

L'ANALISI

Un mondo che muove 214 miliardi di euro Qui c'è il nostro futuro

di **Cristiano Seganfredo**

Domenica 23 Novembre, ore 12. Ammassati uno sull'altro in una grande serra in mezzo alla campagna ci sono 500 giovani tra programmatori, sviluppatori, designer, marketing manager, creativi, startupper che si sono sfidati per 24 ore continue, senza sonno, a risolvere un problema creativo, posto da un'azienda del Made in Italy. Tra occhi stanchi, cornetti alla crema e caffè, c'è un'energia incredibile. Che si sente fisicamente. Le domande a cui rispondere erano varie e non semplici. Come sarà la nuova esperienza digitale dell'acquisto del futuro? Come si evolve un processo di stampa su tessuto, personalizzato, per clienti globali e in cerca di esperienze uniche ma a costo democratico? Come portare artigianalità e manifattura nel mondo digitale che non può entrare nelle nostre fabbriche? Come far interagire l'arte e il patrimonio del nostro territorio in modo nuovo e attraente? Come incontrare un pubblico e stabilire con dialogo continuo attraverso social network ma anche fisicità? Questo è, in gergo tecnico, un «hackaton», ovvero una maratona progettuale. Un'idea americana, inizialmente nata come sfida in ambiente informatico tra hacker, e che oggi allarga i suoi orizzonti a temi non da *nerd* come il cibo, il fashion o il mondo della finanza. Ci si batte a colpi di progetti, in gruppi misti che si costituiscono al momento. Vincono le migliori soluzioni pratiche e a maggiore efficacia. Le idee devono così trovare forma e anche un motore per andare avanti. Se funzionano trovano finanziatori e le aziende le mettono in moto. In più il team e i singoli dimostrano quanto valgono, e spessissimo, saltan fuori proposte di lavoro molto qualificato.

Il più giovane dei partecipanti aveva 16 anni. Il più anziano 54. Una serie di mentori d'eccezione, grandi imprenditori e top manager, hanno passato la notte con i vari gruppi. Tutti in felpa e jeans.

La serra è in Hfarm, uno dei 10 incubatori di riferimento mondiali. Ed una delle prime visite pubbliche del premier Renzi, per capire che succedeva di nuovo, e di vero, in Italia.

Questa esperienza nella campagna veneta è in sintesi l'industria culturale creativa italiana e il futuro di un paese di nicchia» come il nostro. Ovvero un incrocio che può avvenire solo a queste latitudini-longitudini. Le competenze industriali e artigianali, negli ambiti del design, del fashion, del turismo, del patrimonio artistico che si scontrano con le nuove idee, il digitale, i nuovi consumatori, le nuove traiettorie della produzione culturale. La creatività sta proprio nel trovare nuove soluzioni, ad alta efficacia, capaci di interpretare i momenti di profondo cambiamento sociale, culturale, geografico ed economico, con modelli e paradigmi che prima non c'erano. E questo

“ L'ultimo «hackaton» ha raccolto centinaia di giovani, al lavoro per 24 ore di fila

