

Industrie culturali, in un manifesto il nuovo paradigma

Ni. Ba. A. Bio.



C'è un numero che Confindustria Cultura Italia ha scelto di mettere in capo a tutto. E cioè i 60 miliardi di fatturato complessivo generati dalle industrie culturali italiane nelle varie articolazioni, dall'editoria al cinema, dall'audiovisivo alla musica registrata, dai musei agli spettacoli dal vivo, dal patrimonio monumentale ai contenuti digitali. Un valore che, se sommato ai 21 miliardi di valore aggiunto e ai 309mila occupati distribuiti in quasi 118mila imprese, compone una filiera che la federazione degli industriali ritiene non sufficientemente valorizzata nell'agenda pubblica. Di qui l'iniziativa di portare a battesimo un documento programmatico in cui si propone un cambio di visione. Smettere di considerare la cultura come una voce di spesa e riconoscerla invece (finalmente) come un comparto produttivo strategico, alla stregua dell'automotive o della farmaceutica.

L'argomento non è nuovo. Perché da almeno un decennio economisti e operatori del settore ripetono che l'Italia sottovaluta il proprio capitale culturale in termini di politica industriale. Quello che cambia, nel manifesto di Confindustria Cultura Italia, è il tono: non più rivendicazione identitaria o difesa corporativa, ma una richiesta articolata in sei punti che muove da dati macroeconomici e si rivolge esplicitamente ai decisori con il linguaggio delle politiche di sviluppo. La cultura, si legge nel testo, genera effetti moltiplicatori su turismo, servizi, manifattura creativa e attrattività internazionale. Ignorarla come leva di crescita non è soltanto un errore culturale: è un errore economico. Altri Paesi in Europa hanno

da tempo costruito strategie nazionali dedicate alle industrie creative, con strumenti fiscali, fondi settoriali e politiche di internazionalizzazione coordinate. L'Italia, che pure dispone del patrimonio storico-artistico più vasto del continente, non può perdere la sua occasione.

Il manifesto fissa con chiarezza le priorità politiche che la federazione intende portare al tavolo con le istituzioni, a partire da un più efficace accesso al credito per le piccole e medie imprese culturali. Poiché, poi, «la partecipazione culturale rappresenta una condizione essenziale per lo sviluppo economico e democratico del Paese» è necessario introdurre incentivi fiscali per favorire il consumo culturale, insieme a strumenti di detrazione e agevolazione rivolti sia ai cittadini sia alle imprese. È inoltre fondamentale promuovere interventi che rendano l'offerta sempre più accessibile, inclusiva e diffusa su tutto il territorio nazionale. Ancora, occorrono programmi stabili per l'export del Made in Italy culturale, regole chiare sull'uso delle opere da parte dell'AI e maggiore integrazione tra cultura e turismo che rappresentano due pilastri, complementari, dello sviluppo italiano. La sollecitazione qui è a «promuovere politiche che rafforzino il legame tra questi due settori, attraverso strategie coordinate di valorizzazione dei territori e investimenti congiunti in promozione, infrastrutture e servizi».

Si chiude con il richiamo alla formazione, considerata strumento cruciale per lo sviluppo delle competenze e della creatività. Spazio dunque a programmi permanenti di formazione e aggiornamento professionale, in grado di accompagnare l'evoluzione delle competenze richieste dal settore, attraverso un dialogo sempre più stretto tra istituzioni culturali, università e imprese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA