall'agricoltura all'industria, dal turismo ai servizi di *welfare*, dall'amministrazione alla tutela del territorio (si veda il rapporto dell'*Istituto di Ricerche Economiche e Sociali della Regione Piemonte* sugli scenari di sviluppo del Piemonte).

Diventerà sempre più importante la capacità di **utilizzare la conoscenza nel processo produttivo**: per un'area territoriale, sarà importante la capacità di utilizzare le conoscenze presenti, sovente accumulate nel passato (nell'ambito delle attività produttive tradizionali caratteristiche del luogo) per creare competenze distintive in grado di entrare nella competizione su scala globale. Si pensi, ad esempio, alle conoscenze specifiche in ogni segmento della filiera del vino e alle conoscenze che si travasano da un segmento della filiera agli altri segmenti: viticoltura, enologia, eno-meccanica, industria vetraria, marketing di prodotto, etc.)

Al fine di sviluppare la conoscenza utilizzabile nel processo produttivo localizzato in un'area territoriale, in un recente saggio Rullani sottolinea che si dovrà prestare grande attenzione a vari aspetti.

- In primo luogo, ai **processi formativi** (sia di base che avanzati).
- In secondo luogo, ai risvolti legati alla conoscenza nell'ambito delle **attività caratteristiche dell'area** (quale che sia il loro settore merceologico e il loro processo produttivo), sviluppando il legame con la ricerca.
- In terzo luogo, si tratta di attirare nell'area **capitali esterni ad alto contenuto cognitivo**.
- In quarto luogo, si tratta di promuovere nell'area la **nascita di attività** ad elevato contenuto cognitivo, attraverso attività di incubatore tecnologico o di *spin off* accademico o aziendale.

Lo spin off

Con il termine **incubatore tecnologico** si indica la messa a disposizione di strutture, finanziamenti e servizi a imprese di nuova costituzione. Con il termine **spin off** si indica la creazione di attività ad alto contenuto tecnologico come gemmazione di attività di ricerca universitaria (*spin off* accademico) oppure come gemmazione-specializzazione di attività svolte all'interno di un'azienda già esistente (*spin off* aziendale).

Nel primo caso si tratta di **iniziative imprenditoriali nate per gemmazione da ambienti accademici o da istituzioni di ricerca**. Tali imprese nascono per iniziativa di gruppi di ricercatori, professori o neolaureati che avviano un'attività imprenditoriale indipendente, finalizzata allo sfruttamento di competenze e attività di ricerca maturate all'interno dell'istituzione da cui si

distaccano e con la quale, nella maggior parte dei casi, si intrattengono stretti rapporti di collaborazione.

Nel secondo caso si tratta di **attività imprenditoriali generate da un'impresa**. Possono essere di tipo *individuale*, quando si tratta di imprese create da uno o più individui che decidono di staccarsi da un'azienda per iniziare un'attività autonoma. Oppure di tipo *societario*, quando un'attività dell'impresa-madre viene trasferita ad una nuova unità indipendente. (Si veda a questo proposito l'articolo di Chiesa e Piccaluga e gli altri articoli dedicati allo *spin off* sulla rivista della *Camera di Commercio* di Milano, *Impresa e Stato*).

L'incubatore tecnologico e lo *spin off* sono alcune delle modalità di trasferimento tecnologico. Altre modalità, meno impegnative dal punto di vista organizzativo, sono l'attivazione di **programmi comuni di ricerca tra impresa e centri di ricerca**, l'istituzione di programmi di formazione coordinata tra università ed azienda, la programmazione di periodi di *training* di ricercatori presso aziende, la formazione di personale impiegato in imprese presso laboratori e centri di ricerca dell'università.

Trasferimento tecnologico nel settore della produzione

Quando si pensa all'economia della conoscenza, si fa riferimento sia alla produzione di conoscenze, sia all'adozione (e adattamento) di conoscenze importate. Qui di seguito ci limiteremo a riflettere sul secondo aspetto.

Il primo aspetto è di grande importanza, e riguarda una domanda cruciale alla quale il nostro paese nel suo complesso, come Rullani ricorda in un recente articolo, deve far fronte: quella di chi produrrà – e nei tempi richiesti dall'economia – conoscenza in un **sistema** che è abituato a crescere **senza investire nella produzione di conoscenza**.

Per quanto riguarda il secondo aspetto, dunque, quando si pensa all'**adozione e adattamento di conoscenze importate**, si fa riferimento in primo luogo al **trasferimento tecnologico** nel settore della produzione. Questo è certamente l'aspetto più visibile e più direttamente legato al binomio **economia-conoscenza**, ma non è l'unica faccia dell'economia della conoscenza.

