

Orizzonti

N. 34
DICEMBRE 2021

idee dalla Basilicata

Buone feste, Basilicata



Il 2021 di Eni in Basilicata



© TONY VECE

È stato un anno difficile, ma questo non ha sottratto l'azienda alla responsabilità di pensare una visione futura. Vogliamo continuare ad essere un'opportunità per questa regione. I suoi obiettivi sono anche i nostri

Un anno difficile ma pieno di speranze. Dalla gestione della fermata del Centro Olio Val d'Agri per la manutenzione straordinaria decennale, all'adozione delle misure per fronteggiare l'emergenza sanitaria; dalla firma dell'accordo preliminare con la Regione Basilicata per la proroga della concessione Val d'Agri, al rafforzamento dei progetti di innovazione per lo sviluppo sostenibile del territorio; dal confronto costante con gli interlocutori istituzionali e sociali a un rapporto improntato a una comunicazione sempre più trasparente con la comunità lucana: il bilancio 2021 di Eni conferma l'attenzione a un territorio in cui l'azienda opera da più di vent'anni e testimonia la volontà di rafforzare ulteriormente la relazione con esso, favorendone la crescita anche su nuove linee di indirizzo rivolte alla transizione energetica e all'economia circolare. Non è stato un anno semplice, da molti punti di vista. Il contesto pan-

**Sullo sfondo,
Viggiano
illuminata
di notte,
vista dal COVA.**

Alcuni momenti che hanno segnato l'azione di Eni in Basilicata nel 2021. Dall'alto: il workshop per rivitalizzare l'ex mattatoio di Moliterno; la donazione di materiale sanitario all'ospedale San Pio da Pietrelcina; la premiazione di "South Up! Agritech e startup, la Basilicata riparte".



© TONY VECE

demico generale e gli effetti che ne sono derivati sul piano economico-sociale non hanno sottratto l'azienda alla responsabilità di pensare una visione futura, oltre che di gestione dell'emergenza: la tutela delle persone innanzitutto e il rispetto delle risorse in un quadro attento non solo a chi lavora con noi ma anche, per quello che è stato possibile, alle esigenze diffuse delle comunità locali. Per rimanere sul fronte del contrasto anti-Covid vorrei ricordare che Eni nel marzo scorso, in coincidenza con l'avvio della manutenzione straordinaria del COVA, avviò un protocollo di misure aggiuntive a quelle già attuate e un programma di screening epidemiologico in Val d'Agri al fine di garantire la massima tutela della salute dei lavoratori e dei cittadini della Valle. La più importante delle misure attuate è stata la campagna di test, tramite tamponi rapidi, in un'area nelle immediate vicinanze del COVA su una superficie di circa 10.000 metri quadrati, supportando anche l'azione delle autorità sanitarie locali, in linea con l'impegno già profuso nei mesi precedenti per far fronte alle necessità di screening via via emerse. Abbiamo gestito picchi di presenza al COVA, nelle settimane della fermata, fino a 1.200 unità al giorno, e supportato l'ospedale "San Pio di Pietrelcina" con la donazione di materiale sanitario, accogliendo le specifiche esigenze che ci venivano prospettate.

Il futuro ha molte variabili indipendenti, come questi due anni terribili ci hanno costretto a comprendere. Ma una certezza non è in discussione: ci sentiamo parte del territorio nel quale si svolge la nostra attività industriale e insieme vogliamo affrontarne le sfide che verranno. Siamo dentro la Grande Transizione che è una strada obbligata. La Basilicata è dentro questo processo, che va affrontato con grande responsabilità e concretezza, perché la sostenibilità, come del resto ricorda il preambolo dell'Agenda 2030, non è solo ambientale, ma anche economica e sociale e le accelerazioni rischiano di lasciare indietro i più deboli. Sono sicuro che un rapporto leale e sereno con tutti gli attori del cambiamento sia il metodo giusto per affrontare le nuove sfide.

La Basilicata, alla quale guardo con l'orgoglio di chi qui è nato, è una scommessa importante dei nostri progetti di sostenibilità per i prossimi anni. Del resto, a un nuovo modello di sviluppo industriale, con la programmazione di numerosi progetti non oil, sono improntati gli accordi preliminari già firmati per la proroga della Concessione. Pur nelle difficoltà del contesto generale, il 2021 ha portato avanti e rafforzato anche la nostra progettualità volta all'innovazione in partnership con i principali centri di ricerca della Regione, come il Cnr, l'Università, l'Alsia, per rafforzare piani già avviati - innanzitutto la

grande scommessa dell'Energy Valley - e avviare di nuovi, come il progetto "South up" di Eni Joule che ha messo insieme start up del settore agritech e agrienergia con realtà produttive lucane. Abbiamo cercato, insomma, di "rifunzionalizzare il futuro" per ripetere il bel titolo del workshop dello scorso ottobre, realizzato in collaborazione con la Fondazione Eni Enrico Mattei, sulla rivitalizzazione dell'ex Mattatoio di Moliterno per creare un nuovo hub per le idee sull'imprenditoria, premiando i migliori studenti con sei borse di studio. Il 2021 si chiude con un ulteriore passo avanti sul piano della comunicazione e della trasparenza, con nuovi strumenti che non solo racconteranno il territorio allargandone sempre più gli Orizzonti, ma saranno innanzitutto applicativi al servizio della conoscenza e del monitoraggio dei dati delle nostre attività.

Il rapporto di Eni con la Basilicata, considerato che sono passati più di vent'anni, è ormai un rapporto adulto. Abbiamo imparato a conoscerci attraversando anche momenti difficili. Venirne a capo rinnovando un rapporto di reciproca fiducia è stato l'impegno maggiore. Vogliamo continuare ad essere un'opportunità per questa regione che ha straordinarie potenzialità. I suoi obiettivi sono anche i nostri.



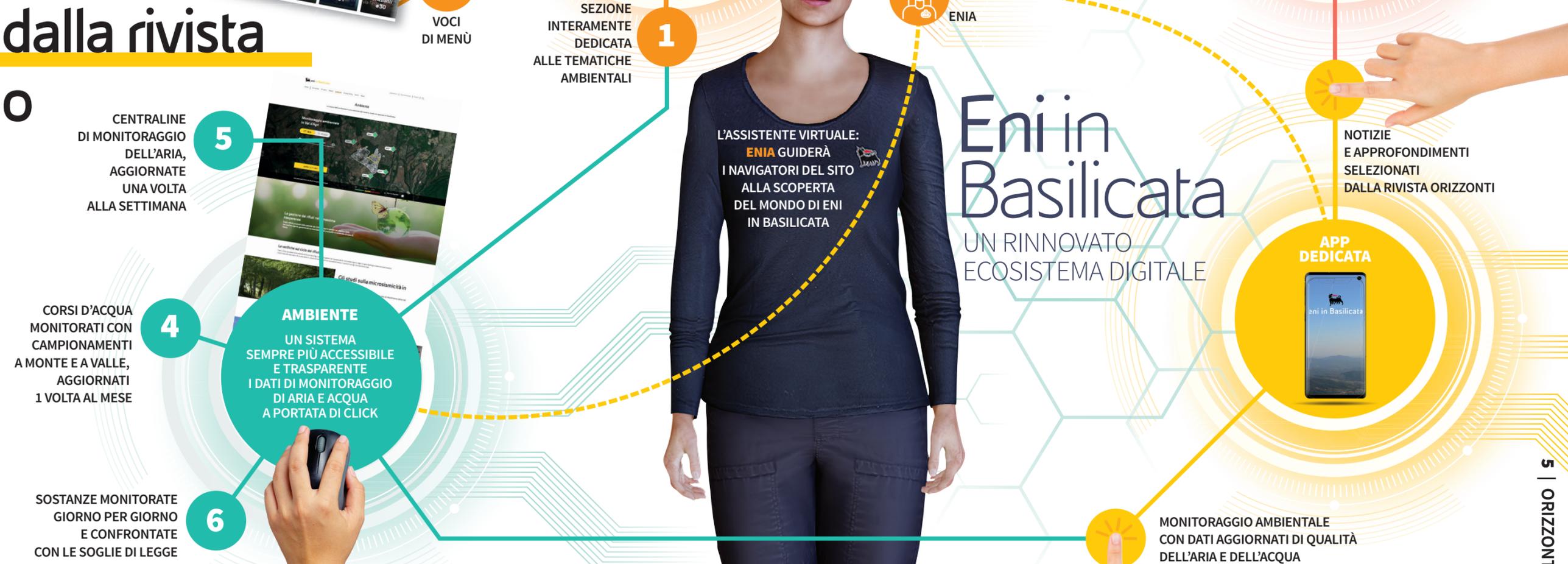
LUIGI SANTORO

Comunicazione: dalla rivista al digitale e ritorno

Dalle giornate di Porte Aperte al COVA alla rivista Orizzonti, dalla Newsletter al nuovo sito e alla nuova app, i grandi passi nel dialogo, continuo e trasparente, che Eni porta avanti da anni con la Basilicata

