

IL CONVEGNO

FOCUS SUL PIANO STRATEGICO

EMANUELA PERRONE

● Criticità e potenzialità a confronto per lo sviluppo dell'industria culturale a Taranto. Se n'è parlato nel corso del secondo focus tematico sul Piano Strategico per Taranto, organizzato da Asset, Comune di Taranto e Regione Puglia.

“Un altro volto di Taranto. Prospettive per l'industria culturale“, questo il titolo del dibattito che si è svolto a Palazzo Galeota. Sono intervenuti l'assessore regionale all'Industria turistica e culturale, gestione e valorizzazione dei beni culturali Loredana Capone, il direttore del dipartimento Tursimo, economia della cultura e valorizzazione del territorio Aldo Patruno e la direttrice del museo archeologico nazionale di Taranto Eva Degl'Innocenti.

Taranto prova a voltare le spalle alle ciminiere e a lavorare ad un processo di diversificazione economica. «Un altro destino per Taranto, che non sia solo quello industriale, ma che metta in risalto le bellezze della città, è possibile. Sono dell'idea che Taranto - rileva l'assessore Capone - non possa rinunciare alla sua vocazione industriale. Ovviamente le aziende devono essere compatibili con la salute e l'ambiente. Il brand di Taranto ora è l'Ilva, non il MarTa. Così non si riuscirà mai a fare turismo. Ecco perché bisogna imparare a promuovere l'altra faccia della città e farla rinascere. Taranto è un luogo ricco di storia ed è importante investire sulla fruibilità dei beni culturali, come ad esempio il Teatro Fusco. Ma bisogna anche sfruttare i beni che oggi non hanno ancora una vocazione culturale. Penso all'Arsenale Militare, al cui interno, grazie ai fondi Cis, partirà un progetto di recupero e musealizzazione di alcune aree».

C'è dunque l'esigenza di una pianificazione strategica, sulla quale l'amministrazione comunale è già a lavoro. «La nostra vision è quella di costruire progetti che non abbiano un inizio ed una fine ma che crescano nel tempo», riferisce l'assessore comunale alla cultura Fabiano Marti. Mentre sempre più spesso Taranto viene scelta

IL CONVEGNO
L'assessore regionale all'Industria turistica e culturale, gestione e valorizzazione dei beni culturali Loredana Capone



LE REAZIONI

Marti: vogliamo realizzare progetti che crescano nel tempo. Degl'Innocenti: non accontentarsi della mediocrità e della banalità

LA PROPOSTA

«Sarebbe ideale realizzare qui un cineporto»

● Il turismo a Taranto cresce, ma «si può fare di meglio». Lo rileva l'assessore regionale all'Industria turistica e culturale, gestione e valorizzazione dei beni culturali Loredana Capone. «Accanto alla vocazione industriale insopprimibile, se si sceglie la strada del turismo bisogna lavorare sul brand e questo significa partecipare alle fiere. Sono pochissime ad oggi le imprese tarantine che lo fanno. Su 758 aziende iscritte al Dms, il Destination Management System di Pugliapromozione, soltanto il 12% aderisce. Taranto non coglie le opportunità ed è un peccato non sfruttare le occasioni messe in campo dalla Regione. È una criticità da superare».

A detta della Capone, «è però consolante il fatto che le proposte che arrivano, anche se poche, sono tutte di qualità. Questo significa che c'è talento. Bisogna solo crederci e avere fiducia nella bellezza di questa città».

A tal scopo, sul turismo «il nostro investimento - riferisce l'assessore regionale - continua comunque ad essere importante. Nel 2015 registravamo il -5% di arrivo di turisti, nel 2017 abbiamo avuto un +3% negli arrivi e un +5% di presenze. Questo evidenzia che l'attività di promozione fatta su Taranto dalla Regione Puglia agisce positivamente. Occorre però che ci sia la collaborazione di tutti gli attori coinvolti per migliorare questi risultati, magari anche attraverso una programmazione di eventi per tutto l'anno e valorizzando il prodotto mare». Determinante è anche il ruolo del cinema, come veicolo di promozione del territorio. «È importante che si investa in questo settore. Ho infatti stimolato l'amministrazione a realizzare un cineporto che a Taranto ancora manca», fa sapere ancora Capone. «Solo negli ultimi due anni - aggiunge - sono state sostenute su Taranto 12 produzioni cinematografiche. Detto questo però, è anche vero che assistiamo ai dissensi degli operatori commerciali per i divieti o i blocchi stradali durante le riprese. Bisogna quindi intendersi: la promozione del territorio funziona a patto che ci sia una buona accoglienza. Avere qui Netflix significa generare un ritorno economico che nessuna campagna pubblicitaria potrà mai eguagliare. Probabilmente la città deve ancora vedersi nella vocazione turistica ed è per questo che la Regione continuerà ad essere presente sul territorio per confrontarsi con la città». [E. Perr.]

