

INVESTIRE PER PROIETTARSI NEL FUTURO

È provato che la spesa culturale genera externalità positive e flussi economici moltiplicati

La cultura nel nostro Paese è un vero e proprio capitale diffuso, fatto di patrimonio artistico, paesaggio, tradizione, ma anche know how e innovazione. È una ricchezza che attraversa capillarmente la Penisola, che non si consuma ma si riproduce. Oggi la sfida per valorizzare appieno questi asset sta nella capacità di creare reti e alleanze, di mettere in circolo e scambiare questo capitale creando inter-

**LINEE GUIDA
DA PERSEGUIRE**
**È necessario ridare
certezza ai finanziamenti
nell'area, razionalizzare
e semplificare la
burocrazia per non
soffocare le eccellenze
del nostro Paese**

un cambio di mentalità, l'Italia ha fatto grandi passi in avanti rispetto alla logica del tutto pubblico che ci aveva consegnato musei polverosi, vuoti, poco attraenti, incapaci di confrontarsi con il privato, auto-referenziali. Non bisogna, tuttavia, appassionarsi ai modelli teorici, alle ricette astratte, ma valorizzare le esperienze concrete che rendono possibile un percorso di modernità, capaci di tradurre la straordinarietà del nostro patrimonio in diffusione delle conoscenze e reale ricchezza economica. Oggi, più che mai, per far ripartire l'economia ed arginare paure e scetticismi, occorre investire in beni e servizi che abbiano un importante valore aggiunto, oltre che economico. È il caso del patrimonio culturale e artistico, il cui valore pubblico è sancito dalla Costituzione. E un Pa-

ese come l'Italia non può programmare il proprio futuro e non potrà presentarsi nel confronto internazionale senza un profondo rinnovamento delle politiche che siano fondate sul valore della propria vocazione artistica e culturale. La cultura, infatti, sviluppa saperi e competenze, produce benessere e ricchezza economica, favorisce l'innovazione ed i processi di inclusione sociale. Educare al rispetto della tradizione e al gusto del bello, investire in servizi culturali e in centri di sapere, rende le nostre città più vivibili e le trasforma in poli d'attrazione di un turismo di qualità. I destinatari dell'intervento pubblico sono i cittadini ed i territori che possono, così, produrre ed esprimere vitalità. Pertanto, lo Stato deve garantire un'offerta culturale di qualità per attivare un processo virtuoso in cui

interesse tra i diversi soggetti titolati ad intervenire nella gestione della cultura, sia nei rapporti tra pubblico e pubblico che in quelli tra pubblico e privato. Laddove questo scambio ha funzionato, determinando

ese come l'Italia non può programmare il proprio futuro e non potrà presentarsi nel confronto internazionale senza un profondo rinnovamento delle politiche che siano fondate sul valore della propria vocazione artistica e culturale. La cultura, infatti, sviluppa saperi e competenze, produce benessere e ricchezza economica, favorisce l'innovazione ed i processi di inclusione sociale. Educare al rispetto della tradizione e al gusto del bello, investire in servizi culturali e in centri di sapere, rende le nostre città più vivibili e le trasforma in poli d'attrazione di un turismo di qualità. I destinatari dell'intervento pubblico sono i cittadini ed i territori che possono, così, produrre ed esprimere vitalità. Pertanto, lo Stato deve garantire un'offerta culturale di qualità per attivare un processo virtuoso in cui

