

IL LIBRO



L'ECONOMIA ARANCIONE
Gian Paolo Manzella
Rubbettino
pagine 147
euro 14

CREATIVITÀ ITALIANA ORFANA DI POLITICHE

Marco Panara

Se la creazione di ricchezza nel ventesimo secolo è stata segnata dall'organizzazione, dal fordismo al taylorismo al toyotismo, quella del ventunesimo sembra destinata ad essere segnata dalla creatività. Esiste una economia della creatività, che è stata prontamente definita "arancione" e qualcuno si è messo anche a misurarla. Le cifre sono ingenti, solo in Italia nel 2015 il prodotto lordo creato dall'economia arancione è stato stimato in 89,7 miliardi e l'occupazione relativa in un milione e mezzo di persone. È il frutto del lavoro delle industrie creative in senso stretto (architettura, comunicazione e branding, design), delle industrie culturali (film, video e tv, musica, videogiochi e software, editoria), del patrimonio artistico e culturale, delle performing arts e delle industrie "creative driven" tra le quali una parte importante del made in Italy. È una componente vitale dell'economia, che ha impatto sulla ricchezza prodotta, l'occupazione e l'attrattiva del paese e delle singole regioni e città. Sotto questo aspetto un esempio è la Cool Britannia nata sotto i governi Blair e infrantasi con la Brexit. Perché la creatività per esprimersi ha bisogno di un ambiente aperto e tollerante. A questo punto la domanda è: è possibile fare una politica per stimolare o almeno favorire la creatività perchè vitalizzi la società e l'economia? La risposta, documentata, è che è possibile. Ci sono esempi di successo dall'Australia a Singapore, da Sheffield al Canada, dalla Corea del Sud alla Scandinavia. Secondo la vulgata comune, che non è affatto priva di basi reali, la creatività è l'unica materia prima della quale l'Italia abbonda. Peccato che, come spesso accade, manchi una politica per valorizzarla.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

