

L'ITALIA CHE VERRÀ

TERZA PAGINA

Verso un nuovo Rinascimento

Ermete Realacci

Rappresenta il 15% dell'economia nazionale e dà lavoro a quattro milioni di persone. L'industria culturale descritta nel Rapporto di **Symbola** e Unioncamere gode di ottima salute e promette di diventare la nuova "via italiana" contro la crisi

Le connessioni tra economia e cultura hanno sempre caratterizzato l'offerta del nostro paese, dove l'enorme patrimonio di saperi e creatività ha fatto sì che molte produzioni – a partire da quelle caratteristiche del made in Italy di successo – siano considerate esempi di qualità non solo "intrinseca" ma sempre più anche "percepita", grazie al contenuto di design che incorporano, alla forza del marchio con cui s'identificano, alla capacità dimostrata nel comunicare e diffondere valori e significati propri della società, del modo di vivere e dell'economia italiana.

Secondo questa logica, la cultura non è solo passato, ma soprattutto presente, progresso e sostenibilità: attraverso l'operato di migliaia di imprese, figlie della cultura e dei saperi propri del nostro territorio, ancora oggi nascono prodotti che si affermano sullo scenario competitivo internazionale. La cultura rappresenta, quindi, l'origine e, allo stesso tempo, la frontiera della competitività del nostro made in Italy.

Come suggeriva John Kenneth Galbraith già nel 1983 per spiegare il boom economico dell'Italia del dopoguerra, il successo del made in Italy passa per il suo contenuto di cultura e bellezza.

Sono queste le premesse teoriche dalle quali muove la ricerca *L'Italia che verrà: Rapporto 2012 sull'Industria culturale in Italia* elaborata da **Symbola** – Fondazione per le qualità italiane e Unioncamere.

La cultura come risorsa

La produzione culturale e creativa è una componente significa-

tiva del sistema economico di un paese? Per molto tempo, a questa domanda si è data una risposta sostanzialmente negativa. La ricerca di **Symbola** e Unioncamere ribalta completamente la prospettiva. E ci dice che la cultura frutta al paese il 5,4% della ricchezza prodotta, equivalente a quasi 76 miliardi di euro, e dà lavoro a un milione e quattrocentomila persone, ovvero al 5,6% del totale degli occupati del paese. Superiore, per esempio, al settore primario, oppure a quello della meccanica. E allargando lo sguardo dalle imprese che producono cultura in senso stretto – ovvero industrie culturali, industrie creative, patrimonio storico-artistico e architettonico, performing arts e arti visive – a tutta la "filiera della cultura", ossia ai settori attivati dalla cultura, il valore aggiunto prodotto dalla cultura schizza dal 5,4 al 15% del totale dell'economia nazionale e impiega ben quattro milioni e mezzo di persone, equivalenti al 18,1% degli occupati a livello nazionale.

Sacrificata spesso sull'altare della riduzione del debito pubblico, la cultura dimostra non solo di poter "sfamare" il paese, ma di "far mangiare" già oggi quasi un quinto degli occupati italiani. Eccola la risposta a chi sostiene che la cultura non produce PIL, ecco la via italiana per combattere la crisi. Se è vero che è necessario fronteggiare la crisi finanziaria e il debito pubblico senza lasciare indietro nessuno, è altrettanto vero che per risa-

nare l'economia serve un'idea di futuro. Non possiamo allora che puntare su innovazione, ricerca, green economy, e incrociarle con la forza del made in Italy, con la qualità, con la bellezza. La cultura è l'infrastruttura immateriale fondamentale di questa sfida. È questo il dato più rilevante, l'indicazione strategica, che emerge da *L'Italia che verrà*.