In secondo luogo, quando si parla di economia della conoscenza, si pensa alle nuove **tecnologie della comunicazione**. Tutte le attività presenti in un'area sono, in modo più o meno rilevante e più o meno diretto, interessate da questo aspetto. Si pensi alle relazioni esterne nel settore industriale, alla visibilità dell'offerta turistica, alla valorizzazione dei beni culturali, paesaggistici ed ambientali, alle reti informatiche nello sviluppo del *welfare*, all'informatica nel controllo dell'ambiente, all'acquisizione di *best practices* per il governo locale. Sono tutti esempi di riformulazione di attività tradizionali sulla base delle nuove tecnologie della comunicazione.

Per molte di queste attività è necessario il **cablaggio tecnologico del territorio**. Come è necessaria l'**alfabetizzazione informatica**. Ma in entrambi i casi si tratta, in un certo senso, di prerequisiti ai quali affiancare la capacità, da una parte, di introdurre **servizi di supporto tecnologico** e, dall'altra parte, di favorire la formazione di **nuove professionalità** e il consolidamento di quelle tradizionali con l'innesto di competenze informatico-comunicative.

Alcuni degli aspetti sopra ricordati non sono direttamente legati alla produzione di beni e servizi, ma rivestono grande importanza per lo **sviluppo locale**. Si tratta di conoscenza utile per la gestione di fenomeni e processi complessi, come le organizzazioni, sia pubbliche che private. Negli ultimi anni, infine, ha assunto grande importanza la **pianificazione strategica** dello sviluppo locale, che richiede l'utilizzo, sia in fase di analisi che in fase di pianificazione e di gestione, di conoscenze relative ai sistemi complessi a base territoriale (si veda, a questo proposito, il recente saggio di Perulli).

La conoscenza locale e mondiale

La conoscenza è, ovviamente, già presente e diffusa sul territorio. Soprattutto in Italia, si registra una forte presenza di cosiddetta **conoscenza tacita**, cioè quel patrimonio di conoscenze che si forma nell'esperienza lavorativa (il *learning by doing*) ed è detenuta da singoli individui: artigiani,

operai specializzati, piccoli imprenditori, amministratori. Questa conoscenza il più delle volte non è solo individuale, ma ha un aspetto collettivo, in quanto si produce e diffonde più agevolmente a contatto di **ambienti locali** ricchi di relazioni sociali. Ricchi, cioè, del cosiddetto *capitale sociale*, una risorsa che è costituita dalla struttura delle relazioni sociali attive in un determinato luogo, che permette di abbattere i costi delle transazioni di conoscenze.

In Italia, al contrario, è meno sviluppato un altro tipo di conoscenza, la cosiddetta **conoscenza formalizzata**, cioè la conoscenza tecnico-scientifica, **che – a** ragione del modo in cui viene prodotta – è indipendente dal luogo e dall'esperienza diretta e può circolare a livello non locale bensì **mondiale**, e dal livello mondiale può essere attinta.

La **globalizzazione** non cancella le *conoscenze tacite*, ma esalta il ruolo delle *conoscenze formalizzate*. Dal *mix* di questi due tipi di conoscenza si genera una **rete di saperi** che collega i patrimoni cognitivi locali all'economia della conoscenza globale.

La sfida dello sviluppo locale

Se questo è lo scenario generale ed astratto in cui si colloca il nuovo ruolo della conoscenza nell'economia, allora **le società locali** hanno di fronte una **sfida** che deve essere giocata su più livelli.

- Su un primo livello, si tratta di **qualificare formazione** professionale, istruzione scolastica, istruzione universitaria, ricerca.
- Su un secondo livello, si tratta di costruire le **interfacce tra gli attori della formazione**, istruzione e ricerca, da una parte, e gli **attori della produzione e dei servizi**, dall'altra parte. Un ruolo importante e strategico, da questo punto di vista, è data dalla creazione di interfacce con i soggetti che nascono (a questo proposito si vedano, a Torino, l'iniziativa *I3P* del Politecnico, *Creare impresa* della Camera di Commercio, *Mettersi in proprio* della Provincia).
- Su un terzo livello, si tratta di utilizzare le conoscenze relative all'**analisi, pianificazione e gestione** dei sistemi complessi a base territoriale per la costruzione di piani strategici di sviluppo del territorio.

Molti degli articoli e delle schede contenute in questo numero di *Culture* trattano, a diversi livelli di approfondimento, di iniziative differenti tra di loro per il settore (cultura, formazione, impresa), lo **stato di attuazione** (in alcuni casi si tratta di iniziative in atto, in altri di riflessioni su potenzialità) e il **livello di complessità** (in alcuni casi si tratta di iniziative che coinvolgono un solo attore, in altri di iniziative che coinvolgono, invece, più attori e/o settori). Pur nella diversità, articoli e schede sono accomunati, in primo luogo, dal collocarsi nel vasto ambito dell'economia della conoscenza. In secondo luogo, dal trattare aspetti della società locale dell'astigiano (oppure fenomeni ad essa adattabili). In terzo luogo, dal fare riferimento ad attività già in essere o potenzialmente implementabili.

