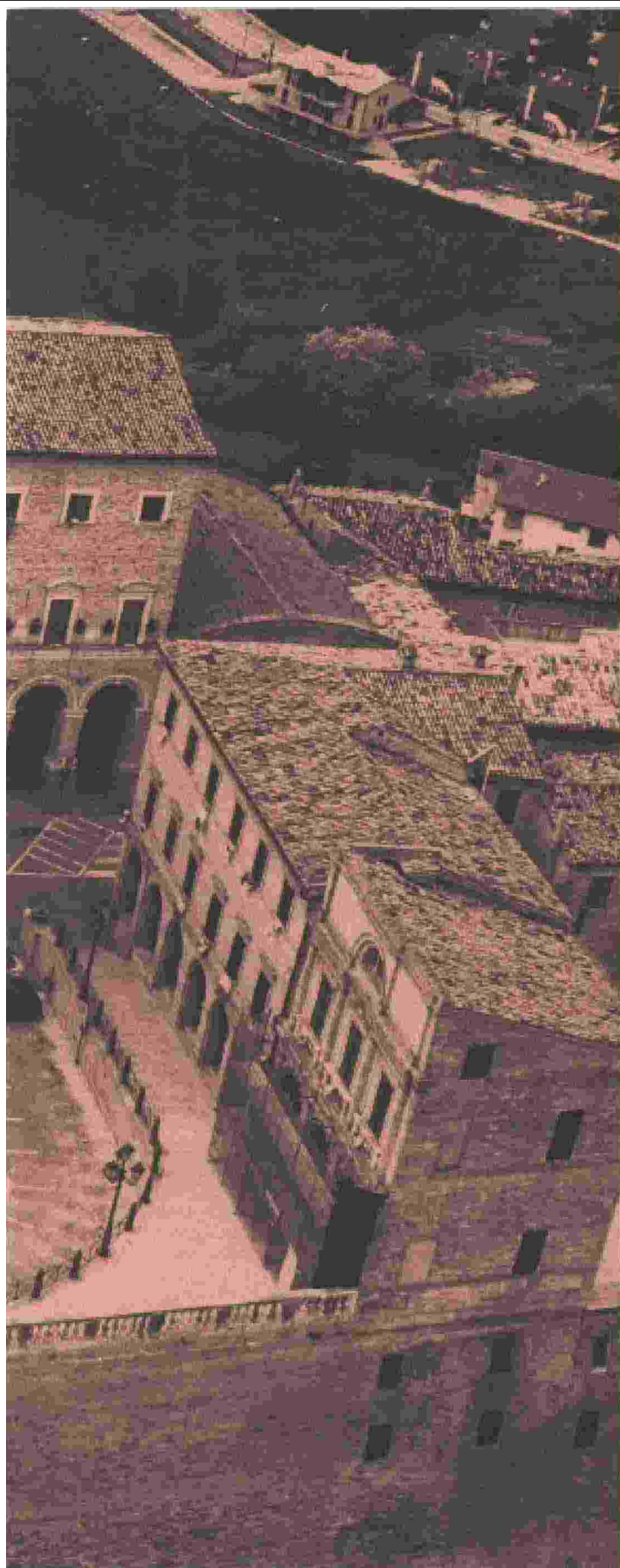




Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



FOCUS

Sym bola

*“Se si potesse insegnare
la geografia al piccione
viaggiatore, il suo
volo incosciente, che
va dritto alla meta,
diventerebbe d'un tratto
impossibile.,*

Carl Gustav Carus
Fisiologo e pittore tedesco

m FOCUS: **SYMBOLA**

Un momento del seminario estivo Coesione è Competizione organizzato dalla fondazione **Symbola**



Coesione è *competizione* Perché l'Italia deve fare l'Italia

L'Italia degli artigiani, dell'affermazione della manifattura nel mondo dell'export, della green economy e, soprattutto, della cultura che vede le Marche seconde tra le regioni italiane grazie alle industrie creative al centro del confronto al Seminario Estivo di Treia e al Festival della Soft Economy organizzati dalla Fondazione **Symbola**

di L. Radaelli

Valorizzazione dei centri storici, economia verde, cultura per generare ricchezza per i territori e per la nascita di una manifattura più innovativa. Un'indagine tra le nuove geografie della produzione del valore in Italia, per diffondere il principio che l'agire collettivo di istituzioni e cittadini nella produzione di beni e servizi, in armonia con l'ambiente, possa trasformarsi in competitività.