Si tratta del primo rapporto in Italia a quantificare il peso della cultura nell'economia nazionale. Con risultati, appunto, che smentiscono chi la descrive come un settore non strategico e rivolto al passato, e la inquadrano invece come fattore trainante e di rilancio per molta parte dell'economia italiana, sicuramente una delle leve per ridare ossigeno a un paese messo a dura prova dalla perdurante crisi. Basti guardare la tendenza del quadriennio 2007-2011: la crescita nominale del valore aggiunto delle imprese del settore della cultura è stata dello 0,9% annuo, più del doppio rispetto a quella dell'economia italiana nel suo complesso (+0,4% annuo). Dato che si riflette anche sulla caparbia tenuta occupazionale dell'industria culturale, nonostante la crisi: nel medesimo periodo gli occupati nel settore sono cresciuti dello 0,8% annuo, a fronte della flessione dello 0,4% annuo subita dagli occupati a livello complessivo. Scorporando il dato per le singole componenti dell'industria culturale, la dinamica migliore del quadriennio 2007/2011 riguarda le performing arts e le arti visive, cresciute dell'1,3% in termini di occupati e del 3,6% per quanto riguarda il valore aggiunto. Significativa anche la dinamica delle industrie creative, il cui valore aggiunto è cresciuto dell'1,7%.

In termini di livelli di ricchezza e occupazione prodotti dalla cultura al 2011 e non di tendenza pluriennale, invece, contribuiscono alla buona performance del settore soprattutto le industrie creative (47,1% di valore aggiunto; 53,5% di occupazione) e le industrie culturali (rispettivamente 46,5% di valore aggiunto e 39,1% di occupazione, con una inversione nella gerarchia delle cifre dei due aggregati indicativa di una maggiore produttività, caratteristica in particolare del settore dei film, video e radio-tv). Molto più contenuta, infine, la quota di ricchezza ascrivibile a performing arts e arti visive (5,0% e 5,9%) e, soprattutto, ad attività private collegate al patrimonio storico-artistico (1,4% e 1,5%) (vedi tabella).

L'export di cultura

Un altro dato che testimonia della buona salute di cui gode la nostra cultura è rappresentato dal saldo della bilancia commerciale del sistema produttivo culturale, che nel 2011 ha registrato un attivo per 20,3 miliardi di euro permettendo alla cultura di contribuire alla ripresa, seppur contenuta, del PIL tra il 2010 e la prima parte del 2011. A livello di economia complessiva, invece, la bilancia indicava -24,6 miliardi. L'export di cultura vale oltre 38 miliardi di euro e rappresenta il 10% dell'export complessivo nazionale; l'import è pari a 17,8 miliardi di euro e costituisce il 4,4% del totale.

Un risultato costruito grazie alla tradizionale e riconosciuta vocazione italiana per la bellezza e consolidato attraverso un percorso pluriennale.

Analizzando la dinamica dei flussi commerciali italiani degli ultimi due decenni (tra il 1991 e il 2011), è possibile osservare una crescita costante delle esportazioni delle industrie culturali, che solo nell'ultimo periodo ha subito un rallentamento per via degli effetti dell'attuale quadro economico globale, mostrando comunque una capacità di recupero per molti versi superiore a quella di altre attività produttive. Il valore dell'export complessivamente riconducibile al settore cultu-

rale, cresciuto dagli 11,9 miliardi del 1991 fino ai 38,3 del 2007, per il 2009 si è, infatti, attestato ad appena 30,7 miliardi. Ma nei due anni successivi il settore ha recuperato per intero l'impatto negativo subito a partire dalla fine del 2008, con un valore complessivo di nuovo tornato ai livelli pre-crisi. Anche l'import è cresciuto sensibilmente durante il periodo considerato, pur se a un ritmo inferiore a quello dell'export: dai 5,9 miliardi di euro del 1991, si è giunti fino ai 17,8 del 2011. Dall'analisi congiunta dei due flussi (esportazioni e importazioni) emerge dunque un saldo di bilancia commerciale da sempre positivo e sensibilmente aumentato nel tempo (dai 6,1 fino ai 20,3 miliardi di euro).

