

Rapporto Fondazione **Symbola**

# Siamo dinamici nell'export culturale

Quando ci si riferisce alla "cultura" si pensa comunemente alle biblioteche, ai musei e ai monumenti storici e artistici. Si ritiene dunque che i territori che possono contare sul settore culturale per un rilancio della propria economia locale sia una esclusiva di quelle aree del paese dotate di siti di interesse e richiamo internazionale (la Galleria degli Uffizi di Firenze o il palazzo dei Dogi a Venezia, per fare un esempio). Questa convinzione, molto radicata nel nostro immaginario collet-

tivo, è ben lontana tuttavia dalla realtà produttiva ed economica del settore culturale, delle imprese, dei beni e dei servizi che esso offre e vende sul mercato. Da alcuni anni la Fondazione **Symbola** redige un rapporto sull'economia culturale del paese che intende sconfessare attraverso i dati tale credenza diffusa, mostrando che il perimetro del sistema produttivo cultura è ben più ampio di quello che comunemente si pensa e comprende settori molto diversi: film, video, radio-tv, videogio-

chi e software, musica, editoria, comunicazione e pubblicità, libere professioni e consulenza nell'architettura, nella progettazione e nel design, artigianato, rappresentazioni artistiche e di intrattenimento dal vivo, fiere e, infine, le attività legate alla conservazione, gestione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico. Il sistema produttivo culturale nel suo insieme è dunque assai variegato e comprende una serie di settori cruciali nell'ambito dell'economia del paese e dei

beni conosciuti e apprezzati nel mondo come tipici del "made in Italy". L'ultimo rapporto della Fondazione **Symbola** considera che il valore dei prodotti esportati dal complesso del sistema cultura italiano nel 2012 abbia superato i 39,4 miliardi di euro. Un apporto assai considerevole all'economia del paese, se consideriamo che l'apporto della cultura è pari a circa il 31% del sur-

**Giacomo Balduzzi**  
**Segue a pag. 2**

**Segue dalla 1<sup>a</sup> pagina**

## SIAMO DINAMICI NELL'EXPORT CULTURALE

plus commerciale complessivo delle esportazioni nello stesso anno.

Che ruolo ha la provincia di Alessandria, all'interno di questo settore, sempre più importante e strategico nel quadro dell'economia italiana e della sua competitività internazionale? Dai dati del rapporto **Symbola** sembra che il territorio alessandrino non sia affatto indietro da questo punto di vista e che anzi realizzi risultati assai considerevoli, che lo pongono in testa alle classifiche dei territori più dinamici per export culturale a livello nazionale. Un dato, questo, non molto ripreso e poco considerato dagli osservatori locali, ma che potrebbe aprire alcune interessanti riflessioni sul fu-

turo dello sviluppo nel nostro territorio, che a volte presenta notevoli potenzialità poco valorizzate e sulle quali non si investe perché misconosciute e sottovalutate. La provincia di Alessandria è la quinta in Italia nel 2012 per propensione all'export culturale (9,4% di esportazioni nel sistema cultura sul totale del valore aggiunto provinciale). Le esportazioni del sistema produttivo culturale alessandrino rappresentano quasi il 20% del totale delle esportazioni provinciali (per questo dato Alessandria si attesta al sedicesimo posto nella classifica delle province italiane e prima in Piemonte). Il settore cultura impegna il 5,6% degli occupati della provincia e il 7,1% delle impre-

se. Il valore aggiunto complessivo del sistema cultura nel 2012 nel territorio alessandrino raggiunge i 596,1 milioni di euro. Tra i settori più rilevanti vanno segnalati quello delle industrie culturali (film, video, videogiochi e software, radio-tv, musica editoria), che raggiunge nel suo insieme un giro d'affari di 179,5 milioni di euro e quello delle industrie creative (architettura, comunicazione e branding, design e artigianato), che realizza un valore aggiunto da ben 384,1 milioni di euro. Sono cifre importanti, che segnalano come le imprese e i lavoratori del sistema cultura, spesso legate in varie forme alle filiere più tipiche e tradizionali del nostro territorio, come l'oro di Valenza,

i vini del Monferrato, il dolciario Novese, rappresentino una realtà assai significativa nella nostra provincia, che, in un momento complessivamente non facile per l'economia locale, riesce a resistere e a competere.

Sono dati che forse dovranno essere più conosciuti e alimentare un dibattito pubblico aperto e costruttivo su come il territorio possa investire in questo settore e valorizzare questa "vocazione", soprattutto rafforzando, consolidando e adeguando le proprie infrastrutture, il sistema formativo, i servizi, le agenzie e le istituzioni che possono contribuire a supportare lo sviluppo e la crescita delle competenze e delle forze imprenditoriali nei settori del sistema cultura.