Coesione è quindi competizione. Perché? "Perché - spiega il concetto Fabio Renzi, segretario generale di **Symbola** - è la chiave per leggere quell'Italia che sa reagire, positiva e che scommette sui talenti, che fa incontrare il nuovo artigianato digitale con la manifattura tradizionale contribuendo a ripopolare borghi e città con imprese che tornano a produrre in Italia e con quelle che nascono". Arrivato alla quarta edizione, il Seminario Estivo di

Symbola di quest'anno è stato preceduto dal Festival della Soft Economy, un altrettanto interessante iniziativa che ha toccato alcuni centri del macedone dal 24 al 26 giugno, grazie alla collaborazione della fondazione con le istituzioni e associazioni territoriali delle Marche, i Comuni della Regione, la Camera di Commercio di Macerata, le università di Macerata e Camerino e Legambiente.

Le Marche, anche quest'anno, si posizionano tra le regioni italiane dove l'impatto del sistema produttivo culturale è più alta sul complesso dell'economia. La cultura intesa come risposta alla crisi, e lo si nota anche dall'operato delle istituzioni attraverso iniziative quali il Distretto Culturale Evoluto Marche.

La Fondazione **Symbola**, nata nel 2005 con l'obiettivo di promuovere un nuo-

vo modello di sviluppo orientato alla qualità in cui si fondono tradizione, territorio, ma anche innovazione tecnologica, ricerca, design, ha raccolto, fin dall'inizio, il consenso dell'imprenditoria marchigiana, proprio perché in questa terra, i principi della Soft Economy vengono applicati da quella rete di piccole imprese che sono il valore reale del Made in Marche.

Symbola è un movimento culturale con la peculiarità di essere in grado di mettere in rete soggetti diversi tra loro: mondo economico e imprenditoriale, la cittadinanza attiva, realtà territoriali e istituzionali e il mondo della cultura. Si pone come la lobby delle qualità italiane che si rivolge alla politica, all'economia e alle istituzioni per orientare lo sviluppo del Paese verso la qualità e la sostenibilità. Ad oggi, la sua rete associativa coinvolge oltre 150 organizzazioni.

m FOCUS: SYMBOLA

Io sono *cultura*

Presentato lo studio di **Symbola** e Unioncamere che quantifica il peso della cultura nell'economia nazionale

di L. Radaelli

Con la cultura non solo si mangia, ma si smuove anche una buona parte dell'economia nazionale che alle attività e imprese culturali è legata, direttamente e indirettamente. A dimostrarlo uno studio, redatto dalla Fondazione **Symbola** e Unioncamere con la collaborazione e il sostegno dell'Assessorato alla cultura della Regione Marche, presentato a Roma a giugno e dal quale sono poi stati esaminati i dati in occasione del Festival della Soft Economy organizzato da **Symbola** dal 24 al 28 giugno.

'Io sono cultura' è il titolo dello studio, che è anche l'unica analisi approfondita che annualmente pesa il valore della cultura e della creatività nell'economia nazionale.

"La cultura è la lente attraverso cui l'Italia deve guardare al futuro e costituisce il nostro vantaggio competitivo - ha commentato il presidente della Fondazione

Symbola Ermete Realacci-. È grazie alla creatività e alla cultura, che nel nostro Paese si incrocia con la qualità, l'innovazione e le nuove tecnologie, se le imprese sono state capaci di incorporare bellezza e valore nel made in Italy. Mentre tutti dicevano che il nostro manifatturiero sarebbe morto sotto i colpi della concorrenza cinese, le imprese italiane sono riuscite a presidiare la fascia alta del mercato e aumentare il valore aggiunto dei prodotti. Il grande successo di eventi come il Salone del Mobile o il Vinitaly lo testimonia. Ecco perché una vetrina globale come Expo2015, 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".

