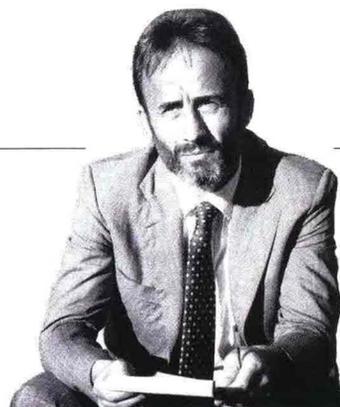


La cultura e il Made in Italy



▶ Quanto vale il sistema produttivo culturale e creativo italiano? Circa 89 mld di euro nel 2021. Un comparto che dà lavoro a quasi un milione e mezzo di persone.

I DATI, sulla cui attendibilità non tutti sono d'accordo, sono tratti dall'ultimo rapporto annuale di Fondazione **Symbola** e Unioncamere. Un report che spiega come cultura, creatività e bellezza siano tratti identitari radicati nella società e nell'economia italiana. La nostra industria manifatturiera è figlia della nostra storia e cultura millenaria, e dei nostri geni. Il Made in Italy nell'immaginario collettivo globale non è il luogo di produzione di merci italiane ma l'identità produttiva del nostro Paese, comunque e ovunque si manifesti.

Senza avventurarci nella narrazione talvolta astrusa e qualche volta anche fasulla di classifiche mondiali che vorrebbero l'Italia ospitare il grosso del patrimonio artistico mondiale, possiamo con serietà sostenere che siamo il Paese che ha lasciato (e lascia ancora) un segno nel campo delle arti, della cultura, della moda, della gastronomia, delle tendenze culturali antiche, recenti, moderne e future. Perché, come spiega il professor Guido Guerzoni, "le discipline economiche hanno riconosciuto nelle società e nelle economie post-moderne e post-industriali... il ruolo esercitato dall'arte e dalla cultura nei processi di diffusione dell'innovazione e nella formazione del capitale umano".

PER RESTARE AI NOSTRI ANNI, parole come elaboratori elettronici (computer), vendite per corrispondenza, pizza, caffè, auto, barche, alta moda sono parte del

Dna italiano. Non producono, però, ricchezza nazionale come in Usa, Cina, Germania o Francia. Eppure tutti questi Paesi riconoscono un primato italiano in molti settori. I primi computer Olivetti furono commercializzati nella seconda metà degli anni '50, i computer Apple solo 20 anni dopo, nel 1976. Quando nel 1959 l'imprenditrice milanese Anna Bonomi Bolchini lanciò la piattaforma di vendita per corrispondenza Postalmarket, Jeff Bezos non era ancora nato e solo nel 1994 ha inventato il colosso globale della distribuzione Amazon. Pizza e caffè, prodotti italiani, costituiscono un business da centinaia di miliardi di dollari per industrie Usa come Pizza Hut (13 mld dollari e 14.967 punti vendita in 90 Paesi) e Starbucks Coffee (fatturato da 32 mld nel 2022).

BELLEZZA E CULTURA, quindi, tratti distintivi del Dna italiano, devono essere alla base delle ricette Made in Italy per l'uscita dalla crisi. In un passaggio cruciale della storia dell'umanità l'Italia, per identità e tradizione, può essere un Paese guida in Europa per rinsaldare i legami tra il mondo della cultura e della creatività e i mondi della produzione, della scienza e della tecnologia orientandoli alla transizione ecologica. Nel mondo guardano, fondatamente, verso di noi. Facciamo in modo che questo patrimonio di ingegno e di realizzazioni - da preservare e sostenere - divenga ancor più una risorsa capace di generare conoscenza, accrescimento morale e un fattore di sviluppo economico. ■

PAOLO CHIARIELLO
Direttore responsabile
@paolochiariello