

di **Enrica Roddolo**

a cultura è economia. «E non penso tanto a quella del turismo ma all'occupazione che genera e a molto altro. E le imprese culturali come pure quelle creative — le une più legate al mondo dei contributi pubblici che alle risorse racimolate con le biglietterie, le altre più legate alle dinamiche del mercato da dove traggono linfa tramite ticket e vendita di prodotti culturali — sono un bacino di ricchezza ancora in gran parte inesplorato», spiega Gregorio De Felice, Chief Economist di Intesa Sanpaolo. «Basta considerare che i settori culturali e creativi in Italia rappresentano solo il 2,3% del valore aggiunto del nostro Paese, mentre nell'Europa a 28 la percentuale è del 2,7%. Molto meglio di noi fanno Regno Unito a quota 4% e Francia che raggiunge il 2,8%».

Gli occupati nel settore sono complessivamente in Italia circa 830 mila persone (il 3,6% degli occupati nazionali), a fronte però di un dato di occupazione «culturale e creativa» nell'Europa a 28 che sfiora i 9 milioni di persone. Anzi, 8,7 milioni per la precisione, ovvero il 3,8% del totale dell'occupazione nazionale.

Che cosa serve allora alle aziende culturali

Cultura e creatività

L'impresa che cresce

Aziende «del bello» sotto la lente di Intesa Sanpaolo e Mediocredito. De Felice: «Oltre la metà nate dopo il 2000 e pronte a investire». Firpo: «Serve lo spirito del *project financing*»

L'82,4% ha fatto investimenti negli ultimi tre anni (e circa un terzo in maniera significativa)

e creative italiane per crescere? Per diventare davvero un volano economico rilevante? «Servono azioni mirate per una tipologia di imprese in genere piccole se non piccolissime, la metà con un fatturato inferiore a un milione. E spesso molto giovani: oltre la metà sono nate dopo il 2000», continua De Felice. Oltre il 31% conta meno di dieci addetti e solo un risicato 5% supera quota 250 dipendenti. In mezzo si collocano imprese tra i 10 e i 19 addetti (18,5%), tra i 20 e i 40 (26,1%) e il 19,3 che ne conta tra i 50 e i 249.

Anche perché dall'analisi emerge come si tratti di un settore con prospettive in crescita

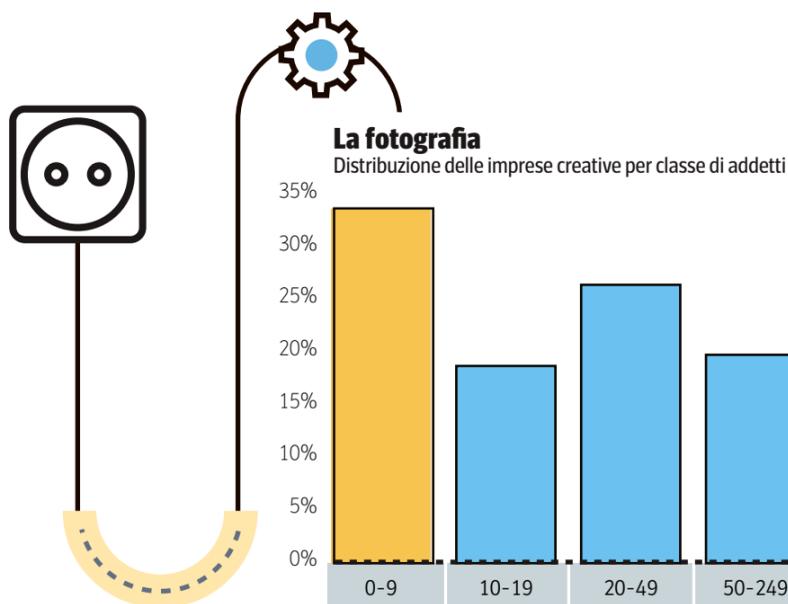
e buona propensione a investire: oltre la metà delle imprese si aspetta infatti un aumento delle attività nel biennio 2019-2020 e oltre il 60% dei soggetti dichiara che investirà in particolare in comunicazione e marketing. Il perché? È chiaro: calano i contributi pubblici e diventa essenziale per le aziende farsi conoscere meglio per trovare altre risorse».

Sono alcuni dei dati che emergono dalla prima indagine sulle imprese culturali e creative realizzata da Intesa Sanpaolo con Mediocredito Italiano, tra febbraio e maggio 2019, che ha coinvolto 119 società. Indagine realizzata con la collaborazione di Fondazione Fitzcarraldo, Aesvi, Agis Lombardia, Aie, Federculture e Federvivo. E la fotografia è quella di un mondo variegato che include spettacolo dal vivo, musei, editoria, musica, produzioni video e cinematografiche.