Si tratta, dunque, di riflessioni che sono state pensate come contributi alla riflessione sulle iniziative e le strategie di sviluppo locale di Asti e della provincia, come d'altronde vuole essere la riflessione, seppur ad un livello di astrazione più elevato, qui presentata.

Bibliografia

Camera di Commercio di Torino (s.d.) *Creare impresa*, http://www.to.camcom.it/Page/t01/view_html?idp=3303.

Chiesa V. e Piccaluga A. (1998) "La nascita di imprese ad alta tecnologia", *Impresa e Stato*, n.43.

Ires Piemonte (2001) *Scenari per il Piemonte del Duemila. Primo rapporto triennale. Verso l'economia della conoscenza*, Ires, Torino.

Mela A. (1996) *Sociologia delle città*, Carocci, Roma.

Perulli P. (2004) *Piani strategici. Governare le città europee*, Franco Angeli, **Milano**.

Politecnico di Torino (s.d.) *I3P. Incubatore delle imprese innovative*, http://www.i3p.it/presentazione_body.htm.

Provincia di Torino (s.d.) *Mettersi in Proprio*, <http://www.metttersinproprio.it/default.asp>.

Rullani E. (2004) *Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*, Carocci, Roma.

Rullani E. (2005) "Verso una nuova economia della **conoscenza**", *NordestEuropa*, n.5, <http://www.nordesteuropa.it/ktn/nee/site.nsf/>.

economia della conoscenza

musei tra memoria e innovazione

di monica gill, università del piemonte orientale

Due modelli di sviluppo turistico

A partire dagli anni Ottanta del secolo scorso si è registrata, in tutta l'Europa la nascita di un elevato numero di musei, in particolare di **musei a carattere locale**, che si è accompagnata ad un incremento del **turismo culturale**. In Italia questo incremento ha interessato sia le grandi città che i centri minori, individuando **due modelli di sviluppo turistico** assai differenti tra loro.

Il primo caso, quello delle **grandi città**, evidenzia un modello urbano dotato di una tradizione di turismo culturale risalente nei secoli, tradizione che permette, oggi, di rispondere in modo adeguato alla presenza dei turisti. Richiamando brevemente la storia del turismo è noto come numerose città italiane siano state oggetto di un turismo elitario e aristocratico sin dal XVI secolo, attraverso la pratica del *Grand Tour*, un viaggio di formazione destinato ai rampolli delle *élites* aristocratiche. Mete turistiche privilegiate del *tour* erano, appunto, le città d'arte, le collezioni private (i nuclei di molti futuri musei pubblici) e i siti storico-archeologici che si trovavano entro o ai margini delle grandi città. Questa lunga tradizione di turismo culturale delle grandi città ha facilitato da un lato, il costituirsi di una **coscienza sul valore dei beni culturali** posseduti, anche sulla base della loro rinomanza internazionale, dall'altro il definirsi di una **cultura dell'accoglienza** necessaria a trasformare una città in una destinazione turistica.

Il secondo caso, quello dei **centri urbani minori**, fa invece emergere un modello di sviluppo turistico dalle caratteristiche differenti, con elementi di debolezza ma anche di forza. Sovente i beni culturali presenti non riescono a competere, per quantità e qualità, con quelli delle prestigiose collezioni museali che, tradizionalmente, sono presenti nei centri urbani maggiori. Talvolta vi è **insufficiente consapevolezza** dei beni culturali posseduti. E' infatti utile ricordare che il possesso di un patrimonio culturale e paesaggistico non significa (ancora) la coscienza di tale patrimonio che può rimanere, in questo modo, sepolto alla coscienza collettiva (Toscano 1999), anche se ciò non significa che non vi sia da parte della comunità locale un'affezione e perfino un orgoglio locale per i beni posseduti.

Un ulteriore argomento problematico ai fini di uno sviluppo turistico è costituito dalla **carenza delle infrastrutture**, l'insieme di servizi che integrano la visita ad un museo all'interno di un progetto turistico globale e che si esplicano nella presenza di strutture di accoglienza (hotel, bed&breakfast, campeggi, pensioni, etc.), di ristorazione (ristoranti, locande tipiche, bar, etc.) e di servizi (informazioni, trasporti, etc.).

Non avere una lunga tradizione come destinazione turistica sovente si riflette in una **minore cultura dell'accoglienza**, vale a dire quella capacità di interagire in modo positivo con soggetti estranei alla comunità locale, che si concretizza (anche) nella conoscenza delle lingue, nella disponibilità verso i turisti e in una generale apertura verso il nuovo. Infine, appare determinante che **gli attori** dello sviluppo turistico locale avvertano la **necessità di fare sistema**, vale a dire di superare la prospettiva individuale, in un'ottica di fiducia reciproca e di disponibilità alla cooperazione, per produrre conseguenze (economiche, ma anche di identità e di coesione sociale) che coinvolgano l'intera collettività e abbiano quindi maggiori probabilità di radicarsi sul territorio.

Musei locali

Il breve *excursus* che abbiamo presentato pone a confronto due modelli di sviluppo turistico culturale in cui il modello vincente parrebbe essere quello delle grandi città, ma non è necessariamente così. I dati statistici degli ultimi anni evidenziano come lo sviluppo turistico (e in particolare il turismo culturale) ha avuto come protagonisti anche i centri urbani di medie dimensioni e le aree rurali, con la nascita di **musei a carattere locale** (spesso improntati alla valorizzazione della cultura materiale e delle tradizioni) e il costituirsi/rafforzarsi di un **calendario**

di sagre ed eventi turistici in cui gli aspetti della cultura si affiancano a quelli eno-gastronomici e dell'artigianato.

Ci si deve dunque chiedere quali siano i vantaggi, per il soggetto fruitore, di un turismo culturale nelle **grandi città** e quali siano i vantaggi, invece, di un turismo praticato nei centri urbani minori.

Una possibile risposta è che le grandi città riescono, al meglio, a rappresentare la vocazione internazionale e globalizzante della società moderna: attraverso le grandi mostre d'arte di fama internazionale (che costituiscono quindi, un patrimonio non locale), attraverso segni architettonici che anche in Italia portano sempre più la firma di autori stranieri, il soggetto si posiziona su di un **livello internazionale**. Tali mostre d'arte, infatti, potrebbero venire fruito anche in altre grandi città senza perdere di significato.

I **centri minori**, invece, sono il luogo in cui viene facilitata un'esperienza turistica in cui si possa attivare una **ricerca di radici**, del proprio passato e della propria identità. Più che di turismo culturale si può allora parlare, più precisamente, di **heritage tourism**, vale a dire di una forma di turismo incentrato sul patrimonio culturale in senso lato, in cui **la cultura** non appare uno strumento per aumentare le proprie conoscenze sul mondo, ma diviene **la misura** per identificare un percorso personale di **ricerca di identità**.

La rete museale

Recentemente si stanno realizzando attività di pianificazione strategica del territorio, seguendo la prospettiva del **cultural planning**. Essa consiste nel far convergere le **potenzialità culturali** del territorio in una prospettiva di **sviluppo locale**. Ciò significa creare connessioni tra la politica culturale e gli altri settori della progettazione dello sviluppo locale allo scopo di definire strategie e piani di azione integrati.

Un naturale sviluppo di questa prospettiva sinergica e integrata consiste nel coordinamento dell'offerta museale mediante un'organizzazione a rete. Per **rete museale** si può intendere l'istituzione di relazioni non competitive stabili in grado di collegare, a livelli di integrazione diversi, musei non facenti capo alla stessa proprietà, (si intende invece per sistema museale un insieme di musei appartenenti ad un unico proprietario, come è il caso, ad esempio dei musei **civici**).

L'esperienza delle reti di musei sperimentate in questi anni in **Europa** sembrano suggerire che la rete possa rappresentare la struttura organizzativa più plausibile per l'avviamento e il successo di molte realtà museali locali, che sembra adattarsi particolarmente alle caratteristiche dimensionali e distributive della realtà museale del nostro paese, caratterizzata da istituzioni di piccole dimensioni, sparse in modo capillare e 'intensivo' sul territorio.

Tra le ragioni che inducono le istituzioni museali a mettersi in rete, vi sono anzitutto i guadagni sul piano dell'**efficienza organizzativa ed economica**. Si tratta di aree tradizionalmente critiche della gestione museale, condizionata da carenza strutturale di risorse, da preponderanza dei costi fissi di manutenzione e restauro dei beni, da mancanza di personale specificamente dedicato, e così via. I benefici più significativi di un'articolazione a rete sono una **progettualità** più qualificata, ottenuta anche attraverso uno scambio di competenze; un miglioramento della qualità dei servizi e dell'offerta culturale di ogni museo; un consolidamento di immagine nei confronti dell'utenza e delle amministrazioni, che si esprime, anzitutto in un generale aumento di **visibilità** e di **utenza**.

La comunicazione museale

Il reimpiego di strutture storiche in funzione di museo – che comporta una mediazione tra valorizzazione del bene-contenitore e valorizzazione dei beni esposti – può presentarsi di frequente per i musei locali: le soluzioni di restauro e allestimento adottate possano venire comunicate al visitatore e diventare parte integrante dei contenuti di cultura che il museo trasmette durante una visita.

