



Comunicato stampa

## Corpi intermedi e promozione territoriale

*La Camera di Commercio presenta al CNEL il libro “Una società di persone? I corpi intermedi nella democrazia di oggi e di domani” a cura di Bassanini, Treu, Vittadini, e il rapporto CENSIS “Destinazione Cosenza”*

**Roma, 22 febbraio 2022** – Due linee di ricerca apparentemente lontane tra loro ma in realtà strettamente connesse: da un lato l'indagine sulla capacità dei corpi intermedi di rinnovare e ripensare la partecipazione collettiva alla vita sociale e alla promozione dei valori condivisi; dall'altro l'approfondimento sulla capacità di un territorio e di una comunità locale di essere soggetto collettivo di attrazione e di promozione territoriale. Questi i temi dell'evento organizzato ieri sera dalla Camera di Commercio di Cosenza al CNEL.

“La scelta del CNEL non è stata casuale – dichiara Klaus Algieri – così come non è stata casuale la decisione di presentare nella stessa occasione il report “Destinazione Cosenza” e il libro curato da Bassanini, Treu e Vittadini, un lavoro di ricerca realizzato da alcuni dei più autorevoli esperti italiani, che propone una mappatura inedita delle comunità intermedie, per capirne l'identità, il ruolo e le prospettive in un'epoca di radicali trasformazioni come quella che stiamo vivendo.”

“Dalla ricerca condotta dal CENSIS, infatti – prosegue Algieri – si ricava proprio quella capacità dei corpi intermedi di “guardare dentro”, di valorizzare le risorse esistenti nel territorio, di offrire una prospettiva e una visione intorno alle quali far convergere le attese e le aspettative di chi è impegnato nell'attività d'impresa, di chi lavora, di chi accompagna i processi di superamento delle disuguaglianze. Si tratta di un'azione da condurre lungo i due versanti della crescita e del contenimento dei rischi sociali, che si traduce in una partecipazione alla progettazione delle politiche pubbliche locali che nessun processo di disintermediazione è in grado di sostituire.”

**La carta d'identità di Cosenza.** L'identità dei cosentini si fonda su tre fattori: natura, produzioni tipiche locali e cultura. Il 25,6% della popolazione della provincia individua nel patrimonio ambientale (le biodiversità e i luoghi incontaminati) il principale elemento identitario del proprio territorio. Per la costruzione dell'identità collettiva, il 21,7% ritiene centrale il ruolo della produzione enogastronomica locale. Il 18,8% vede nella ricchezza del passato e nella sua stratificazione storica la caratteristica più rilevante intorno alla quale riconoscersi. È quanto emerge dalla ricerca «Destinazione Cosenza» realizzata dal Censis per la Camera di Commercio di Cosenza.

**Occupazione fa rima con turismo.** Secondo i cosentini, la capacità di attrazione del territorio e le principali opportunità occupazionali si concentrano su tre settori: il turismo (49,5%), il settore agroalimentare e l'enogastronomia (40,4%), l'agricoltura (35,8%). I Parchi della Sila e del Pollino vengono indicati come i luoghi di maggiore attrattività turistica (rispettivamente, per il 54,6% e il 27,5% dei cittadini).

**I prodotti che creano identità.** Lo studio ha rilevato anche quali sono i prodotti alimentari più rappresentativi del territorio cosentino. Al primo posto si collocano i salumi e gli insaccati (38,8%), seguiti dalla patata della Sila (33,0%) e dall'olio di oliva (32,0%). Agrumi, peperoncino, cipolla rossa e liquirizia vengono indicati con percentuali che oscillano tra il 20% e il 10%. Meno del 10% dei cittadini indicano il fico essiccato come il prodotto alimentare più rappresentativo dell'area cosentina.

**Le criticità al tempo del Covid-19.** Tra i fattori di maggiore criticità del territorio, la popolazione segnala il progressivo esodo dei giovani che non vedono opportunità di impiego e di crescita (44,0%), la criminalità organizzata (25,1%), la scarsa disponibilità di infrastrutture viarie e di comunicazione (23,8%). Durante la pandemia, circa tre quarti della popolazione hanno dichiarato accettabile la propria condizione economica, mentre un quarto l'ha definita critica o molto critica. Per ritornare alla crescita, i cittadini attribuiscono importanza soprattutto alla possibilità di godere di una buona salute (36,8%), mentre il 22,5% dichiara che occorre puntare sulle imprese e favorire innanzitutto le attività produttive.

Questi sono alcuni dei risultati della ricerca «Destinazione Cosenza. La valorizzazione del territorio della provincia di Cosenza attraverso l'analisi delle vocazioni produttive e degli orientamenti della domanda interna ed esterna» realizzata dal Censis per la Camera di Commercio di Cosenza, che ha opportunamente coinvolto nell'analisi anche esponenti degli organismi locali di rappresentanza, presentata ieri sera da Giorgio De Rita, Segretario Generale del Censis, e discussa da Klaus Algieri, Presidente della Camera di Commercio di Cosenza, Franco Bassanini, Presidente della Fondazione Astrid, Tiziano Treu, Presidente del Cnel, Giorgio Vittadini, Presidente della Fondazione Sussidiarietà, Giuseppe Tripoli, Segretario Generale di Unioncamere, e Erminia Giorno, Segretario Generale della Camera di Commercio di Cosenza.