



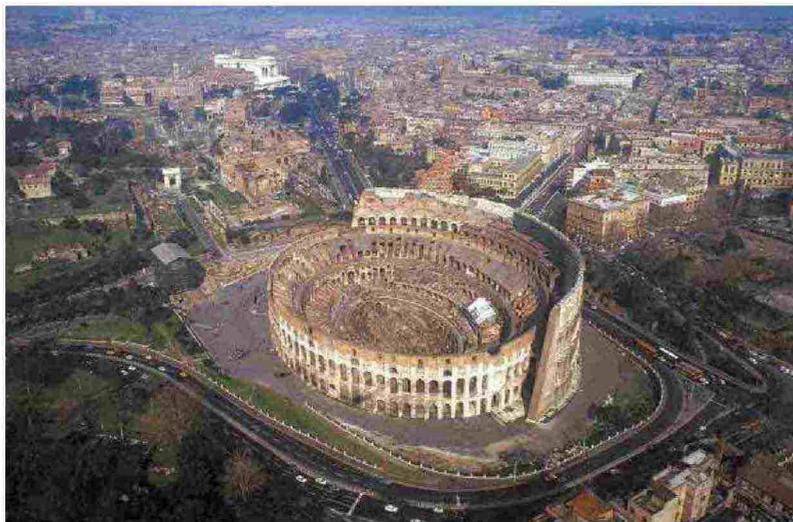
La cultura rende 214 miliardi

Dalla filiera italiana il 15,3% della ricchezza prodotta nel 2013

Durante la crisi, l'export è cresciuto del 35%
Quasi 26 miliardi di surplus commerciale

**SYMBOLA
E UNIONCAMERE**

di **Andrea Gandolfi**



Muove 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, il turismo innanzitutto.

E' quanto emerge dal Rapporto 2014 'Io sono cultura - l'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi' elaborato da Fondazione Symbola e Unioncamere con la collaborazione e il sostegno dell'assessorato alla cultura della Regione Marche, presentato nei giorni scorsi a Roma alla presenza del ministro Franceschini dal segretario generale di Unioncamere Gagliardi, dal presidente di Symbola Realacci (nella foto) e dall'assessore alla cultura e al bilancio di Regione Marche Marcolini. L'unico studio in Italia che annualmente quantifica il peso della cultura nell'economia nazionale. Con risultati eloquenti: le industrie culturali e creative si con-

fermano un pilastro del made in Italy. Tanto che durante la crisi l'export legato a cultura e creatività è cresciuto del 35%.

E così, mentre la crisi imperversa e un pezzo consistente dell'economia nazionale fatica e arretra, il valore aggiunto prodotto dalle industrie culturali e creative tiene, fa da volano al resto dell'economia e 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. Entrando nel dettaglio dello studio, emerge che dalle 443.458 imprese del sistema produttivo culturale, che rappresentano il 7,3% delle imprese nazionali, arriva il 5,4% della ricchezza prodotta in Italia: 74,9 miliardi di euro. Che arrivano ad 80 circa, equivalenti al 5,7% dell'economia nazionale, se includiamo anche istituzioni pubbliche e realtà del non profit attive nel settore della cultura.



Ma la forza della cultura va ben oltre, grazie ad un effetto moltiplicatore pari a 1,67 sul resto dell'economia: così per ogni euro prodotto dalla cultura, se ne attivano 1,67 in altri settori. Gli 80 miliardi, quindi, ne 'stimolano' altri 134. Cifre che complessivamente arrivano, come anticipato, alla soglia di 214 miliardi di euro.

Segue a pag. 18 ▶



ECONOMIA

Cosmesi, acquisti sobri ma 'necessari'

Beauty report

Le spese dedicate alla bellezza cambiano. Si va sempre meno dal parrucchiere, una volta ogni 45 giorni in media, e si rinuncia all'estetista. Ma si sta superando un atteggiamento psicologico 'quasi-male', in cui si preferiva non spendere affatto in prodotti per l'estetica e si va al discount, al supermarket e nei nuovi negozi monomarca che hanno prezzi più bassi. Oppure si compra per corrispondenza, a domicilio e in internet, profumi di lusso inclusi. Lo attesta la quinta edizione del Beauty report a cura di Ermeneia per Cosmetica Italia.

