

Piccole e medie imprese

Risorse. «L'Italia potrebbe fare di più»

Cultura fattore competitivo

Rilanciare il mondo della cultura attraverso una nuova stagione di riforme per rimettere in pista l'appetibilità dell'intero sistema Italia.

A chiederlo a viva voce è Roberto Grossi, il presidente di Federculture, l'associazione di categoria che raggruppa enti locali, aziende e soggetti pubblici e privati che gestiscono i servizi legati alla cultura, il turismo, lo sport e il tempo libero, secondo cui «un paese che non pensa alla cultura nell'impostazione generale delle politiche pubbliche è un paese che non guarda al benessere dei suoi cittadini e alla loro crescita sociale e civile».

Parole che fanno il paio con le richieste provenienti e più volte reiterate (l'ultima il 9 marzo scorso durante la tappa fiorentina del road show di Confcommercio) dal tessuto imprenditoriale italiano, convinto che il patrimonio culturale del Bel Paese rappresenti «una risorsa competitiva non utilizzata in maniera efficiente».

E che ci sia ancora molto da fare, nonostante la grossa e preziosa eredità su cui la penisola può contare, viene confermato dallo stesso Grossi: «Nonostante l'Italia vanti il più alto numero di siti che fanno parte del patrimonio mondiale dell'Unesco - ha proseguito il numero uno di Federculture -, dobbiamo confrontarci con un'incidenza dei fondi assegnati al ministero dei Beni e delle attività culturali che è appena lo 0,22% del totale. C'è però una logica nuova su cui bisogna insistere, e cioè il positivo connubio fra pubblico e privato, che passa dalle sponsorizzazioni fino alla costituzione di Fondazioni di diritto privato. Un connubio che ha permesso di rilanciare iniziative artistiche che poi sortiscono benefici anche

per i tessuti produttivi locali, creando indotto e nuove occasioni di business».

L'assioma è semplice: un paese culturalmente attivo è anche un paese economicamente produttivo.

Nonostante la difficile situazione economica e la necessità di rigore nel controllo della finanza pubblica, l'82% delle piccole e medie imprese, secondo l'analisi di Format-Ricerche di mercato, ritiene infatti che gli investimenti pubblici destinati alla tutela e alla valorizzazione dei beni culturali andrebbero potenziati.

Ad avvertire con più forza tale esigenza sono le imprese

MATTO IN TRE MOSSE

Il rilancio del settore passa attraverso la valorizzazione dei sistemi museali, dell'offerta online e dei grandi eventi

che operano nel settore del commercio e dei servizi. Le stesse a proporre tre strategie prioritarie per il settore. E cioè: «Valorizzare il sistema museale e dei siti archeologici, implementare le tecnologie per l'accessibilità sulla rete del patrimonio culturale italiano e, infine, nuovo carburante alla macchina organizzativa dei grandi eventi». Un rapporto biunivoco, insomma, fra cultura e produzione che andrebbe potenziato spianando la strada, anche per le Pmi, a un nuovo modello di mecenatismo imprenditoriale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

