

► *Le industrie creative*

## Italia-Cina Confronto a Unimc

### L'EVENTO

#### Macerata

La Cina ha fame di Italia e il prossimo Expo rappresenta un'occasione imperdibile. E' quanto emerso nei giorni scorsi dalla Winter School dell'Università di Macerata, due giorni di dibattito sulle industrie creative come nuova frontiera per il business in Cina organizzata dal China Center in collaborazione con l'Istituto Confucio di Unimc. Professori universitari, manager e direttori artistici hanno spiegato come la cultura possa essere un viatico eccezionale per far facilitare lo scambio anche economico tra Italia e Cina. Gli italiani tendono a sminuire l'importanza culturale che il loro Paese riveste nel mondo, mentre all'estero tale primato è percepito nettamente. Il brand made in Italy è il terzo in Cina dopo Coca-Cola e Visa e viene visto come valore aggiunto di qualità. "Chi mette sotto teca il patrimonio culturale, invece di farne un pezzo vivo della società, sotterra il futuro", ha commentato Ermete Realacci, presidente della Commissione parlamentare Cultura, scienza e istruzione. Il deputato, come presidente di **Symbola**, la fondazione che ogni anno pubblica un rapporto sul peso economico dell'industria culturale in Italia, ha firmato col rettore Luigi Lacchè un accordo per nuovi progetti comuni. "Già da alcuni anni - spiega Lacchè - collaboriamo con la Fondazione, stiamo anche ragionando per avviare insieme un'esperienza formativa, forse un master nella gestione delle industrie culturali e creative". Il rapporto con Unimc e l'Istituto Confucio è stato definito "strategico" da Realacci.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

