

INTERVISTA | Claudio Gagliardi | Segretario generale Unioncamere

«L'industria della conoscenza crea occupazione»

di Deborah Dirani

L'industria culturale in Italia, un'opportunità per il Paese, a patto che venga letta in tutte le sue potenzialità, come conferma Claudio Gagliardi segretario generale di Unioncamere

Voi presenterete una ricerca sull'industria culturale durante il seminario di Symbola. Quali sono le linee principali?

In questa seconda edizione della ricerca "L'Italia che verrà", da noi realizzata in collaborazione con la Fondazione Symbola, abbiamo voluto analizzare in profondità quei fattori competitivi, propri di molte imprese italiane, che stanno progressivamente segnando un evidente cambio di paradigma nella crescita economica. Anche in risposta all'attuale crisi, oggi infatti assistiamo alla sempre maggiore diffusione di un nuovo modello di sviluppo aziendale fondato sulla qualità, sulla creatività, sulla valorizzazione

dei fattori locali, sulla storia e tradizione dei prodotti comprati e consumati, sul rispetto dei luoghi di origine, associando a questi il valore della salvaguardia dei beni ambientali e dei valori culturali. Un modello di sviluppo che - puntando quindi su alcuni asset competitivi del Sistema Italia come l'innovazione, la sostenibilità e, non da ultima, la tutela del territorio - risponde appieno alla mission delle Camere di commercio nella valorizzazione dei sistemi economici locali.

In un periodo di crisi come questo, con i continui tagli alla cultura, qual è lo stato di salute del settore?

Se per settore culturale si intende - come nella nostra ricerca - il ruolo e il peso che la produzione di cultura assume non solo nella tutela e valorizzazione dei beni culturali stessi ma in tutte le dimensioni del nostro sistema imprenditoriale ed economico, il suo stato di salute è senz'altro incoraggian-

te. E con grandi potenzialità per il futuro. Rispetto al 2007, solo per fare un esempio, l'occupazione di questo settore è cresciuta quando nel complesso dell'economia nazionale si è invece dimostrata in flessione. L'industria culturale mostra pertanto una particolare tenuta occupazionale, un elemento di grande importanza in anni come questi in cui abbiamo assistito e continuiamo ad assistere alla distruzione di posti di lavoro.

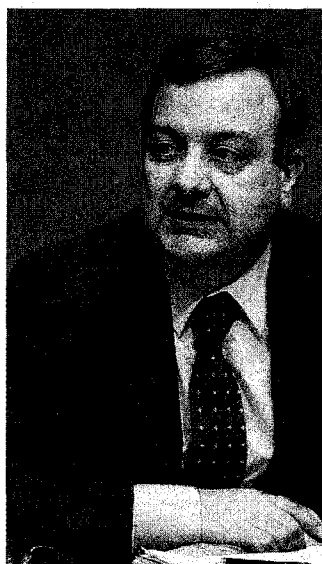
Si può considerare l'industria culturale come uno dei punti strategici dell'economia nazionale per uscire dalla crisi?

La competitività futura del Paese passa senza dubbio da questa fascia del nostro tessuto imprenditoriale, la cui crescita implica però la definizione di interventi di supporto dedicati, orientati a una logica di networking, indispensabile per vincere le nuove sfide globali. Le reti di impresa, in que-

sto senso, hanno il grande vantaggio di unire innovazione e tradizione, internazionalizzare piccole realtà locali, fare delle tante singole genialità un unico e potente know-how tutto italiano, in grado di competere sui mercati esteri. In questo campo, le camere di commercio si stanno già impegnando per sensibilizzare la creazione di reti non solo orizzontali ma soprattutto intersettoriali, promuovendo quella cultura dell'aggregazione necessaria al nostro sistema per fare un salto decisivo nel futuro. La valenza strategica dell'industria culturale è infatti data proprio dalla sua forte carica di intersettorialità. Ovvero dalla sua capacità di attivare altri "pezzi" del tessuto economico: per ogni euro prodotto dal settore, se ne producono infatti quasi altri due all'interno dell'intera filiera culturale (dal recupero del patrimonio storico-architettonico fino al turismo e al commercio di prodotti tipici).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INDUSTRIA CULTURA
«Per ogni euro prodotto dal settore se ne generano altri due all'interno dell'intera filiera»



Claudio Gagliardi, 53 anni

