

Il 13 maggio si presenta al Forum P.A. a Roma il rapporto della
Commissione sulla creatività e la produzione di cultura in Italia

La creatività in Italia.

Valutato il peso del settore in 116 miliardi di euro (9,3% del PIL)

con 2.855.000 addetti (11,8% dell'occupazione)

UE: il 2009 dichiarato "anno europeo della creatività"

Stefano Rolando *

Consegnato prima delle elezioni al Ministro per i Beni e le Attività culturali Francesco Rutelli, il rapporto di sintesi dell'indagine svolta dalla *Commissione di esperti sulla creatività e la produzione di cultura in Italia*, presieduta da Walter Santagata, con il coordinamento di Stefano Rolando, la partecipazione di Tiziana Cuccia, Paolo Leon, Severino Salvemini, Irene Tinagli, Michele Trimarchi e – nell'ambito dell'Amministrazione – Pio Baldi, Annalisa Cicerchia, Giuliano Da Empoli, Giampaolo Manzella, Erminia Sciacchitano, Emanuela Scridel. Hanno collaborato oltre venti esperti tra cui Cristiano Antonelli, Arnaldo Bagnasco, Enrico Bertacchini, Paola Borrione, Andrea Granelli, Guido Guerzoni, Martha Friel, Guido Martinotti, Ariela Mortara, Peppino Ortoleva, Francesca Quatraro, Alessandra Puglisi, Pier Luigi Sacco. La Commissione, insediata il 30 novembre del 2007, ha concluso la fase ricognitiva a fine marzo redigendo un "rapporto di sintesi". Una discussione in pubblico sul rapporto nella sua versione definitiva è annunciata nel quadro di Forum, P.A. a Roma il 13 maggio e in successivi convegni.

In breve tempo e con obiettivo multiplo (pesare l'economia della creatività, valutare la sua incidenza sull'occupazione, formulare raccomandazioni per il breve periodo ma con visione strategica) l'azione di studio e proposta della commissione di esperti istituita presso i Beni Culturali è arrivata a risultato. Con contributi di un *pool* che esprime competenze integrate nell'area dell'economia della cultura e della conoscenza, che per la prima volta è stato messo in condizioni di stare connesso ad un obiettivo istituzionale, si è arrivati a determinare la consistenza di un macrosettore essenziale per comprendere il cambiamento dei caratteri competitivi del paese.

Walter Santagata, professore di *Economia della cultura* all'Università di Torino, che ha presieduto la commissione, ha sottolineato il principale obiettivo della ricognizione sulla produzione di cultura creativa in Italia: "condizione per svolgere una adeguata azione di valorizzazione in Italia e nel mondo dal momento che ad una reale eccellenza non corrisponde ancora un adeguato quadro di conoscenze; cosa che non promuove a sufficienza questo macrosettore, che va considerato leva strategica per lo sviluppo del paese".

Francesco Rutelli, ringraziando i membri della Commissione per il lavoro svolto, ha osservato che "si conferma l'intuizione perseguita dall'inizio del mandato di governo sull'importanza di sviluppare, accanto alla esistente funzione di conservazione del patrimonio, anche quella di promozione della produzione di cultura attraverso modelli industriali creativi. Come è in larga parte del mondo. Funzione che investe naturalmente l'attualità, cioè quanto oggi si fa nei campi oggetto dell'indagine. Proiettata alla migliore collaborazione tra istituzioni, imprese, settori professionali, fondazioni e sistema della formazione con particolare riguardo all'università e alle accademie specializzate". "Mi dispiace – ha aggiunto **Rutelli** – che questa azione di ampliamento della percezione di ruolo e competenza – in ordine a cui sottolineo anche l'avvenuta costituzione, con radicamento a Milano, del Consiglio nazionale per il design – abbia avuto una battuta d'arresto; sono sicuro che sarà proseguita andando verso l'obiettivo, ormai ben argomentato, di un Ministero per la Cultura, su cui il Consiglio superiore del Ministero si è espresso favorevolmente".

Entriamo brevemente nelle caratteristiche del documento. Negli ultimi decenni è cresciuta l'importanza delle industrie culturali e di produzione di cultura. Costituiscono un settore di assoluto rilievo dell'economia mondiale, tra i più dinamici negli scambi internazionali. Le esportazioni mondiali di beni e servizi creativi sono state di 285 miliardi di euro nel 2005 (UNCTAD). Il valore globale del settore dell'economia creativa ammonta in Europa (2003) a circa 654 miliardi di euro.

Nell'introduzione del rapporto si dice che, per posizionarsi nel mercato delle industrie culturali e creative, l'Italia deve riconoscersi in un forte modello di creatività e implementarlo. Per *settore creativo* si intende quello costituito da molteplici profili professionali, culturali e imprenditoriali che utilizzano il valore aggiunto della "creatività" per "nuove e utili" forme di produzione culturale e tecnologica. Due i modelli di riferimento: la *creatività come input dell'innovazione e della tecnologia* (ossia come portatrice di un modello industriale e degli affari) e la *creatività come input della qualità sociale*, fondata sulla cultura tradizionale, sulla qualità estetica, sui beni della cultura materiale (*design*), sul valore del territorio e sulla adozione creativa di nuove tecnologie. Questo secondo modello prevale nell'analisi del contesto italiano. L'Italia – con le sue città creative – sembra iscriversi perfettamente nel modello della *creatività come input della qualità sociale*. Un paese cerniera tra un nord economicamente sviluppato e vicino al modello tecnologico e un sud economicamente emergente, più attento e predisposto alla qualità sociale. Un modello anche relazionalmente di mediazione e di proiezione nelle dinamiche internazionali.