A livello settoriale, la gran parte delle esportazioni sono da ascrivere alle industrie creative collegate al design, produzione di stile e artigianato. Questa particolare categoria rappresenta quasi il 90% delle esportazioni culturali, raggiungendo la cifra esportata di 34,9 miliardi di euro (erano appena 10,5 miliardi nel 1991).

L'arte attira turismo

Proprio perché fortemente legate alla storia, ai saperi e ai prodotti dei territori, le industrie culturali esercitano una rilevante attrattiva turistica. Secondo le elaborazioni realizzate da Unioncamere-Isnart per l'Osservatorio Nazionale del Turismo è molto interessante la capacità attrattiva della cultura sul turismo: fatta cento la spesa turistica sul territorio italiano nel 2011, la componente attivata dalle industrie culturali è quantificabile nel 33,6% del totale, equivalente a 23,3 miliardi di euro.

A livello di macroregioni, il Centro spicca con una quota di spesa turistica attivata dalle industrie culturali che sfiora i quaranta punti percentuali (39,3%), seguito a breve distanza dal Nord-Ovest (38%), mentre nel Nord-Est tale spesa si assesta su un valore di poco superiore ai trenta punti percentuali (32%), quota sotto la quale si pone il Mezzogiorno (27,7%). L'approccio su base comunale adottato per la realizzazione delle elaborazioni consente di isolare i sottoinsiemi di comuni aventi caratteristiche turistiche simili, ovvero le nove tipologie di circoscrizioni turistiche definite dall'Istat – città d'arte, altri comuni non altrimenti classificabili, località montane, località lacustri, località collinari, località religiose, capoluogo senza specifici interessi turistici, località marine, località termali.

Tra queste, spicca per capacità di attivazione il cluster dei comuni italiani definiti come città d'arte. Considerati in complesso, infatti, questi comuni intercettano quasi 6 miliardi di euro di spesa turistica attivata dall'industria culturale, valore corrispondente a più di un quarto (25,5%) del dato nazionale.

Una definizione "trasversale"

Il cuore della ricerca sta nel non limitare il campo d'osservazione ai settori tradizionali della cultura e dei beni storico-artistici, ma andare a guardare quanto contano cultura e creatività nel complesso delle attività economiche italiane, nei centri di ricerca delle grandi industrie come nelle botteghe artigiane, o negli studi professionali. Attraverso la classificazione in quattro macro settori: industrie culturali, industrie creative (architettura, comunicazione e branding, artigianato, design, made in Italy), patrimonio storico-artistico architetto-

nico, e, infine, performing art e arti visive. Al corpo centrale della ricerca, inoltre, è stata affiancata anche un'indagine su tutta la filiera delle industrie culturali italiane, ovvero quei settori che non svolgono attività culturali, ma che sono altresì attivati dalla cultura. Una filiera articolata e diversificata, della quale fanno parte: attività formative, produzioni agricole tipiche, attività del commercio al dettaglio collegate alle produzioni dell'industria culturale, turismo, trasporti, attività edilizie, attività quali la ricerca e lo sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche. Allargando lo sguardo alla filiera delle industrie culturali, come anticipato in apertura, il valore aggiunto prodotto dalla cultura cresce dal 5,4 al 15% del totale dell'economia nazionale e lievita anche l'occupazione, il settore allargato infatti impiega ben quattro milioni e mezzo di persone, equivalenti al 18,1% degli occupati a livello nazionale. Monitorato anche il turismo alimentato dalla cultura.

Il rapporto Unioncamere e Fondazione Symbola – realizzato con la supervisione del professor Pierluigi Sacco e con il coinvolgimento di oltre 20 esperti che hanno dato un contributo

importante per individuare le esperienze più avanzate e le tendenze emergenti di ogni settore –, è quindi un viaggio tra cultura, creatività, tradizione, innovazione, genio, ingegno e saper fare che passa per un milione e mezzo di realtà e va dal biocarburante di seconda generazione del Piemonte alle sartorie tradizionali di Ginos di Puglia, dalla Brianza del mobile all'occhialeria di Belluno; dall'Emilia dei motori alle ceramiche di Deruta, dall'arredo casa del Friuli Venezia Giulia al cashmere dell'Umbria; dall'Abruzzo dell'alta sartoria e della pasta alle calzature marchigiane fino a Napoli, dove si concentrano le migliori sartorie di capospalla del mondo; dalla Toscana del vino e del marmo di Carrara, del tessile di Prato e della nautica di Lucca, alla nascente filiera dell'animazione fortemente votata all'export.