può avvenire solo con occhi giovani e antenne sensibili. Le risposte date dai gruppi dell'Hackaton sono piene di forza, di energia e di consapevolezza. Propongono forme innovative di interazione e di azione. Una modalità che si potrebbe applicare a tutti i campi. È una sfida basilare che affrontiamo spesso con il paraocchi. Nazioni come la Corea o la Cina, il Sud Africa o gli Emirati stanno investendo miliardi di euro nelle industrie creative. I Paesi che oggi si stanno imponendo capiscono che il valore passa attraverso la creatività. Sulla quale vanno investite le energie migliori. La creatività è un concetto ampio e variegato che individua in sintesi le attività intellettuali e produttive che producono valore aggiunto, dal cinema al design, dalla moda, ai videogames alle attività performative o alla pubblicità. In Italia pensiamo si riferisca sempre e solo all'arte e alla cultura. Che sono settori fondamentali e centrali ma che non consideriamo legati in modo articolato e unico alla vita nel suo complesso. Viviamo nel pregiudizio che qualsiasi contaminazione sia una sottrazione del valore progettuale. In realtà non esistono più compartimenti stagni, ma una rotondità di contenuti, intercategoriali, legati uno all'altro con nuove prospettive che si generano proprio da questa interazione continua tra fisico e digitale, colto e democratico, antico come contemporaneo. Nello stesso tempo. Sembra un discorso ovvio ma così tanto non lo è perché adombrato da pregiudizi. «Oggi le industrie creative muovono 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 e il turismo». Questi i dati del Rapporto 2014 «Io sono cultura - l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi» di Fondazione **Symbola** e Unioncamere. Oltre ai soldi muovono e impiegano un indotto di milioni di persone e sono un pilastro delle esportazioni del paese con un export cresciuto del 35% durante la crisi. La stessa **Symbola** ha pubblicato «Futuro Creativo» che in poche pagine è un'utile bussola per capire la portata di una parola entrata nel nostro vocabolario solo nel 1951, ed oggi così abusata, ma non capita forse. Del resto come ricordava il padre della relatività «non bisogna avere paura delle nuove idee ma solo di quelle vecchie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

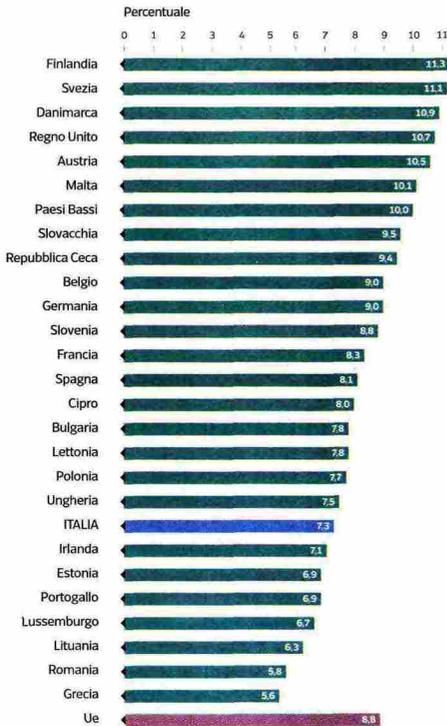
Dati raccolti da **MARIA ROSA PAVIA**
Infografica di **ALESSIO AVVENTUROSO**

PER UN EURO INVESTITO NEL SETTORE CULTURA SE NE ATTIVANO 1,67 IN ALTRI CAMPI

Fonte: Fondazione Symbola "Io Sono Cultura - Rapporto 2014"

SPESA DELLE FAMIGLIE PER RICREAZIONE E CULTURA IN PERCENTUALE DELLA SPESA TOTALE PER CONSUMI FINALI

PERIODO DI RIFERIMENTO: 2011, PER LITUANIA 2009, PER ROMANIA 2010



LE RILEVAZIONI RELATIVE ALL'UNIONE EUROPEA SONO PRECEDENTI ALL'INGRESSO DELLA CROAZIA



Fonte: Eurostat "National Accounts"

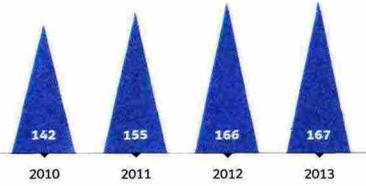
FATTURATO DIGITALE DELL'INDUSTRIA MUSICALE MONDIALE NEL 2014

5,9 miliardi di dollari
+4,3% rispetto al 2012



Fonte: Digital music report 2014 della International Federation of Phonographic Industry

FILM ITALIANI PRODOTTI NEGLI ULTIMI ANNI



Fonte: Elaborazione unica di studi congiunti Dg Cinema/Anra su dati Direzione generale per il cinema - Mibact "Tutti i numeri del cinema italiano"

