

una strategia per il paese

## La cultura è un'impresa

### Il presidente di Federculture anticipa le analisi del Rapporto: mancano visione e supporti adeguati

Roberto Grossi

La cultura è un settore vivo dell'economia reale. L'apporto all'occupazione, al sistema produttivo, alla ricchezza del Paese è incredibilmente sproporzionato rispetto al contributo finanziario diretto e incentivante che riceve dallo Stato. Nonostante l'assenza di politiche per l'industria culturale e creativa e di sostegno al sistema dell'offerta, l'Italia è ancora riconosciuta leader nel mondo per esportazione di beni creativi, design, moda, made in Italy. E anche nel «piccolo» sopravvivono numerose eccellenze: le esportazioni della liuteria cremonese, ad esempio, nel 2012 sono state pari a 3,2 milioni di euro e hanno conquistato mercati come quelli asiatici. Così il marmo bianco di Carrara naviga verso l'estero al ritmo di 521 milioni di euro nel 2011: arte e scultura che da Michelangelo a Henry Moore si sono sviluppate grazie a generazioni di operai specializzati.

Eppure il sistema dell'offerta culturale, quello che genera la domanda, è stato messo in crisi. Gli attentatori sono stati innanzitutto la politica e la burocrazia, che si sono mostrate indifferenti o addirittura hanno svolto un ruolo negativo, promuovendo leggi e regolamenti che hanno imbrigliato l'attività delle aziende culturali. Il conto l'hanno pagato le famiglie e l'insieme della collettività e lo pagherà, con gli interessi, l'intera nazione per i prossimi anni, in termini d'indebolimento della diffusione delle conoscenze, dell'innovazione e della competitività della base produttiva.

La spesa culturale delle famiglie italiane, infatti, nel 2012 è scesa al 7,1% della loro spesa totale. È il primo calo dopo una crescita generale del 26,3% dal 2001 al 2011. È un segnale preoccupante. E, purtroppo, l'indebolimento dell'offerta rischia di allungare le distanze rispetto ai cittadini spagnoli, che spendono in cultura l'8,2% delle proprie disponibilità, dei francesi e dei tedeschi. Il Paese che ha diffuso la conoscenza umanistica e scientifica nel mondo si posiziona così al di sotto sia della media europea (8,9%) sia di altri paesi come Cipro e Ungheria.

Complessivamente il 2012 è stato un anno negativo anche per i siti culturali statali che hanno registrato 36 milioni di visitatori contro i 40 milioni del 2011. Ma quanti sono gli italiani che visitano gli scavi di Pompei o entrano agli Uffizi o al Museo di Capodimonte? Ben pochi. Tanto che solo il 28% ha dichiarato di aver visitato un museo nel 2012 mentre i cittadini inglesi che lo hanno fatto nel proprio paese sono stati il 58%, a Parigi ogni anno il 43% dei residenti visita uno dei 137 musei o una delle 1.046 gallerie d'arte e a Singapore il 40%.

Non stupiamoci allora se nove famiglie italiane su cento dichiarano oggi di non avere nemmeno un libro in casa e la percentuale sale addirittura del doppio al Sud. Una vera e propria depressione culturale. Eppure l'istruzione conviene, come dimostra, dati alla mano, anche la ricerca «The learning curve» condotta dall'«Economist». Dal monitoraggio sullo stato dei sistemi educativi di cinquanta paesi è stato provato che il livello di istruzione produce più alti guadagni, una maggiore aspettativa di vita, scelte personali più ponderate e un minor numero di comportamenti a rischio.

La cultura, dunque, è il migliore investimento.

Il primo obiettivo di una nuova politica per lo sviluppo, allora, è estendere la domanda, cioè la fruizione dei beni, delle attività e dei servizi, in primo luogo dei cittadini e poi dei turisti.

Per questo, occorre rafforzare la rete delle imprese culturali che hanno contribuito storicamente a cambiare l'Italia, realtà spesso penalizzate da uno Stato che piuttosto finanzia chi presenta deficit da ripianare come alcune fondazioni lirico-sinfoniche. Le esperienze di gestioni autonome, cioè i musei, i teatri, le attività musicali affidate a fondazioni e ad