



L'industria culturale è l'unica che non affonda con la crisi

Presentato il rapporto "Io Sono Cultura" di **Symbola** e Unioncamere. Il settore ha mosso 214 miliardi di euro e l'export ha un attivo di 25 miliardi. "Per ogni euro investito ne ritornano 1,67"

di CARMINE SAVIANO

16 giugno 2014



Dario Franceschini (ansa)

NEL CICLONE della crisi, con il sistema produttivo italiano che arranca, arretra, c'è un unico pilastro solido sul quale costruire il futuro: la cultura. E non si tratta della solita affermazione di principio. Ma di una verità economica sostenuta da dati e cifre. Perché, nel 2013, la nostra industria culturale ha mosso 214 miliardi di euro e l'export del settore ha raggiunto un attivo di 25 miliardi. La fruizione della bellezza, il made in Italy, quell'enorme patrimonio

Ma partiamo dalle cifre. E da quelle che riguardano l'export. "Cultura e creatività" restano le due parole chiave del successo del Made in Italy. Una tendenza che parte da lontano e che negli ultimi anni ha rivelato la sua enorme efficacia economica. Durante lo tsunami della crisi l'export è cresciuto del 35%: era di 30,7 miliardi nel 2009, è arrivato a 41,6 nel 2013. Si tratta del 10,7% di tutte le vendite oltre confine delle nostre imprese. Inoltre, il settore può vantare una bilancia commerciale sempre in attivo negli ultimi 22 anni. Nel 2013, per la cultura, il surplus commerciale con l'estero è stato di 25,7 miliardi: secondo solo alla filiera meccanica, e ben superiore a quella metallurgica, ferma a 10,3.

Numeri incoraggianti. Che testimoniano l'enorme vivacità economica del settore.



I PIÙ
LETTI

I PIÙ
CONDIVISI

Italia cuore e classe: 2-1 all'Inghilterra

Caos riforme, 14 senatori Pd si autosospendono. Renzi: è un bivio, non lascio Paese in mano a Mineo

Brasile-Croazia 3-1, Seleção subito nel segno di Neymar

Governo battuto alla Camera su responsabilità civile toghe. Errori dei giudici: norme più dure

Legge elettorale, Grillo apre a Renzi: pronti a discutere. Renzi: "No patti segreti, chiediamo streaming"

Sindaci, Grillo: "Siamo virus inarrestabile". Guerini: "Vittoria Pd, poche chiacchiere"

Renzi, 15mila nuovi posti nella Pa. "Ho preso il 40%, non vince la palude"

Italia, Prandelli: "Non abbiamo paura". Ma è allarme Buffon

Brasile 2014, Checco Zalone canta i Mondiali: ecco "Tapinho", inno contro razzismo e omofobia

Australia: si tuffa e avvista uno squalo gigante, ma il web è scettico

Bufera sulla Finanza. Arrestato il comandante di Livorno: tangenti in cambio di verifiche addomesticate. Indagato il generale Bardi

Motta Visconti, il marito: "Ho ucciso moglie e figli, poi sono andato a vedere gli Azzurri"

Il mago di Photoshop, il sogno diventa realtà

Vivacità confermata anche dalla capacità delle imprese culturali di "stare sul mercato" a prescindere dai fondi pubblici. Che restano fondamentali, ma che - purtroppo - sono sempre più scarsi. Ed è questa la frontiera su cui si muovono le sponsorizzazioni private. Il Colosseo, la Scala di Milano, l'arco Etrusco di Perugia, il Ponte di Rialto, la Fontana di Trevi: operazioni di recupero e di restauro messe in atto da imprenditori consapevoli dell'enorme impatto simbolico e delle ricadute economiche di queste operazioni sul loro brand. Nel 2013 sono stati 159 i milioni di euro raccolti attraverso gli sponsor.

Ma chi beneficia dell'effetto traino della cultura è soprattutto il turismo. Nel rapporto si legge: "Il turista culturale che soggiorna in Italia è più propenso a spendere: 52 euro al giorno per l'alloggio e 85 euro per spese extra, contro i 47 euro per alloggio e 75 per gli extra di chi viene per ragioni non culturali". E del totale della spesa dei turisti in Italia, 73 miliardi di euro nel 2013, il 36,5% (26,7 miliardi) è legato proprio alle industrie culturali. Un campo, quello del turismo culturale, sul quale può essere edificata una porta per il futuro. Infatti, siamo la meta preferita dei paesi ai quali è legato il futuro del turismo mondiale: la Cina, il Brasile, il Giappone, la Corea del Sud, l'Australia, gli Usa e il Canada.

Poi le sorprese: perché la capitale italiana di questo intreccio di cultura ed economia è

Arezzo. La provincia aretina si conferma al primo posto sia per occupati legati alle industrie culturali, sia per valore aggiunto della cultura sull'intero ambito economico. E in questa particolare classifica seguono Pordenone, Pesaro Urbino, Vicenza e Treviso. Roma è solo sesta, seguita da Macerata, Milano, Como e Pisa. Per quanto riguarda le macroaree geografiche, è il Centro a staccare tutti. Ancora dal rapporto di [Symbola](#) e Unioncamere: "Qui cultura e creatività producono un valore aggiunto di 18,7 miliardi di euro, equivalenti al 6,2% del totale della locale economia valore aggiunto. Seguono da vicino il Nord-Ovest, che dall'industria culturale crea ricchezza per oltre 26 miliardi di euro, il 5,8% della propria economia, e il Nord-Est, che sempre dal settore delle produzioni culturali e creative vede arrivare 17,3 miliardi (5,4%). Staccato il Mezzogiorno che dalle industrie culturali produce valore aggiunto per 12,5 miliardi di euro (4%)".

E il punto adesso è stabilizzare la cultura come ponte per il futuro. Riscoprendo l'impegno delle Istituzioni e valorizzando l'apporto privato. "La cultura costituisce il nostro vantaggio competitivo", dice Ermete Realacci, presidente della Fondazione [Symbola](#). Che affronta il tema dell'Expo 2015: "Una vetrina globale, che se vuole guardare al bene del Paese e offrire al mondo uno sguardo rivolto al futuro, dovrà dare voce alle esperienze più avanzate di questo settore: puntando più sulle idee che sul cemento". E della cultura come "combustibile per la ripresa", parla Ferruccio Dardanella, presidente di Unioncamere: "I territori e le imprese rappresentano l'immagine del nostro Paese nel mondo intero: il nostro primo giacimento, capace di produrre ricchezza, lavoro e benessere per le comunità locali".

 [industria culturale](#)  [dario franceschini](#)

© Riproduzione riservata

16 giugno 2014

L'Italia entra in guerra, il Luce restaura storico discorso di Mussolini

Perché sono tutti cattivi nella Gomorra che va in tv

Il cucciolo di beagle portiere: prodezze da campione

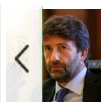
STASERA
IN TV

PROSSIMI
GIORNI

ILMIOLIBRO

STORIEBREVI

Altri articoli dalla
categoria »



L'industria culturale è l'unica che non affonda con la crisi



Bernardini: "Ho scelto la fisica per dare ordine a parole come destino"

Catozzella: "La storia di Samia è quella dei migranti. Questo



Bardot: "Ho dato la bellezza agli uomini. Ora voglio essere la fata"