Certo non nasce oggi l'obiettivo di dialogare con il territorio e con i suoi protagonisti: è un viaggio che Eni Basilicata ha iniziato da molto tempo e si è sviluppato negli anni con tante iniziative significative e momenti emblematici. Dai moltissimi progetti realizzati con le scuole, dall'apertura degli uffici a Potenza con incontri e presentazione di libri, agli eventi di coinvolgimento delle comunità locali in Val d'Agri, la strategia di comunicazione si è progressivamente arricchita. È diventata più continua e coerente, fino ad arrivare a quegli appuntamenti partecipati e molto apprezzati che furono le giornate di "Porte aperte al COVA", con centi-

ni di coinvolgimento delle comunità locali in Val d'Agri, la strategia di comunicazione si è progressivamente arricchita. È diventata più continua e coerente, fino ad arrivare a quegli appuntamenti partecipati e molto apprezzati che furono le giornate di "Porte aperte al COVA", con centi-

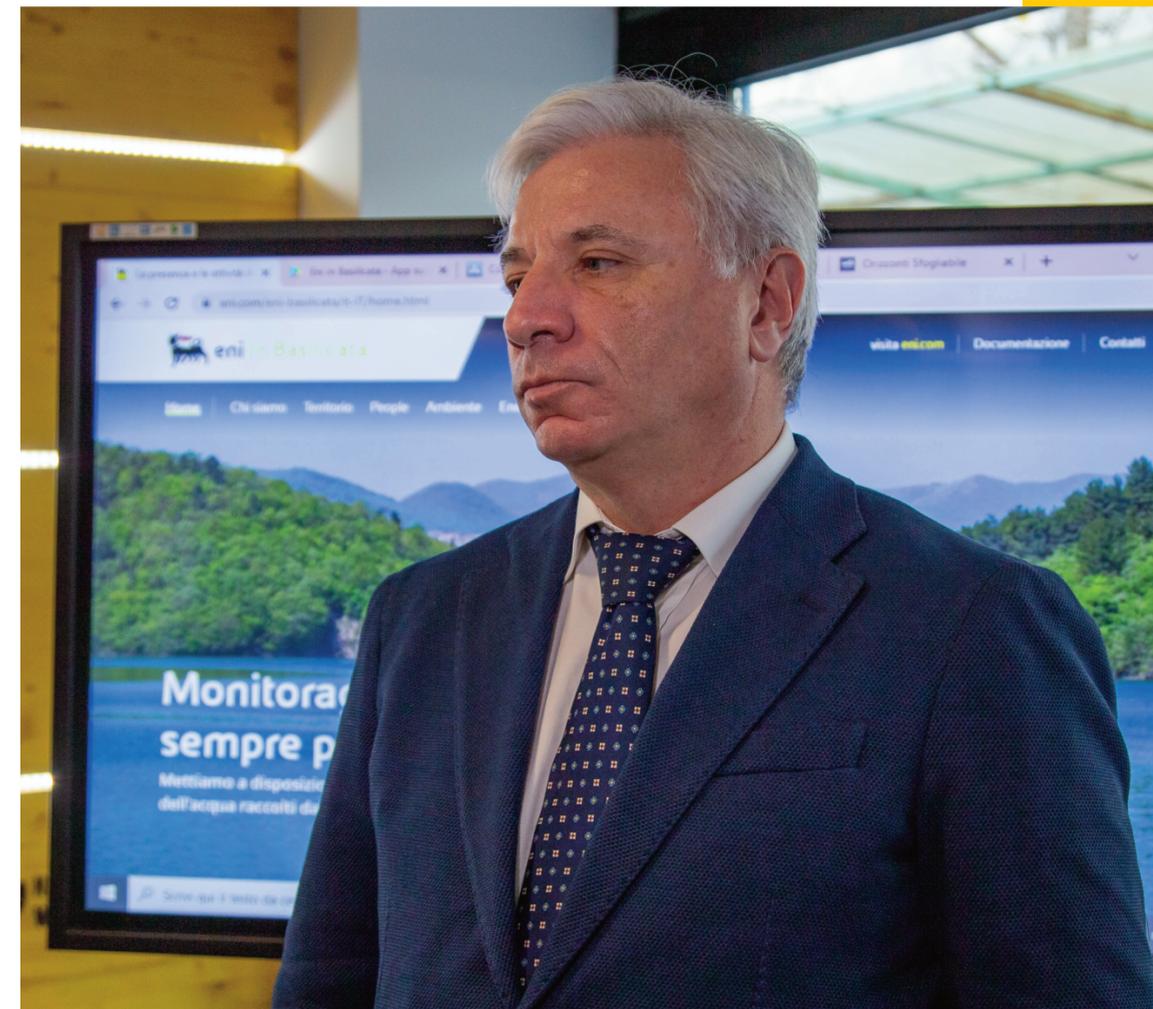




© TONY VECE



© TONY VECE



© TONY VECE

naia di cittadini che visitarono gli impianti del Centro Olio. Un'esperienza pilota che Eni ha poi replicato in tutti i suoi impianti in Italia con l'etichetta "Energie Aperte". Nel frattempo, nuove iniziative facevano compiere un ulteriore salto di qualità alla comunicazione e al dialogo. Innanzitutto, la nascita di questo mensile, Orizzonti, ormai al numero 34, che dal 2018 racconta la storia viva della Basilicata con approfondimenti, inchieste, punti di vista peculiari, toccando sempre questioni di rilievo, non solo parlando di energia o di transizione energetica, tema che pure

già affrontavamo nel 2019, quando non appariva ancora di stringente attualità; successivamente la Newsletter settimanale di Orizzonti – di cui sono usciti finora 70 numeri – ha dato una scansione più organica e continua all'offerta informativa. Poi è arrivata la pandemia, e tutto poteva fermarsi, per ragioni comprensibili. Ma non è stato così, perché da una parte gli strumenti a disposizione hanno consentito di mantenere ed espandere un rapporto solido con un numero crescente di lettori e di stakeholder regionali, raggiunti da corpose

mailing list, dall'altra è stato dato il via ad una nuova stagione di eventi digitali, i Digital Talk di Orizzonti, dialogando, di fronte a platee virtuali, con interlocutori di qualità, nazionali e regionali, su tematiche cruciali: dalla sanità al turismo, passando per il climate change, fino ad appuntamenti di grande interesse culturale, con incontri dedicati ai giovani, al cinema, all'agricoltura 4.0. Ora, alla vigilia del 2022 e soprattutto contando di essere nella fase finale della nostra battaglia contro il virus, siamo ad un nuovo e importante salto di qualità della no-

stra comunicazione. Nasce il nuovo sito enibasilicata.com, che, oltre a rilanciare i materiali di Orizzonti e della Newsletter, produrrà contenuti inediti, racconterà la Basilicata che viaggia verso il futuro e tutti i progetti di sostenibilità lanciati in Val d'Agri, aggiornerà in tempo reale, mettendoli a disposizione di tutti, i dati di monitoraggio ambientale dell'area circostante il Centro Olio. Con un'assistente virtuale, Enia, che guiderà i visitatori nel mondo di Eni Basilicata, rispondendo a domande e raccogliendo feedback: contenuti che saranno anche a disposizione

su un'app per dispositivi mobili. Tutto sugli schermi dei nostri smartphone, a portata di touch. E dunque: siamo partiti dai territori, siamo entrati a pieno nel digitale anche, in un certo modo, per necessità. Ora torniamo sui territori, in una piena connessione con il digitale. È un grande passo avanti nella comunicazione di Eni in Basilicata, che speriamo possa contribuire ad affrontare attraverso un dialogo fitto, continuo e trasparente le grandi sfide che la Basilicata ha di fronte.



© TONY VECE

Nelle foto, alcuni momenti della presentazione del nuovo sito enibasilicata.com e della nuova app.

BASILICATA 2030

LE INFRASTRUTTURE

INTERVENTI EST-OVEST

✓ Sono già operanti piani e programmi nazionali e regionali, destinati a migliorare la rete infrastrutturale esistente. Tra questi:

- la realizzazione della nuova linea Ferrandina-Matera la Martella e di una lunetta a nord di Ferrandina per garantire il collegamento diretto verso Potenza ("Lunetta Ferrandina"): 365,0 Mln /euro;
- il potenziamento, con caratteristiche di alta velocità, della Direttrice ferroviaria Taranto-Metaponto-Potenza-Battipaglia. 1.477 Mln euro;
- SS 106 Ionica.

✓ Sono stati già definiti obiettivi ed orientamenti a livello regionale, contenuti nel Piano Regionale dei Trasporti;

✓ sono stati, infine, programmati reti infrastrutturali di connessione e di riadeguamento di reti stradali interne quali: la Potenza-Foggia, la SS19 (Maratea), la Laurenzana-Corleto Perticara;

✓ sono già assunte iniziative di partecipazione alla gestione dell'Aeroporto di Pisticci, a quello di Pontecagnano o intraprese intese con l'Aeroporto di Bari-Palese.