Il pubblico, in effetti, sembra sempre più sensibile a valutare la visita ad un museo non solo sulla base degli oggetti contenuti ma anche sulla base dell'**immagine generale del contenitore-museo**, a partire dalla sua identità architettonica.

Le scelte di **allestimento** costituiscono, poi, un aspetto fondamentale dell'offerta di un museo, con efficacia simile alla comunicazione informativa, perché svolgono (come vera e propria comunicazione non-verbale) la funzione di comunicare il senso di un oggetto, rendendone evidenti al pubblico le caratteristiche.

Riguardo poi al modo di veicolare i **contenuti informativi** sui beni culturali esposti, accanto ai sistemi tradizionali di erogazione di nozioni in forma descrittiva (di un oggetto, di un periodo storico) si stanno affiancando altre modalità di comunicazione.

Ad esempio, che per fruizione interattiva è intesa principalmente come attività pratiche e manipolatorie, utili soprattutto agli studenti e più facilmente applicabili a musei della scienza e tecnica anziché a musei d'arte. La prospettiva interattiva è massimamente presente, ad esempio, nei musei americani dedicati specificamente ai bambini, i *children's museums*. L'**interattività** invece va intesa come attività anzitutto mentale, intesa a suscitare curiosità e processi di apprendimento *bottom-up* anziché *top-down*, idonea a qualsiasi tipo di pubblico e applicabile a qualunque tipo di museo: in questo processo di interazione le nuove tecnologie informatiche possono svolgere un ruolo importante.

Generalizzando a tutti i musei alcune osservazioni sui musei demotnoantropologici, si può affermare che, se il **museo** deve essere **luogo di comunicazione**, esso si deve aprire a modi diversi del percepire estetico, al desiderio, all'evocazione, alla memoria, al sogno, come aspetti che non negano ma accompagnano e, talora, anticipano o sollecitano, la conoscenza.

Il turismo culturale

Lo scenario che abbiamo brevemente delineato mette in luce come, per uno sviluppo del **turismo culturale**, tradizione e innovazione costituiscono due poli irrinunciabili. **Tradizione**, in quanto il turismo culturale nei centri urbani minori sembra agevolare una certa ricerca di radici e di passato, che è una costante di molta pratica turistica contemporanea. **Innovazione** in quanto, gli oggetti della memoria passata possono essere comunicati al pubblico in modo più efficace e suggestivo attraverso le nuove tecnologie e attraverso processi di apprendimento maggiormente interattivi.

In quale posizione si colloca, dunque, la città di **Asti**? Di quali esperienze deve tenere conto per incrementare il turismo culturale?

E' una città di medie dimensioni, con **notevoli risorse culturali, naturalistiche e di tradizione enogastronomica**. Tra queste tre forti direttrici di interesse quella maggiormente sviluppata, con ricadute turistiche importanti, è quella dell'enogastronomia, e dei festival e sagre ad essa connessi. La vocazione turistica di Asti, tuttavia, passa anche attraverso le sue risorse culturali.

Asti vanta infatti non solo numerosi e importanti **edifici storici**, ma questi edifici si innestano in un **tessuto urbano** (costituito da case private, piazze e slarghi, edifici religiosi, strade tortuose) che è rimasto integro e di forte impatto visivo. Questa realtà architettonico-urbanistica di impronta medioevale fa da degno sfondo per una serie di **musei** (esistenti o costituendi) di rilievo: la *Pinacoteca*, gli scavi di *San Giovanni*, il *Museo paleontologico*, (un museo che non solo documenta l'importanza del territorio astigiano per la Paleontologia internazionale, che può svolgere una funzione di coordinamento dei numerosi geositi presenti sul territorio).

E' dunque auspicabile che Asti e il territorio circostante possano sviluppare ulteriormente in modo integrato e sinergico **le tre direttrici** di interesse turistico già presenti, affiancando al tema dell'enogastronomia un'offerta di cultura e di natura che Asti, più di altre città di medie dimensioni, può rivendicare come elementi forti caratterizzanti la sua identità.

Bibliografia

- Bagdadli S. (2001) *Le reti di musei. L'organizzazione a rete per i beni culturali in Italia e all'estero*, Egea, Milano.
Brilli A. (1995) *Quando viaggiare era un'arte. Il romanzo del Grand Tour*, il Mulino, Bologna.
Clemente P. e Rossi E. (1999) *Il terzo principio della museografia. Antropologia, contadini, musei*.

Ercole E. (2003) Il turismo come fattore di sviluppo nelle città di medie dimensioni, Preprints della XXV Conferenza Italiana di Scienze Regionali, CD-Rom, AISRe, Milano.

Huber A. (1997) *Il museo italiano: la trasformazione di spazi storici in spazi espositivi: attualità dell'esperienza management and curatorship*, 19, 1, 5-26.