Ma, cosa s'intende per cultura?

Lo studio allarga il campo di osservazione attraverso una classificazione in quattro macro settori: industrie culturali

propriamente dette (film, video, mass-media, videogiochi, software, musica, libri e stampa), industrie creative (architettura, comunicazione e branding, artigianato, design e produzione di stile), patrimonio storico-artistico architettonico (musei, biblioteche, archivi, siti archeologici e monumenti storici), e performing art e arti visive (rappresentazioni artistiche, divertimento, convegni e fiere). Alla ricerca è stata affiancata anche un'indagine su tutta la filiera delle industrie culturali: attività formative, produzioni agricole tipiche, attività del commercio al dettaglio collegate alle produzioni dell'industria culturale, turismo, trasporti, attività edilizie, ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche,

La filiera culturale italiana, secondo lo studio, muove 214 miliardi di euro, circa il 15,3% del valore aggiunto nazionale. In questi numeri è contemplato il valore prodotto dalle industrie culturali e crea-

FOCUS MARCHE&CULTURA

Le Marche hanno puntato con decisione sulle industrie culturali e creative, tanto da aver raggiunto il primo posto nella graduatoria delle regioni per incidenza dell'occupazione prodotta dal sistema produttivo culturale sul totale degli impiegati dell'economia regionale, e il secondo posto nella classifica delle regioni che più producono ricchezza con la cultura e creatività.

Nelle Marche il valore aggiunto creato dal sistema produttivo culturale è il secondo più alto d'Italia: il 6,5% della ricchezza complessiva del sistema economico locale, equivalente a 2,3 miliardi di euro. Una cifra alla quale contribuiscono in modo preponderante le produzioni di stile, l'architettura, libri e stampa.

Nell'insieme la cultura impiegano oltre 50 mila persone, il 7,1% del totale degli occupati dell'intera regione.

Le Marche si distinguono anche sul fronte delle esportazioni legate al sistema produttivo culturale. Il rapporto tra export culturale e valore aggiunto dell'intera economia locale, noto anche come propensione all'export culturale, ha fatto registrare nella regione il 4,2%, dopo la Toscana (7,9%), il Veneto (7,2%) e il Friuli Venezia Giulia (6%).

Sempre le Marche sono tra le regioni che maggiormente attirano il turismo culturale. La domanda di turismo legata alla cultura si localizza nelle regioni centrali della Penisola dove, accanto alle potenti località driver quali Roma e Firenze, si collocano molteplici centri minori disseminati proprio tra Marche e Toscana.

All'ottima performance della Regione contribuiscono soprattutto le province di Pesaro Urbino e Macerata che sono rispettivamente in terza e settima posizione nella classifica delle province che producono ricchezza con

cultura e creatività.

Nella provincia di Pesaro Urbino, il valore aggiunto creato dalla cultura raggiunge il 7,9% della ricchezza complessiva del sistema economico locale, con 693 milioni di euro. A livello occupazionale, la cultura impiega quasi 16 mila persone, il 9,1% del totale degli occupati dell'intera provincia. Il contributo maggiore arriva dalle industrie creative, con il 75% del valore di settore; le industrie culturali propriamente dette, invece, contribuiscono con circa il 22%.

