

Cultura, svolta industriale: il 5.0 alle imprese creative

Stati industriali della cultura. Urso: «Sull'iperammortamento accesso per tutte le aziende del comparto» Mazzi: «Turismo e cultura sono industria. Ora piano per fiction e territori ed evento il 27 settembre»

Nicola Barone Andrea Biondi

1 di 2



La miccia la accende Luigi Abete, presidente di Confindustria Cultura Italia, davanti alla platea degli Stati industriali della cultura di Confindustria Cultura Italia. «Prima di essere imprese culturali, siamo imprese», dice. Cinema, musica, libri e audiovisivo devono poter entrare negli strumenti ordinari della politica industriale: «Dovremmo avere la possibilità di utilizzare misure come Industria 4.0, 5.0 o come verrà chiamata». La formula è garbata e perentoria: «Prendeteci tra le imprese e poi coccolateci come imprese culturali».

La risposta non tarda ad arrivare per bocca di Adolfo Urso. Il ministro delle Imprese e del Made in Italy annuncia che il nuovo piano Transizione 5.0, con piattaforma operativa, sarà aperto a tutte le tipologie di imprese. Quindi «anche per le imprese culturali e creative». Stavolta non ci sono i vincoli europei del vecchio impianto legato al Green Deal: le risorse sono nazionali, 9,8 miliardi, fino a settembre 2028.

È il punto di svolta di una mattinata in cui la cultura prova a togliersi di dosso l'abito da beneficiaria e a indossare quello di industria. Emanuele Orsini, presidente di Confindustria, nel suo keynote speech iniziale lo evidenzia con chiarezza: «La cultura ha un pezzo di significato, soprattutto sulle persone e il nostro passato

che non dobbiamo dimenticare. Perché quello che fa forte l'Italia è il made in Italy». Insomma, «la cultura è una parte integrante, fondamentale, del Made in Italy» e sarà importante ricordarlo «nella prossima legge di bilancio». Del resto c'è una base di numeri che fa sì che non ci si limiti a parole da convegno: «Parliamo di un settore che dà lavoro a 309mila persone, con 61 miliardi di euro di fatturato e 21 miliardi di euro di valore aggiunto. È un grande volano per il Paese», in grado di esportare il lifestyle italiano.

La tavola rotonda, moderata dal direttore del *Sole 24 Ore* Fabio Tamburini, mostra il cambio di lessico. La cultura non vuole più essere voce da proteggere a valle, ma filiera da finanziare a monte. Urso la inserisce nella mappa del Made in Italy 2030: oltre alle cinque A tradizionali, blue economy, spazio, salute, accoglienza e industria artistica, culturale e ricreativa.

Leopoldo Destro, vicepresidente di Confindustria per i trasporti, la logistica e l'Industria del Turismo, trasforma il concetto in metodo: «Il valore industriale della cultura è indiscutibile. Il passo decisivo è integrarla in una politica di lungo periodo. Eventi, musica, libri, cinema e audiovisivo hanno bisogno di strumenti che consentano di rafforzare ciò che funziona e correggere rapidamente ciò che non produce effetti utili». E inoltre «la sinergia con il turismo è quella più naturale e che moltiplica gli effetti delle due economie sul paese. È fondamentale assicurare un approccio di sistema in grado di rispondere alle specificità di ciascun comparto». Quello che deve essere chiaro, sottolinea Destro, è che c'è un plus, legato al fatto che «la cultura è una filiera connessa con il turismo e con molti altri comparti, dalla manifattura al digitale».

Il ministro del Turismo Gianmarco Mazzi, dal canto suo, porta il discorso proprio sul turismo culturale, che per il suo ministero vale 56,6 miliardi. E sottolinea di essere al lavoro «con il sottosegretario Borgonzoni a un progetto sul turismo cinematografico, un contributo che vorremmo dare come Ministero del Turismo a fiction e tv movie che hanno come protagonista nella narrazione un luogo, una località. Il caso più eclatante è Montalbano, basato su testi letterari». Si tratta di progetti «che aiutano molto il turismo dei luoghi». In cosa potrebbe sostanzinarsi? «Vorrei, ad esempio, agganciare a ogni ultima puntata – aggiunge il ministro del Turismo – 50 minuti in cui gli attori raccontino i luoghi dove la fiction è stata ambientata».

È lo stesso ministro Mazzi ad annunciare, poi, che il 27 settembre il ministero organizzerà un evento in occasione del quale inviterà gli

operatori del settore «a dire perché il turismo è industria». È «una manifestazione che sarà in realtà un appello pubblico. Io poi cercherò di portarlo in tutti gli uffici, in tutti i contesti sia in Italia sia in Europa di modo che, una volta per tutte, non ci sia più il dubbio che la parola turismo, e soprattutto tutto il comparto che il turismo rappresenta, debba sempre essere indicato insieme a tutti gli altri asset fondamentali dell'economia dell'Italia». In questo quadro Mazzi ricorda, inoltre, il progetto sul turismo delle radici («sono circa 80 milioni nel mondo, altospendenti», capaci di restare dieci giorni contro i due e mezzo del turista medio e l'obiettivo è di «un milione di turisti italodiscendenti a partire da dicembre 2028») e preannuncia un prossimo evento al Colosseo con Alberto Angela, per la promozione del turismo come comparto industriale.

Un approccio, quello del ministro Mazzi, che è tutt'uno con la vocazione internazionale del settore che in un messaggio il ministro degli Esteri Antonio Tajani non manca di evidenziare. «Per questo ho voluto fare della cultura un pilastro della diplomazia della crescita al centro del mio mandato. Con la riforma del ministero degli Esteri in vigore dal 1° gennaio, per renderlo ancora di più a trazione economica, ho fortemente voluto integrare la promozione culturale all'interno della nuova Direzione generale per la crescita e la promozione delle esportazioni.

In definitiva la giornata consegna, di suo, una promessa. Se la cultura è industria, ora dovrà comparire nei decreti, nei crediti d'imposta, nei capitoli di bilancio. L'Italia l'ha celebrata come patrimonio. La sfida, è trattarla come industria.

© RIPRODUZIONE RISERVATA