

25 ottobre 2021 17:09

Cultura, Realacci (Symbola): Milano conferma primato in produzione culturale



Cultura e bellezza in Italia sono tratti identitari radicati nella società e nell'economia. Da qui il titolo del rapporto Io sono cultura, e grazie alla loro forte relazione con la manifattura hanno dato vita ad una delle più forti identità produttive del mondo, il made in Italy. Oggi, a quasi due anni dallo scoppio della pandemia e in piena fase di ricostruzione e ripartenza, le industrie culturali e creative sono tra i settori più strategici per facilitare la ripresa economica e sociale italiana. Non solo perché i numeri dell'ultimo decennio dimostrano che parliamo di una fonte significativa di posti di lavoro e ricchezza. Ma anche perché sono un motore di innovazione per l'intera economia e agiscono come un attivatore della crescita di altri settori, dal turismo alla manifattura creative-driven. Ossia quella manifattura che ha saputo incorporare professionisti e competenze culturali e creative nei processi produttivi, traducendo la bellezza in oggetti e portando il made in Italy nel mondo. Bellezza e cultura, quindi, sono parte del DNA italiano e sono alla base delle ricette made in Italy per la fuoriuscita dalle crisi. Io sono cultura annualmente quantifica il peso della cultura e della creatività nell'economia nazionale. I numeri dimostrano che la cultura è uno dei motori della nostra economia e lo studio propone numeri e storie ed è realizzato grazie al contributo di molte personalità di punta nei diversi settori. E' quanto emerge dal report "Io sono cultura 2021", realizzato da Fondazione Symbola, Unioncamere, insieme a Fondazione Cariplo, Regione Marche, l'Istituto per il Credito Sportivo e il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne. Il rapporto è stato presentato oggi, a Casa Fornasetti a Milano, con un focus sui dati della Lombardia, dal direttore della Fondazione Symbola, Domenico Sturabotti. Ne hanno discusso il presidente della Fondazione Symbola, Ermete Realacci; il presidente della Fondazione

Cariplo, Giovanni Fosti; Andrea Abodi, presidente Istituto per il Credito Sportivo; Stefano Bruno Galli, Assessore alla Cultura Regione Lombardia; Tommaso Sacchi, Assessore alla Cultura Comune di Milano; la presidente Assarredo e presidente Salone del Mobile, Maria Porro; la presidente Assimpredil Ance, Regina De Albertis. Ha moderato i lavori Nicoletta Polla-Mattiot.

“Il settore culturale ha pagato più di altri settori la crisi dovuta alla pandemia ma si conferma l’importante ruolo anche economico. L’Italia deve essere protagonista – dichiara Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola - del nuovo ‘Bauhaus’ voluto dalla Commissione Europea per rinsaldare i legami tra cultura, creatività, produzione, scienza, tecnologia e affrontare la transizione verde. Cultura, creatività e bellezza sono la chiave di volta di molti settori produttivi di un’Italia che fa l’Italia e consolidano la missione del nostro paese orientata alla qualità e all’innovazione: un soft power che attraversa prodotti e territori e rappresenta un prezioso biglietto da visita. Un’infrastruttura necessaria per affrontare le sfide che abbiamo davanti. Se l’Italia produce valore e lavoro puntando sulla cultura, sulla bellezza e sulla coesione, favorisce un’economia più a misura d’uomo e, anche per questo, più competitiva e più capace di futuro come affermiamo nel Manifesto di Assisi. Milano conferma il suo primato nella produzione culturale e nel design applicato alla manifattura come dimostra anche il recente successo del Super Salone del Mobile”.

“Il sistema produttivo culturale e creativo rappresenta un motore irrinunciabile per il Paese e in particolare per il nostro territorio. Si tratta di un settore di attività che ha – dichiara Giovanni Fosti, Presidente Fondazione Cariplo - una capacità moltiplicativa del valore generato sia in termini economici che in termini sociali e coesivi. I soggetti che producono e promuovono cultura generano valore economico, alimentano legami all’interno della comunità, impiegano giovani e professionalità altamente specializzate. Soprattutto in questa fase storica abbiamo bisogno di più cultura, sia come asset e direzione di sviluppo, sia come capacità di rielaborare senso condiviso e creare ponti tra memoria storica e nuove forme di linguaggio, capaci di offrire opportunità per la crescita delle persone”.

L’evento di oggi nasce in partnership con Fornasetti che da dieci anni sceglie la copertina del rapporto Io sono Cultura. “E questa non è una scelta solo grafica e di Art Direction, ma una vera e propria comunione d’intenti. Fornasetti infatti è un’impresa creativa e un attore culturale, tanto da aver fondato nel 2019 l’associazione no-profit Fornasetti Cult. per la valorizzazione della cultura e la realizzazione di iniziative artistiche. Questo è il motivo per cui sosteniamo tale bellissimo progetto e la pubblicazione di questo rapporto. Ogni anno definiamo un’immagine diversa della nostra iconica serie “Tema e Variazioni” e ogni anno il volto femminile suggerisce un messaggio diverso. Per il 2021 è un volto tra le nubi, proprio a significare un clima di indubbia incertezza, ma anche un orizzonte che si rischiara. Oggi sono felice di aprire le porte di Casa Fornasetti - luogo storico, artistico, culturale e imprenditoriale di Milano - per approfondire il ruolo fondamentale che questa città ha nel contesto nazionale” racconta Barnaba Fornasetti, direttore artistico di Fornasetti, atelier milanese riconosciuto a livello internazionale per il design e la decorazione di oggetti di arredo.

agenzia di stampa

CULT

Agenzia giornalistica AgCult

registrazione al Tribunale di Roma 195/2017

Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it