IL CORRIDOIO MEDIANO

La riproposizione del "corridoio mediano" SA-PZ-MT-BA ha in Basilicata la funzione di integrare la rete infrastrutturale preesistente Sud-Nord, che si sviluppa lungo gli assi fluviali che si dipartono dal Metapontino per raggiungere le aree più interne regionali, con la rete infrastrutturale est-ovest, ritenuta in grado di migliorare ed infittire le relazioni tra il versante tirrenico e quello adriatico. Il Corridoio mediano si propone, in particolare:

- ▶ di integrare l'Asse Napoli-Bari, tangenziale al territorio lucano, di un asse a latitudine inferiore SA-PZ-MT-BA, che invece attraversa la Basilicata, e
- ▶ di ridurre i tempi di percorrenza tra le città di Potenza e Matera, per riportare verso l'interno il potenziale di crescita delle due città, oggi esposte a fenomeni centrifughi verso il versante tirrenico, la prima, ed il versante Adriatico, la seconda città, facilitando i processi di riunificazione dell'unità istituzionale e territoriale della Regione,
- ▶ di contrastare lo svuotamento delle aree interne,
- ▶ di riportare l'attenzione su un'area, l'intera fascia Bradanica, il cui potenziale di sviluppo, oggi trascurato, è stato oggetto, di progettualità di interesse nazionale, tra gli altri:
 - il progetto Bradanico-Salentino (Progetto '80),
 - il progetto speciale Bradanico (Cassa per il Mezzogiorno),
 - il grande schema Idrico Basento-Bradano.

Est-Ovest: la nuova traiettoria del futuro lucano

LUCIA
SERINO

Il documento strategico 2020-2030 della regione Basilicata offre una nuova visione dello sviluppo affidato a un piano infrastrutturale che integra gli storici interventi Nord-Sud

Forse servirà anche alzare lo sguardo al cielo, magari dal Planetario dell'Osservatorio astronomico di Anzi, provincia di Potenza, per capire qual è la buona stella che accompagnerà gli uomini e le donne, sempre meno numerosi, della Basilicata nel prossimo 2022. Ma sarà più utile accompagnare i giorni con le opere, avendo un'idea chiara di quello

che serve a questo territorio, considerato piccolo ma che tanto piccolo non è, quasi il doppio della Liguria e meno di un terzo della popolazione, per avere una misura di riferimento. Bisognerà decidere, con le variabili delle varianti che non sfuggono neppure qui, se quel paesaggio lunare dei calanchi argillosi tra i fiumi Agri e Cavone o le discese rapide dei canyon

della gravina materana o le risalite delle Dolomiti di Pietrapertosa devono rimanere solo un set cinematografico o devono essere innanzitutto luoghi capaci di dare una prospettiva di futuro a chi li abita. Serve allora uno sguardo nuovo d'insieme, e prova a darlo la Regione Basilicata con un documento strategico decennale (da qui al 2030, data simbolica per

gli appuntamenti europei in tema di sostenibilità), che spezza una separatezza storica, quella tra Nord e Sud, e propone una cucitura trasversale da Est a Ovest. Le misure finora intervenute sulla base di questa distinzione (è questo lo spirito del ragionamento del documento programmatico che doveva essere adottato a inizio della nuova consiliatura della

Giunta Bardi e che è stato rinviato causa Covid) non hanno funzionato come acceleratore di sviluppo soprattutto perché, cessati gli interventi della Cassa per il Mezzogiorno, sono stati lasciati dei vuoti o delle incompiute.

Una prospettiva geografica diversa

La Basilicata è l'Osso del Mezzo-

© GETTY IMAGES

LO STATUS DELLA REGIONE

Lavoro, fondi, potenziale agricolo: i numeri del territorio

I FONDI A DISPOSIZIONE

È LA CIFRA CON CUI IL GOVERNO HA INCREMENTATO, NELL'AMBITO DELLA LEGGE DI BILANCIO 2020, IL FONDO DI DOTAZIONE PER LA STRATEGIA NAZIONALE PER LO SVILUPPO DELLE AREE INTERNE

310 MILIONI DI EURO

SARANNO STANZIATI CON L'ATTUAZIONE DEI FONDI CONNESSI AL PNRR

1,125 MILIARDI DI EURO

700 MILIONI DI EURO

SONO LE RISORSE DEL PRECEDENTE CICLO DEL FONDO DI SVILUPPO E COESIONE (FSC) ANCORA NON SPESE (per il periodo 2021-2027, dovrebbe esserci un ulteriore finanziamento pari a 700 milioni)

750 MILIONI DI EURO

È IL SUPPORTO PREVISTO NEL PNRR PER IL POTENZIAMENTO DEI SERVIZI E DELLE INFRASTRUTTURE SOCIALI DI COMUNITÀ

100 MILIONI DI EURO

€

È IL SUPPORTO PREVISTO NEL PNRR PER I SERVIZI SANITARI DI PROSSIMITÀ

GIOVANI E LAVORO

36.000 GIOVANI TRA I 15 ED I 34 ANNI NON LAVORANO E AL TEMPO STESSO SONO FUORI DAL SISTEMA FORMATIVO (NEET). DI QUESTI, IL 70% [CIRCA 25.000] SONO **DIPLOMATI O LAUREATI**

37,7%

BASILICATA

49%

MEDIA NAZIONALE

ITALIA

32,5%

MEZZOGIORNO

DONNE E LAVORO

Tasso di partecipazione delle donne al mondo del lavoro nel 2020
FONTE: ISTAT

giorno d'Italia, cioè area interna del Sud. Se la geografia influenza, da essa però non può dipendere il destino di una comunità. Esiste sempre un Sud di un altro Sud; esiste anche, a cerchi concentrici, un'area sempre più interna, un epicentro dell'isolamento geografico, lontano dalle traiettorie delle grandi infrastrutture e progressivamente abbandonato a mano a mano che quelle si rafforzano lungo le dorsali tirreniche e joniche dello Stivale. E allora, se la prospettiva si sposta in diagonale, muta radicalmente il quadro del cammino dello sviluppo, riempiendo i vuoti di collegamento e

servizi mai colmati. Siamo oggi dentro i processi delle grandi transizioni, ma c'è una specificità tutta lucana che va affrontata. Eloquente questo passaggio del documento programmatico che diventerà Piano strategico secondo l'iter dello Statuto regionale: "La direzione dei nuovi programmi europei e nazionali è orientata ad aprire nuovi cicli di investimenti, lasciando incompleti i cicli di investimenti aperti nel passato, pur strategici sul futuro della Regione ai fini della parificazione dei punti di partenza. La Basilicata non può non contribuire, per la sua parte, in quanto

regione europea, a contrastare gli effetti del cambiamento climatico ed a perseguire le vie segnate dalla transizione (verde, ecologica, digitale) ma non può accettare i costi della rinuncia alla parificazione delle sue condizioni strutturali ed infrastrutturali, pena il suo declino irreversibile". Per identificarne le tracce e prospettare scenari per il decennio '20-'30, la nuova visione del futuro lucano ricorre dunque all'analisi dei dati di tipo strutturale - di medio e lungo periodo- piuttosto che all'analisi dei dati congiunturali, ai fini di acquisire una maggiore conoscenza dei fattori che determi-

nano o ostacolano lo sviluppo regionale.

Demografia, tasto dolente

Centrale nel ragionamento è la questione dello spopolamento, con un quadro che vede oggi forme di resistenza demografica nei sistemi urbani di Potenza, Matera, del Vulture e del Metapontino e il rapido avanzamento di processi di desertificazione demografica in molte aree non urbane, prevalentemente quelle dell'Appennino lucano, con la scomparsa di molti dei comuni che attualmente sono sotto la soglia di 1.000 residenti. Diminuiscono i consumatori, si re-

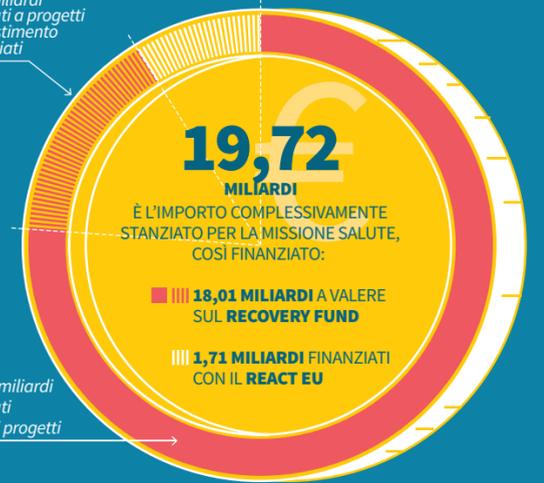


© ARCHIVIO ENI

MISSIONE SALUTE: LE RISORSE PROGRAMMATE



2,98 miliardi destinati a progetti di investimento già avviati



15,03 miliardi destinati a nuovi progetti

IL POTENZIALE PRODUTTIVO AGRICOLO

3/3.500 LE IMPRESE CHE OPERANO NEI SETTORI EXTRAGRICOLI DELLE FILIERE REGIONALI

800 LE IMPRESE CHE OPERANO NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE E DELLE BEVANDE

2.200/2.700 LE IMPRESE CHE OPERANO NEL COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL MINUTO, NEI TRASPORTI E NEGLI ALTRI SERVIZI RIGUARDANTI I BENI AGRICOLI