Ciò trova riscontro sotto il profilo quantitativo in un macrosettore del sistema economico italiano di ingente importanza descritto dalla seguente tabella. "E' un settore poco considerato nei documenti ufficiali, soprattutto per la sua trasversalità intersettoriale, difficile da far emergere nei dati statistici" ha puntualizzato **Walter Santagata**. Ma dalle analisi riportate emergono dati importanti: il macrosettore delle industrie culturali e creative vale 116,6 miliardi di euro, pari al 9,33% del PIL italiano. Si noti, per un confronto, che il settore *trasporti e comunicazioni* è pari al 7,68% del PIL o quello delle *attività finanziarie* è pari al 5,83% del PIL. La tabella – che in alcuni settori è sottostimata a causa di categorie statistiche vincolanti (per esempio il settore della "comunicazione" vede oggi stimata una occupazione di 300 mila addetti, ma il riferimento statistico si limita alla "pubblicità" e ne contempla solo meno di un quarto) – aggrega anche un importante dato occupazionale: 2.855.000 addetti pari all'11,8% dell'occupazione in Italia.

Dati su valore aggiunto e addetti dei settori per l'intera catena di formazione del valore (2004)

		Valore Aggiunto (mln. €)	Addetti (migliaia unità)	% VA su PIL	% addetti su occupazione totale
Cultura Materiale	Moda	38.024,2	1.112,6	3,04%	4,59%
	Design Industriale e Artigianato	19.659,7	520,7	1,57%	2,15%
	Industria del Gusto	5.054,8	125,1	0,40%	0,52%
Industria dei Contenuti, dell'informazione e delle comunicazioni	Software	14.641,4	282,7	1,17%	1,17%
	Editoria	10.781,8	224,9	0,86%	0,93%
	TV e Radio	4.070,8	89,4	0,33%	0,37%
	Pubblicità	2.405,8	64,9	0,19%	0,27%
	Cinema	1.929,8	37,6	0,15%	0,16%
Patrimonio Storico e Artistico	Patrimonio Culturale	7.811,0	105,4	0,63%	0,44%
	Architettura	6.683,5	172,3	0,54%	0,71%
	Musica e Spettacolo	5.186,2	120,2	0,42%	0,50%
	Arte Contemporanea	357,2	nd	0,03%	nd
TOTALE		116.606,2	2.855,9	9,31%	11,79%

Fonte: rielaborazione Commissione BB.CC: su dati dell'Istituto G. Tagliacarne

Sono stati presi in considerazione dodici settori delle industrie culturali e creative indicati nella tabella : quelli della *cultura materiale*, della *industria dei contenuti*, della *informazione e della comunicazione*, quelli del *patrimonio storico e artistico* più il fenomeno delle *città creative*. Interessante sottolineare che il perimetro della ricerca compiuta abbraccia e rivaluta, nei settori considerati, anche quello dell'industria del gusto, che ha trovato nell'assegnazione dell'Expo

2015 a Milano sul tema della “*alimentazione*” una conferma di importanza. Il rapporto evidenzia il rinnovato ruolo dei settori culturale e creativo all’interno dell’Unione Europea e posiziona il rilievo di questo comparto dell’economia italiana rispetto all’impostazione che la Commissione Europea intende dare al 2009 dichiarato “*anno europeo della creatività e dell’innovazione*”. Il rapporto esprime infine 70 raccomandazioni (20 proposte strategiche e 50 azioni di breve periodo). Difficile fare sintesi, ma tra le proposte strategiche si segnalano quelle rivolte al miglior coordinamento tra le istituzioni pubbliche (in un quadro inter-istituzionale) e private, “*un primo urgente ambito di decisioni – ha osservato Paolo **Leon** dell’Università di Roma – per la prossima legislatura investendo competenze molto distribuite*”. Poi quelle per dare maggiore visibilità internazionale al paese (orientando le politiche di attrattività attorno a questa tematica e a questo settore). Quelle, come sottolinea **Michele Trimarchi**, dell’Università di Catanzaro, “*per mantenere elevato il tasso di creatività inter-generazionale sostenendo i processi formativi di qualità e mantenendo elevato il numero dei talenti all’opera*”. E ancora: quelle per lo sviluppo delle politiche economiche a favore delle industrie creative; quelle che, riconoscendo il forte impatto moltiplicativo del settore creativo sull’intero sistema economico nazionale, individuano nella mobilitazione di risorse private di investimento un fattore di successo. Ancora più difficile entrare nel merito delle azioni di breve periodo. Tuttavia, a titolo di esempio, si segnalano quelle dirette a valorizzare la cultura materiale come segno italiano di eccellenza. L’Italia con 18 miliardi di euro è il secondo esportatore mondiale di beni creativi dopo la Cina; con 15,9 miliardi di euro il primo esportatore nel settore del design industriale e del *Made in Italy* (UNCTAD). Non secondarie le raccomandazioni per valorizzare il patrimonio storico-artistico del paese, per aumentarne la domanda da parte di visitatori e turisti, per impedire il degrado. E quelle che mirano a dare spazio alla creatività nel mondo dell’informazione, delle comunicazioni e della produzione di contenuti.

* Università IULM Milano e membro della *Commissione di studio sulla creatività e la produzione culturale e in Italia*