

A Pisa la cultura vale 740 milioni di euro

Nella classifica di **Symbola** e Unioncamere la nostra provincia è al nono posto in Italia per valore aggiunto legato al settore

di **Luca Daddi**

► PISA

Sfiora i 740 milioni di euro la ricchezza prodotta in provincia di Pisa dalla cultura, pari al 6,9 per cento di quella complessiva, a fronte di 15mila persone impiegate, ossia il 7,9 per cento di tutti gli occupati del sistema economico locale.

Sono dati (anno 2011) che si ricavano da uno studio e dalla relativa graduatoria di Fondazione **Symbola** e Unioncamere secondo cui Pisa è al nono posto in Italia quanto a valore aggiunto creato dalla cultura e al sesto per numero di occupati. In Toscana, che vanta la leadership nazionale delle cosiddette esportazioni culturali con il 22 per cento sul totale dell'export su scala regionale, meglio di Pisa riesce a fare soltanto Arezzo, che si conferma addirittura prima nella classifica delle dieci migliori province in Italia, con una ricchezza riconducibile alle attività culturali pari a oltre 700 milioni di euro, che vale l'8,4 per cento di quella totale.

All'ombra della Torre a fare da traino sono le industrie creative con oltre il 63 per cento del fatturato del settore. Alle industrie culturali propriamente dette, grazie soprattutto

alla vitalità di software e videogiochi, si deve un sostanzioso contributo: circa il 33 per cento. In coda troviamo performing arts e intrattenimento, patrimonio storico-artistico, rispettivamente con circa il 3 e l'1,2 per cento.

La classifica è contenuta nello studio "L'Italia che verrà: rapporto 2012 sull'industria culturale in Italia", elaborato da **Symbola** e Unioncamere con la collaborazione e il sostegno dell'assessorato alla Cultura della Regione Marche, presentato nei giorni scorsi a Treia, durante la prima giornata del seminario estivo della fondazione. Uno studio - osserva - i promotori - che rappresenta la migliore risposta possibile a chi sostiene che con la cultura non si mangia.

«L'Italia deve fare l'Italia - commenta Ermete Realacci, presidente di **Symbola**, fondazione per le qualità del nostro Paese - Non è un caso che Pisa risulti ben piazzata in questa speciale graduatoria del Pil legato alla cultura. A Pisa ci sono tutti i fattori che già oggi sono fondamentali per la produzione di ricchezza e tanto più potranno e dovranno esserlo nel futuro. È necessario fronteggiare la crisi finanziaria e il debito pubblico senza lasciare indietro nessuno, ma per risana-

re l'economia serve un'idea di futuro. Non possiamo che puntare su innovazione, ricerca, green economy, e incrociarle con la forza del made in Italy, la qualità e la bellezza. La cultura è l'infrastruttura immateriale di questa sfida».

«Pisa - sottolinea il sindaco Marco Filippeschi, commentando lo studio "L'Italia che verrà" - si conferma nel Paese e in Toscana come una delle città con grandissimo impatto, anche economico, delle attività culturali. Questo fatto è molto rilevante dato che si tratta di una qualità strategica per il futuro. Per rafforzarla, il Comune sta facendo investimenti senza precedenti, incrociando le politiche dell'Unione Europea. Il piazzamento eccellente nella graduatoria di **Symbola** e Unioncamere è tanto più importante perché, nel caso di Pisa, non si possono contare a vantaggio settori economici come quello orafa di Arezzo, ma valgono molto di più le attività di produzione e fruizione di cultura, dei beni culturali e del turismo di qualità. Pertanto questi dati dicono molto delle nostre straordinarie potenzialità di sviluppo».

Il cuore della ricerca di **Symbola** e Unioncamere, primo rapporto in Italia teso a quantificare il peso della cultura

nell'economia nazionale, consiste nel non limitare il campo d'osservazione ai settori tradizionali, ma nell'andare a vedere quanto contano cultura e creatività nel complesso delle attività economiche, nei centri di ricerca delle grandi industrie, nelle botteghe artigiane e negli studi professionali, attraverso l'individuazione di quattro macrosettori: industrie culturali, industrie creative (architettura, comunicazione e branding, artigianato, design, made in Italy), patrimonio storico-artistico - architettonico, performing arts e arti visive.