490.000 ettari

È LA SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZZATA

1.500 MILIONI DI EURO

È IL CONTRIBUTO DELL'INTERO SISTEMA ALIMENTARE ALLA FORMAZIONE DEL PIL REGIONALE
FONTE: dati di contabilità regionale Istat 2019



stringono i mercati, cresce il costo del welfare di una popolazione anziana, si ridimensionano le strutture amministrative, si dismettono servizi operativi. Il piano imputa alla riduzione della spesa pubblica per investimenti infrastrutturali il ristagno dell'economia locale e l'innesto di tendenze recessive. Pianificando un'integrazione delle reti infrastrutturali nord-sud con nuove reti est-ovest è possibile provare a contrastare le tendenze centrifughe e garantire l'unità territoriale della Basilicata. Serve, insomma, una riconnessione del Mezzogiorno continentale, in linea con le tendenze nazionali volte ad integrare

i grandi corridoi nord-sud con le trasversali Tirreno-Adriatico per riannodare lo scambio di beni e servizi, interni ed extraregionali. È prevista anche l'ipotesi di destinare una quota delle royalties per la costituzione di un Fondo, destinato a sostenere imprese operanti nelle attività di mercato, che si localizzano nel perimetro delle aree interne (perimetro da allargare a tutto il territorio regionale con altitudine superiore a 300 m).

Il rafforzamento dell'imprenditoria endogena

Questa è la priorità da portare in sede di negoziato tra la Regione e

la governance della nuova programmazione europea. Alla domanda finale su quali imprese contattare per progettare e gestire gli scenari di sviluppo nel decennio 2020-2030, il piano strategico propone come prioritario il rafforzamento del potenziale di risorse imprenditoriali "endogene", considerato che il vero valore scarso non sono le risorse, ma la capacità organizzativa, capacità essenzialmente imprenditoriale, consistente nell'organizzare le risorse potenzialmente disponibili per incanalarle verso iniziative di produzione di beni e servizi e di creazione di posti di lavoro.

Sarà utile questa strategia? "C'è in ogni caso una necessità - sostiene il governatore Vito Bardi - cioè quella di cambiare per contrastare le tendenze regressive dell'economia e della società. È nostro dovere provarci". L'alternativa, per tornare al punto di partenza, è il "progetto Anzi", arrivare nella cupola dal diametro di 12 metri del bellissimo e poco conosciuto Planetario e da lì provare a capire cosa dicono le circa 4.500 stelle del cielo boreale, dalle costellazioni di Cassiopea allo Zodiaco, per avere un'idea del nostro 2022. Buon anno Basilicata.

LUCIA SERINO

Turismo, Matera e non solo

Necessario lavorare a livello internazionale per un nuovo brand che associ la regione Basilicata al "green", sfruttando anche l'onda lunga di Matera 2019. Le risorse ci sono

Matera 2019 è stato l'acme dello sviluppo culturale e turistico della regione Basilicata, graziata nel suo anno migliore dalla pandemia sopraggiunta a fine 2019. Ma a guardare i dati, la tendenza espansiva delle presenze e della consistenza degli esercizi alberghieri ed extralberghieri, mai così elevata come nel quadriennio 2016-2019, ha riguardato solo una parte della Basilicata,

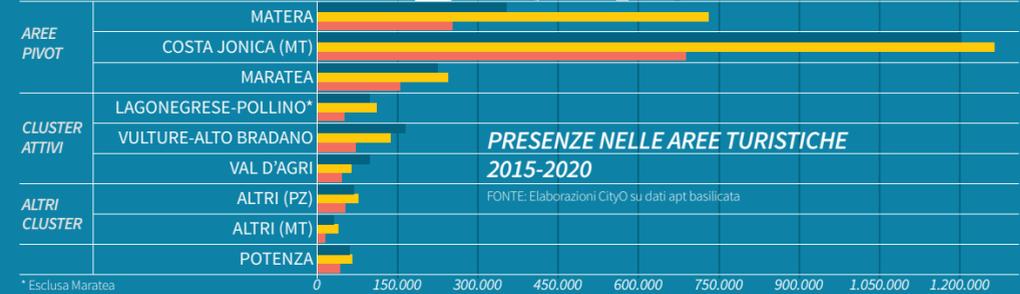
cioè la città del Sassi e la costa jonica. Il piano strategico regionale 2020-2030 mette appunto in risalto che il versante sud-orientale della Basilicata ha assorbito poco meno del 90 per cento dell'incremento dei visitatori e il 94 per cento dell'incremento delle presenze, registrate nell'arco temporale 2000-2019, mentre nel versante Nord Occidentale, in alcune aree, sono state registrate addirittura tendenze

recessive non solo nel numero dei visitatori sia italiani che stranieri ma anche nella dotazione dei posti letto nelle strutture ricettive. Occorre perciò rafforzare e mettere in rete i pilastri interni dell'offerta turistico-culturale puntando tanto per cominciare alla formazione, con l'istituzione di un'Academy e un Its finalizzati alle competenze specifiche del settore. Tra i risultati attesi dalla strategia regionale c'è il rafforzamento del posizionamento nazionale e internazionale della Basilicata per un obiettivo a cui concorrono i diversi stakeholder della comu-

nicazione dell'immagine (Apt, Lucania Film Commission, Fondazione Matera 2019, il sistema dei Parchi, i Gal et cetera). Diversi i fattori di integrazione (storia, cultura, ambiente, paesaggio), che fanno ritenere importante anche il recupero delle "vie storiche", tra cui la via Appia e la via Herculea, con i loro diverticoli come trama di ricomposizione fisica della rete regionale e di riferimento nelle interconnessioni con i grandi itinerari turistici interregionali. Il turismo che verrà non potrà non essere attento alle nuove esigenze ambientali, lavorando a livello in-

ternazionale per un nuovo brand che associ fortemente la regione Basilicata al "green", sfruttando anche l'onda lunga di immagine proiettata all'estero da Matera 2019. Da un punto di vista finanziario, la nuova stagione programmatica mette a disposizione risorse finanziarie e strumenti mai così rilevanti grazie al PNRR che prevede, tra gli altri obiettivi, la rigenerazione attraverso la cultura di piccoli siti storici, del patrimonio religioso e rurale e interventi in favore dell'industria culturale e creativa 4.0.

PRESENZE E GUADAGNI, I NUMERI



I lucani sono pochi

In una classifica delle regioni più popolate d'Italia, la Basilicata risulterebbe diciottesima su venti. I timori di irreversibilità per il declino demografico lucano sono legati principalmente a due fattori: denatalità ed emigrazione

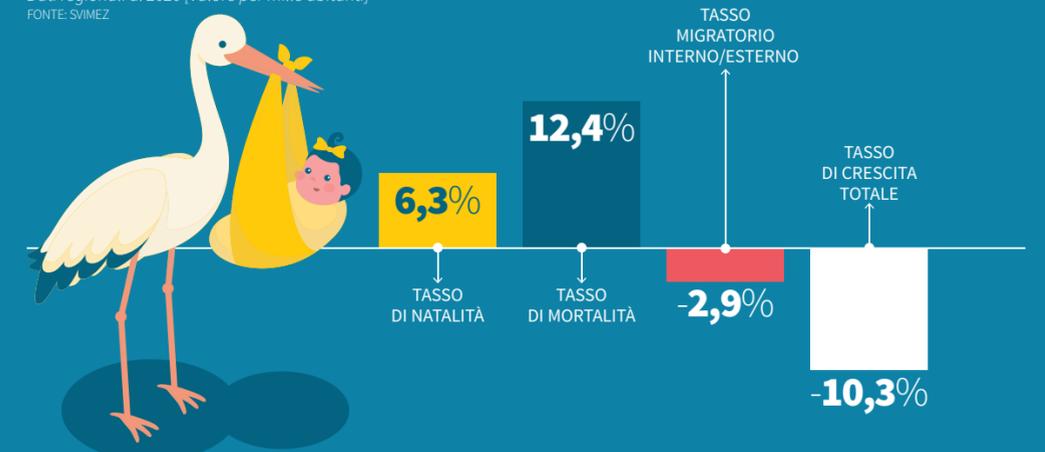
Come verremo ricordati da chi verrà dopo di noi? Ai posteri l'ardua sentenza, ha scritto un noto poeta. Insomma, che cosa scriveranno e diranno di noi i nostri figli, i nostri nipoti? Siccome non è mai tardi per preoccuparsi dell'eredità che lasceremo alle future generazioni, è giusto e, anzi, necessario cominciare a pianificare e ad immaginare il mondo nei prossimi decenni. L'Onu, ad esempio, ha definito l'Agenda 2030, un piano d'azione

che rappresenta la volontà di affrontare le grandi sfide del pianeta - povertà, cambiamenti climatici, degrado ambientale. Ma non sono solo gli Stati, le grandi organizzazioni internazionali e gli eventi globali - COP 26, G20 - a stabilire il canovaccio del futuro. La Basilicata, ad esempio, dispone già della bozza del Piano Strategico Regionale 2021/2030. In breve, "si tratta di un documento di visione decennale, che ha uno sguardo di medio e lungo periodo, volto

Veduta del quartiere di San Nicola a Craco, la città fantasma.