Toscano M. A. (1999) (a cura di) *Dall'incuria all'illegalità. I beni culturali alla prova della coscienza collettiva*, Jaka Book, Milano

economia della conoscenza

ipotesi di un distretto culturale paleontologico

di luigi berzano, sociologo, università di torino

*Un vero viaggio di scoperta
non è cercare nuove terre
ma avere nuovi occhi
(Marcel Proust)*

L'area astigiana, anche nella fase di maggiore sviluppo industriale del nord Italia (anni Sessanta/Ottanta), ha conosciuto un decollo industriale in forme fondamentalmente indotte dal forte polo industriale torinese. Ha conosciuto, quindi, un decollo industriale debolmente autonomo e significativo, prevalentemente indotto dall'industria torinese dell'auto. Oggi, nella fase di crisi e di declino delle tradizionali forme di industrializzazione, risultano ancor più comprensibili le ricadute negative sul mercato del lavoro e sull'economia nell'area astigiana. Ne è, in parte, una conferma il fatto che l'area astigiana non abbia conosciuto particolari forme di distretto, nel senso che ne danno gli studiosi, e non abbia "fatto distretto" nei suoi settori produttivi.

Un **distretto** è un'area territoriale con forte concentrazione di attività produttive omogenee, tra loro connesse con elevata interdipendenza economica, tecnologica, organizzativa e culturale sia a livello di mercato, che di politiche sociali e di sistema informale. Gli occhiali a Feltre, le scarpe a Vigevano, il tessile a Prato, l'oreficeria a Valenza, e altro evocano l'idea di distretto.

E' dalla constatazione di peculiare disequilibrio e debolezza del settore produttivo astigiano che alcune analisi della sua realtà economica, sociale e culturale, indicano, per il futuro, nella compresenza sia di settori produttivi tradizionali che di settori di avanguardia una linea di forza e di prospettiva. Si individua in tal modo l'esigenza di privilegiare **nuove risorse**, attorno alle quali consolidare la condivisione e la collaborazione su linee di sviluppo di lungo periodo tra tutti gli attori sociali coinvolti: pubblici e privati, istituzionali e informali.

L'**area urbana** astigiana, inoltre, si sta confrontando in questi anni con rilevanti cambiamenti nella sua struttura produttiva, sociale e urbanistica. Il dislocamento di varie industrie dall'area urbana e lo spostamento di rilevanti aree di servizi pubblici e privati (tribunale, ospedale, archivio di stato, ecc.) ha lasciato sul territorio vaste aree vuote, rilevanti per dimensione e localizzazione. Tali trasformazioni impongono alla città di **ridisegnare il proprio modello di sviluppo** futuro, integrando le nuove esigenze che la crisi attuale le impone nei progetti urbanistici e territoriali, economici e fiscali, sociali e culturali. Ciò pone, inoltre, problemi di individuazione e di valorizzazione di ulteriori risorse culturali, fieristiche, museali e scientifiche.

E' pur vero che da qualche tempo, con grande ottimismo, si vanno individuando possibili risorse economiche derivanti un sistema economico produttivo di tipo turistico, culturale e del tempo libero. E ciò sulla base della evidenza che, nelle società post-fordiste, le **risorse culturali e cognitive** stanno assumendo un valore crescente e costituiscono un patrimonio anche economico.

Anche l'area astigiana possiede, per alcuni aspetti, delle risorse peculiari ed esclusive, tali da divenire potenzialità di sviluppo del territorio. Si tratta di settori di economia e di consumi nel **turismo**, nei percorsi eno-gastronomici, nelle attività fieristiche, ecc. Ma è ben difficile che questi nuovi settori dell'economia e del mercato del lavoro possano diventare, da soli, la caratteristica

sufficiente dello sviluppo locale. Non è pensabile, cioè, che il turismo, la storicità del territorio, i beni artistici o la cultura, da soli, possano attivare significative prospettive di sviluppo; ma, se integrati con altri settori produttivi e all'interno di un sistema, quale quello che le scienze economiche hanno individuato nel *distretto*, possono essere in grado di incrementare nuovi settori produttivi e sistemi di produzione di valore e di *surplus* economico.

Con questa consapevolezza, e con i limiti conseguenti, questo breve intervento intende proporre una ipotesi di **distretto culturale di tipo paleontologico** nel territorio astigiano.

È ben noto, fin dalla fine del 1800 e anche a livello di specialisti internazionali, che tra le peculiarità del territorio astigiano vi sia **stata** anche la ricchezza del **patrimonio fossilifero** risalente all'epoca del Pliocene. Dagli anni 1980 in poi, in particolare con l'istituzione da parte della Regione Piemonte della *Riserva naturale speciale di tipo paleontologico della Valle Andona e Valle Botto*, tale realtà è diventata un **elemento di forza** per iniziative, campi di ricerca, tesi di laurea, attività espositive, forme di turismo culturale, e, infine una peculiare **micro-economia** legata a nuovi agriturismi, *bed & breakfast*, maneggi, prodotti tipici (miele, uva e vino, frutti e verdure bio, ecc.). L'ultimo di questi interventi è il costituendo *Museo paleontologico* nell'area dell'ex Michelerio, che, come indicano esperti e amministratori dell'*Ente Parchi Artigiani*, risulterà uno tra i rilevanti sul territorio nazionale.