Propensione agli investimenti

Imprese, piccole, spesso molto giovani (quasi il 30% sono start-up a fronte di un 18,5% di imprese storiche), molto attente a valorizzare il capitale umano (per circa l'80% è

L'industria della creatività in Italia



A Milano con ingresso libero

Oggi al «Corriere» il ministro Franceschini apre la prima tappa del festival

Al via ufficialmente oggi il mese del Bello dell'Italia: ottobre vede il *Corriere* impegnato con tre tappe «dal vivo» oltre che con le inchieste sul giornale. Ma ormai da un anno ogni martedì sulla carta e sul sito potete trovare un'inchiesta che approfondisce i temi legati al patrimonio culturale.

Si comincia da **Milano, oggi alle 15.30**, nella sala Buzzati (via Balzan 3, dietro alla sede storica del *Corriere*): il nostro direttore **Luciano Fontana intervisterà in pubblico il ministro dei Beni culturali e del Turismo Dario Franceschini**. Tanti i temi sul tavolo: dalle grandi navi a Venezia alla riconferma dei soprintendenti, dal vincolo per lo stadio di San Siro fino alla legge sull'editoria. All'incontro intervverrà un'altra autorità importante nella tutela della nostra bellezza, **il generale Roberto Riccardi, comandante dei carabinieri per la Tutela del patrimonio culturale**, quegli uomini e quelle donne dell'Arma che ogni giorno recuperano opere d'arte rubate, proteggono quelle più fragili, conducono indagini contro il malaffare legato all'arte. Riccardi racconterà storie di opere recuperate, salvate, perdute. L'ingresso è libero fino ad esaurimento posti, per prenotarsi basta una email a milano-ibellodellitalia@rcs.it.

Il 22 ottobre toccherà a Ravenna (dalle 18



Il primo incontro

Oggi dalle 15.30, in sala Buzzati (via Balzan 3) il ministro dei Beni culturali e del Turismo Dario Franceschini apre la serie degli incontri del Bello dell'Italia 2019. Sul palco anche Roberto Riccardi, comandante dei carabinieri Tpc

alle 20, ravenna-ibellodellitalia@rcs.it) presso la sala Muratori della Biblioteca Classense. Anche qui, tanti gli ospiti previsti, come la violoncellista Jenny Burnazzi, il regista Marco Martinelli, il geografo e storico Egidio Ivetic oltre al sindaco, Michele De Pascale e a due esperti come Alberto Manzanti, responsabile Distretto centro-settentrionale di Eni e Michele Troni, direttore Waste

l'esperienza o la capacità del team di lavoro il vero asset), e molto coraggiose nel guardare al futuro, dunque altamente dinamiche. «Proprio così, l'82,4% ha dichiarato di aver fatto investimenti negli ultimi 3 anni e, di queste, circa un terzo dichiara di averlo fatto in maniera significativa. Insomma, le imprese messe sotto la lente da Intesa Sanpaolo e Mediocredito italiano, hanno fame di investimenti mentre pmi attive in altri ambiti tendono magari a essere più timide... ma le aziende della cultura incontrano difficoltà nel reperire gli strumenti necessari di finanziamento», spiega Stefano Firpo, direttore generale di Mediocredito italiano.

Credito su misura

E come si possono aiutare, dunque? «Direi che c'è bisogno di un servizio di "sartoria" finanziaria studiata ad hoc per loro, soluzioni di credito davvero *tailor made*, fatte su misura per una tipologia di attività imprenditoriale molto particolare — continua Firpo —. Le principali difficoltà che incontrano questi imprenditori sono infatti strumenti finanziari inadeguati (per il 61,3% degli intervistati) e poiché parliamo di attività che si basano spesso su asset immateriali pesa la mancata valorizzazione di questo patrimonio. Mediocredito, forte del desk già attivo al suo interno e nato per rivolgersi a cinema e audiovisivo, può proporsi come interlocutore privilegiato». Il gruppo si candida a essere la banca delle imprese culturali e creative? Forte della leadership di Mediocredito italiano nel finanziamento al settore della produzione audiovisiva ed entertainment e le prospettive di sinergie con Banca Prossima grazie al track record su imprese creative? «Il gruppo Intesa Sanpaolo, attraverso il desk specialistico di

Mediocredito italiano è leader su cinema e audiovisivo con finanziamenti per 1,5 miliardi e Banca Prossima a sua volta è già operativa con un desk sulle aziende creative cui ha erogato oltre 800 milioni». Quale tipo di sostegno serve per aiutare queste aziende a crescere? «Sarà importante attivare fondi di garanzia e serve lavorare meglio sui fondi europei. E la banca deve dotarsi di figure con competenze specifiche, e fornire assistenza finalizzata alla ricerca di partner con cui aggregarsi, italiani o stranieri. Per queste imprese è molto importante il credito a medio-lungo termine e quanto al capitale di rischio sono le imprese creative ad avere più interesse».