LO SPOPOLAMENTO

Dati regionali al 2020 [valore per mille abitanti]
FONTE: SVIMEZ



ad assicurare la strategia per lo sviluppo economico e sociale della nostra comunità, e a tutelare, salvaguardare e valorizzare le ingenti risorse naturali e paesaggistiche, storiche e culturali del territorio". Il punto 2.2 del capitolo 2 riguarda il declino demografico, che "assume assoluta centralità tra le questioni regionali, i cui esiti sono destinati a determinare la dimensione e le caratteristiche del "futuro" della Basilicata". In una classifica delle regioni più popolate d'Italia, la Basilicata risulterebbe diciottesima su venti con 547.579 abitanti, davanti solo a Molise e Valle d'Aosta. I timori di irreversibilità per quel che riguarda il declino demografico lucano sono legati principalmente a due fattori: denatalità ed emigrazione. Una delle conseguenze del calo demografico è innanzitutto la scomparsa di quei comuni al di sotto dei 1.000 abitanti perché, in linea di massima, grandi centri (come Potenza) mostrano maggiore resistenza allo spopolamento. Nell'ultimo periodo, segnato dalla pandemia, l'importanza di questi piccoli borghi è stata sottolineata a più riprese. La narrazione borgo versus città è stata, in effetti, un sottotesto della pandemia e pensare che ci si potrebbe presto trovare di fronte veri e propri

paesi fantasma aiuta a comprendere l'urgenza del problema. Chiaramente, lo spopolamento e la denatalità hanno un impatto anche dal punto di vista economico: meno abitanti significa meno consumatori, mercato più ridotto e aumento dei costi relativi al welfare. Questo perché verrebbe a mancare il ricambio generazionale che, in tandem con l'aumento della durata della vita, porta ad un elevato tasso di invecchiamento della popolazione con conseguenti problemi relativi alla sostenibilità finanziaria dei servizi di welfare. Secondo le previsioni Istat presenti all'interno del Piano Strategico, tra il 2017 e il 2066 la popolazione lucana potrebbe toccare un minimo di 349.326 abitanti mentre il numero dei nati passerebbe dalle 4.120 unità del 2017 alle 2.163 del 2065 - di fatto, dimezzandosi. Una volta comprese le dimensioni del problema, occorre chiedersi cosa fare per contrastare l'accelerazione del calo demografico. Non è possibile non considerare l'impatto delle politiche occupazionali su quelle demografiche; e, infatti, la seconda azione del Piano Strategico per contrastare lo spopolamento riguarda "gli interventi da mettere in campo per creare le condizioni affinché le

classi giovanili scelgano: 1) non di emigrare, ma di vivere in Basilicata 2) e mediante il lavoro, di contribuire a contrastare il declino demografico, garantendo la ripresa della natalità e della crescita economica". Sono diverse le azioni da compiere: innanzitutto, bisogna riparare o almeno arginare i danni della pandemia in termini occupazionali, garantendo ai giovani formazione adeguata - anche tramite incentivi come le borse di studio - e supportarli nel delicato momento di transizione dal "mondo della formazione" a quello del lavoro. C'è poi da tenere in considerazione l'occupazione femminile, perché "il tasso di partecipazione delle donne al mondo del lavoro si posiziona ben al di sotto del tasso nazionale che si assesta al 49% nel 2020 contro il 37,7% della Basilicata e il 32,5% del Mezzogiorno". Le idee, in sostanza, sono chiare, sia per quanto riguarda le problematiche, sia per quanto riguarda le azioni da intraprendere. Resta ovviamente da vedere come i propositi verranno sviluppati, ma la fiducia c'è perché, quando si tratta di rimboccarsi le maniche, i lucani non sono secondi a nessuno.

© GETTY IMAGES

Un arduo bilancio

È stato un anno complesso, sotto tutti i punti di vista. Difficile capire in che direzioni si stia andando. All'orizzonte il PNRR, un'opportunità importante. La speranza è che non generi altre delusioni

Che 2021 è stato, per la Basilicata? Davvero difficile abbozzare un quadro d'insieme. Troppo contrastanti i dati, le tendenze, le indicazioni che arrivano dalla società, dalla politica, dall'economia. Dovessi usare una metafora cardiaca, direi che l'andamento della Basilicata è costellato di aritmie e di improvvise tachicardie su un cuore bradicardico. Ogni tanto arrivano segnali positivi (dei veri e propri picchi pressori) in alcuni settori produttivi, poi, improvvisamente, il tonfo, la caduta libera. Ovviamente questo disordine "cardiaco", accentuato e aggravato dalla pandemia, avviene non solo in Basilicata, ma in mezzo mondo; ma su un corpo fragile e strutturalmente debole come quello lucano queste irregolarità "circolatorie" hanno un effetto ancora più destabilizzante.

Gli ultimi due anni sono stati anni di accelerazione "digitale", anche in Basilicata. Ma in che modo la digitalizzazione ha cambiato la vita degli adolescenti, dei cittadini in rapporto alla pubblica amministrazione, degli anziani, dei malati, delle imprese, del commercio e, in generale, dell'economia? Lo sappiamo ancora poco. Così come sappiamo poco del famigerato sta-

bilimento che Amazon dovrebbe o avrebbe dovuto aprire in Basilicata – dopo tanto parlare, è calato uno strano silenzio, sull'argomento. E che futuro avrà l'automotive, che è uno dei settori più colpiti dalla crisi economica e dal rallentamento della logistica globale? Anche in questo settore è tutto poco chiaro; ed è un male, perché l'automotive è una voce importante del Pil lucano. Com'è poco chiaro l'andamento del turismo, che vive di improvvisi picchi pressori – si viaggia di meno all'estero, e dunque d'estate si registrano dei veri e propri boom turistici – e poi dei cali abissali, quasi sempre figli delle restrizioni sanitarie, che ancora continuano a essere imposti o autoimposti dalla prudenza, nonostante i passi in avanti che sta facendo la ricerca medica nella lotta contro il Covid-19.

Per non parlare della sanità, dove sono si aumentati i trasferimenti statali, ma dove si registrano sia gravi ritardi sulle patologie non-Covid sia sempre maggiori eccellenze in alcune specializzazioni, restituendo l'immagine di una sanità schizofrenica, da un lato all'avanguardia e sempre più "avanzata", dall'altro da Paese sudamericano, con liste d'attesa inaccet-

tabili per una nazione che si vanta di avere una delle migliori sanità universalistiche del mondo. Lo stesso discorso vale per l'andamento demografico. In un primo momento si era pensato che con la pandemia, e con l'altrettanto famigerato south-working, si potesse invertire il consueto trend negativo della demografia lucana, registrando un ritorno numericamente rilevante di tanti liberi professionisti – sia per difficoltà reddituali che per una diversa concezione dell'organizzazione del lavoro – verso i paesi di origine. Lo avevamo profetizzato in tanti, rallegrandoci del fatto che una sciagura potesse diventare un'opportunità di ripopolamento delle aree interne. E invece

così non è stato. Qualcuno è certamente tornato; ma nulla che abbia dato segnali di reale e consistente controtendenza demografica rispetto al costante spopolamento. Così come non si capisce bene in che modo – lo dico un po' brutalmente – ne è uscita nel suo insieme la popolazione lucana. È più arrabbiata o meno arrabbiata rispetto al periodo pre-pandemia? È più ottimista o più pessimista? Si sta mettendo più in gioco oppure no? I segnali sono contrastanti. Da un lato ci sono pezzi di società che stanno lottando col coltello tra i denti per innovare, investire, reinventarsi, migliorarsi, adeguarsi ai rapidissimi cambiamenti culturali ed economici in atto; dall'altro ci

sono segmenti sociali sempre più seduti sulle briciole o sulle fette di pane della spesa pubblica, che è molto cresciuta, soprattutto a partire dalla primavera del 2020, quando il Governo Conte II ha deciso di tamponare con "scostamenti" consistenti e un po' grossolani le gravi perdite economiche conseguenti ai lockdown imposti con decreti presidenziali. Anche l'oil & gas dà segnali allarmanti, essendo un settore fortemente esposto alle oscillazioni non solo dell'economia globale, ma anche delle troppe instabilità geopolitiche in un mondo sempre più multilaterale e dalle alleanze variabili. Nonostante questo, il settore è riuscito a reggere l'urto, garan-

Potenza, i cittadini pasgiano in Piazza Mario Pagano.