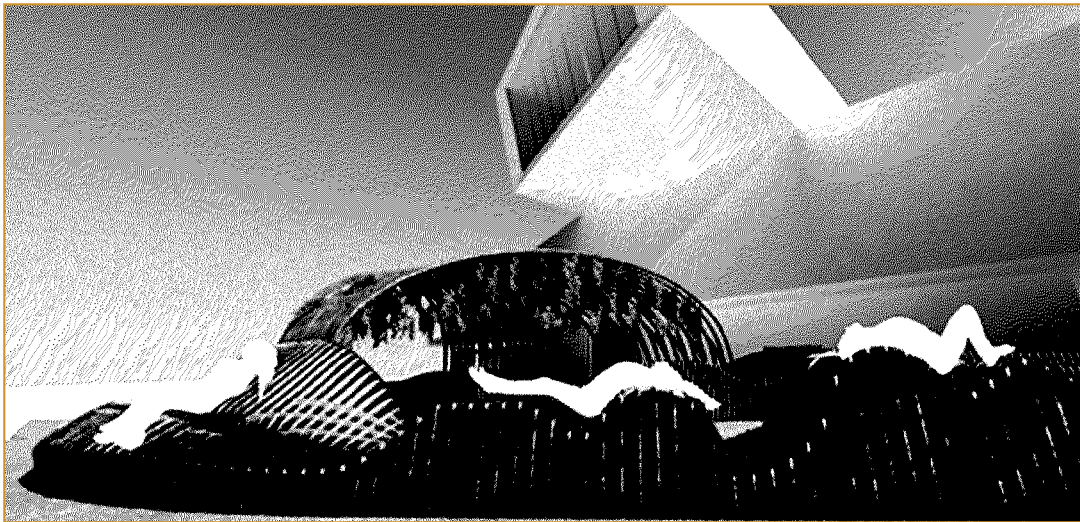
LEADERSHIP DA RITROVARE

Ritornare a puntare su cultura e arte in Italia è un modo vincente per rilanciare il Paese soprattutto a livello internazionale. Iniziative come il Manifesto aiutano a ritrovare una sensibilità verso il nostro patrimonio culturale, fondamentale per gli italiani e per l'immagine dell'Italia nel mondo che in questo settore deve acquisire leadership e più credibilità.



Guido Galimberti presidente di Opera Art Solutions

Guido Galimberti.



**Al Maxxi un nastro
per «Unire/Unite» tutti**

Movimento e vita per apprezzare al meglio il museo, e quasi legarsi alle sue opere, alla sua architettura. Un nastro lungo e sinuoso fatto di legno e prato attraverserà la piazza del Maxxi da giugno 2012 e per tutta l'estate. È Unire/Unite, il progetto dello studio newyorkese/romano Urban Movement Design, vincitore di Yap Maxxi 2012.

il bisogno di cultura non raggiunge mai il suo punto di saturazione, ma cresce in maniera più che proporzionale all'aumentare del consumo. Studi sui ritorni economici del settore hanno evidenziato che la spesa effettuata in cultura produce esternalità positive e genera flussi economici moltiplicati. Investire in cultura significa affrontare le emergenze dell'attuale fase politico-sociale e proiettarsi verso il futuro. Occorre riconsegnare alla cultura nuova centralità nelle strategie per lo sviluppo del Paese. Al contrario, nelle ultime manovre del Governo, che si trova ad affrontare una situazione di gravità straordinaria e cerca di creare le premesse per un cambiamento della vita economica del Paese, non si evince un disegno complessivo che rilanci la cultura quale protagonista del progetto di crescita. Sarebbero necessari interventi che seguano alcune linee guida. La prima, presupposto necessario, riguarda la certezza dei finanziamenti al settore per la programmazione e pianificazione delle attività. Altrettanto importante è un'azione di razionalizzazione e semplificazione burocratica per non soffocare le eccellenze. L'Italia è rinomata per le sue eccellenze in ambito culturale. L'azienda speciale Palaexpò, la Biennale di Venezia, La Triennale, il Piccolo teatro e la Scala di Milano, l'Auditorium Parco della Musica e il Maxxi di Roma

sono alcune delle esperienze di gestioni efficienti. Tali realtà rappresentano un'opportunità concreta per rimanere all'altezza degli standard internazionali dati gli effetti positivi che producono, quali i migliori livelli di efficienza e di efficacia, la creazione di indotto sul territorio e un'occupazione qualificata. È fondamentale salvaguardare l'autonomia di questi enti e delle aziende create in una logica di partenariato pubblico-privato. Di fronte al crollo dell'intervento pubblico si evoca il contributo dei privati. È indispensabile, pertanto, passare da una logica di sponsorship ad una di partnership per condividere con il privato obiettivi e finalità sociali nel medio-lungo periodo. Sono necessarie regole certe, incentivi fiscali e pianificazione a lungo termine, per venire incontro alle esigenze del privato di intervenire nei consigli di amministrazione, di accedere al bilancio e di verificare la qualità dei progetti. La cultura può dare un formidabile contributo alla ripresa. Investire in beni, servizi culturali e nella difesa del paesaggio significa, infatti, potenziare e ottimizzare un settore già esistente e vitale, attivando un processo virtuoso di produzione, benessere e ricchezza, oltre che di creazione di indotto economico sul territorio, occupazione, innovazione e inclusione sociale. (Roberto Grossi)

I CINQUE PUNTI DEL MANIFESTO

1 - Una costituente per la cultura

Cultura e ricerca sono capisaldi della nostra Carta fondamentale. L'articolo 9 della Costituzione «promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione». Sono temi intrecciati tra loro. Perché ciò sia chiaro, il discorso deve farsi economico. Niente cultura, niente sviluppo. "Cultura" significa educazione, ricerca, conoscenza; "sviluppo" anche tutela del paesaggio.

2 - Strategie di lungo periodo

Se vogliamo ritornare a crescere, se vogliamo ricominciare a costruire un'idea di cultura sopra le macerie che somigliano a quelle su cui è nato il risveglio dell'Italia nel dopoguerra, dobbiamo pensare a un'ottica di medio-lungo periodo in cui lo sviluppo passi obbligatoriamente per la valorizzazione delle culture, puntando sulla capacità di guidare il cambiamento. Cultura e ricerca innescano l'innovazione, e creano occupazione, producono progresso e sviluppo.