Oltre la metà degli intervistati dichiara infatti che servono finanziamenti a medio-lungo termine, con durata e modalità di rimborso adeguate alla propria attività. E la necessità di strumenti a medio e lungo termine può essere legata anche alla tipologia di attività che spesso è programmata su periodi pluriennali. Infatti il 64% delle imprese del campione analizzato ha un'attività soggetta a cicli di produzione o investimenti che vanno oltre l'esercizio finanziario. «In futuro si potrebbe

Il 64% delle imprese ha un'attività soggetta a cicli di produzione o investimenti che vanno oltre l'esercizio finanziario. E chiedono finanziamenti a medio-lungo termine

sollecitare meglio tutto il mondo della nuova filantropia — chiude Firpo —. E poiché sono imprese abituate ai contributi pubblici spesso a progetto, ha senso muoversi con un atteggiamento tipico del *project financing*».

Avvicinando la lente, l'identikit delle aziende in ambito culturale-creativo che emerge dall'indagine fa capire su cosa poggino la loro operatività queste realtà. Se le imprese creative si affidano come fonte di ricavo principalmente alla vendita di prodotti, alla gestione o vendita di diritti della proprietà intellettuale e alla vendita di servizi, per le imprese culturali la principale fonte di ricavo restano i contributi di enti locali e territoriali, seguiti da biglietteria e contributi pubblici ministeriali, diretti o indiretti tramite il *tax credit*. E se per le imprese culturali il motore primo del successo è individuato nel capitale umano qualificato, per le imprese creative l'eccellenza fa il paio con l'innovazione.