tendo in Basilicata produttività e occupazione, e avviando importanti progetti – la transizione ecologica non è un pranzo di gala, come qualcuno pensa – sul fronte della sostenibilità e dell'economia circolare. E da un punto di vista sociale? Anche qui non è chiaro quello che sta avvenendo. Le famiglie sono più solide? I giovani si stanno formando adeguatamente, vista l'imposizione della Dad e l'uso sempre più totalizzante dei cellulari? La qualità della vita, nel suo insieme, è migliore? Si fuma di più? Si beve di più? Gli stili di vita sono migliorati? Non lo sappiamo. Una sola cosa è certa: nell'ultimo anno sono state decine e decine

le operazioni delle forze dell'ordine e della magistratura contro clan e privati cittadini che hanno trasformato la Basilicata in una piazza di spaccio sempre più importante, forse perché si ritiene erroneamente la nostra Regione meno controllata dalle forze dell'ordine. Uno dei settori dove a mio avviso nel 2021 si è registrato uno dei cali più consistenti è quello culturale. Pochi i progetti importanti, poche le idee, poca la programmazione, pochi gli eventi di portata internazionale. E, soprattutto, poca originalità nell'offerta, dal teatro all'arte, dal cinema alla musica. Anche la politica pare frastornata, travolta com'è dall'astensionismo, dal disimpegno giovanile, dall'estre-

ma volubilità dell'elettorato e da una società civile sempre meno interessata al dibattito politico-ideologico (il numero delle copie di giornali venduti quotidianamente è davvero allarmante). L'opportunità più grande che la politica e la società lucana hanno in questo momento parrebbe la gestione virtuosa dei fondi del PNRR, ma anche su questo fronte i rischi sono almeno due: da un lato una impreparazione tecnico-amministrativa della burocrazia, e dall'altro che si creino illusioni salvifiche, anticamera di ulteriori delusioni. E di tutto ha bisogno, la Basilicata, che di altre delusioni.

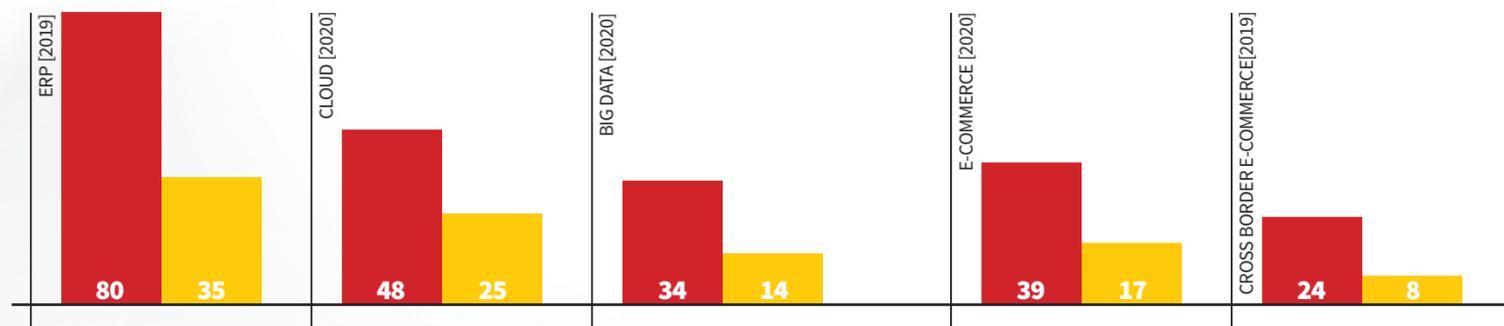


© GETTY IMAGES



UTILIZZO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI ALL'INTERNO DELLE IMPRESE

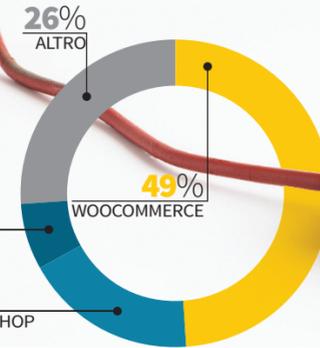
Fonte: Digital Economy and Society Index 2021



Enterprise resource planning (ERP) si riferisce a un tipo di software che le organizzazioni utilizzano per gestire le attività commerciali quotidiane, come ad esempio contabilità, procurement, project management, gestione del rischio e compliance e operations per la supply chain.

L'e-commerce cross border può riferirsi al commercio online tra un'impresa e un consumatore, tra due imprese o tra due privati.

LE PRINCIPALI PIATTAFORME DI CMS UTILIZZATE PER GLI ECOMMERCE



ANALISI TECNICA

NUMERO DI ECOMMERCE CON PROTOCOLLO DI SICUREZZA HTTPS



NUMERO DI ECOMMERCE OTTIMIZZATI PER I DISPOSITIVI MOBILI



VELOCITÀ DI CARICAMENTO DELL'ECOMMERCE SU PC [VALORI MEDI]

70,44

VELOCITÀ DI CARICAMENTO DELL'ECOMMERCE SU SU MOBILE [VALORI MEDI]

36,70

ANALISI DI TIPO LEGISLATIVO

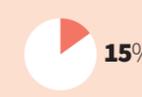
NUMERO DI ECOMMERCE CHE MOSTRANO TERMINI E CONDIZIONI DI ACQUISTO



NUMERO DI ECOMMERCE CHE MOSTRANO LA PRIVACY POLICY



NUMERO DI ECOMMERCE CHE MOSTRANO LA COOKIE POLICY



5% COSMETICA

5% ELETTRONICA

48% ABBIGLIAMENTO E ACCESSORI

LE PRINCIPALI CATEGORIE DEGLI ECOMMERCE IN BASILICATA

20% PRODOTTI ENOGASTRONOMICI

48% ALTRO

18% PRESTASHOP

7% SHOPIFY

26% ALTRO

7% SHOPIFY

18% PRESTASHOP

7% SHOPIFY

26% ALTRO

L'e-commerce in Basilicata

REALIZZATO DA

GRUPPO ECONOMIA FEEM

Nonostante sia uno strumento importante per la spinta delle vendite, molte aziende ancora ne ritardano l'utilizzo. Vediamo lo stato di digitalizzazione delle piccole e medie imprese lucane: cosa funziona e cosa no

Il digitale può aiutare le piccole e medie imprese (PMI) a integrarsi nei mercati internazionali, ampliando notevolmente la portata dei servizi commerciali, e può consentire il raggiungimento di nuovi consumatori. Tra queste tecnologie l'eCommerce, grazie alla sua capacità di favorire l'internazionalizzazione, crea un impatto positivo sulle performance economiche e finanziarie delle imprese, la loro profittabilità aumenta al crescere dell'incidenza dell'export digitale sul fatturato complessivo. Eppure, nonostante i vantaggi e le opportunità che le tecnologie

digitali comportano e la tendenza positiva degli acquisti online, molte PMI continuano a ritardarne l'adozione, situazione che negli ultimi dieci anni ha accentuato il divario tra le piccole imprese e quelle più grandi nell'utilizzo di tali tecnologie. Partendo da tali premesse abbiamo ritenuto opportuno condurre un'analisi sullo stato di digitalizzazione delle imprese lucane, in particolare sull'utilizzo dell'eCommerce per capire quante sono quelle che hanno aperto un negozio digitale, in quali settori e con quali modalità è gestito.

Dall'elenco Telemaco di Infocamere, scaricato ad agosto 2021, in Basilicata risultano iscritte 840 imprese con attività "ATECO 47.91.1", con un commercio al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto effettuato via internet. A causa dell'incompletezza dei dati riguardanti il dominio web delle imprese e delle caratteristiche di molti di essi, l'analisi degli eCommerce è avvenuta su 254 indirizzi web. Si tratta di un'analisi tecnica di primo livello basata su determinati criteri: la sicurezza della connessione, la velocità di caricamento della pagina su mobile e PC, l'ottimizzazione della pagina per i cellulari. E un'analisi di tipo legislativo basata sull'esistenza o meno delle informazioni obbligatorie per gli eCommerce: condizioni generali di vendita, Privacy

policy e Cookie policy. Per quanto riguarda la sicurezza della connessione, i negozi digitali della Basilicata sono per la maggior parte dotati di un protocollo di sicurezza https; infatti, sono solo 14 le imprese che non lo posseggono. L'HTTPS (Hypertext Transfer Protocol Secure) è il protocollo per la comunicazione su Internet che protegge l'integrità e la riservatezza dei dati scambiati tra i computer e i siti e che ne rende sicuro l'utilizzo da parte degli utenti. La velocità di caricamento delle pagine internet su dispositivi digitali come il Personal computer e il cellulare è un altro aspetto importante per il corretto funzionamento di un eCommerce e per la piacevole esperienza d'uso da parte dell'utente. PageSpeed Insights è un software che fornisce rapporti sulle