La provincia di Macerata si posiziona al 7° posto nella classifica producendo il 7,3% della propria ricchezza grazie alle industrie culturali. La produzione ha un valore di 505 milioni di euro con l'impiego di 11.500 persone, ossia l'8% di tutti gli occupati locali. Le industrie creative apportano circa il 64% del fatturato del settore, mentre quelle culturali propriamente dette contribuiscono con il 32% circa.

tive, ma anche da quella parte dell'economia nazionale che viene attivata dalla cultura, turismo prima fra tutti. Le industrie culturali si confermano un pilastro del made in Italy, tanto che, nonostante la crisi, l'export legato a cultura e creatività è cresciuto del 35%. Dallo studio emerge che delle 443.458 imprese del sistema produttivo culturale, che rappresentano il 7,3% delle imprese nazionali, arriva il 5,4% della ricchezza prodotta in Italia, equivalente a circa 74,9 miliardi di euro; che raggiungono gli 80 miliardi di euro se si includono anche le istituzioni pubbliche e associazioni non profit attive nel settore della cultura (5,7%).

La forza della cultura ha un effetto moltiplicatore pari a 1,67 sul resto dell'economia: così per ogni euro prodotto dalla cultura, se ne attivano 1,67 in altri settori. Gli 80 miliardi, quindi, ne "stimolano" altri 134. Inoltre, la cultura ha effetti positivi anche sul fronte occupazione: le sole imprese del sistema produttivo cul-

turale danno lavoro a 1,4 milioni di persone, il 5,8% del totale degli occupati in Italia.

Le esportazioni legate a cultura e creatività sono aumentate del 35%: erano di 30,7 miliardi di euro nel 2009 e sono arrivate a 41,6 nel 2013, concludendo il 10,7% di tutte le vendite oltre confine delle imprese italiane. Il surplus commerciale con l'estero nel 2013 è di 25,7 miliardi di euro, secondo solo, nell'economia nazionale, alla filiera meccanica.

La cultura piace anche ai privati, tanto che i casi di sponsorizzazioni da parte di imprenditori privati, consapevoli delle ricadute sul loro brand, sempre più spesso investono nel restituire alla bellezza originale beni comuni come il Colosseo e il Teatro La Scala di Milano, l'arco Etrusco di Perugia, il Ponte di Rialto e la Fontana di Trevi. Tendenza, a quanto pare, destinata a crescere: si passa dai 150 milioni di euro investiti nel 2012 ai 159

del 2013, il +6,3%, per un totale, nel 2013, del 13,3% di sponsorizzazioni private, la quota più alta dell'ultimo triennio.

Agli effetti benefici che la cultura ha sull'economia nazionale, quello sul turismo è senza dubbio uno dei più evidenti: l'Italia è la meta preferita dei paesi ai quali è legato il futuro del turismo mondiale: Cina, Brasile, Giappone, Corea del Sud, Australia, Usa e Canada. Il turista culturale che soggiorna in Italia, inoltre, è più propenso a spendere: 52 euro al giorno per l'alloggio, contro i 47 di chi viaggia per motivi non culturali, e 85 euro per spese extra, contro i 75. Del totale della spesa dei turisti in Italia, 73 miliardi di euro nel 2013, il 36,5% è legato proprio alle industrie culturali. E al richiamo della cultura, della bellezza e della qualità sono, molto probabilmente, legate le performance nazionali nel settore turistico.

m FOCUS: **SYMBOLA**

La *coesione* fa crescere le imprese

In piena crisi del capitalismo come lo abbiamo conosciuto fino ad oggi, si delinea un modello nuovo: un'economia meno rampante, meno avida, più attenta ai destini delle persone e del pianeta. Un modello che va promosso. Deve farlo l'Expo2015, puntando sulle idee più che sul cemento

C'è un'Italia che, nonostante la crisi, resiste e sa essere innovativa, creativa, unita, vocata alla qualità e alla bellezza. Un'Italia che sa essere competitiva. È l'Italia della coesione, quella che vede le aziende camminare con le comunità, coinvolgere i cittadini, valorizzare e sostenere i lavoratori. "I territori coesi hanno più possibilità di crescere. In territori coesi socialmente la sicurezza sociale è un elemento competitivo delle imprese come dimostrano tantissime ricerche economiche. Quindi è importante aprire questo dibattito e questa frontiera anche in Italia e capire che le politiche pubbliche, le politiche di investimenti privati ed economici sono strettamente collegati". Lo ha detto il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Graziano Delrio, a margi-

ne del seminario estivo di **Symbola**. "La sicurezza sociale e la protezione sociale sono elementi insostituibili dello sviluppo economico" ha aggiunto, anche se la crisi economica non aiuta.