Geografia della cultura tricolore

Questo intreccio tra bellezza, cultura, innovazione, saperi artigiani

e manifattura che ha saputo rilanciare il made in Italy e restituire all'economia italiana una prospettiva al di là della crisi ha fatto di Arezzo la propria capitale. Qui, infatti, il valore aggiunto della cultura è il più alto

d'Italia: l'8,4% del totale prodotto dalla provincia (la media italiana è del 5,4%). Seconde classificate a pari merito Pordenone e Milano con l'8%, terze ex equo Pesaro e Urbino e Vicenza col 7,9%. Seguono la provincia di Roma con il 7,6%, quella di Treviso al 7,5%, Macerata e Pisa, entrambe al 6,9%, e Verona con il 6,8%. Dal punto di vista dell'incidenza dell'occupazione del sistema produttivo culturale sul totale dell'economia è sempre Arezzo la provincia con le migliori performance. Nella provincia toscana infatti l'incidenza dell'occupazione culturale rispetto al totale dell'economia è del 9,8%. Ma subito dopo

Arezzo troviamo la provincia di Pesaro e Urbino, con un'incidenza del 9,5%, quindi quella di Vicenza al 9,1%. Seguono Pordenone, Treviso e Pisa, rispettivamente con l'8,6 l'8,5 e il 7,9%. E ancora Milano (7,8%), Macerata (7,7%), Firenze (7,6%), Monza e della Brianza (7,4%). In una classifica per macroaree geografiche, è il Centro a fare la parte del leone con il 6,1% del valore aggiunto. Seguono da vicino il Nord-Ovest, che dall'industria culturale crea il 5,9% della propria ricchezza, e il Nord-Est, che sempre dal settore delle produzioni culturali vede arrivare il 5,5% del valore aggiunto. Il Mezzogiorno fa invece la parte della cenerentola, con appena il 3,8%.

Quanto alle Regioni, in testa alla classifica per incidenza del valore aggiunto della cultura sul totale dell'economia c'è il Lazio (6,8%) seguito a stretto giro da Marche, Veneto e Lombardia (tutte e tre le regioni attestata sulla soglia del 6,3%), e quindi dal Piemonte (5,8%). Mentre per il Lazio e la Lombardia sono le industrie culturali a prevalere, nel caso di Marche e Veneto sono le attività più tipiche del made in Italy (industrie creative e manifatturiere) a fornire un contributo fondamentale. Considerando, invece, l'incidenza dell'occupazione delle industrie culturali sul totale dell'economia la classifica regionale subisce qualche variazione: il Veneto è in testa a quota 7%, seguito dalle Marche (6,9%), dal Friuli Venezia Giulia (6,4%), e dal

Lazio e dalla Toscana (entrambe al 6,3%).

Le imprese

La ricerca elaborata da **Symbola** e Unioncamere fornisce anche, per la prima volta, per la componente privata del sistema produttivo culturale dati sulle imprese registrate ottenuti a partire dalle fonti camerali per l'anno 2011. E così si è potuto dimensionare lo stock di imprese del sistema produttivo culturale, pari nel 2011 a 443.653 unità, corrispondenti al 7,3% del totale delle attività economiche.

Analizzando il contributo della "imprenditoria culturale" alla base imprenditoriale complessiva del territorio in ogni macro-partizione e regione, emerge il ruolo del Nord-Ovest e del Centro Italia (8,1% del totale imprese in entrambi i casi); più nel dettaglio, la Lombardia risulta in testa alla graduatoria per incidenza delle imprese culturali (le 84mila imprese rappresentano l'8,8% dello stock complessivo regionale), seguita dal Lazio, dove le oltre 51 mila unità individuate corrispondono a una incidenza dell'8,4%. I risultati del Centro Italia si debbono anche alla Toscana, che segue il Lazio con una quota di imprese culturali sul totale regionale non molto distante (le quasi 35 mila imprese incidono per l'8,3%).

