

Con la cultura si mangia

Produce ricchezza per 214 miliardi di euro. Ma il Mezzogiorno piange

Duecentoquattordici miliardi di euro, ovvero il 15,3% della ricchezza nazionale prodotta. Con ogni euro che ne «attiva» altri 1,67 sul resto dell'economia. Tanto vale nel 2013 la filiera culturale italiana. È quanto emerge dal Rapporto 2014 «Io sono cultura - l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi», curato da Fondazione Symbola e Unioncamere con la collaborazione della Regione Marche e presentato ieri a Roma dai segretari generali delle due associazioni, Fabio Renzi e Claudio Gagliardi, alla presenza del ministro dei Beni culturali Dario Franceschini.

Un'analisi che ha elaborato i dati 2013 delle 443.458 imprese italiane (il 7,3% del totale) che si occupano di cultura (intesa anche come performing arts, tv, cinema, stampa, libri e settori creativi come design o architettura) e dei suoi 349 mila addetti (il 5,8% degli occupati, il 6,2% contando anche pubblico e no profit). La fotografia che ne emerge è di un settore che non solo ha tenuto la crisi, ma che ha avuto anche margini di miglioramento. Pilastro del Made in Italy, il settore cultura e creatività, ad esempio, ha saputo crescere nell'export con 41,6 miliardi di euro di esportazioni (+35%) e un surplus commerciale di 25,7 miliardi, secondo solo alla filiera meccanica e ben sopra la metallurgica. Ha poi attratto più sponsorizzazioni (+6,3%) toccando i 159 milioni e, da solo, ha realizzato il 5,7% della ricchezza prodotta in Italia: 74,9 miliardi di euro, che diventano 80 con le istituzioni pubbliche e *no profit*.

Ma la forza della cultura va ben oltre, grazie a un effetto moltiplicatore pari a 1,67 sul resto dell'economia: così ogni euro prodotto ne attiva 1,67 in altri settori (addirittura 2,1 nelle industrie creative e 2 nel patrimonio storico artistico). Praticamente gli 80 miliardi ne «stimolano» altri 134, arrivando a quei 214.

La cultura poi spinge il turismo (36,5% della spesa, pari a 26,7 miliardi di euro) con oltre un terzo dei visitatori diretti ai nostri musei, oltre a escursioni, enogastronomia, monumenti, shopping. E se Arezzo è la città con maggior incidenza di valore aggiunto e occupazione nel si-

stema produttivo culturale, il Rapporto racconta anche che in prima linea contro la crisi ci sono tante donne (15%) e giovani (6,6%). Le prime soprattutto nel centro Italia e concentrate su libri, stampa, produzione di beni e servizi creativi driver; i secondi più nel Sud (8,3%) con videogiochi e software. Nel 2014, dove sono previste 33 mila nuove assunzioni nel settore, le donne rappresentano dal 16% all'81% dei nuovi impiegati e i ragazzi under 30 il 33%. I profili più richiesti, analisti software e web designer (2.440), programmatori, web master e tecnici trasmissioni radiotelevisive (1.720), tecnici vendita e distribuzione produzioni creative e culturali (750).

«Mi sembra evidente che con la cultura si mangia, si cresce, si occupa», commenta il presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello.

Nella statistica delle città d'arte, il Sud è fanalino di coda. Arezzo capitale della filiera mentre come zone è il Centro a farla da padrone: qui cultura e creatività producono un valore aggiunto di 18,7 miliardi di euro (pari al 6,2% dell'economia locale). Seguono il Nord-Ovest (26 miliardi e il 5,85%), il Nord-Est (17,3 miliardi e il 5,4%) e il Mezzogiorno solo alla fine (12,5 miliardi e il 4%).

Ma ciò che colpisce è che se le prime 5 province per incidenza di imprese culturali sono Firenze (11,8%), Milano (10,9%), Arezzo (10,1%), Como (10,0%) e Roma (9,7%), con Venezia assente. Ad Arezzo il boom è merito non solo del Crocifisso del Cimabue o della Casa del Vasari, ma soprattutto degli orafi. Considerando, invece, l'occupazione, le Marche sono in vetta (7,1%), seguite da Veneto, Lazio, Toscana e Friuli Venezia Giulia, Lombardia, Piemonte Valle d'Aosta, Basilicata, Trentino-Alto Adige.

(Daniela Giammusso)



I SASSI Basilicata un po' meglio per l'occupazione

Un rapporto di **Symbola** e Unioncamere fotografa un'«industria» capace di scavalcare la crisi

