

- società
- idee
- cultura
- spettacoli

La Valle dei
Templi ad
Agrigento



Il rapporto 2014 di Unioncamere e Fondazione **Symbola** quantifica il peso dei beni e delle iniziative culturali nell'economia italiana. L'Isola in coda

Quando la cultura produce ricchezza

Una filiera da 80 miliardi, la Sicilia partecipa col 3,3%

ANNA RITA RAPETTA

Un adagio per anni ha giustificato tagli ai fondi destinati all'industria culturale creativa. "Con la cultura non si mangia". Una tesi che non regge davanti ai numeri del Rapporto 2014 'Io sono cultura - l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi' elaborato da Fondazione **Symbola** e Unioncamere, l'unico studio in Italia che annualmente quantifica il peso della cultura nell'economia nazionale.

La filiera culturale italiana muove il 15,3% del valore aggiunto nazionale, 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. Il valore aggiunto generato dal sistema produttivo culturale è di 80 miliardi (equivalente al 5,7% dell'economia nazionale). E siccome il sistema vanta un moltiplicatore pari a 1,67 euro, gli 80 miliardi in questione attivano 134 miliardi di euro, arrivando così a costituire una filiera culturale di 214 miliardi di euro. Nel Belpaese si contano 443.458 imprese operanti nel settore (corrispondente al 7,3% dell'economia italiana) che danno lavoro al 5,8% degli occupati totali.

Su scala territoriale, il Nord Ovest (29,2%), gra-

zie al contributo fondamentale della Lombardia (88mila aziende), e il Mezzogiorno (27,0%), con in testa la Campania (oltre 33mila aziende, il 7,5% del totale nazionale) e la Sicilia (con quasi 27mila imprese, il 6% del totale nazionale), emergono come le aree con la consistenza maggiore di strutture imprenditoriali culturali. Nella top ten delle province italiane per ruolo nel sistema produttivo culturale (sul podio Firenze, Milano, Monza-Brianza), non sono contemplate le siciliane. Lo stesso dicasi per le top ten delle province per valore aggiunto e occupazione del sistema produttivo nazionale, entrambe dominate da Arezzo. Ciononostante, la Sicilia, nel suo complesso, può vantare un discreto posizionamento. Con 2.463,2 miliardi di valore aggiunto, pari al 3,3% del totale nazionale, è ottava tra le venti regioni italiane. Molto lontana dal 24,8% lombardo o il 13,9% laziale, ma comunque ben al di sopra di regioni come Valle D'Aosta, Trentino, Liguria e Umbria. Con quasi 70mila occupati, pari al 4,4% sul totale nazionale, la Trinacria si piazza all'ottavo posto quanto a occupati nel settore.

Se non fossero sufficienti questi numeri ad incoraggiare politiche più attente al settore e investimenti più consistenti c'è il dato dell'export legato a cultura e creatività cresciuto del 35% in una fase di contrazione generalizzata. Era di 30,7 mi-

liardi nel 2009, è arrivato a 41,6 nel

2013, pari al 10,7% di tutte le vendite oltre confine delle nostre imprese. 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. Si tratta del 13,3% delle sponsorizzazioni private del 2013, la quota più alta dell'ultimo triennio (era l'11,8% nel 2012, l'11,6% nel 2011).

Il tutto, con benefici a cascata che si allargano a tutta l'economia. Lo dimostra il turismo. "Il turista culturale che soggiorna in Italia è più propenso a spendere 52 euro al giorno per l'alloggio, in media, e 85 euro per spese extra, contro i 47 euro per alloggio e 75 per gli extra di chi viene per ragioni non culturali. Del totale della spesa dei turisti in Italia, 73 miliardi di euro nel 2013, il 36,5% (26,7 miliardi) è legato proprio alle industrie culturali, con ciò intendendo non solo musei, gallerie, festival, beni culturali, letteratura, cinema, performing arts, ma anche made in Italy e industrie creative, cioè tutte quelle attività produttive che non rappresentano in sé un bene culturale ma che dalla cultura traggono linfa creativa e competitività.