Tra le altre realtà a maggiore presenza di imprese culturali sono da citare anche il Friuli Venezia Giulia (al quarto posto della graduatoria regionale, con una quota dell'8,0%), il Veneto, la Valle d'Aosta e le Marche (che superano tutte la soglia del 7%). Il Mezzogiorno, con una incidenza del 6,1%, mostra valori ancor più esigui per ciò che riguarda la Sicilia, la Campania e la Puglia. Per quanto riguarda la suddivisione delle imprese culturali nei quattro settori del sistema produttivo culturale, emerge che oltre 300 mila industrie creative concentrano ben il 67,9% del totale della base imprenditoriale della cultura, con al loro interno un ruolo preponderante dei due settori dell'architettura (quasi 141mila unità pari al 31,7% del totale, comprendenti una quota rilevante di liberi professionisti) e dell'artigianato (22,4%). Le industrie culturali (intese come specifico sub-comparto), oltre 114 mila in termini assoluti, costituiscono più di un quarto del totale delle imprese, con un ruolo di particolare rilievo per libri e stampa, videogiochi e software. Molto meno consistente è infine la presenza di imprese del settore performing arts e arti visive (quasi 27 mila unità, pari al 6,1% del totale) e, soprattutto, del comparto del patrimonio storico e artistico, che in termini di imprese, pari a circa un migliaio, rappresenta un ridottissimo 0,2% del totale dell'universo ricostruito.

Un nuovo modello di crescita

In questa seconda edizione della ricerca «L'Italia che verrà», abbiamo voluto analizzare in profondità quei fattori competitivi, propri di molte imprese italiane, che stanno progressivamente segnando un evidente cambio di paradigma nella crescita economica. Anche in risposta all'attuale crisi, oggi assistiamo infatti alla sempre maggiore diffusione di un nuovo modello di sviluppo aziendale fondato sulla qualità, sulla creatività, sulla valorizzazione dei fattori locali, sulla storia e tradizione dei prodotti, sul rispetto dei luoghi di origine, associando a questi il valore

della salvaguardia dei beni ambientali e dei valori culturali. Un modello di sviluppo che punta quindi su innovazione, sostenibilità e, non da ultimo, sulla tutela del territorio e sul recupero di tradizioni e antichi saperi, ed è capace di valorizzare i sistemi economici locali. Un modello che compete sui mercati internazionali senza rincorrere le economie prepotentemente emergenti su campi di gioco che non sono nostri, pensiamo ad esempio ai prezzi e al costo del lavoro, ma che punta su ciò che rende l'Italia e il made in Italy unici nel mondo.

