

### **Cala il valore aggiunto prodotto dalle "bellezze italiane"**

In Italia il valore aggiunto della bellezza equivale a 74 miliardi di euro e dà lavoro a un milione e 370 mila addetti. Ma e' in calo e perde terreno. Nel 2000, infatti, il peso delle bellezze culturali, e non solo, italiane corrispondeva a 82 miliardi e gli occupati erano un milione e 450mila. In altri termini, in un decennio dal 2000 al 2010, il contributo della bellezza italiana, intesa nella sua vasta gamma d'offerte (dai musei alla moda), e' diminuito di circa 8 miliardi di euro e le persone impiegate sono calate di circa 80mila unita'. Nel 2000, il valore aggiunto prodotto dalla bellezza era pari al 6,1% del Pil mentre, nel 2010, si attesta al 5,4% complessivo. Sono questi i dati principali messi in evidenza dalla ricerca che il Censis ha realizzato per conto della Fondazione Marilena Ferrari che punta sulla bellezza come strumento di crescita socio-culturale e presentata a Roma, nella sede del Censis, alla presenza, tra gli altri, di Giulio De Rita del Censis e di Giovanni Puglisi, presidente della Commissione Nazionale Italiana per l'Unesco. L'Italia, il primo Paese al mondo come patrimonio culturale presenta una situazione paradossale: mentre cala il valore della bellezza, la Penisola si conferma capace di attirare i turisti. La sua industria culturale, rileva il Censis, "resta solida in grado di mantenere le sue quote di mercato". I dati parlano chiaro: nel 2011, spiega il Censis, la spesa dei turisti e' aumentata del 5,3%. Nella classifica dei Paesi con la maggiore attrattiva turistica, nell'ultimo anno siamo passati dalla dodicesima posizione alla decima. Agli elementi positivi si aggiunge il fatto che, come esportatori di beni creativi, siamo al quarto posto nel mondo con 23 miliardi di dollari.