



Luigi Montenegro

Bologna, 21 febbraio 2020

Buongiorno ai relatori/e e tutte/i presenti al convegno.
Per impegni improrogabili non posso essere con voi, ma voglio inviarvi un contributo che spero sia uno spunto di riflessione per i lavori della mattinata.

“Valorizzazione dei riti di Taranto nel mondo cattolico” è il titolo del convegno e del progetto che ha l’obiettivo di qualificare la Puglia come Regione di interesse internazionale della Settimana Santa, e Taranto come la sua città capofila.

Conad ha sostenuto fin da subito quest’iniziativa, di cui ho apprezzato il carattere inclusivo e non autoreferenziale, la capacità e l’impegno nel diffondere la cultura religiosa come valore identitario della comunità e come volano per la crescita economica, sociale e sostenibile del territorio.

Vorrei subito fugare un dubbio: a mio parere non c’è contraddizione tra economia e religione se l’attività economica generi ricchezza inclusiva. E, questa iniziativa ne è un esempio, perché riesce a cogliere la sfida del cambiamento valorizzando l’identità culturale di Taranto, attraverso i suoi riti religiosi, e perché delinea un progetto con una ricaduta per l’economia locale.

Taranto è un punto di riferimento sull’aspetto religioso. Basti solo citare che la nascita delle due processioni, dell’Addolorata e dei Sacri Misteri, risale ai Sacri Misteri, risale al 1703 e che, più in generale, i suoi riti pasquali sono parte del patrimonio artistico culturale, religioso e turistico dell’intera Puglia. La risonanza acquisita si spinge oltre i confini regionali tanto che la città dei due mari, proprio durante la Settimana Santa, Settimana Santa, attira tantissimi turisti provenienti da ogni luogo. Non è turismo

Non è turismo coniugato al consumerismo, bensì spirituale e culturale, culturale, legato alla conoscenza del territorio oltre gli itinerari noti.

È dirimente Garantire modalità di conoscenza, fruizione e valorizzazione dei beni ecclesiastici e del patrimonio religioso materiale e immateriale per i visitatori dei luoghi sacri, così come garantire l'implementazione dell'offerta dei servizi turistici. Non dobbiamo solo conservare la Bellezza, ma metterla a valore. E, nel farlo, dobbiamo porci l'obiettivo di generare ricchezza inclusiva. L'auspicio è individuare azioni di programmazione coniugate con un'offerta di servizi che permetta di valorizzare i risultati del turismo pugliese. La Puglia si classifica all'ottavo posto (Istat 2018), a livello nazionale, per numero di presenze con una quota del 3,5% del totale nazionale. Ha superato Sardegna, Sicilia, Liguria, Friuli-Venezia Giulia e Marche. La spesa turistica internazionale in Puglia è aumentata del +3% da gennaio a settembre 2019 (Bankitalia). Il turismo in Puglia impatta per 6,5 miliardi sui consumi finali (12,3% sui consumi totali); 9 miliardi in termini di valore aggiunto (13,6% del totale); 135.000 addetti (15,4% del totale) direttamente e indirettamente coinvolti nella filiera turistica formata da 52.000 imprese (il 38% del totale).

In questo scenario, la sfida da cogliere è quella di entrare nel percorso turistico a patto che, e concludo con le parole di papa Francesco nell'Enciclica (*Laudato si*), si consideri il mondo vissuto non da singole cose e singoli esseri viventi. Questi sono in una relazione costitutiva le une nei confronti delle altre. Tutto è connesso significa che tutto è in relazione.

E proprio in questo modo che, noi di Conad, vogliamo continuare a stare sui territori, impegnandoci sempre più e meglio, imparando a stare accanto a chi porta avanti progetti per la comunità, innovativi, duraturi nel tempo, e in grado di alimentare il cambiamento e le forze economiche, sane ed etiche: insieme, rafforzando i legami di comunità, generando ricchezza inclusiva.

Buon lavoro. Un saluto cordiale

Francesco Pugliese
Amministratore Delegato di Conad