

primo piano

LA CULTURA? VALE IL 5,4% DELLA RICCHEZZA PRODOTTA IN ITALIA

La cultura fa economia. Lo dicono le cifre e lo spiega il Rapporto 2013 "Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi" elaborato da Fondazione Symbola e Unioncamere, presentato a Milano nel dicembre scorso. La ricerca rileva che la cultura frutta al Paese il 5,4% della ricchezza prodotta, ossia 75,5 miliardi di euro, e dà lavoro a un milione e quattrocentomila persone, ovvero al 5,7% del totale degli occupati in Italia. Estendendo il calcolo dal sistema produttivo culturale privato anche a quello della pubblica amministrazione e del non profit, il Rapporto segnala che il valore aggiunto della cultura arriva a 80,8 miliardi, pari al 5,8% dell'economia nazionale. E se poi dalle imprese che producono cultura in senso stretto – cioè dedite ad attività culturali e creative, patrimonio storico-artistico e architettonico, performing arts e arti visive – lo sguardo si allarga a tutta la "filiera della cultura", ossia a quei settori da essa attivati come turismo, commercio, trasporti, attività immobiliari, marketing e pubblicità, il valore aggiunto prodotto dalla cultura schizza dal 5,8 al 15,3% del totale dell'economia nazionale. Il sistema produttivo culturale vanta infatti un moltiplicatore pari a 1,7: come dire che per ogni euro di valore aggiunto generato da una delle attività di questo segmento, sul resto dell'economia se ne mobilitano, mediamente, altri 1,7. In termini monetari, ciò significa che gli 80,8 miliardi di euro prodotti nel 2012 dall'intero sistema produttivo culturale riescono ad attivarne quasi 133,4, arrivando a costituire una filiera culturale, intesa in senso lato, di 214,2 miliardi di euro.

I risultati del Rapporto, spiegano Symbola e Unioncamere, parlano chiaro: la cultura non si tocca perché è proprio la cultura, con nuove e impreviste contaminazioni – designer, piccoli artigiani e "smanettoni", creativi e industrie, artisti e stilisti, agricoltori, tecnologi e comunicatori

– a sostenere e a far girare la parte più innovativa, dinamica e reattiva del nostro sistema produttivo. Nonostante le difficoltà, dunque, le imprese culturali confermano una certa capacità di reazione anticiclica. Così, mentre il tessuto produttivo del Paese nel 2012 rimaneva immobile, le imprese del sistema produttivo culturale sono cresciute del 3,3% sull'anno precedente, arrivando quasi a quota 460mila, il 7,5% del totale delle attività economiche nazionali. Inoltre, confrontando la performance in termini di valore aggiunto ottenuta dal settore cultura nel 2012 con quel-



la del 2011, la flessione è contenuta a -0,3% rispetto al -0,8% del totale dell'economia italiana. Tenuta e reattività superiore alla media sono ancora più evidenti se si prendono in esame i dati sull'occupazione: rispetto al 2011 nel 2012 gli occupati nella cultura sono aumentati dello 0,5%, a fronte del -0,3% complessivo degli occupati del Paese. Al prodotto e all'occupazione contribuiscono soprattutto le industrie creative (47,1% di valore aggiunto, 53,3% di occupazione) e le industrie culturali (rispettivamente 46,4% e 39%), e solo in piccola parte performing arts e arti visive (5,1% e 6%) e patrimonio storico-artistico (1,4% e 1,6%).

Anche sul fronte export la cultura

vola, tanto che nel 2012 la bilancia commerciale del comparto ha registrato un attivo di 22,7 miliardi di euro. Le esportazioni, infatti, hanno sfondato i 39,4 miliardi di euro, pari al 10,1% dell'export complessivo nazionale, mentre l'import si è attestato sui 16,7 miliardi di euro, il 4,4% del totale del Paese. Nel 2012 la crescita dell'export culturale è stata del 3,4% rispetto al dato 2011, a conferma di una dinamica positiva già registrata nei tre anni precedenti, che hanno mostrato una crescita media annua, fra il 2009 e il 2011, dell'11,5%. In controtendenza le

importazioni (-5,7% è il calo 2012 sul dato 2011). La quasi totalità delle esportazioni culturali sono dovute alle industrie creative, che veicolano la ricchezza dei nostri contenuti culturali attraverso l'artigianato e il made in Italy. Interessante inoltre la capacità attrattiva della cultura sul turismo: se nel 2012 la spesa turistica ha toccato i 72,2 miliardi di euro, ben 26,4 di essi sono stati attivati dalle industrie culturali.

«Il valore aggiunto legato alla cultura rappresenta, già oggi, parte significativa della produzione di ricchezza e dell'occupazione in Italia – ha commentato Ermete Realacci, presidente di Symbola - Fondazione per le qualità italiane –. Per non parlare dell'ef-

fetto indiretto ma potente, che tutto il settore ha nel favorire il turismo e l'attrattiva dell'Italia nel mondo. Per rilanciare l'economia e battere la crisi, l'Italia deve scommettere sulle cose che la rendono unica, intrecciando cultura, innovazione, creatività, territori, bellezza. Insomma l'Italia deve fare l'Italia. L'Expo di Milano può essere un'occasione straordinaria per raccontare e presentare le nostre eccellenze, i nostri talenti. Per ribadire, come diceva Cipolla, che la missione dell'Italia è produrre all'ombra dei campanili cose che piacciono al mondo».

«Con questo Rapporto, abbiamo voluto mettere sotto i riflettori ciò che di nuovo e di positivo si sta muovendo, pur nella crisi – ha sottolineato Claudio Gagliardi, segretario generale di Unioncamere –: le tante imprese che rinnovano il nostro made in Italy attraverso una sintesi unica fra cultura, creatività e tecnologia e dove, non a caso, sono spesso protagonisti i giovani e le donne. Significativo in tal senso è il caso delle 24mila imprese che si occupano di design e di produzione di stile, in cui la partecipazione di giovani e donne è più consistente che nel resto del comparto della cultura. Il sistema produttivo culturale rappresenta la vera "filiera territoriale": quella che produce all'interno del territorio nazionale e moltiplica benessere per i territori, secondo una logica di rete che coinvolge tanti piccoli e medi imprenditori».

Alla realizzazione del Rapporto, in particolare ai capitoli dedicati alla formazione e alle industrie creative sul tema design e industrie culturali driven, ha collaborato l'Istituto Europeo di Design, il cui direttore scientifico, Carlo Forcolini, ha dichiarato: «Abbiamo documentato i processi di trasformazione in essere: dal design dei grandi maestri al design diffuso come propulsore del sistema produttivo e dalla produzione industriale all'autoproduzione dei cosiddetti makers».