

Creatività e cultura

L'ECONOMIA ARANCIONE CHE NON C'È

di **Carlo Alberto Pratesi**

Quando si ragiona sullo sviluppo di una città, si pensa spesso che la cultura sia un

elemento accessorio all'economia, un lusso su cui vale la pena investire solo quando c'è crescita e ci sono risorse sufficienti per permetterselo. Le cose, in realtà, vanno proprio nel senso opposto: quando manca la creatività, perché non si è investito in arte e cultura, l'economia rallenta e le prospettive di ripresa si allontanano. Per convincersene non serve ricordare la Firenze del Cinquecento, basta guardare alle politiche di metropoli come Londra, Berlino o

Barcellona, che hanno scommesso sul mix di cultura e creatività per generare quella che oggi si chiama «Economia Arancione» (che è anche il titolo del recente libro di Gian Paolo Manzella, edito da Rubettino). Le politiche cittadine per la creatività hanno impatti economici su vari livelli. Si sa, per esempio, che street art e spazi per ospitare residenze di artisti sono lo strumento migliore per riqualificare quartieri degradati; e che le cosiddette industrie creative

(spettacolo, design, pubblicità, arte, editoria, ecc.) oltre a rappresentare una quota significativa del Pil (per il Lazio Manzella parla dell'8,9%), nel loro ruolo di stimolo all'innovazione rappresentano un fattore essenziale per la crescita di tutte le altre. Una valutazione puntuale della situazione europea emerge da The Cultural and Creative Cities Monitor, un rapporto UE che analizza l'economia arancione in 168 città di diverse dimensioni.

continua a pagina 5

L'editoriale

Creatività e cultura, l'economia arancione (che non c'è)

SEGUE DALLA PRIMA

Guidano le classifiche Parigi (nella categoria XXL), Copenaghen (XL), Edimburgo (L) ed Eindhoven (per le medio-piccole). Com'è messa Roma? Bene, se si considerano le «attrazioni» culturali, molto meno quando si misura la capacità di trasformare il patrimonio storico e artistico in vero sviluppo: tra le grandi città è 17esima su 21 (Milano è quarta). Il punto debole sembra essere il cosiddetto «enabling environment», ossia l'insieme di capitale umano, ambiente e governance necessario ad attirare i talenti creativi e stimolare l'impegno culturale. Qualcosa però sta migliorando, perché oltre a università e scuole che sfornano giovani talenti, a Roma ci sono diversi segnali positivi, tutti all'insegna della contaminazione. Aziende che crescono investendo sul design, come Slamp che alle porte di Roma inventa lampade affidandosi a personalità internazionali del calibro di Zaha Hadid. Studi professionali come quello dell'architetto Paolo Desideri (studio ABDR), che per concepire i suoi progetti (la stazione Tiburtina è uno

dei più noti) collabora stabilmente con artisti come il pittore Alfredo Pirri. Nuovi spazi come l'Ex Dogana, un pezzo di archeologia industriale trasformato in centro di produzione e consumo culturale, o i percorsi multimediali dei Fori di Cesare e Augusto: una eccellenza nel campo delle tecnologie applicate ai beni archeologici. Sono nuove tendenze che si affiancano al settore storico dell'audiovisivo, e all'ormai consolidato mondo dei fumetti, dove operano personalità come Michele Rech (ZeroCalcare), Sara Pichelli, la disegnatrice di Spiderman e crescono manifestazioni come Romics o Arf! capaci di attirare ogni anno decine di migliaia di persone. Cosa manca allora? Negli ultimi anni le istituzioni hanno lanciato programmi tra i più avanzati in Italia (da Roma Provincia Creativa a Lazio Creativo), ma se si vuole fare della creatività una vera risorsa strategica serve un passo in più. Occorre rafforzare gli strumenti di sostegno e gli spazi per le imprese creative: gli esempi europei a cui attingere non mancano. Basta volerlo e Roma può diventare molto più arancione.

Carlo Alberto Pratesi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