LE INDUSTRIE CULTURALI PRODUCONO

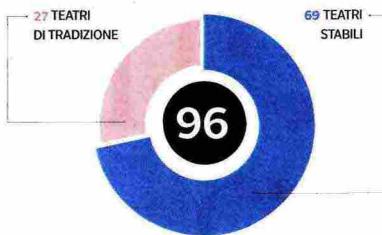


Fonte: Fondazione Symbola "Io Sono Cultura - Rapporto 2014"

I LUOGHI DI SPETTACOLO IN ITALIA

43.000
 tra cui 14 fondazioni lirico-sinfoniche

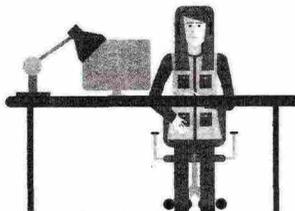
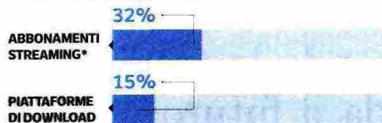
I TEATRI IN ITALIA



Fonte: Cna cultura e spettacolo

ITALIANI CHE HANNO USATO INTERNET PER ASCOLTARE MUSICA

PERIODO DI RIFERIMENTO DA MAGGIO A NOVEMBRE 2013
 * Il dato include anche gli utenti gratuiti dei servizi in abbonamento



Fonte: Ipsos MediaC T dal Digital music report 2014 della International Federation of Phonographic Industry

ADDETTI AL SETTORE INTRATTENIMENTO E CULTURA

PERIODO DI RIFERIMENTO: 2011

410.000

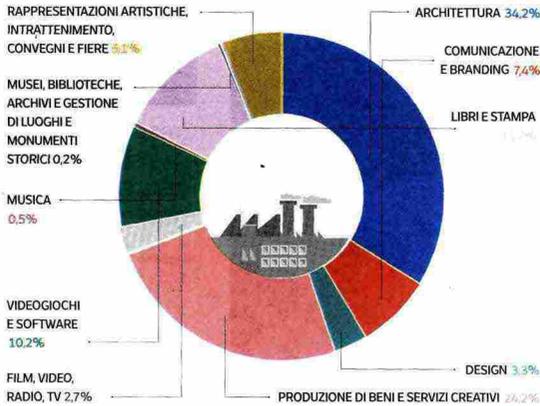
I DATI SI RIFERISCONO ALLE UNITÀ DI LAVORO

Fonte: Istat "Non Retail"



IMPRESE REGISTRATE NEL SETTORE CULTURALE IN ITALIA

PERIODO DI RIFERIMENTO 2013



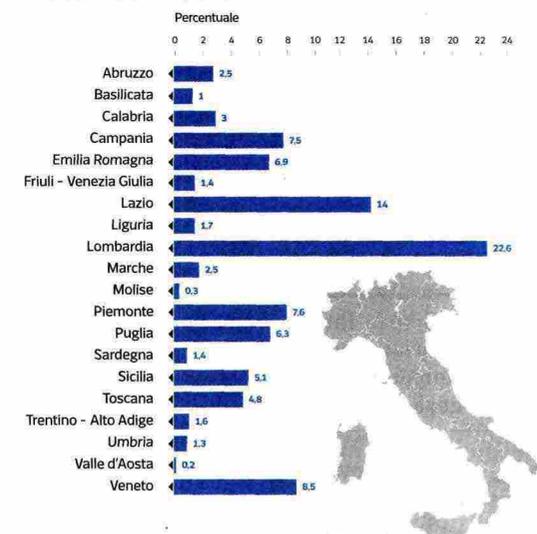
Fonte: Elaborazioni Symbola su dati Unioncamere-Infocamere

LA FORMAZIONE DEGLI ARTISTI NEL 2013



Fonte: "Ministero della Cultura 2013" del Mibac, dati Misa, Alita formazione artistica e musicale. Servizio statistiche

