

LA CULTURA ITALIANA MUOVE 214 MILIARDI DI EURO, EXPORT A +35% NONOSTANTE LA CRISI

(TmNews) Muove il 15,3% del valore aggiunto nazionale, equivalente a 214 miliardi di euro. Tanto vale nel 2013 la filiera culturale italiana, un dato comprensivo del valore prodotto dalle industrie culturali e creative, ma anche da quella parte dell'economia nazionale che viene attivata dalla cultura, il turismo innanzitutto. È quanto emerge dal Rapporto 2014 "Io sono cultura - l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi" elaborato da Fondazione **Symbola** e Unioncamere con la collaborazione e il sostegno dell'Assessorato alla cultura della Regione Marche, presentato oggi a Roma alla presenza del ministro Franceschini dal segretario generale di Unioncamere Gagliardi e dal presidente di **Symbola** Ermete Realacci. Secondo il rapporto le industrie culturali e creative si confermano un pilastro del Made in Italy, tanto che durante la crisi l'export legato a cultura e creatività è cresciuto del 35%. E così mentre la crisi imperversa e un pezzo consistente dell'economia nazionale fatica e arretra, il valore aggiunto prodotto dalle industrie culturali e creative tiene, fa da volano al resto dell'economia e cresce anche la capacità attrattiva del settore rispetto alle donazioni dei privati. Nonostante il calo generalizzato del complesso delle `sponsorizzazioni` registrato negli ultimi anni, infatti, quelle destinate alla cultura sono cresciute tra il 2012 e il 2013 del 6,3% arrivando a quota 159 milioni. Dallo studio emerge che dalle 443.458 imprese del sistema produttivo culturale, che rappresentano il 7,3% delle imprese nazionali, arriva il 5,4% della ricchezza prodotta in Italia: 74,9 miliardi di euro. Che arrivano ad 80 circa, equivalenti al 5,7% dell'economia nazionale, se includiamo anche istituzioni pubbliche e realtà del non profit attive nel settore della cultura. Ma la forza della cultura va ben oltre, grazie ad 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. Cifre che complessivamente arrivano, come anticipato, alla soglia di 214 miliardi di euro. Una ricchezza che ha effetti positivi anche sul fronte occupazione: le sole imprese del sistema produttivo culturale - ovvero industrie culturali, industrie creative, patrimonio storico artistico e architettonico, performing arts e arti visive - danno lavoro a 1,4 milioni di persone, il 5,8% del totale degli occupati in Italia. Che diventano 1,5 milioni, il 6,2% del totale, se includiamo anche le realtà del pubblico e del non profit. Questo intreccio tra bellezza, creatività, innovazione, saperi artigiani e manifattura ha fatto di Arezzo la propria capitale. La provincia aretina si conferma infatti al primo posto sia per valore aggiunto, che per occupati legati alle industrie culturali (rispettivamente 9% e 10,4% del totale dell'economia). Nella classifica provinciale per incidenza del valore aggiunto del sistema produttivo culturale sul totale dell'economia, seguono Pordenone e Pesaro Urbino, attestate sulla stessa soglia del 7,9%, Vicenza al 7,7% e Treviso al 7,6%. Quindi Roma con il 7,5%, Macerata con il 7,3%, Milano con il 7%, Como con il 6,9% e Pisa con il 6,8%. Dal punto di vista dell'incidenza dell'occupazione del sistema produttivo culturale sul totale dell'economia, come anticipato, è sempre Arezzo la provincia con le migliori performance. Ma subito dopo troviamo Pesaro Urbino (9,1%), Treviso e Vicenza (entrambe 8,9%), Pordenone (8,6%) Pisa e Firenze (entrambe con 8,1%). E poi ancora Macerata (8%), Como (7,8%) e Milano (7,6%). Quanto alle macroaree geografiche, è il Centro a fare la parte del leone: 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%). La stessa dinamica che

si riflette, con lievi variazioni, anche per l'incidenza dell'occupazione creata dalla cultura sul totale dell'economia. Passando alla Regioni, in testa alla classifica per incidenza del valore aggiunto di cultura e creatività sul totale dell'economia, ci sono quattro realtà in cui il valore del comparto supera il 6%: Lazio (prima in classifica con il 6,8%), Marche (6,5%), Veneto (6,3%) e Lombardia (6,2%), quindi Piemonte e Friuli Venezia Giulia (entrambe a quota a quota 5,7%), quindi Toscana al 5,3%, il Trentino Alto Adige al 4,8%, l'Umbria al 4,7% e l'Emilia Romagna al 4,5%. Considerando, invece, l'incidenza dell'occupazione delle industrie culturali sul totale dell'economia regionale la classifica subisce quale variazione: le Marche sono in vetta a quota 7,1%, segue il Veneto a quota 7%, quindi Lazio, Toscana e Friuli Venezia Giulia tutte e tre al 6,5%, Lombardia (6,4%) , Piemonte (6,1%), Valle d'Aosta (5,9%), Basilicata (5,5%), Trentino-Alto Adige (5,4%).

Alla performance del comparto cultura, sia in termini di prodotto che di occupazione, contribuiscono soprattutto le industrie creative e le industrie culturali. Dalle industrie creative arriva infatti il 47% di valore aggiunto e il 53,2% degli occupati, un risultato raggiunto soprattutto grazie alla produzione di beni e servizi creative driven e all'architettura. Dalle industrie culturali arriva un altro consistente 46,4% di valore aggiunto e il 39% degli occupati (in questo caso i settori più pesanti sono libri e stampa e videogiochi e software). Decisamente più bassa la quota delle performing arts e arti visive per entrambi i valori (5,2% v.a. e 6,1% occupazione) e soprattutto per le attività private collegate al patrimonio storico-artistico (1,5% e 1,6%).

"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 -. E' 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. Così, 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. E il grande successo di eventi come il Salone del Mobile o Vinitaly lo testimonia. Ecco perché una vetrina globale come Expo 2015, 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 l'Italia non deve sciupare neanche l'occasione offerta dal semestre di presidenza del consiglio Europeo per tornare a esercitare un ruolo guida nell'unione e per integrare pienamente le politiche culturali all'interno di quelle industriali e della competitività, riconoscerne e accompagnarne il ruolo da protagonista nella manifattura e nell'innovazione competitiva e non più soltanto della fruizione turistica".

Per il presidente di Unioncamere Ferruccio Dardanella "anche quest'anno, l'analisi condotta da Unioncamere e **Symbola** dimostra che la cultura è e deve continuare ad essere il miglior combustibile per la ripresa. I territori e le imprese, che di quelle tradizioni e di quella cultura sono espressione, rappresentano l'immagine del nostro Paese nel mondo intero: il nostro primo giacimento, capace di produrre ricchezza, lavoro e benessere per le comunità locali. Per ritrovare il suo spazio nel mondo, l'Italia deve perciò puntare sui suoi talenti, cogliere il potenziale delle nuove tecnologie per rilanciare i territori e il loro saper fare, investire sulla bellezza e sulla coesione che aiutano a competere, potenziare la ricerca per sostenere quella tensione innovativa che arricchisce di valore le nostre tradizioni produttive e le rende così un potente fattore competitivo".