

“CULTURA SENZA ECONOMIA” O “ECONOMIA DELLA CULTURA”?

Commento del presidente della Camera di Commercio di Mantova al piano Settis

Un elemento guida che emerge da una lettura attenta del rapporto del professor Settis è il ruolo assegnato alla cultura come mera attività di rappresentazione di ciò che si considera come il prodotto e l'esercizio delle arti “alte”. Nell'analisi manca il riferimento ad un'impostazione che si è andata affermando negli ultimi decenni: l'idea di cultura come risorsa economica in grado di svolgere un ruolo sempre più centrale nello sviluppo socio-economico di città e territori. Si parla infatti in questi casi di sviluppo locale “guidato dalla cultura”.

Il senso economico della cultura nei sistemi economici avanzati risiede nel suo indispensabile ruolo di catalizzatore di nuove modalità di produzione e di consumo dei beni e dei servizi legate sempre più a dimensioni immateriali del valore aggiunto. Di qui nascono forse le principali difficoltà di comprensione delle potenzialità della leva culturale nello sviluppo economico. La natura infatti prettamente immateriale dei meccanismi culturali determina alcuni ostacoli alla chiara individuazione delle reali economie connesse alla cultura. Questa difficoltà si sostanzia nel fatto che i casi di successo di sviluppo locale “guidato dalla cultura” sono per il momento riferibili ad altri paesi. Riteniamo che in quest'ambito lo sviluppo dei mercati culturali sia una preconditione necessaria per un processo di sviluppo locale guidato dalla cultura: economie competitive non possono crearsi se in primo luogo non sussiste nel sistema locale una capacità decisionale e pianificatoria in grado di attribuire senso e valore economico alle esperienze culturali.

Ciò che esprime il rapporto Settis è un'indicazione di piano strategico che trascura la sperimentazione di forme più avanzate di disseminazione delle attività culturali nel tessuto della città, favorendo ad esempio l'insediamento di artisti, e mettendo in moto i processi di riqualificazione urbana e industriale intorno a sempre più grandi e complessi interventi culturali pilota.

Il piano culturale (strategico) della città di Mantova dovrebbe essere quindi inteso a definire un nuovo significato di settore culturale allargandolo, dal mero criterio estetico di tutela e valorizzazione del patrimonio storico ed artistico (sicuramente fondamentale per la città) alla realizzazione di programmi di valorizzazione economica intesi a

Camera di Commercio

Industria Artigianato e Agricoltura Mantova

Via P.F. Calvi, 28 – 46100 Mantova

Tel. 0376 2341 Fax 0376 234234

email: info@mn.camcom.it – <http://www.mn.camcom.it>

ottenere ricadute positive sull'occupazione, sull'industria turistica, sull'innovazione tecnologia, sulla formazione e crescita del capitale umano.

Come avverte sin dalle prime pagine anche l'Autore del rapporto, non si tratta di optare per il disegno e realizzazione di strategie di marketing orientate alla vendita del "prodotto Mantova". Si tratta al contrario di un'operazione molto più complessa e ambiziosa che richiede capacità di visione e disponibilità a sperimentare. Si tratta a mio avviso di lavorare e progettare un piano strategico orientato anche ad applicare la parola "cultura" alla parola "economia". Dalla "cultura senza economia" alla "economia della cultura".

Mantova in questo senso tende sempre di più a rilevare una propria vocazione culturale. Ora ciò che si dovrebbe consentire o incoraggiare è di tradurre la creatività in cultura e la cultura in beni e servizi di valore economico.

Un modo concreto di favorire l'incontro tra economia e cultura potrebbe essere di incoraggiare la nascita e sviluppo di imprese appartenenti all'industria culturale per giungere infine alla creazione di un distretto culturale. Oggi tutti parlano di distretti culturali. Si fanno convegni, si scrivono libri ed articoli, ma poi nessuno si impegna a tentare di favorire la nascita di un distretto culturale.

Riteniamo che le industrie culturali a Mantova possano costituire una fonte vitale per il sostegno dell'economia cittadina. In questo, la politica urbana può fare molto. Può ad esempio mettere a disposizione spazi d'accoglienza per talenti creativi (artisti, ma anche architetti, designer, consulenti), può creare ambienti in grado di accettare la sperimentazione e il libero dispiegamento della creatività, può dialogare con il mondo del credito affinché si sforzi a mettere a disposizione strumenti di credito più innovativi e adatti alle esigenze di finanziamento di imprenditori personali.

Sarebbe auspicabile, infine, che quando si pensano e si delineano piani strategici, questi siano corredati da una analisi dei costi e dei benefici delle soluzioni proposte. Si vorrebbe leggere un confronto tra i valori dei benefici della collettività nettati dai costi di realizzazione, rispetto ad alternative progettuali possibili. Questo per dimostrare che ciò che si propone tende, nel medio e lungo periodo, a generare un aumento di benessere della nostra collettività.

Prof. Ercole Montanari

Presidente Camera di Commercio di Mantova

Camera di Commercio

Industria Artigianato e Agricoltura Mantova

Via P.F. Calvi, 28 – 46100 Mantova

Tel. 0376 2341 Fax 0376 234234

email: info@mn.camcom.it – <http://www.mn.camcom.it>