La coesione territoriale fa bene alle imprese: nel 2013, rispetto all'anno prima, il fatturato cresce nel 39% dei casi (31% per le altre) e l'occupazione sale nel 22% dei casi (15% per le altre). A dimostrare il valore aggiunto della coesione c'è anche la relazione feconda con il Terzo Settore: le imprese che si relazionano con il mondo del volontariato hanno registrato nel 2013 aumenti nel numero di occupati nel 22% dei casi, contro il 17% delle imprese che queste relazioni non le hanno volute o sapute costruire. In questa logica di rete si rivelano strategiche le relazioni

con le istituzioni: enti locali o camere di commercio, le realtà produttive che hanno saputo costruire rapporti solidi con tali istituzioni hanno registrato un aumento degli occupati nel 24% dei casi, contro il 15% delle imprese non coesive. E' anche grazie a queste realtà dinamiche e 'connettive' se l'Italia è uno dei soli cinque Paesi al mondo - con Cina, Germania, Giappone e Corea del Sud - ad avere un surplus manifatturiero sopra i 100 miliardi di dollari.

Questa la fotografia scattata dal rapporto 'Coesione è competizione - Le nuove geografie della produzione del valore in Italia' realizzato da Consorzio Aaster, Fondazione **Symbola** e Unioncamere, presentato nel corso dell'apertura del seminario estivo di **Symbola** a Treia.



“Quando l'Italia fa l'Italia e scommette sui suoi talenti e sulle comunità, quando usa le nuove tecnologie per rilanciare il sapere diffuso e le tradizioni produttive d'eccellenza, se investe sulla qualità e la bellezza, sulla cultura, la ricerca e la coesione sociale – ha commentato il presidente della Fondazione [Symbola](#), Ermete Realacci –, allora ce la fa. Tanto più che, oltre alla nostra vocazione naturale alla bellezza e alla qualità, possiamo contare su relazioni che spontaneamente si instaurano nei territori tra le comunità, le imprese, i centri di sapere e di cultura, che incrociano il contributo della creatività sociale dei cittadini e il ricchissimo humus del non profit contribuendo a creare un ecosistema solido, vitale, dinamico, la cui energia riverbera su tutti gli attori. Imprese comprese. E certa-

mente c'è anche questo dietro al fatto che l'Italia sia protagonista mondiale, con gli Stati Uniti, del reshoring, ovvero la ri-localizzazione, il rientro in patria di aziende che avevano delocalizzato la produzione: tra il 2007 e il 2012, pur senza misure pubbliche di sostegno, le ri-localizzazioni in Italia hanno rappresentato il 60% di quelle europee. C'è una trama di connessioni e relazioni, un 'andare con gli altri', che è il tessuto connettivo del made in Italy più vitale.

La natura territoriale, collaborativa è iscritta nel dna del nostro sistema produttivo, dove l'imprenditore è anche cittadino e membro della comunità, ed è legato da rapporti diretti con i lavoratori e i fornitori che, in virtù di questo, danno all'azienda un contributo che va oltre il

loro ruolo. I cittadini sono mossi da una nuova voglia di protagonismo, che grazie all'innovazione tecnologica raggiunge frontiere inesplorate, come il crowdfunding. Dalle imprese consapevoli che le performance del profitto sono sempre più dipendenti da valori e fattori non direttamente economici, come il rispetto dell'ambiente, quello dei diritti dei lavoratori, la valorizzazione delle proprie risorse umane, il sostegno alle comunità, la collaborazione, la promozione culturale, nasce un nuovo capitalismo che fa proprie molte idee, pratiche e valori nati dal non profit. Questo modello di economia va promosso. Dall'Expo 2015 e dal governo italiano, approfittando del semestre di presidenza del consiglio europeo.