

Economia della Bellezza

Economia e bellezza sono due sostantivi che non sembrano fatti per stare insieme. La prima evoca numeri freddi, la seconda immaginazione e passione. Ma nel nostro Paese queste due parole possono essere felicemente accostate. Soprattutto quando si parla del turismo, della cultura, della moda: casi in cui economia e bellezza fanno girare l'economia, garantiscono posti di lavoro e generano ricchezza.

L'ultima conferma arriva dai dati pubblicati nel rapporto 2024 di "Economia della Bellezza", studio di Banca Ifis che approfondisce la capacità delle imprese italiane di sviluppare progetti culturali e artistici e i loro impatti sulle performance. In Italia le imprese che investono in arte e cultura sono 732 in 18 regioni, si trovano prevalentemente in Lombardia (227), Veneto (123) ed Emilia Romagna (112) e fra queste ci sono 16 gruppi bancari. Complessivamente, realizzano ricavi per 192 miliardi e registrano una produttività superiore di 1,4 volte alla media, con un moltiplicatore che sale a tre per le banche. Con numeri e testimonianze concrete, di piccoli e grandi imprenditori del nostro Paese, il rapporto dimostra quanto sia vincente il binomio tra arte e cultura e attività d'impresa.

Rispetto alla dimensione delle imprese impegnate in questo ambito, 8 su 10 registrano un fatturato inferiore ai 250 milioni e sono distribuite su più settori produttivi con moda, meccanica e agroalimentare ai primi posti. Il 52% di esse costruisce relazioni solide con territori e comunità, il 23% comunica con i propri stakeholder esterni, il 12% usa arte e cultura come strumenti di inno-

di
MARIA LUCIA SARACENI

vazione e di stimolo creativo e il 12% si è concentrato sul coinvolgimento dei dipendenti. Secondo i dati di "Economia della Bellezza", inoltre, l'incremento della produttività dei gruppi bancari con progetti su arte e cultura è pari al 27% nel periodo 2018-2022, superiore al +8% registrato dal sistema banca-

rio nel suo complesso, con prestazioni pari a oltre tre volte il ritmo medio annuo di crescita del settore e a circa due volte l'aumento della retribuzione. D'altra parte sono le imprese ad avere bisogno della cultura per capire e anche elaborare gli scenari futuri. Un elemento, questo, che emerge dagli Stati generali



della Cultura che si sono svolti nelle ultime settimane in diverse città italiane. Una iniziativa che si è concentrata sull'importanza che hanno gli investimenti pubblici e privati in questo settore per il Paese e il suo sviluppo, soprattutto alla luce del ruolo che il patrimonio culturale esercita per la riconoscibilità internazionale dell'Italia.

In questo senso fondamentale è la rete degli 88 istituti italiani di cultura, prezioso strumento di diplomazia e motore di benefici economici. "La cultura è un veicolo straordinario per costruire relazioni internazionali solide e proficue: sin dall'inizio del mio mandato abbiamo dato ampio spazio alla diplomazia culturale, rafforzando la nostra rete all'estero di istituti di cultura e l'offerta di iniziative volte a far conoscere il nostro patrimonio storico, culturale e letterario", ha spiegato il Ministro degli Esteri Antonio Tajani nell'appuntamento specifico che si è svolto a Matera il 5 e il 6 novembre. La conferenza dei direttori e delle direttrici degli istituti di cultura è un evento che si svolge annualmente e rappresenta un importante momento di dialogo sulla promozione culturale italiana nel mondo. Tajani ha sottolineato il forte valore economico del settore, che include anche comparti come il design e la moda, con un valore stimato intorno ai 600 miliardi di euro annui e più di 280 mila imprese attive nel settore.

"Ma la cultura non si misura solo in termini economici, è la nostra storia, il nostro orgoglio e rappresenta un volano per altri comparti", ha sottolineato il ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso che ha sottolineato come la nuova legge sul Made in Italy includa "diverse misure a sostegno anche direttamente delle nostre eccellenze culturali e creative con l'obiettivo di tutelare e pro-



muovere la nostra unicità nel mondo. Stiamo lavorando a un'esposizione nazionale del Made in Italy per promuovere il meglio della nostra produzione e creatività". Urso ha poi spiegato che il suo Ministero sostiene le imprese culturali e creative con finanziamenti fino al 2033 e l'istituzione di un albo speciale per favorirne l'accesso al sistema fieristico nazionale. Scommettere sulla cultura italiana è dunque una scelta economica vincente. Il settore culturale e creativo ha assunto un

ruolo strategico per il nostro Paese con oltre 280.000 imprese attive e un valore economico che nel 2023 ha superato i 104 miliardi di euro. Inoltre, come è emerso dall'ultima indagine [Symbola-Unioncamere](#), la cultura ha sul resto dell'economia un effetto moltiplicatore pari a 1,8: questo significa che, per ogni euro prodotto dalla cultura, se ne attivano 1,8 in altri settori economici diversi, come quello turistico e dei trasporti, per un valore pari a 192,6 miliardi di euro.