

La cultura si mangia e pure si esporta

IL MESSAGGIO DEL RAPPORTO **SYMBOLA**

Che con la cultura, in Italia, si possa non solo mangiare, ma anche creare occupazione e migliorare la qualità della vita, è un dato che ormai dovremmo dare per assodato. Ma la fotografia dell'industria culturale italiana scattata dal terzo rapporto **Symbola-Unioncamere** dà un elemento in più: il peso di questo comparto (quasi 460mila aziende nel 2012, per un valore prodotto di 75,5 miliardi) è tale che non può più essere accantonato alla voce «leisure», ma deve essere considerato strategico per il rilancio dell'economia nazionale e supportato con opportune politiche industriali. Se infatti si considerano i prodotti delle industrie creative manifatturiere (in particolare del design e della moda), troviamo in questo settore alcune tra le più dinamiche, giovani e innovative realtà imprenditoriali del nostro Paese. Capaci di competere a livello globale, come dimostrano le esportazioni in costante crescita, e di diventare un veicolo formidabile per l'immagine dell'Italia nel mondo.

