

Lo scaffale dell'economia



di Massimiliano Melilli

# Manzella ci conduce nell'Economia Arancione

## Quando la creatività diventa motore dell'industria

Qualcuno, in verità, ci prova ancora. E azzarda sentenze «memorabili»: con la cultura non si mangia. Con tanto di tabelle, indici e analisi dei più autorevoli indicatori internazionali, la cultura e di riflesso la creatività, alimentano ormai quotidianamente il motore dell'economia della conoscenza nella quale l'utile si concentra sull'immateriale e dunque si moltiplica quasi all'infinito, creando risorse, studiando, scambiando informazioni, educando, facendo ricerca, arte, design, spettacolo. Insomma, nel 2017 esiste concretamente una «politica industriale» per l'economia della conoscenza ed è, appunto, la politica che favorisce e alimenta costantemente la creatività, meglio, le industrie creative, la cultura e la produzione di beni culturali. Si chiami «Creative economy» o «Orange economy», il risultato finale non cambia. Gian Paolo Manzella ne scrive nel suo documentato e affascinante saggio, «L'economia arancione» (Rubbettino, 150 pagine, 14 euro). E mostra come il tema sia passato dal superfluo al necessario in una decina d'anni, abbia superato la fase della moda e sia approdato alla policy senza se e senza ma. Il ritmo è stato battuto nei paesi anglosassoni, ma l'Italia non ha mancato di reagire, seppure in modo disorganico. Come? Apportando tutta una serie di modifiche strutturali che si concretizzano, ad esempio, nella modernizzazione della spesa in cultura con l'art bonus ma tagliando gli investimenti in ricerca e università. Il libro offre anche al lettore meno avvezzo a un tema così totale come il binomio creatività&industria, un lungo e articolato percorso di dati, esperienze, scenari. Del resto, Manzella segue i temi della creatività sin dal 2007, quando collaborò alla Commissione ministeriale sulla creatività e la produzione di

cultura e al Libro Bianco che ne concluse i lavori. Da allora ha continuato anche a livello internazionale la sua attività sul campo: prima con il programma RomaProvinciaCreativa e successivamente con LazioCreativo, l'iniziativa avviata nel 2013 dalla Regione Lazio. Manzella ha scritto articoli e saggi in materia di diritto pubblico e un libro - «Una politica influente» - dedicato alla politica regionale europea. È attualmente membro del consiglio regionale del Lazio. Creatività è divenuta, negli ultimi anni, una parola della politica e dell'economia. Le grandi organizzazioni sovranazionali - dall'Unesco, all'OCSE, all'Unione Europea - considerano le cosiddette industrie creative - quelle che «trasformano» la cultura in attività economica - uno dei motori della crescita. In tutto il mondo Stati, città e regioni dedicano loro leggi, rapporti, programmi d'intervento. Per descriverle alcuni osservatori parlano di Economia Arancione. E questo uno dei passaggi chiave del saggio di Manzella, la parte che più racconta con passione e convince chi legge. Il genio made in Italy, l'estro di un Paese, le ricadute (più che positive) sui mercati internazionali. Siamo davanti a uno sviluppo cui hanno contribuito a formarci, concrete esperienze di governo - da quelle australiana e britannica sino a quelle, più recenti, di molti Paesi dell'Estremo Oriente - e l'attività di think tank, centri di ricerca e università di tutto il mondo. Il volume ripercorre in modo esaustivo i momenti e i riflessi principali di questo itinerario. E pone il lettore in una condizione di conoscenza rigorosa e formativa di un patrimonio, quello creativo all'italiana, immenso, che vale milioni di euro. «Il tutto - sottolinea Manzella - con l'obiettivo di porre le basi di una concreta politica italiana per la creatività, un'azione che ci allinei alle esperienze più avanzate». Obiettivi ampiamente condivisibili.

