

La Puglia regina dell'industria culturale

Nel 2018 crescita stimata al 4,2%. Bari nella top five italiana. Il boom del branding

di **Cesare Bechis**

In Puglia l'economia culturale vola. Secondo il rap-

porto del distretto produttivo Puglia Creativa e della Fondazione **Symbola**, che sarà presentato oggi all'Officina degli

Esordi di Bari, le imprese creative crescono più del doppio della media nazionale con una crescita complessiva del

4,2%. Bari occupa le posizioni più alte: è quinta nelle classifiche delle province italiane del settore comunicazione e branding. a pagina 11

Economia culturale, Bari in testa In un anno quattro punti in più

Rapporto di Puglia Creativa: nella classifica bene anche Taranto, segue Lecce

Il report

«We Are Creative in Puglia - I numeri e il rapporto sulle imprese culturali e creative in Puglia» fa la radiografia dell'economia culturale della regione. Oggi, alle 10.30 presso l'Officina degli Esordi sarà presentata la terza edizione di questa ricerca. L'iniziativa è promossa dal distretto produttivo Puglia Creativa e realizzata dalla Fondazione **Symbola**.

BARI In Puglia l'economia culturale è in buona salute e le sue imprese creative crescono più del doppio della media nazionale. Bari occupa le posizioni più alte: quinta nella classifica delle province italiane nel settore «comunicazione e branding», ottava nelle «performing art», seguita da Taranto al decimo posto.

«We Are Creative in Puglia - I numeri e il rapporto sulle imprese culturali e creative in Puglia» fa la radiografia di questo particolare e importante segmento dell'economia complessiva della regione. E oggi, alle 10.30 all'Officina degli Esordi, sarà presentata la terza edizione di questa ricerca. L'iniziativa è promossa dal distretto produttivo Puglia Creativa e realizzata dalla Fondazione **Symbola**. La cultura, in tutte le sue articolazioni, è un fattore di competitività e di crescita per le imprese e per lo sviluppo dei territori, oltre che fonte di occupazione per giovani, donne e laureati. Scendendo nel dettaglio la ricerca riporta che, nel 2017, il valore aggiunto della filiera culturale e creativa incide, in Puglia, per il 4,2 per cento del totale della ricchezza complessivamente prodotta a livello regionale, 1,8 punti percentuali in meno della media nazionale. La quota, però, sale al 4,3 in termini di occupazione, pari a 2.756 addetti. La geografia territoriale è varie-

4,2

È il **valore aggiunto** della filiera culturale e creativa, in Puglia. Incide per il 4,2 per cento del totale della ricchezza complessivamente prodotta a livello regionale, 1,8 punti percentuali in meno della media nazionale

2.756

È il **numero di addetti**. Quanto ai settori, Bari nel settore comunicazione e branding si colloca quinta tra centodieci province. Taranto è decima

gata. Il capoluogo Bari contribuisce alla produzione di quasi la metà del valore aggiunto e dell'occupazione con una percentuale del 5,3. Il risultato peggiore appartiene alla provincia di Foggia con il 3,2 dell'intera ricchezza locale; leggermente migliore è l'incidenza dell'occupazione, pari al 3,5. Un passo in avanti è stato realizzato nel recupero del ritardo strutturale del sistema pugliese accumulato negli anni. Rispettivamente al 2011 il valore aggiunto della filiera segna un incremento medio annuo pari all'1,5 per cento, più che doppio rispetto a quello nazionale. I dati dell'ultimo anno sono espliciti e confermano la



tendenza. Tra il 2016 ed il 2017 l'intero sistema culturale e creativo pugliese è cresciuto di quattro punti, il doppio del livello nazionale (+2). Brilla Taranto, con il suo +4,6, seguita da Lecce (+4,3), ma tutte le province si collocano su un ritmo di crescita superiore a quello italiano. Stesso dicasi per l'andamento della forza lavoro impiegata. Il numero di occupati culturali e creativi registra un incremento del +3,7, rispetto al +1,6 dell'intero Paese. La dinamica è trainata in particolare dalla provincia di Bari (+4,1) e da quella di Taranto (+4), in netta ripresa rispetto all'andamento registrato negli anni precedenti.

In relazione ai vari settori c'è Bari che nel settore comunicazione e branding si colloca quinta tra centodieci province, ottava tra le performing arts e diciottesima per occupazione. Qui Taranto è decima per valore aggiunto e diciassettesima per occupazione. La ricerca si occupa inoltre delle forme giuridiche più utilizzate dalle imprese culturali pugliesi, della distribuzione delle figure professionali per classi di età e per titolo di studio, del valore medio delle retribuzioni, dell'occupazione per fasce d'età, del numero di spettacoli prodotti e degli spettatori.

Cesare Bechis
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Taranto
Una delle manifestazioni made in Puglia