DISTRIBUZIONE SUL TERRITORIO DELLE IMPRESE DI IDEAZIONE PUBBLICITARIA

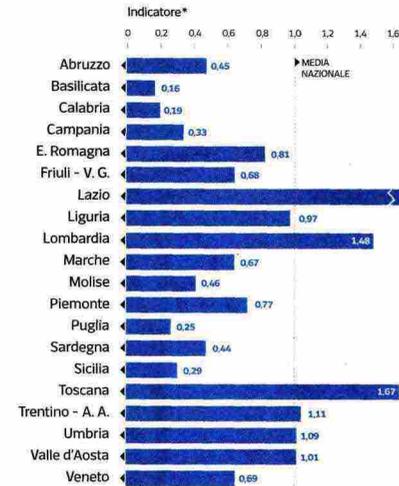


Fonte: Elaborazione Camera di commercio di Milano su dati registro imprese al terzo trimestre 2014

GIRO D'AFFARI DI IMPRESE DI IDEAZIONE PUBBLICITARIA

Più di 600 milioni di €

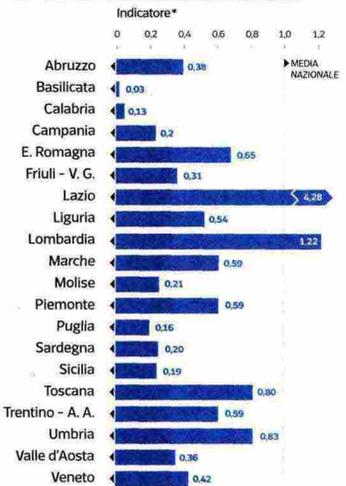
ARTISTI PER REGIONE*



*NEL GRAFICO, IL CONFRONTO TRA LA QUOTA NAZIONALE (EQUIVALENTE A 1) E QUELLA DI CIASCUNA REGIONE PER NUMERO DI ARTISTI RESIDENTI E REDDITO PRODOTTO DAGLI STESSI (PERIODO 2008-2010)

Fonte: Elaborazioni Symbola su dati del Ministero dell'Economia e delle Finanze e Exart

REDDITO ARTISTI PER REGIONE*



*NEL GRAFICO, IL CONFRONTO TRA LA QUOTA NAZIONALE (EQUIVALENTE A 1) E QUELLA DI CIASCUNA REGIONE PER NUMERO DI ARTISTI RESIDENTI E REDDITO PRODOTTO DAGLI STESSI (PERIODO 2008-2010)

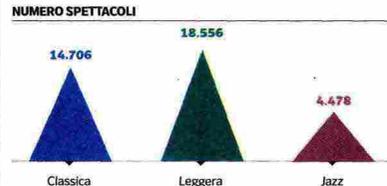
Fonte: Elaborazioni Symbola su dati del Ministero dell'Economia e delle Finanze e Exart

NUMERI DELLA MODA NEL 2012



Fonte: Sistema moda Italia su dati Isart, Modavipress, Sita Ricerca e Indagini Interni

NUMERI DEI CONCERTI NEL 2013

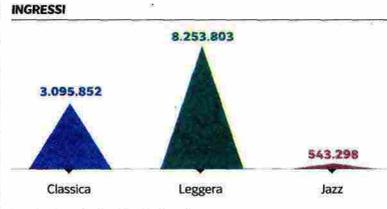


Fonte: Sma - "Annuario dello spettacolo"

NUMERI DI MOSTRE ED ESPOSIZIONI NEL 2013



Fonte: Sma - "Annuario dello spettacolo"

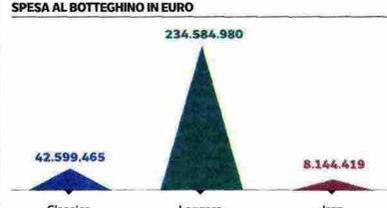


Fonte: Sma - "Annuario dello spettacolo"

NUMERI DEL CINEMA NEL 2013



Fonte: Sma - "Annuario dello spettacolo"



Fonte: Sma - "Annuario dello spettacolo"

