

CULTURA

Stati generali:
una due giorni
su arti e primati
del Made in Italy

Due giorni per riflettere sulle arti e il primato dell'industria Made in Italy

Stati Generali della Cultura

Nicoletta Picchio — a pag. 17

Nicoletta Picchio

Un settimo posto a livello mondiale, inseriti tra i vertici secondo la rivista «Forbes»: è la posizione del marchio Made in Italy in base alla reputazione tra i consumatori. Ebbene sì, è l'ennesima conferma di come l'eccellenza italiana sia riconosciuta e nota al mondo, accanto ai marchi super globali. Un apprezzamento all'estero forse più forte rispetto alla consapevolezza che abbiamo, da noi, della potenza del Made in Italy. Ma come si può declinare il brand Italia? Cultura, bellezza, creatività, design, ma ancora sostenibilità e tecnologia: sono tratti identitari radicati nella società e nell'economia. Una capacità manifatturiera che sa allargare il raggio incorporando competenze culturali e creative nei processi produttivi, generando un motore di innovazione e riuscendo ad intercettare una domanda crescente nel mondo di beni di alta qualità. Una "cultura politecnica", peculiarità tutta italiana, che ha portato il nostro Paese a centrare il record di export nel 2022 arrivando a oltre i 600 miliardi di euro, in uno scenario di domanda mondiale debole, conquistando quote di mercato nei confronti dei nostri principali competitor. Il mondo della cultura e delle produzioni culturali si intreccia quindi con le tante filiere industriali, veicolando il Made in Italy a 360 gradi. Su questi temi, e sulle tante sfaccettature che l'analisi comporta, si concentreranno oggi gli Stati Generali della Cultura, organizzati come ogni anno dal Gruppo 24 Ore. Il titolo *Valicare i confini per un nuovo sistema-Paese* dà subito il messaggio dello sguardo internazionale dell'evento. Nella giornata di esordio, questa mattina, dopo i saluti istituzionali, ad aprire i lavori sarà il ministro degli Esteri, Antonio Tajani, intervistato dal direttore del Sole 24 Ore, Fabio Tamburini. Domani salirà sul palco il ministro della Cultura, Gennaro Sangiuliano. Prima tappa a Milano, sia in presenza che in diretta *streaming*, nella Sala Viscontea del Castello Sforzesco (l'evento si inserisce nel programma Forum Cultura 2023 del Comune di Milano), domani a Torino, nell'Aula Magna Cavallerizza Reale dell'Università. Un rapporto stretto con le amministrazioni, a riprova della collaborazione efficace pubblico-privato. Giò Ponti,

uno dei più importanti architetti e designer italiani del Dopoguerra ha usato una definizione efficace: «in Italia l'arte si è innamorata dell'industria. Ed è per questo che l'industria è un fatto culturale». Cultura sono le arti, il design, l'editoria, il cinema, ma cultura è anche la scienza, la matematica, una formula chimica o un brevetto, è il design legato alla funzionalità, elemento essenziale del nostro Made in Italy. I 130 musei di **Museimpresa** ne sono una testimonianza emblematica. Nell'apertura della sede di Washington, a luglio, Carlo Bonomi, presidente di Confindustria, si è affidato a Leonardo come ambasciatore del Made in Italy, esponendo alla Public Library Martin Luther King 12 fogli del *Codice Atlantico*, intreccio tra arte, progetto, funzionalità, futuro. E nel 2021 per la prima volta Confindustria è stata presente alla Mostra del Cinema di Venezia, con il cortometraggio *Centoundici. Donne e uomini per un sogno grandioso*, affidando allo schermo la testimonianza del coraggio del Dopoguerra trasposto al post-pandemia.

Media, editoria, cinema e tv, mondo della comunicazione e del design, nuovi modelli di fruizione, investimenti privati nell'ambito delle programmazioni pubbliche: sono i focus dell'edizione 2023 degli Stati Generali, sottolineando che il rapporto pubblico-privato è determinante per la crescita del settore. Ne parleranno stakeholders privati, rappresentanti delle istituzioni, esperti del settore, giornalisti. I numeri danno l'idea dell'impatto. Dai dati dell'ultimo rapporto *Io sono cultura* di Symbola e Unioncamere emerge che la cultura è un formidabile attivatore di economia: una filiera che nel 2022 ha generato complessivamente un valore aggiunto pari a 95,5 miliardi, in aumento del +6,8% rispetto all'anno precedente, e del +4,4% rispetto al 2019. L'occupazione recupera 43mila posti, arrivando a 1.490.738, le imprese che lavorano nella filiera sono 275.318, oltre a 37.668 organizzazioni non profit che si occupano di cultura e creatività e impiegano più di 21mila dipendenti. Per ogni euro prodotto dalle attività culturali e creative se ne attivano altri 1,8 in settori economici diversi. Complessivamente attività culturali e creatività generano valore aggiunto per circa 272 miliardi di euro. Un motore di crescita che si intreccia con la "fabbrica" in quel campo largo che è il Made in Italy, aperto ad un nuovo Umanesimo industriale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



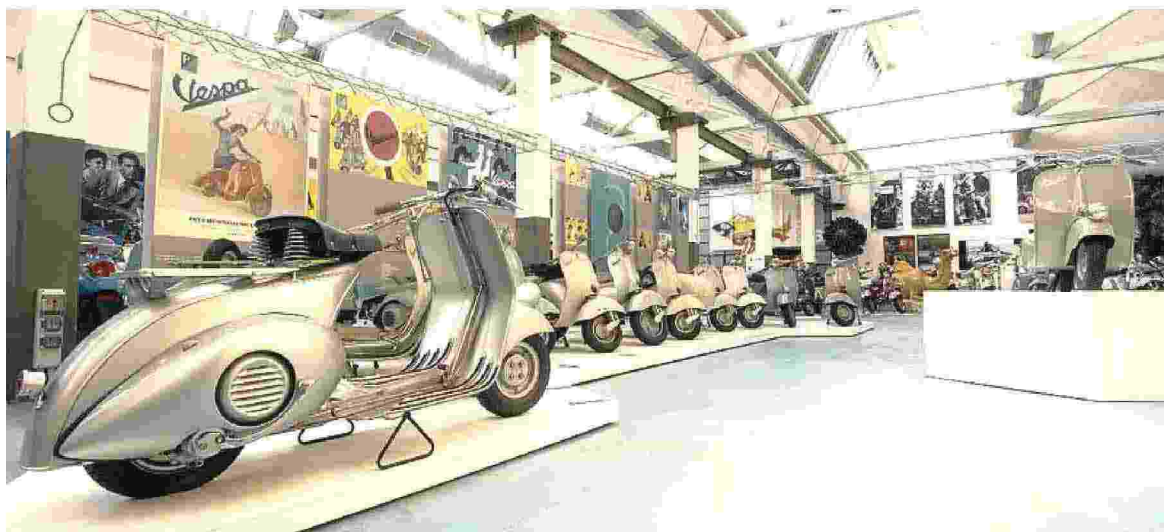
OGGI A MILANO

Inizia alle 9.30 alla Sala Viscontea del Castello Sforzesco a Milano (foto). Presente il Ministro degli Esteri Antonio Tajani.



IL 14 SETTEMBRE A TORINO

Sempre dalle 9.30 all'Aula Magna Cavallerizza Reale dell'Università di Torino (foto). Ci sarà il Ministro della Cultura, Gennaro Sangiuliano.



A Pontedera (Pi). Il Museo Piaggio uno dei 130 musei di [Museimpresa](#)