«I consumatori, dopo 6 anni di crisi, dichiarano che hanno speso meno negli ultimi 2 anni ma riprende vigore il desiderio di spendere per se stessi e, crisi o non crisi, il benessere è irrinunciabile, spiega Nadio Delai, presidente di Ermeneia e curatore dell'indagine. La sobrietà però resiste come linea di principio: il 43,5% del campione ha dichiarato di frenare le spese per questioni di principio, mentre il 54,8% ha dichiarato che in tempi di crisi è meglio non fare acquisti costosi per creme, profumi o altro perché non è giusto mostrare comportamenti dispendiosi. Il 35,4% aggiunge però che dopo questi anni di crisi prolungata comincia ad avere voglia di reagire e acquistare prodotti di buona qualità anche se costosi». Precisa Delai: «Stiamo uscendo dal periodo di crisi e da una sorta di psicologia quaresimale e i consumatori, in particolare le donne, spendono di nuovo anche se con prudenza: guardano prima al prezzo, poi a qualità e sicurezza del prodotto».

«I prodotti dei massmarket costano meno e sono di buona qualità», precisa Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia. «Il settore investe in innovazione e ricerca e la crisi è stata l'occasione per investire di più». Il 72,8% delle imprese si dice convinta ad investire, rispetto al 64,1% del 2013 e al 65,4% del 2012. Le aziende puntano a competizione e ristrutturazione profonda per reagire immediatamente ai cambiamenti dei comportamenti dei consumatori. (Ansa)

Vodafone, ogni mese 100 nuovi Comuni in 4G

Vodafone Italia potenzia la propria rete e annuncia il piano per portare la banda ultra-larga mobile in tutta

Italia: a partire dal mese che si sta concludendo, 100 nuovi comuni verranno coperti con tecnologia 4G ogni mese. L'obiettivo è quello di portare la rete di nuova generazione al 90% della popolazione italiana entro il 2016: già oggi sono oltre 300 i comuni e le località turistiche coperte, che grazie all'accelerazione impressa da Vodafone diverranno più di 1000 entro fine anno, 1500 a marzo 2015. Tutto questo è possibile grazie al piano Spring, annunciato dal Gruppo Vodafone lo scorso novembre e recentemente confermato in occasione della chiusura dell'anno fiscale 2013/2014. L'Italia è uno dei paesi maggiormente interessati dal piano di investimenti di Vodafone, che raddoppieranno nei prossimi 2 anni fino a raggiungere quota 3,6 miliardi di euro.

Non solo 4G: nei prossimi 2 anni Vodafone intende potenziare anche la propria rete 3G HSPA+, arrivando alla copertura del 95% della popolazione, e la propria offerta di banda ultra-larga su rete fissa, con un'accelerazione del roll-out che porterà la fibra ottica Vodafone a 7 milioni di famiglie. In Lombardia sono già 75 i comuni coperti dalla nuova rete 4G, mentre avanza in 452 località la connettività 3G HSPA+ in grado di raggiungere velocità fino a 43,2 mbps

Obiettivo di questo impegno è rispondere alla crescente domanda di banda larga mobile da parte degli italiani.

Comunicare con i sistemi di messaggistica, scambiare foto e video, condividere archivi in modalità cloud sono solo alcune delle numerose applicazioni utilizzate ogni giorno dagli oltre 10 milioni di smartphone e tablet attivi sulla rete Vodafone. Gli accessi ad internet dai device mobili crescono infatti quattro volte più velocemente della popolazione globale, una tendenza confermata anche nel nostro paese: quasi un italiano su due possiede uno smartphone, per un volume di traffico internet che è aumentato di oltre il 65% nell'ultimo anno e una media giornaliera di circa un'ora e mezza di navigazione in mobilità. Un maggior consumo di dati che richiede reti sempre più veloci e affidabili.

