

Manifesto della Confindustria Veneto sulla economia della cultura e del turismo

1. Una strategia innovativa :

La Confindustria Veneto propone una strategia di attenzione e di interesse per un modello di sviluppo innovativo e sostenibile, orientato alla valorizzazione della cultura e del turismo.

In questa fase di transizione **dalla mani-fattura alla mente-fattura**, le economie dell'intangibile crescono a ritmi sorprendenti e creano valore in molte forme nuove e inedite : il nostro paese e, in particolare, la nostra Regione del Veneto, hanno un potenziale irraggiungibile proprio nei settori delle economie orientate alla qualità, alla conoscenza, alla cultura e al turismo.

La capacità di formulare strategie adeguate per valorizzare questo potenziale fa difetto, a causa della debolezza con la quale il paese e le sue organizzazioni ed istituzioni possiedono una visione di lungo termine e a causa della mancanza di una coesione attorno alle priorità con le quali intraprendere un percorso economico coerente **con i nostri vantaggi competitivi**.

Essi determinano il posizionamento di una nazione o di un territorio nel suo sistema di riferimento e i dati relativi alle economie della cultura e del turismo esprimono ormai da tempo una comprovata certezza che l'Italia ha proprio su questo terreno **un potenziale significativamente più alto di tutte le possibili nazioni concorrenti**. E all'interno della nostra nazione, possiamo affermare che il Veneto eccelle tra le prime posizioni, sia in termini di potenziale culturale, sia di prodotto che di processo, che di dotazione di infrastrutture capaci di valorizzarlo.

Tuttavia la sensibilità, la consapevolezza e la responsabilità attiva di fronte a questo potenziale e a questa dotazione, sono ancora inadeguate sia rispetto alla domanda che all'offerta.

2. Elementi di forza e di debolezza :

Il Veneto ha elementi di forza, come la vastità del patrimonio architettonico, l'unicità e l'originalità (non riproducibili né delocalizzabili) dei paesaggi sia urbani che rurali e montani, il brand inimitabile che **la Serenissima Repubblica** ancora oggi ci lascia in eredità, suscitando attrazione e ammirazione diffuse e continue in ogni parte del mondo, compresi i grandi paesi emergenti come **la Cina e i paesi arabi** (e il cosmopolitismo della Serenissima aveva raggiunto con queste aree del mondo un dialogo ancora oggi ineguagliato), il prestigio di alcuni Eventi di risonanza mondiale, come la Biennale di Venezia o l'Arena di Verona.

Ma ha anche elementi di debolezza : di fronte a questo "capitale dell'intangibile" espresso dalla cultura e dal turismo, non vi è ancora una capacità gestionale adeguata, sia in termini di capitale umano (le competenze) che in termini di governance coordinata e integrata fra tutti gli attori territoriali ed istituzionali, come la regione ha saputo esprimere con il suo specifico modello di sviluppo fondato sulle **sinergie delle economie coalizionali**, come i distretti produttivi e le altre forme analoghe di programmazione negoziata di sviluppo locale.

3. Necessità di una "torsione" strategica risoluta e urgente :

Proprio per queste ragioni Confindustria Veneto ha avvertito il bisogno di fare una "torsione" strategica alla sua azione verso alcuni grandi obiettivi, connessi soprattutto agli scenari

profondamente cambiati in questi ultimi dieci anni, e destinati a cambiare ancora più velocemente nel prossimo futuro, per rendersi disponibile verso la propria regione e gli altri attori territoriali e proporre la “trasferibilità” del modello gestionale coordinato e coeso, che ha decretato il successo dell’industria manifatturiera, alla nuove industrie della cultura e del turismo.

La chiave di volta di **una nuova forma di competitività** dell’intera regione poggia proprio nella rapidità e congruenza di questo “trasferimento”, che implica come sue naturali conseguenze **l’adozione di modelli di management gestionale sia del patrimonio culturale che degli eventi**, in tutta la gamma che oggi l’economia della cultura offre : dai monumenti agli eventi, dalle attività creative a quelle espositive, dai cambiamenti di destinazione d’uso dei patrimoni architettonici, come le ville venete, i castelli, i fortificati, i monasteri e l’archeologia industriale e portuale, al recupero dei beni culturali non esposti, che giacciono nei magazzini dei musei, delle famiglie, delle diocesi e delle forze armate.