prestazioni di una pagina su dispositivi mobili e desktop e fornisce suggerimenti su come migliorare tale pagina. La sua valutazione va da 0 a 100 dove il termine minimo indica una pagina lentissima mentre quello massimo rappresenta il punto di arrivo. Un punteggio di 90 o superiore è considerato veloce, da 50 a 90 è moderato, al di sotto di 50 il sito web analizzato è valutato lento. Gli eCommerce di Basilicata presentano in media un punteggio di 36,7 per la velocità di caricamento su mobile e un punteggio di 70,44 per la velocità di caricamento su PC. L'altro aspetto importante, ai fini del corretto funzionamento dei siti internet e della positiva esperienza d'uso dell'utente, è l'ottimizzazione degli eCommerce per i dispositivi mobili sempre più utilizzati per gli acquisti online. La maggior parte dei negozi online della Basilicata sono ottimizzati per i dispositivi mobili; infatti, solo 39 non lo sono. Le vendite online devono avvenire in base alla piena conoscenza della normativa giuridica e dei principali documenti che devono essere pubblicati sull'eCommerce, ovvero le condizioni generali di vendita, l'informativa sulla privacy e la disciplina dei Cookies. La mancanza di tali informazioni può portare a sanzioni per i titolari dei negozi o addirittura alla chiusura degli stessi. L'eCommerce o commercio elettronico può considerarsi appartenente alla categoria dei contratti a distanza, ovvero conclusi fuori dai locali commerciali e disciplinati dal Decreto Legislativo 9 aprile 2003 n° 70. Il decreto obbliga il venditore a fornire alcune precise informazioni (ragione sociale, domicilio o sede legale, numero di iscrizione al registro delle imprese, numero di partita iva, l'indirizzo di posta elettronica). Su tale aspetto sono 87 gli eCommerce che non mostrano al proprio interno le condizioni generali di vendita: si tratta del 34% dei negozi digitali. L'eCommerce è soggetto alle regole sul trattamento dei dati personali relativi ad utenti persone fisiche, regole stabilite a livello europeo dal Gdpr (General Data Protection Regulation), disciplina introdotta dal Regolamento Ue n° 679 del 2016. In base al Gdpr, l'utente deve essere informato con linguaggio chiaro e facilmente comprensibile su tutti i trattamenti dei dati attuati dall'eCommerce. Per quanto riguarda la privacy policy, 99 eCommerce non presentano questa informazione al proprio interno, pari al 39% del totale. I cookies (tecnici, di profilazione e terze parti) sono definiti dal Gdpr "marcatori temporali", e sono files di testo registrati sul browser di un visitatore di un sito web che permettono di raccogliere dati e parametri di ricerca riferibili al visitatore. Con l'entrata in vigore del Gdpr i cookie sono considerati dati personali e, inoltre, l'autorità garante della privacy ha stabilito che, affinché il titolare possa tracciare i dati dell'utente tramite i cookie, sia necessario fornire all'interessato apposita informativa e richiedere contestualmente il consenso al loro utilizzo. Su questo aspetto 215 eCommerce non presentano la giusta cookie policy, pari all'85% del totale.

nente alla categoria dei contratti a distanza, ovvero conclusi fuori dai locali commerciali e disciplinati dal Decreto Legislativo 9 aprile 2003 n° 70. Il decreto obbliga il venditore a fornire alcune precise informazioni (ragione sociale, domicilio o sede legale, numero di iscrizione al registro delle imprese, numero di partita iva, l'indirizzo di posta elettronica). Su tale aspetto sono 87 gli eCommerce che non mostrano al proprio interno le condizioni generali di vendita: si tratta del 34% dei negozi digitali.

L'eCommerce è soggetto alle regole sul trattamento dei dati personali relativi ad utenti persone fisiche, regole stabilite a livello europeo dal Gdpr (General Data Protection Regulation), disciplina introdotta dal Regolamento Ue n° 679 del 2016. In base al Gdpr, l'utente deve essere informato con linguaggio chiaro e facilmente comprensibile su tutti i trattamenti dei dati attuati dall'eCommerce. Per quanto riguarda la privacy policy, 99 eCommerce non presentano questa informazione al proprio interno, pari al 39% del totale.

I cookies (tecnici, di profilazione e terze parti) sono definiti dal Gdpr "marcatori temporali", e sono files di testo registrati sul browser di un visitatore di un sito web che permettono di raccogliere dati e parametri di ricerca riferibili al visitatore. Con l'entrata in vigore del Gdpr i cookie sono considerati dati personali e, inoltre, l'autorità garante della privacy ha stabilito che, affinché il titolare possa tracciare i dati dell'utente tramite i cookie, sia necessario fornire all'interessato apposita informativa e richiedere contestualmente il consenso al loro utilizzo. Su questo aspetto 215 eCommerce non presentano la giusta cookie policy, pari all'85% del totale.

Nuova linfa all'imprenditorialità giovanile

Il progetto Shell InventaGIOVANI ha offerto formazione gratuita a oltre 1.000 ragazzi e ha visto nascere circa 20 imprese, fornendo consulenza mirata alle nuove start up

La Basilicata è da sempre riconosciuta come una regione ricca di grandi bellezze naturali e architettoniche, un territorio colmo di storia e di tradizione che ha mostrato di poter diventare anche una delle culle dell'imprenditoria giovanile: ragazze e ragazzi lucani possono infatti realizzare i propri sogni creando valore condiviso per la loro regione, proprio partendo dal patrimonio sociale e culturale.



Con l'idea di favorire lo sviluppo di nuove iniziative e di creare opportunità sul territorio è nato Shell InventaGIOVANI, un programma a supporto dell'imprenditoria locale, applicazione italiana del progetto internazionale Shell liveWIRE. Un impegno decennale, quello di Shell InventaGIOVANI, che ha offerto formazione gratuita a oltre 1.000 ragazzi e ha visto nascere circa 20 imprese, fornendo consulenza mirata alle nuove start up attraverso corsi e supporto gratuito per giovani che vogliono realizzare

la propria idea di business: dal master plan all'accesso ai finanziamenti europei, dal networking per la crescita imprenditoriale alla creazione di partnership in sinergia con gli enti di rilievo e le istituzioni locali e regionali. Una formazione esclusiva a 360° mirata a creare una vera e propria rete di sviluppo capillare nell'intera regione, con Shell impegnata, con un ruolo di facilitatore, nel far dispiegare l'intero potenziale a ragazze e ragazzi di talento in una prospettiva pienamente meritocratica. Tra le storie di successo quella di Giammarco Guidetti, Salvatore Lucente, Giovanni Soldo e Valentina

Cantarelli, giovani geologi che, insieme a tre docenti dell'Università degli Studi di Basilicata, hanno fondato uno Spin-off accademico, ExtraGEO srls, il cui core business è lo studio, la valorizzazione, la promozione e la fruizione del patrimonio geologico. Giammarco ha partecipato a Shell inventaGIOVANI insieme ai tre colleghi geologi nel 2014: "Grazie a Shell inventaGIOVANI il team di ExtraGEO ha sviluppato competenze di base per la gestione della propria attività imprenditoriale, ha migliorato le capacità soprattutto nelle aree tematiche relative al marketing, al settore vendite e servizio clienti, alla contabilità e alla pianificazione strategica. La formazione e la consulenza ricevute dal programma ci hanno aiutato a valutare la potenzialità del nostro progetto imprenditoriale e supportato nella sua realizzazione". Negli ultimi anni si sono distinte numerose altre start-up che hanno colto e costruito sui valori propri del progetto. Tra di esse, un esempio virtuoso è certamente quello di sette giovani laureati e laureandi dell'Università degli Studi di Basilicata che, spinti dalla passione per l'arte e per la musica, hanno fondato la Società Cooperativa Wavent, per l'organizzazione di eventi musicali e culturali, che possono essere sia un'occasione di svago ma, soprattutto, opportunità di arricchimento culturale a beneficio dei cittadini e del territorio. E come non citare quelle esperienze che hanno saputo aggiornare e diversificare l'attività di famiglia. È il caso di Giuseppe Pietrafesa, founder di Casa Easy srl: "Con Casa Easy ho realizzato un sogno, partendo dall'esperienza maturata nell'azienda di famiglia e creando una mia impresa indipendente che si occupa di edilizia e costruzioni generali, con un focus sui chiavi in mano e sulla bioedilizia. Sono partito da un'idea, poco più che un'intuizione e grazie a questo percorso ho avuto la possibilità di renderla concreta, espanderla e farla crescere, grazie all'apprendimento di nuove competenze che vanno dalla creazione di un business plan alla capacità di accedere a finanziamenti pubblici e privati". Poi c'è invece chi, come Antonella Petrone, ha avviato una realtà creata ad hoc per il suo territorio: Terre di Basilicata, un e-commerce pensato per vendere prodotti tipici in Italia e all'estero. "L'obiettivo principale che mi ha spinto a fondare di Terre di Basilicata è il racconto del mio territorio, attraverso una promozione che passa non solo attraverso la commercializzazione dei suoi prodotti d'eccellenza, ma anche attraverso il racconto delle storie che si celano dietro ogni prodotto: storie di contadini e di produttori, di giovani imprenditori, di piccoli borghi e paesi, e di tutte quelle terre che compongono la Basilicata". Marco Marsili, CEO Shell Italia racconta di storie virtuose, di coraggio, di resilienza ed eccellenza di cui bisogna essere orgogliosi. "Il programma inventaGIOVANI si prefigge l'obiettivo di creare e sviluppare capacità imprenditoriali sul territorio. Siamo felici di essere accanto a ragazzi così talentuosi e intraprendenti e di mettere a loro disposizione una piattaforma di formazione esclusiva. Proseguiremo con il nostro sostegno ai giovani che, anche in un periodo particolarmente complicato, hanno lavorato per creare valore condiviso per il futuro del territorio".