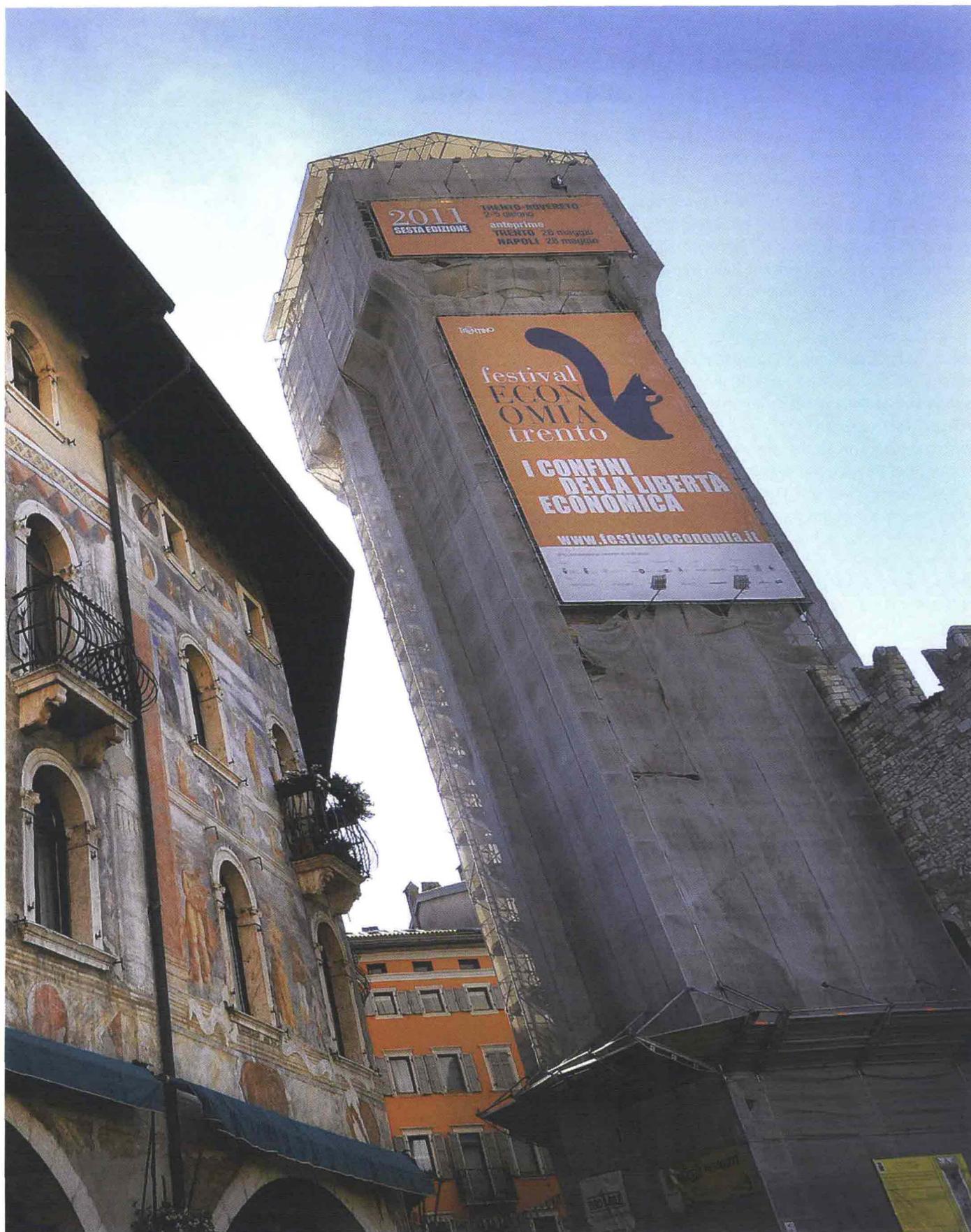
La competitività futura del paese passa senza dubbio da questa fascia del nostro tessuto imprenditoriale, la cui crescita chiede però interventi di supporto dedicati, orientati a una logica di rete, indispensabile per vincere le nuove sfide globali. Le reti di imprese hanno, infatti, il grande vantaggio di unire innovazione e tradizione, internazionalizzare piccole realtà locali, fare delle nostre tante singole genialità un unico e potente *know-how* tutto italiano, in grado di competere sui mercati esteri. ■

Valore aggiunto e occupazione del sistema produttivo culturale in Italia per settore

Anno 2011 (valori assoluti, composizioni e incidenze percentuali sul totale economia)