Al corpo centrale della ricerca è stata affiancata un'indagine su tutta la filiera delle industrie culturali, ovvero quei settori che non svolgono attività culturali, ma da queste sono fortemente influenzate: formazione, produzioni agricole tipiche, attività commerciali al dettaglio, turismo, trasporti, attività edilizie, etc.

Una filiera articolata e diversificata che, se compresa nei calcoli, fa salire il valore aggiunto prodotto dalla cultura dal 5 al 15 per cento dell'economia nazionale e fa lievitare anche l'occupazione, con ben 4 milioni e mezzo di persone impiegate, equivalenti al 18,1 per cento degli occupati a livello nazionale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Mauro Del Corso



«Ma in città c'è ancora molto da lavorare»

Mauro Del Corso (Amici dei musei): il patrimonio culturale non basta, bisogna cambiare mentalità

di Danilo Renzullo

► PISA

Si dice scettico Mauro Del Corso, presidente degli Amici dei musei, commentando la classifica delle migliori dieci province italiane per ricchezza prodotta dalla cultura e per numero di occupati nel settore. La graduatoria è stata redatta sulla dello studio "L'Italia che verrà: rapporto 2012 sull'industria culturale in Italia", elaborata da **Symbola** e Unioncamere, che vede Pisa piazzarsi al nono posto quanto a Pil e al sesto per numero di persone impiegate.

«Se il parametro di riferimento è quello della creatività, Pisa senza dubbio è una città che ha

grande creatività a cui si lega una grande produzione – dice Del Corso –. Se il parametro è l'indotto artigianale derivante dal settore turistico, invece, ho forti dubbi che i numeri siano quelli giusti. Altrettanti dubbi mi sorgono se si parla di indotto economico derivante dal turismo culturale, perché questa statistica strida in modo prepotente, in maniera macroscopica, con le cifre dell'afflusso turistico nel centro storico a partire dai musei, facendo salva Piazza dei Miracoli che non fa testo. I milioni di visitatori della piazza ogni anno non riguardano la città. Una piccolissima parte di loro si riversa su Pisa. Ed è proprio su questo lo sforzo che la

città sta cercando di fare per incrementare il turismo».

«Se il discorso poi si amplia alla provincia – continua il presidente degli Amici dei musei – mi pare che presenti egualmente problemi di natura molto seria. Condivido, invece, i risultati di Arezzo e della sua provincia (che si conferma prima in Italia per ricchezza prodotta dalla cultura e per numeri di occupati nel settore, ndr), perché ad Arezzo si è fatto uno sforzo immane di riconversione da città della piccola e media industria a città del turismo culturale e c'è stata una riqualificazione complessiva dell'immagine».

«Per essere città turistica non basta possedere un patrimonio

culturale – conclude Del Corso –. Ma occorre avere una mentalità turistica, che è quella della qualità dell'accoglienza, della qualità dei servizi, della sicurezza, una serie di elementi su cui a Pisa bisogna ancora lavorare. L'amministrazione comunale si sta impegnando molto, anche con i grandi progetti di riqualificazione urbana. Ma che questo sforzo porti già a queste posizioni in graduatoria mi lascia scettico. Apprezzo l'impegno per una riqualificazione di Pisa in termini di città del turismo culturale, ma non mi pare che i risultati ottenuti siano già così lusinghieri. Magari lo fossero».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ogni anno Piazza dei Miracoli è meta di milioni di turisti provenienti da tutto il mondo

Il professor Sacco come supervisore e un pool di esperti

Il rapporto presentato da Fondazione **Symbola** e Unioncamere sull'industria culturale in Italia è stato realizzato con la supervisione del professor Pierluigi Sacco e con il coinvolgimento di oltre venti esperti, i quali hanno dato un contributo importante per individuare le esperienze più avanzate e le tendenze emergenti di ogni settore. È un viaggio tra creatività, tradizione, innovazione, ingegno e saper fare che comprende anche la Toscana del vino, il marmo di Carrara, il tessile di Prato e la nautica di Viareggio.