A tutto questo occorre imprimere una vera e profonda svolta innovativa : i dati che gli organismi qualificati come la Banca Mondiale, l’OCSE, l’UNCTAD, l’UNESCO e altri ancora, forniscono sulla crescente incidenza della cultura sul Prodotto Interno Lordo delle nazioni sono ormai accreditati e danno un fondamento sicuro ad ogni possibile strategia politica conforme a tali scenari.

Eguale dato vale anche per il turismo, per il quale la garanzia offerta dai dati, che già da almeno un trentennio l’Organizzazione Mondiale del Turismo, è ormai di una chiarezza totale e non offre più alcun elemento di incertezza a quei governi che volessero dare impulso a politiche di progresso e di diffusione di occupazione e di benessere promosse dal turismo, che è diventato e sta diventando per molti paesi un vero e proprio motore prioritario.

Lo è stato anche per l’Italia, sebbene il paese abbia perduto, dagli anni settanta (nei quali occupava il primo posto nel mondo per arrivi, presenze e ricavi) a oggi, ben 5 posizioni, scivolando verso il sesto posto.

Lo è tuttora per il Veneto, che, prima regione d’Italia nel settore, rischia, tuttavia, di diventare un grande satellite di una nazione che invece si allontana dalle posizioni di testa.

4. I requisiti di managerialità ed efficacia :

Sia nella cultura che nel turismo, al bisogno di concertazione integrata sul territorio e tra le istituzioni, occorre soddisfare anche i **requisiti di managerialità, di efficienza, di capacità gestionale** tale da coprire le forme approssimative e puramente intuitive che hanno caratterizzato finora i due settori, e fare dell’industria della cultura e del turismo quel campo di azione delle migliori competenze e dei know how di eccellenza che sono stati e sono il segreto dello sviluppo veneto nel settore industriale classico.

In questo modo, la nostra Regione si ricollocerebbe entro un rating della ricchezza che valuta, ormai, sempre più gli attivi intangibili e si ispira ai nuovi criteri o indicatori di sviluppo e di benessere che stanno per essere introdotti in molti paesi, come nel caso recente della Francia, con il documento relativo alla modifica degli indicatori tradizionali del Prodotto Interno Lordo, con l’introduzione di indicatori più prossimi al valore del benessere sociale, della conoscenza e della competenza, della felicità.

Inoltre, anche in termini di creazione di lavoro, che rappresenta uno dei problemi più impellenti e drammatici dell’attuale momento sociale ed economico, questo mutamento di strategia decisa e ben fondata sul terreno della **economia della cultura e del turismo come motori di creazione di valore**, si avrebbero parametri *labour intensive* evidenti e facilmente intuibili : per avere una idea abbastanza precisa, calcolata da ricercatori che si occupano della economia

della cultura, basti pensare che 1 miliardo di Euro investiti in settori hard come quello petrolifero, generano circa 300 posti di lavoro nuovi, mentre la stessa cifra, investita nella economia della cultura e nelle sue filiere connesse, ne genera circa 12.000, vale a dire quaranta volte tanto. Se poi pensiamo alle ricadute sulla creazione di imprese, che è forse il fenomeno o l'effetto che innesca una autorigenerazione di creazione di impieghi, il quadro si completa. Pertanto il trasferimento di queste competenze dal settore industriale classico a questi nuovi settori economici è possibile, è necessario, è urgente, e candida il tessuto "imprenditoriale" a disporre delle proprie qualità e delle proprie eccellenze per far ricavare **una redditività significativa anche dalle nuove economie, come appunto sono quelle legate al turismo e alla cultura.**

5. Verso un Manifesto comune e condiviso :

La Confindustria Veneto propone di compiere, insieme a tutte le altre componenti economiche, sociali, culturali e istituzionali, alcuni passi per una "Manifesto comune verso una strategia innovativa" i cui principi fondamentali siano ispirati alle seguenti premesse etiche e politiche :