«Imparare a promuovere l'altra faccia di Taranto»

L'assessore Capone: il brand è ancora l'Ilva, non il MarTa

per ospitare grandi eventi (il Medimex tra tutti, che si ripeterà il prossimo anno) e aumentano le produzioni cinematografiche in città, «stiamo lavorando - continua Marti - anche alla creazione di un brand. Taranto ha grandi potenzialità e quando la città ne sarà pienamente consapevole riusciremo a raggiungere grandi risultati. Non è semplice perché veniamo da lunghi periodi in cui non ci sono stati gli stimoli giusti, ma sono sicuro che nasceranno progetti importanti».

Dalla direttrice del museo archeologico nazionale di Taranto Eva Degl'Innocenti, l'invito a «mettere a sistema il grande patrimonio artistico, culturale e paesaggistico di Taranto e costruire un sistema turistico». A suo dire, «le competenze ci sono ma spesso si disperdono.

L'unica soluzione per scardinare l'immagine negativa di Taranto è attraverso un progetto di territorio serio, basato sulla qualità, in cui i vari attori collaborino tra loro. La speranza - aggiunge - è che la città non si accontenti della mediocrità e della banalità. Va bene ispirarsi ai dei modelli che hanno funzionato a contesti simili al nostro, ma non basta. Penso si debba andare ben oltre».

L'incontro ha coinvolto esponenti del mondo associativo e operatori culturali del territorio. Le riflessioni e gli input raccolti, «serviranno a definire l'analisi del contesto - spiega Raffaele Sannicandro Commissario Straordinario Asset - e contribuiranno a realizzare una visione di sviluppo della città, condivisa e partecipata».

Renault CLIO

Con NOLEGGIO RENAULT EASY LIFE

da **129€*** al mese



RENAULT
Passion for life



Oppure, sulle vetture in pronta consegna

fino a **6.000€**** di VANTAGGI

Scopri tutti in concessionaria.

A OTTOBRE SEMPRE APERTI

Emissioni di CO₂: da 104 a 127 g/km. Consumi (ciclo misto): da 3,9 a 7,2 l/100 km. Emissioni e consumi omologati. Foto non rappresentativa del prodotto. Info su www.promozioni.renault.it

*Offerta di noleggio per Renault CLIO LIFE 1.2 16V 75. Il canone di € 128,57 (IVA inclusa) prevede: anticipo € 4.762,88 (IVA inclusa), noleggio 36 mesi / 30.000 km totali, assicurazione RC auto, asset management MYNDFLEET ACTIVE, costo dell'immatricolazione e tassa di proprietà. L'offerta è valida fino al 31/10/2018. Essa non è vincolante ed è soggetta ad approvazione da parte di ES Mobility srl, nonché alle variazioni di listino. Per tutti i dettagli dell'offerta rivolgersi ai Concessionari Renault aderenti all'iniziativa.

**Vantaggi riferiti a Renault CLIO LIFE dCi 75, validi in caso di permuta o rottamazione (Programma Green). È una nostra offerta valida fino al 31/10/2018 per vetture disponibili in concessionaria e fino a esaurimento scorte.





CONCESSIONARIA RENAULT FIVE MOTORS

UNICA CONCESSIONARIA PER TARANTO E BRINDISI

TARANTO V.LE UNITÀ D'ITALIA 601, TEL.099.7712845 BRINDISI VIA E.FERMI 5/D Z.I., TEL.0831.1821023

FIVEMOTORS.IT 

DRIVE YOUR LIFE