Al riguardo è da ricordare un recente convegno di studio organizzato a Valleandona dall'*Ente Parchi Astigiani* e dal *Dipartimento di Scienze Sociali* dell'Università di Torino. In tale convegno si rilevava quanto rilevante fosse diventato, da qualche tempo, il nesso tra **territorio-cultura-economia**. La cultura, nelle sue molteplici componenti storiche, artistiche, archeologiche, gastronomiche, **ecc.** offre sempre più al territorio possibilità di riconoscersi, arricchirsi e autovalorizzarsi; producendo in tal modo nuove risorse economiche e nuovi consumi.

Questo è quanto indicano i più recenti studi sullo sviluppo locale dei territori. Un territorio, un grande evento sportivo o culturale, un paesaggio, un prodotto eno-gastronomico, un bene paleontologico, una festa o rievocazione storica, ecc., quanto più si arricchiscono di valenze culturali tanto più producono un *surplus* economico e, infine, nuovi consumi. Esempificando per il Piemonte, si può dire che così è avvenuto in alcune realtà delle Langhe albesi e con l'*Università del Gusto* a Pollenzo.

Il convegno citato indicò questo fenomeno come **economia della conoscenza**, cioè quella forma economica che consegue alla attribuzione di un *surplus* culturale a un prodotto. Nella società industriale, e in quella successiva dei servizi, la teoria economica non comprendeva questa dimensione culturale. La società fordista era basata sulla trasformazione delle merci ed aveva come simbolo della sua crescita la manifattura. Se la produzione di valore economico è vista come trasformazione fisica, il suo motore è alimentato dall'energia, non dalla conoscenza.

Oggi, però, anche l'economia è sempre più economia della conoscenza. Anche la tradizionale economia della cultura (l'economia dei musei, delle biblioteche, dei concerti, ecc.) si valorizza attraverso l'economia della conoscenza. Al *capitalismo industriale* consegue poco a poco un *capitalismo cognitivo*; e allo sviluppo locale di tipo industriale consegue uno sviluppo locale basato sulla conoscenza. È ben chiaro però che il capitale trasformato in cultura e conoscenza (anziché unicamente in capannoni industriali, in strade e in ferrovie, **ecc.**) non segue più le stesse leggi di valorizzazione del capitale industriale.

Il convegno intese, quindi, iniziare un lavoro di studio sulle modalità di produzione dell'economia della conoscenza e sui nuovi **imprenditori della conoscenza**, assumendo il caso astigiano quale caso esemplare di molteplici opportunità e valorizzazioni.

Modello e ipotesi di progetto

Fanno parte della formulazione di questa ipotesi di progetto alcuni concetti da assumere in senso preciso: *distretto*, *economia della conoscenza*, *beni paleontologici* quali risorse economiche.

A) Distretto. Un distretto industriale, per quanto ora ci interessa, non è solo un insieme di conoscenze "oggettivamente" disponibili, ma è anche un modo di essere degli abitanti e dei loro

sistemi di relazioni. Come annota Becattini, in un territorio l'**identità sociale e personale** si lega al luogo attraverso la condivisione della storia, della cultura, della geologia e anche dei caratteri antropologici che influiscono sugli individui. Siena è Siena, non solo perché è strutturalmente un prodotto di *clustering* (addensamento, agglomerazione) di lavorazioni e professionalità anche legate al grande evento del *Palio*, ma anche perché è popolata dai senesi.

La dimensione economica esterna, oggettiva, fordista si intreccia e si arricchisce di una dimensione altrettanto rilevante di capitali sociali, di identità collettive, di organizzazioni e di istituzioni coerenti. La prima dimensione tratta e rende i territori inter-fungibili; la seconda produce o riproduce l'identità, per esempio, di un quartiere rendendo il suo territorio un *Knowledge system* legato alle conoscenze che elabora e scambia al suo interno.

B) Economia della conoscenza. Il binomio economia-conoscenza esiste da tempo; da quando l'economia ha iniziato ad offrire mezzi sempre più sofisticati al sapere e la conoscenza ha iniziato a creare soluzioni e linguaggi.