3 - Cooperazione tra i ministeri

Oggi si impone un radicale cambiamento di marcia. Porre la reale funzione di sviluppo della cultura al centro delle scelte del Governo, significa che strategia e scelte operative devono essere condivise dal ministro dei Beni Culturali con quello dello Sviluppo, del Welfare, della Istruzione e ricerca, degli Esteri e con il premier. Il ministero dei Beni Culturali e del paesaggio dovrebbe agire in coordinazione con quelli dell'Ambiente e del Turismo.

4 - L'arte a scuola e la cultura scientifica

L'azione pubblica contribuisca a radicare a tutti i livelli educativi, dalle elementari all'Università, lo studio dell'arte e della storia per rendere i giovani

ILSUMMIT

OGGI A MILANO IL CONVEGNO

Beni culturali e mercato dell'arte due asset competitivi per il nostro Paese. Patrimonio culturale nazionale, musei e collezioni private: quali sono i punti su cui creare un tavolo di confronto? Se ne parla oggi nel 2° summit Arte e cultura organizzato nella sede milanese del Sole 24 Ore (via Monte Rosa 91, dalle ore 845).

Il convegno analizzerà le possibili sinergie per la valorizzazione del capitale culturale nazionale, proponendo nuove formule di alleanza pubblico/privato. Il responsabile del supplemento Il Sole 24 Ore Domenica, Annando Massarenti, illustrerà i contenuti del Manifesto per la cultura in apertura dei lavori e intervisterà il sottosegretario al ministero per i Beni e le attività culturali, Roberto Cecchi sulle formule di valorizzazione per i beni pubblici culturali. Nel pomeriggio saranno presentate la ricerca Astarea/The Round Table e quella dell'Associazione Civita.

i custodi del nostro patrimonio, e per poterfare in modo che essi ne traggano alimento per il futuro. Per studio dell'arte si intende l'acquisizione di pratiche creative e non solo lo studio della storia dell'arte. Ciò non significa rinunciare alla cultura scientifica, ma anche assecondare la creatività.

5 - Pubblico-privato, sgravi ed equità fiscale

Una cultura del merito deve attraversare tutte le fasi educative, formando i cittadini all'accettazione di regole per la valutazione di ricercatori e progetti di studio. La complementarità pubblico/privato, che implica l'intervento dei privati nella gestione del patrimonio pubblico, deve divenire cultura diffusa. Prowedimenti legislativi a sostegno dei privati vanno sostenuti con sgravi fiscali: queste misure presentano anche equità fiscale.



La ricerca civita

NELLA CULTURA LA CRISI MORDE DI PIÙ IN ITALIA CHE IN FRANCIA O GERMANIA

Solo poco più di quattro imprese ogni cento in Italia si occupano di cultura, arte e creatività. Eppure siamo l'Italia, il Paese dove il dolce si suona, dove son nati Michelangelo, Leonardo, Raffaello e via enumerando. In Europa fan tutti meglio: Germania, Spagna, Francia e Regno Unito.

Secondo Civita, che ha elaborato dati Eurostat del 2009, il panorama italiano è in affanno: oltre 176mila aziende che rappresentano il 4,4% del totale e che danno lavoro a 355mila persone, circa il 2,2% degli occupati. L'Italia è fanalino di coda sia per percentuale di imprese (in Germania sono sei su cento) sia per percentuale di addetti (nel Regno Unito e in Francia si supera il 3%). E nel biennio considerato dalla ricerca di Civita, che sarà presentata al summit di oggi di Milano, l'Italia ha subito una lieve contrazione nel numero delle imprese e degli addetti: pochi decimali di punto che ricalcano l'andamento complessivo dell'economia: «Il comparto è fragile - dice Pietro Valentino, docente di Economia politica alla Sapienza ed esperto di marketing culturale -: hanno retto meglio ambiti creativi quali il design e il cinema, mentre i beni culturali sono stati più in difficoltà».

FANALINO DI CODA

Lo studio Civita su dati Eurostat sottolinea che, fra i Paesi considerati (Francia, Germania, Spagna e Regno Unito) l'Italia è quello con la percentuale più bassa di aziende che operano nel settore della cultura e dell'industria creativa. In Italia sono il 4,4% del totale; la situazione migliore in Germania con oltre sei imprese su cento impegnate nella cultura.

Certo, nel nostro Paese, la crisi ha tagliato anche i fondi pubblici: «In Francia e Germania - prosegue Valentino - il settore nel suo complesso ha registrato tassi di decrescita inferiori all'Italia perché lo Stato ha sostenuto alcuni ambiti. In Francia, i fondi pubblici hanno dato spinta ai musei e a tutta l'industria che lavora attorno alle grandi raccolte». Probabilmente - è la riflessione di Valentino - nel biennio 2010-2011 si andrà accentuando il tasso di decremento delle attività culturali: «Di certo, però -concluderanno cali inferiori a quelli delle attività economiche e che possiamo ipotizzare attorno allo 0,5 per cento».