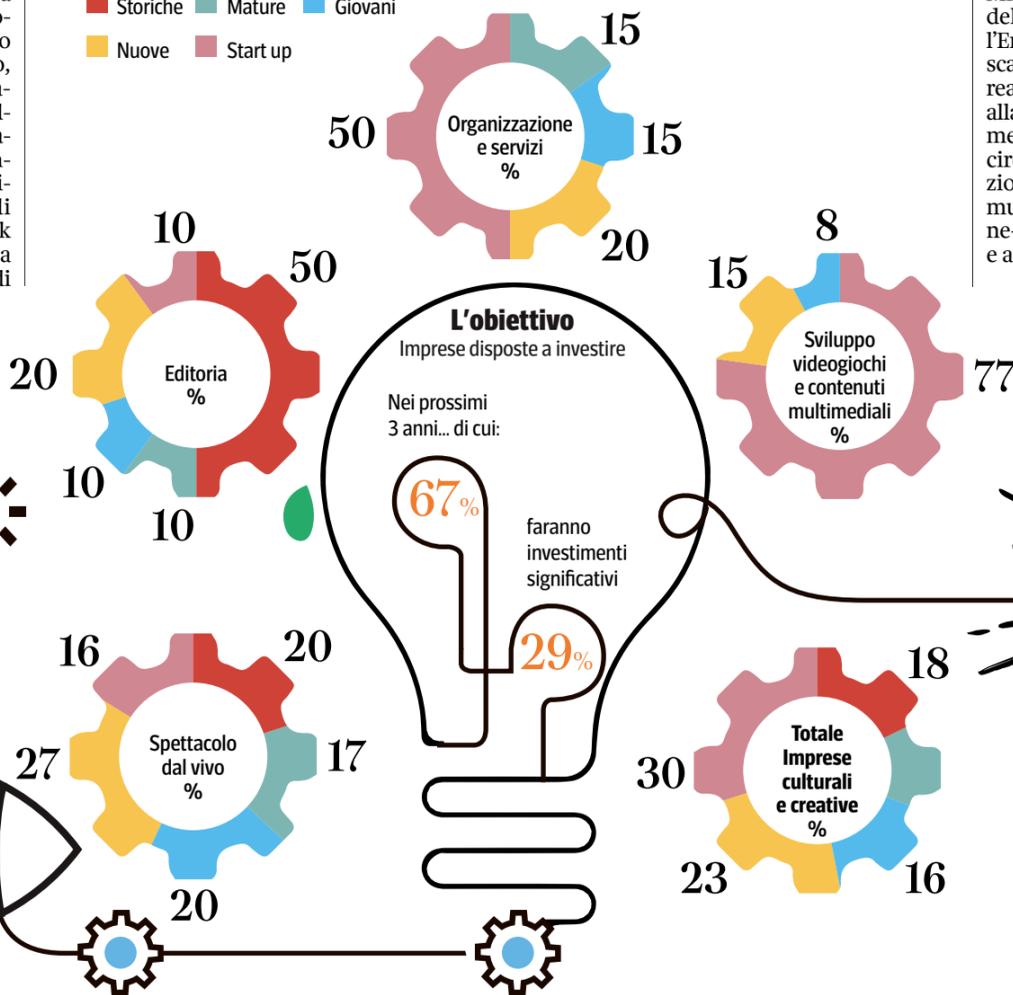
Un terzo è a Milano

Guardando lo «Stivale» del Paese, dove operano le aziende che hanno messo al centro cultura e spettacolo? Quasi un terzo delle aziende del campione ha sede in provincia di Milano (il 27% circa). Segue Torino con il 12% delle realtà attive in ambito artistico, e quindi l'Emilia Romagna, il Lazio, il Veneto e la Toscana. Il Mezzogiorno totalizza solo il 10% di realtà sparse tra Napoli, Cagliari e Catania. E alla domanda relativa a quale tipo di investimento abbiano effettuato negli ultimi 3 anni, circa il 60% risponde: Internet e digitalizzazione dell'offerta. Poi vengono spese in comunicazione e marketing e in riqualificazione-restauro o messa a norma delle strutture, e a seguire in nuovi prodotti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'identikit Quali sono e quanti anni hanno le imprese creative in Italia oggi

- Storiche ■ Mature ■ Giovani
- Nuove ■ Start up



Fonte: Intesa Sanpaolo - Mediocredito Italiano

ILLUSTRAZIONE DI PAOLA PARRA



and Water Management di Syndial (Eni), con i quali approfondiremo una interessante tecnologia del gruppo industriale, un sistema che permette di ricavare energia dal moto ondoso e la riqualificazione del territorio di Ponticelle. Spazio anche all'arte: abbiamo organizzato un incontro tra una grande artista come Nanda Vigo e tre giovani creativi che hanno frequentato la scuola del mosai-

Poi Ravenna e Cosenza

Il 22 ottobre la tappa di Ravenna, nella Biblioteca Classense: tra gli ospiti, il filosofo Telmo Pievani (foto a sinistra). Sandra Savaglio (foto a destra), astrofisico, sarà tra gli ospiti della tappa di Cosenza, il 29 presso il Museo Multimediale

co. Tra gli ospiti, anche il filosofo ed evolutzionista Telmo Pievani, con una *lectio magistralis*.

Infine, il 29 ottobre andremo a Cosenza, nel Museo Multimediale. Il tema qui unirà «Natura e cultura», partendo dai due grandi polmoni verdi di questa parte della Calabria, il Pollino e la Sila. Si partirà (alle 18.30 e anche qui ingresso libero fino a esaurimento

posti, prenotando su cosenza-ilbellodellitalia@rcs.it) con un prologo musicale dei giovani allievi del Conservatorio. Avremo quindi il filosofo e storico della letteratura italiana Nuccio Ordine a ricordare il contributo di tre grandi intellettuali meridionali, Telesio, Campanella e Bruno; l'astronoma e astrofisica Sandra Savaglio — cervello di ritorno e motore del dipartimento di fisica dell'Università della Calabria. Tra le istituzioni, il sindaco Mario Occhiuto, il sottosegretario ai Beni Culturali Anna Laura Orrico, il rettore di Unical Gino Crisci. Fortunato Amarelli, dell'omonima e storica azienda delle liquirizie, fondata nel 1731, interviene come presidente di Confindustria Cosenza. Seguono gli esperti dei territori forestali e le storie di giovani imprenditori che hanno scelto di non andare via valorizzando i prodotti della loro terra. Mirella Barracco, che ha contribuito all'evoluzione della cultura nel Mezzogiorno, racconterà l'esperienza del parco letterario Old Calabria. Presente l'artista ambientale Ettore Favini e conclusione musicale con il cantautore Peppe Voltarelli.

Main partner del Bello dell'Italia è Eni, partner Atlantia. Altri dettagli e approfondimenti su www.corriere.it/bello-italia.

Roberta Scorrane
rscorrane@corriere.it
© RIPRODUZIONE RISERVATA