© FREEPIK

Umberto Montano, storia di un lucano

Nato e cresciuto a Stigliano, in provincia di Matera, è fondatore e presidente del "Mercato Centrale", hub dell'enogastronomia e della ristorazione italiana, con sedi a Firenze, Roma, Torino e Milano

Girano tanti lucani nel mondo, ma nessuno li vede, non sono esibizionisti. Prendiamo in prestito questo verso di Sinisgalli per raccontare una storia di un lucano che, partito anni fa dalla nostra terra, ha con-

quistato il mondo con la sua idea e la sua mai doma passione. Lui è Umberto Montano, nato e cresciuto a Stigliano, in provincia di Matera, fondatore e presidente del "Mercato Centrale", il più grande hub dell'enogastronomia e del-

la ristorazione italiana di qualità, con sedi a Firenze, Roma, Torino e ultimamente anche a Milano. Secondo "Il Sole 24 Ore" il Mercato Centrale milanese è un investimento complessivo di "18,5 milioni di euro per quasi 5mila metri qua-

drati di spazi dedicati al food di eccellenza. Il Mercato Centrale di Milano, aperto a metà settembre, ha già attirato 500 mila ingressi, in media 15 mila persone ogni giorno hanno scelto di venire qui per fare la spesa, pranzare e cenare.

Un giro d'affari che dà lavoro a circa 400 persone, cento i dipendenti diretti". E ancora: "Il Mercato Centrale di Milano [...] si inserisce nella strategia inaugurata nel 2014 a Firenze, 3.600 mq al primo piano dello storico mercato di San Lo-

Umberto Montano è nato a Matera ed è cresciuto a Stigliano. Negli anni Ottanta si è trasferito a Firenze, dove ha insegnato nell'istituto alberghiero Saffi. Poco dopo, la decisione di dedicarsi alla ristorazione con l'apertura del ristorante Alle Murate. Nel 2014 la svolta della vita, con la realizzazione del format Mercato Centrale.

renzo, nel 2016 a Roma in Stazione Termini (2mila mq) e nel 2019 (4.500 mq) a Torino a Porta Palazzo. Un quinto spazio è all'interno del centro commerciale I Gigli." In sintesi: "Mercato Centrale conta oggi per le cinque strutture oltre dieci milioni di visitatori l'anno, un fatturato cumulato di circa 53 milioni di euro nel 2019 e un Ebitda complessivo pari a 4,7 milioni di euro. In totale i dipendenti sono 1.500. Il piano di sviluppo punta ad arrivare a un fatturato di 80 milioni ora che è aperto anche Milano". Questi numeri, freddi ma necessari per comprendere la portata di questa impresa, ci raccontano la forza delle idee e delle passioni che solo i lucani, con la loro tenacia e audacia, sanno trasformare in cose concrete, realtà tangibili. La storia di Montano è affascinante, piena di aneddoti, sofferenze, successi. Chi vuole può leggere ovunque la storia di Umberto Montano, ma ciò che qui vogliamo raccontare è come ci si sente dopo aver trascorso qualche ora con lui. Scesi alla stazione di Milano centrale, a pochi passi dal treno, si entra in questo luogo di incredibile bellezza e dal sapore genuino: 5 mila metri quadri di artigianato enogastronomico di altissima qualità, con uno stile architettonico che ormai è diventato tendenza e che esalta la semplicità delle idee quale forza motrice del successo. Umberto Montano accoglie tutti con un sorriso, soprattutto un viaggiatore che dopo molte ore di cammino e poco sonno può finalmente riposarsi e godersi un pranzo in sua compagnia. Delle tre ore trascorse a raccontarsi progetti e visioni resta tutto ed ogni cosa, ogni emozione prende il suo posto diventando un sentimento. Montano ha lo straordinario dono della poeticità, della visionarietà che è romanticismo con i piedi ben piantati per terra, in quella

terra che sa essere madre e sorella, amica e amante, maestra severa e abbraccio accogliente. Montano disegna prospettive future che hanno concretezza e bellezza, solidità adamantina e donano entusiasmo e buona energia. Guarda al passato e coglie nella migliore tradizione italiana tutto il meglio che va portato nel futuro che inizia sempre nell'adesso, con un passo in avanti. Nel futuro egli vede mani sapienti e sicure che lavorano farine e piatti che donano luce e libertà alla memoria. Montano sa bene che senza memoria non c'è futuro, sa che se non ti dimentichi da dove vieni puoi arrivare lontanissimo. Ed è più lontano ancora della linea dell'orizzonte che vuol portare il grano che diventa pasta e che, se fatta a mano, si farà ricordo: perché sa che solo un buon sapore può permettere il ricordo e la sua durata. Con le sue parole, Montano invita ad un viaggio verso una terra che è salva solo se rispettata e curata. Egli sa come si cura la terra perché ne conosce il battito e la lingua, per questo a chi lo accompagna nella sua impresa chiede che questo sia la stella polare, il valore fondante, la fiamma che non deve mai smettere di ardere. Umberto Montano racconta e rappresenta quella Basilicata di cui l'Italia proprio adesso ha bisogno. Così come guarda la bellezza antica e feroce dei Sassi di Matera e del mare che corteggia Maratea. Con il Mercato Centrale e il coraggio delle passioni dà a tutti noi buone ragioni per continuare a credere, a sperare, a resistere. Anche quando si gonfiano le onde e navigare non è facile; ma il porto è lì davanti ed è dove vogliamo arrivare. E ci arriveremo, per toccare terra e subito dopo levare l'ancora, sciogliere gli ormeggi e partire ancora.

Orizzonti idee dalla Basilicata

Mensile - Anno 4°
n. 34/dicembre 2021
Autorizzazione Tribunale di Roma n. 142/16 dell'11/07/2016

Comitato editoriale

Luigi Ciarrocchi, Mario De Pizzo, Andrea Di Consoli, Manfredi Giusto, Eugenio Lopomo, Marco Marsili, Cinzia Pasquale, Sergio Ragone, Walter Rizzi, Lucia Serino, Davide Tabarelli, Claudio Velardi

Direttore responsabile

Mario Sechi

Coordinatrice

Clara Sanna

Redazione Roma

Evita Comes, Antonella La Rosa, Simona Manna, Alessandra Mina, Serena Sabino, Alessandra Spalletta

Redazione Potenza

Orazio Azzato, Ernesto Ferrara, Carmen Ielpo

Impaginazione

Imprinting, Roma

Contatti

Roma: piazzale Enrico Mattei, 1
00144 Roma - Tel. 06.598.228.94
newsletter@orizzonti-basilicata.eni.com

Potenza: Via V. Verrastro, 3c
85100 Potenza - Tel. 0971 1945635
newsletter@orizzonti-basilicata.eni.com

Website

www.enibasilicata.com

Stampa

Tecnostampa srl
via P. F. Campanile, 71
85050 Villa d'Agri di Marsicovetere (Pz)
www.grafichedibuono.it

Editore

Eni SpA
www.eni.com

Foto

La foto di copertina è di Tony Vece

Chiuso in redazione
il 23 dicembre 2021

Tutte le opinioni espresse su "Orizzonti" rappresentano unicamente i pareri personali dei singoli autori.



Carta: Lecta GardaMatt Art 115 gr

Inchiostri: Heidelberg Saphira
Ink Oxy-Dry

© GETTY IMAGES

Orizzonti
idee dalla Basilicata

N. 34
DICEMBRE 2021

Il 2021 di Eni in Basilicata
di Eugenio Lopomo

**Comunicazione: dalla rivista
al digitale e ritorno**
di Lucia Serino

FOCUS BASILICATA 2030
Est-Ovest: la nuova traiettoria del futuro lucano
Turismo, Matera e non solo
I lucani sono pochi

Un arduo bilancio
di Andra Di Consoli

L'e-commerce in Basilicata
Realizzato da Gruppo Economia FEEM

Nuova linfa all'imprenditorialità giovanile

**Umberto Montano,
storia di un lucano**
di Sergio Ragone



DA OGGI AGGIORNATI
CON LA NUOVA **APP**
ENI IN BASILICATA

Troverai il monitoraggio
dei dati ambientali,
le ultime notizie sul territorio
e gli eventi più importanti.

SCARICA L'APP **ENI IN BASILICATA**
INQUADRANDO IL QR CODE
CON IL TUO SMARTPHONE
O DIRETTAMENTE DAGLI STORE
GOOGLE E APPLE

