

Resca, la cultura non sa fare business

■ Sebbene l'Italia possieda il 70% del patrimonio artistico mondiale, il giro d'affari del settore perde quote anno dopo anno. «Gli Stati Uniti hanno un ritorno commerciale superiore di 16 volte a quello dell'Italia, ma hanno la metà del patrimonio Unesco della Penisola» ha sottolineato con una certa preoccupazione il presidente del Cnel Antonio Marzano nel corso di un convegno di Confimprese sul mercato del turismo. Un quadro critico ribadito anche dai numeri: il peso dell'industria turistica italiana sul pil è solo del 13% contro la media europea del 14%, mentre in Spagna vale ben oltre un quinto dell'economia (21% del pil). «Siamo riconosciuti leader mondiali nel campo dell'arte e della cultura, ma è una supremazia che rimane ormai solo sulla carta perché non siamo più in grado di garantire un adeguato ritorno economico» ha sottolineato Mario Resca, presidente di Confimprese e direttore generale per la valorizzazione del patrimonio culturale. Negli ultimi 20 anni l'Italia è di fatto passata ad essere il primo Paese a vocazione turistica e culturale del mondo al sesto posto, ed è destinata a perdere ulteriori posizioni. «Rabbrivisco quando vedo i tagli che lo Stato apporta di anno in anno alla cultura», ha aggiunto Resca, ricordando che a questo settore vanno risorse pari allo 0,2-0,25% della spesa pubblica annuale. Chi riesce a fare business anche con la cultura è invece Autogrill. Il fatturato globale del settore per quanto concerne la loro presenza in location prestigiose ammonta a circa 30 milioni di euro: «la possibilità di estrarre valore economico dagli asset culturali ha un potenziale di crescita enorme, ma si scontra con la ritrosia tutta italiana a compiere una duplice rivoluzione copernicana», ha spiegato Giuseppe Cerroni, dg di Autogrill. Da un lato «considerare i beni culturali come un investimento e non una mera rendita di posizione», dall'altro «vedere musei e siti archeologici non come custodi passivi ma come soggetti attivi, capaci di attrarre anche al di là del loro contenuto». (riproduzione riservata)