Settori	Valore aggiunto		Occupazione	
	milioni di euro	%	migliaia di unità	%
Industrie creative	35.716,5	47,1	743,4	53,5
Architettura	12.395,3	16,4	222,4	16,0
Comunicazione e branding	3.920,1	5,2	79,5	5,7
Design e produzione di stile	8.913,4	11,8	193,7	13,9
Artigianato	10.487,7	13,8	247,8	17,8
Industrie culturali	35.273,3	46,5	543,0	39,1
Film, video, radio-tv	7.838,4	10,3	73,0	5,3
Videogiochi e software	12.408,3	16,4	223,2	16,1
Musica	412,1	0,5	4,9	0,4
Libri e stampa	14.614,5	19,3	241,9	17,4
Patrimonio storico-artistico	1.061,1	1,4	21,1	1,5
Musei, biblioteche, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici	1.061,1	1,4	21,1	1,5
Performing arts e arti visive	3.754,9	5,0	82,4	5,9
Rappresentazioni artistiche, divertimento, convegni e fiere	3.754,9	5,0	82,4	5,9
TOTALE CULTURA	75.805,8	100,0	1.390,0	100,0
TOTALE ECONOMIA	1.414.431,5	5,4	24.742,7	5,6

Fonte: Unioncamere, Fondazione **Symbola**, 2012.



www.ecostampa.it

Nel centro storico di Trento si svolge ogni anno dal 2006 il Festival dell'Economia. Uno dei tanti eventi culturali del Bel Paese che possono vantare una grande partecipazione di pubblico.

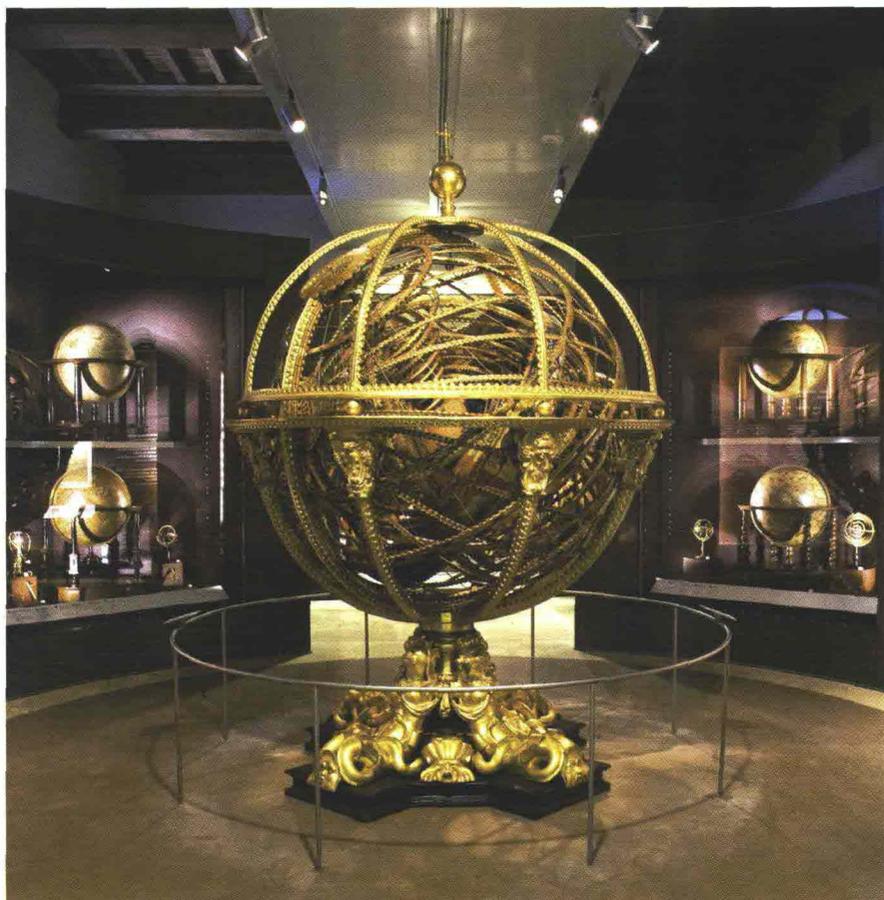
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074078



Il Museo Ferrari che sorge a trecento metri dagli stabilimenti di Maranello (Modena).

La gigantesca sfera armillare di Antonio Santucci, costruita verso il 1590 e oggi conservata al Museo Galileo di Firenze.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.