L'economia della conoscenza è un sistema di produzione di valore economico non solamente nella trasformazione delle merci, ma nella attribuzione di elementi cognitivi e culturali a beni di vario genere. E' quindi un **sistema del valore** che funziona in modo *non deterministico*, ma *a geometria variabile*, in relazione cioè alle iniziative soggettive e collettive, non predefinite, di impiego delle conoscenze disponibili e di quelle che si possono intuire, immaginare, creare. Ciò che gli economisti definiscono *livello di produttività* (cioè valore prodotto per ora lavorativa) e di *surplus* è variabile in funzione di vari parametri che dipendono da fattori complessi, ma tutti dipendenti dalle iniziative e creatività di soggetti individuali e collettivi, al clima culturale di un'area, a regole istituzionali che disciplinano diritti e doveri delle parti in causa.

Per chiarire quanto definito in forma analitica, si immagini di spiegare l'insieme dei fattori che fanno risultare diverso, in termini di economia della conoscenza, il *Palio di Siena* dal *Palio di Asti*. Si tratta di un tipico caso di produzione di valore economico con risultati diversi in funzione di parametri coinvolti.

C) Beni paleontologici quali risorse economiche. Il territorio, in particolare quello a cui ora mi riferisco e sul quale potrebbe insistere un *distretto paleontologico*, offre una particolare opportunità per verificare quanto distante è la definizione che ne dà l'economia della conoscenza, dalla definizione che ne dava l'economia neoclassica. Per l'economia della conoscenza, il **territorio** è il terminale di una evoluzione a cui contribuiscono persone, idee, storie, eventi naturali, istituzioni, edifici, strade, opere estetiche e altre cose che lo costituiscono come *economia-arcipelago*. I beni paleontologici rappresentano, forse, l'ultima forma di beni culturali, nell'ottica di un *marketing territoriale*, che valorizzi un prodotto culturale locale esclusivo e non imitabile.

Realizzazione del progetto

La realizzazione di un *distretto culturale paleontologico* rappresenterebbe uno dei primi casi in Italia. Sarebbe una riprova del passaggio da una economia rivolta alla moltiplicazione di beni materiali perché vengano consumati, a una economia che produca **esperienze** perché vengano progettate, rappresentate, comunicate, vissute e ricordate. La spinta alla sua realizzazione sarebbe il tentativo di creare un **marchio unico** di una offerta culturale-turistica-scientifica-formativa riconoscibile a livello nazionale e indicativa della peculiarità di un territorio. Tale marchio dovrebbe rispecchiare la massima interconnessione tra tutte le sue componenti:

- **comunicazione** museale, editoriale, teatrale, artistica;
- **formazione e ricerca universitaria** che si qualifichi per il suo particolare livello di differenziazione;
- **sperimentazione** nelle scuole, eventi e **animazione** territoriale;
- **artigianato**, laboratori di produzione;
- **fruizione** e opportunità turistiche, spazi di *loisir*, cultura eno-gastronomica;
- riproduzione delle **identità** locali e delle tradizioni;
- **politiche culturali** degli enti locali istituzionali e dei soggetti del terzo settore;

■ **analisi cognitiva** del territorio, valorizzazione di progetti, programmazione e sperimentazione di forme di sviluppo.

I **nodi** di questo sistema totalmente integrato, in cui si addensano tutte le componenti del territorio, sarebbero in modo esemplificativo: l'*Ente Parchi*, il *Museo paleontologico*, le politiche sociali degli enti locali, le organizzazioni presenti sul territorio, le strutture turistiche già citate e tutte le micro-attività produttive, le attività formative delle scuole che fanno del territorio paleontologico un loro laboratorio, la ricerca universitaria, un corso di laurea specialistica sul territorio che assuma la dimensione paleontologica quale interesse prioritario, le mostre, i concerti, le manifestazioni culturali, le pubblicazioni, la messa in rete di tutte le realizzazioni. Esigenza comune a tutte queste attività dei **soggetti pubblici e privati** coinvolti è quella di ampliare o creare economia (nuovi ambiti produttivi, posti di lavoro, consumi, ecc).

In questo contesto, sarà funzione e ruolo di tutti i soggetti coinvolti evidenziare e sostenere questo **sistema di multi-imprenditorialità** diffusa e differenziata attorno ai beni paleontologici del distretto. Punto centrale di questo sistema distrettuale potrà essere l'*Ente Parchi Astigiani* con la funzione di accogliere, creare, organizzare, coordinare e sostenere tutte le attività.

Il convegno citato si è svolto nella sede dell'*Ente Parchi Astigiani* di Valleandona, sabato 12 giugno 2004. Organizzato dal *Dipartimento di Scienze Sociali* dell'Università di Torino, il convegno aveva per titolo *Nuova economia e territorio, Il caso della Riserva Paleontologica nelle Valli Andonesi*. Sono intervenuti con relazioni scientifiche ricercatori del *Dipartimento di scienze sociali* dell'Università e del Politecnico di Torino, paleontologi dell'*Ente Parchi Astigiani*, oltre che neolaureati autori di ricerche economiche e paleontologiche sull'area.