1. In primo luogo occorre una **revisione critica delle leggi tradizionali del mercato**, perché molte leggi economiche del mercato proprie all'industria classica, ora e in futuro vanno attentamente sottomesse a una revisione, come la legge della domanda, la legge della relazione, ancora diffusamente percepita come reale, naturale e scontata, tra aumento del reddito e felicità, il rapporto tra attivi tangibili ed attivi intangibili e altre opzioni di questa natura ;
2. In secondo luogo urge **definire un quadro logico coerente** con almeno sei dimensioni essenziali :
 - *la sostenibilità, come principio ispiratore di base, considerando la fragilità del patrimonio ambientale e culturale e i pericoli che può avere l'impatto economico della loro valorizzazione, perché non diventi sfruttamento privo di criteri e di precauzioni adeguate,*
 - *i sistemi di qualità, come forma di acquisizione del miglioramento continuo, del confronto delle buone pratiche a livello locale, nazionale e internazionale, come percorso verso l'eccellenza e verso la soddisfazione dei beneficiari,*
 - *la contendibilità e le competitività, come regola di governance che non permetta, soprattutto in questo settore di common goods, posizioni di rendita, monopoli o altre forme di accaparramento o sfruttamento in termini di pura patrimonializzazione o privatizzazione personale di beni e di valori che sono per definizione beni e valori della comunità, e dia invece spazio ai meriti di chi veramente è capace di "gestire" con efficacia ed efficienza i beni da valorizzare, compresi quelli "demaniali",*
 - *la governance coalizionale : cultura e turismo sono settori nei quali l'imprenditorialità eroica e solitaria non è in grado di conseguire risultati significativi, mentre occorre crescere nella capacità di fare squadra, di esprimersi in termini di programmazione concordata e integrata,*
 - *i sistemi del well-being, come scenario di una economia della felicità verso la quale tutti i grandi centri di cultura economica attuale stanno dedicando crescente attenzione e studi scientifici sempre più accurati e provati, dimostrando che fuori di*

un quadro finale che contribuisca alla crescita della felicità, qualsiasi altra forma di sviluppo economico non è, di per sé stesso, credibile,

- *i modelli di dialogo interculturale : la globalizzazione comporta rischi, ma anche opportunità, soprattutto facilita la circolazione delle idee e dei valori culturali di altri contesti sociali, con beneficio tangibile di apertura mentale, di apprezzamento per le culture diverse, di sintesi più alte di incontro (e non di scontro) tra le civiltà, come l'esperienza della Serenissima ha storicamente messo in evidenza in modi ancora oggi sorprendenti.*

3. In terzo luogo, vi sono **due aspetti “manageriali”** specifici per i quali CONFINDUSTRIA VENETO propone un apporto mirato e accreditato, e sono :

- **La cultura manageriale** : distinguendo le competenze relative alla tutela e alla conservazione, sulle quali il mondo delle imprese non può interferire, in quanto rigorosamente assegnate ai regolamenti dei cosiddetti common goods, è però evidente che dovendo promuovere anche la cultura della valorizzazione e gestione dei beni culturali, l'approccio tipico delle scienze del management entrano a pieno titolo e con diritto in questa sfera, là dove la cultura e il turismo offrono spazi alla creazione di “imprese”;
- **La cultura del mecenatismo** : anche l'impegno delle imprese industriali verso il mecenatismo, costituisce uno dei punti più importanti per aspirare ad avere un ruolo di servizio nel campo di queste nuove economie, soprattutto nella economia della conoscenza e nella economia della cultura, non solo in termini di “benevolenza” o di donazione liberale, ma anche e sempre più, in termini di investimenti e di più proficue forme di allocazione delle risorse finanziarie conseguite con l'industria manifatturiera classica, ossia una “diversificazione” intelligente e coerente con lo scenario del futuro.

"For too long the range of values provided by culture attributes and artifacts has not been recognized: their role in job creation, social cohesion, tourism, and so on. Cultural preservation and renewal is not a luxury good, something to be done later. It is a productive sector."

James D. Wolfensohn
Past-President World Bank