

Il valore della bellezza in Italia: 74 miliardi

La ricerca del Censis Non solo monumenti ma anche abbigliamento e cibo. «Cifre in calo, non crediamo nella sua importanza»

Gli occupati Settore che dà lavoro a un milione e 370 mila persone. Dodici anni fa erano 70 mila in più

Siamo stracolmi di bellezza. Ma non ci crediamo. E non ci investiamo. Non la valorizziamo. Non ce ne prendiamo cura. Non a sufficienza, perlomeno. Un paradosso tutto italiano che il Censis ha voluto investigare, quantificare, contabilizzare. Risultato? «Il valore aggiunto prodotto dai settori legati al bello era quasi il 7% del Pil nel 2000, oggi è sceso al 4,7%», sentenzia la ricerca che il Censis ha realizzato per conto della Fondazione Marilena Ferrari che da sempre si occupa di arte e di bellezza come strumento di crescita socio-culturale.

Non era facile fare questa ricerca ed elaborare questi calcoli, perché bisognava andare a mettere insieme tutto il bello del nostro paese, dai gioielli ai quadri, dal cibo alle Dolomiti, al turismo, agli arredi, ai monumenti. Il Censis ci è riuscito. E ha scoperto che ogni anno il valore aggiunto prodotto dalla bellezza in Italia è pari a 74,2 miliardi di euro. E che questo settore, alla fine, dà lavoro a un milione e 370 mila persone. Nel 2000 i miliardi erano 82 e gli occupati del settore quasi un milione e mezzo. Non è difficile fare la sottrazione: in dieci anni il contributo è sceso, in termini reali e deflazionati, di circa 8 miliardi e gli occupati sono diminuiti di oltre settantamila unità. E un risultato deprimente, visto così. «Sarebbe bello che finisse la miopia tipicamente italiana di sottovalutare la valenza economica della bellezza», commenta Marilena Ferrari. Poi spiega: «È importante che ci si cominci a credere nella bellezza del nostro Paese perché investire in questo settore significa investire nel nostro futuro».

Non sono parole a vuoto, quelle di Marilena Ferrari. E basta vedere i dati contenuti nella ricerca del Censis per capire. Cifre che ci dicono, ad esempio, che oggi il nostro Paese è al primo posto assoluto nella classifica del turismo culturale. E che nel 2011 anche la spesa dei turisti è aumentata di ben il 5,3%. Nella classifica dei Paesi con la maggiore attività turistica nell'ultimo anno siamo passati dalla dodicesima alla decima posizione. Non solo: come esportatori di beni creativi l'Italia è al quarto posto del mondo con 23 miliardi di dollari. E fra i paesi del G8 siamo i primi esportatori del design con 19 miliardi di dollari. Eppure non riusciamo a sfruttare tutta questa bellezza.

Forse basterebbe cominciare a guardare i conti del ministero che più si dovrebbe curare dei nostri gioielli: il ministero dei Beni Culturali. Il bilancio del dicastero di piazza del Collegio Romano negli ultimi dieci anni è diminuito addirittura del 36%. E questo quando ben oltre il 30% dei turisti che arrivano nel nostro Paese hanno come unica meta proprio le città d'arte. Ma non è certo questo l'unico problema. Diamo uno sguardo alle produzioni dei settori belli. I gioielli? Noi abbiamo perso il 4,5% mentre gli Stati Uniti ne hanno guadagnato il 4%. E le scarpe? Siamo riusciti a perdere il 4% nel settore che ci fa belli nel mondo intero. Anche l'arredamento ci ha dato non pochi problemi. Le tipiche piastrelle e maioliche italiane? La loro produzione è diminuita del 3,8% a fronte di un Paese come la Germania che ne ha guadagnato il 4%. Uno smacco che con i tedeschi si è ripetuto anche in un altro settore dove siamo da sempre i leader mondiali: l'abbigliamento. L'Italia è riuscita a perdere l'1,5% del mercato mondiale mentre la Germania ne ha guadagnato l'1,4%. Non era mai successo prima di adesso.