

BUSINESS 2.0

LA LOMBARDIA
QUARTA IN ITALIA
PER RICCHEZZA PRODotta
IN QUESTO SETTORE

La cultura non è affare per donne Nelle aziende uomini per il 72%

Incontro in Villa Reale. Quota rosa al contrario a Como e Pavia

-MONZA-

IN OCCASIONE della settimana della cultura di impresa è andata in scena a Monza ieri la presentazione del rapporto 2015 "Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi", presso Triennale Design Museum in Villa Reale a Monza, in collaborazione con la Camera di commercio di Monza e Brianza. Stando alle elaborazioni dell'Ufficio Studi della Camera di commercio di Monza e Brianza, sono oltre 89.600 le cariche ricoperte all'interno delle imprese culturali e creative in Lombardia e nel 75,3% dei casi si tratta di uomini. Un dato che sembra sfatare il mito che la cultura sia "cosa da donne", dal momento che il medesimo parametro applicato alla media delle imprese scende al 73,7%. Le donne sono più rappresentate a Pavia e a Como.

LA QUOTA ROSA della cultura si attesta rispettivamente al 25,6% e al 27,2% nei due territori. Analizzando le fasce d'età più rappresentate, la cultura sembra essere un business a cui guardano e su cui investono i giovani ma non giova-

nissimi lombardi: sotto la media del totale delle imprese, infatti, il peso degli under 25 che hanno un ruolo nelle imprese della cultura (0,9% contro 1,2%). Più alta la percentuale degli under 35 che raggiunge l'8,5%, anche se a Lodi il dato sale al 13%. Business, impresa e cultura sono state le tematiche del Rapporto 2015 di Fondazione **Symbola** e Unioncamere,

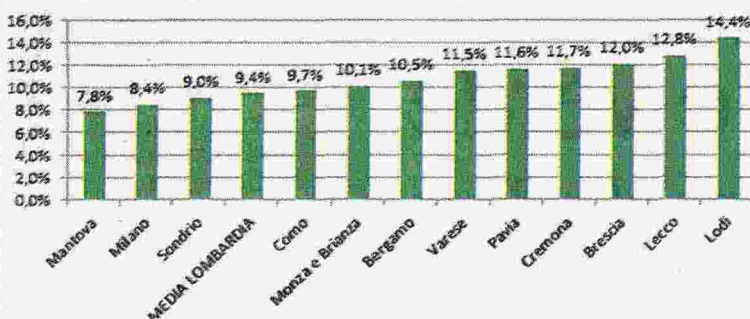
da cui è emerso che Milano è la seconda provincia italiana per incidenza delle imprese culturali sul totale delle imprese presenti nella provincia, Monza e Brianza è quarta, Como quinta. Milano inoltre si piazza all'ottavo posto e Como al decimo nella classifica delle migliori dieci province italiane per ricchezza prodotta dal sistema produttivo culturale.

LA LOMBARDIA quindi è rappresentata più che bene nella graduatoria della ricchezza prodotta in Italia da cultura e creatività. Non a caso la Lombardia è la quarta regione del Paese per peso percentuale del valore aggiunto del comparto culturale e creativo, che comprende non solo i settori tradizionali della cultura e dei beni storico-artistici, ma anche dell'ap-

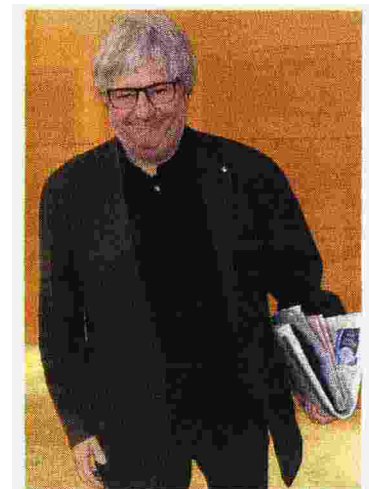
porto che cultura e creatività producono nel complesso delle attività economiche italiane, nei centri stile delle grandi industrie come nelle botteghe artigiane, o negli studi professionali.

«**L'ITALIA È FORTE** se fa l'Italia, se scommette su ciò che la rende unica e desiderata nel mondo: cultura, qualità, conoscenza, innovazione, territorio e coesione sociale. Dalla crisi, infatti, non si esce con ricette del passato, ma guardando al futuro. Dalla bellezza, alla cultura alla green economy molte imprese italiane hanno già colto i segnali che ci parlano del domani e scommettono sulla cultura e la creatività per rafforzare le manifatture», ha commentato il presidente della Fondazione **Symbola**, che ha organizzato l'incontro, Ermete Realacci, ai margini dell'incontro a cui hanno partecipato Renato Mattioni, Segretario Generale della Camera di commercio di Monza e Brianza, Fabio Renzi Segretario generale di Fondazione **Symbola**, Carlo Abbà Assessore alle attività produttive del Comune di Monza, Mario Abis Presidente Makno, Giovanna Forlanelli Rottapharm Biotech e Lorenzo Lamperti Direttore Consorzio Villa Reale e Parco di Monza.

Peso % degli under 35 nelle cariche in imprese culturali e creative



NUMERI Il grafico con i dati. Sopra, Ermete Realacci di **Symbola**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.