In provincia di Cremona, a maggio i comuni coperti con tecnologia 4G erano quelli di Madignano, Gerre de' Caprioli, Bagnolo Cremasco, Casalmorano, Formigara, Cremona e Pizzighettone. La rete 3G riguarda invece Casaletto Ceredano, Grumello Cremonese ed Uniti, Chieve, Capergnanica, Casale Cremasco-Vidolasco, Castelleone, Romanengo, San Bassano, Corte de' Cortesi, Isola Dovarese, Scandolara Ravara, Olmeneta, Genivolta, Volongo, Trigolo, Vailate, Rivolta d'Adda, Ostiano, Piateda, Vescovato, Madignano, Pieve d'Olm, Ripalta Cremasca, Stagno Lombardo, Gerre de' Caprioli, Casalbuttano ed Uniti, Gussola, Bagnolo Cremasco, Casalmorano, Pianengo, Montodine, Formigara, Calvatone, Capralba, Cremona, Pizzighettone, Trescore Cremasco, Sergnano, Sesto ed Uniti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Turisti in coda all'ingresso del museo degli Uffizi di Firenze

◀ *Continua da pag. 16*

Una ricchezza che ha effetti positivi anche sul fronte occupazione: le sole imprese del sistema produttivo culturale – ovvero industrie culturali, industrie creative, patrimonio storico artisticoe architettonico, performing arts e arti visive – danno lavoro a 1,4 milioni di persone, il 5,8% del totale degli occupati in Italia. Che diventano 1,5 milioni, il 6,2% del totale, se includiamo anche le realtà del pubblico e del non profit.

«La cultura è la lente attraverso cui l'Italia deve guardare al futuro, e costituisce il nostro vantaggio competitivo», commenta il presidente della Fondazione **Symbola**, Ermete Realacci. «E' grazie alla creatività e alla cultura, che nel nostro Paese si incrocia con la qualità, l'innovazione e le nuove tecnologie, se le imprese sono state capaci di incorporare bellezza e valore nel made in Italy. Così, mentre tutti dicevano che il nostro manifatturiero sarebbe morto sotto i colpi della concorrenza cinese, le imprese italiane sono riuscite a presidiare la fascia alta del mercato e aumentare il valore aggiunto dei prodotti. E il grande successo di eventi come il Salone del Mobile o Vinitaly lo testimonia. Ecco perché una vetrina globale come Expo 2015, se vuole guardare al bene del Paese e offrire al mondo uno sguardo rivolto al futuro, dovrà dare voce alle esperienze più avanzate di questo set-

tore: puntando più sulle idee che sul cemento. E l'Italia non deve sciupare neanche l'occasione offerta dal semestre di presidenza del consiglio Europeo per tornare a esercitare un ruolo guida nell'Unione e per integrare pienamente le politiche culturali all'interno di quelle industriali e della competitività; riconoscendone e accompagnandone il ruolo da protagonista nella manifattura e nell'innovazione competitiva, e non più soltanto nella fruizione turistica».

«Anche quest'anno, l'analisi condotta da Unioncamere e **Symbola** dimostra che la cultura è e deve continuare ad essere il miglior combustibile per la ripresa», sottolinea il presidente di Unioncamere, Ferruccio Dardanello. «I territori e le imprese, che di quelle tradizioni e di quella cultura sono espressione, rappresentano l'immagine del nostro Paese nel mondo intero: il nostro primo giacimento, capace di produrre ricchezza, lavoro e benessere per le comunità locali».

«Per ritrovare il suo spazio nel mondo, l'Italia deve perciò puntare sui suoi talenti, cogliere il potenziale delle nuove tecnologie per rilanciare i territori e il loro saper fare, investire sulla bellezza e sulla coesione che aiutano a competere, potenziare la ricerca per sostenere quella tensione innovativa che arricchisce di valore le nostre tradizioni produttive e le rende così un potente fattore competitivo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Per Mondardini (Cir) premio dalla Francia

Monica Mondardini, amministratore delegato di Cir e dell'Espresso, è la 'Personalità italiana dell'anno' per l'Ambasciata di Francia in Italia e la Camera di Commercio francese in Italia. Il riconoscimento premia le 'personalità più meritevoli nello stabilire relazioni economiche tra Francia e Italia'.

Scozia, in affitto il castello di Mey

Era il castello di proprietà della regina madre Elisabetta. Ma ora per coprire gli alti costi di gestione lo splendido maniero scozzese di Mey diventa la prima residenza reale a venire affittata. La fondazione che lo amministra, di cui il principe Carlo è presidente, lo offre a clienti 'selezionatissimi' per 62 mila euro a fine settimana.