

La proposta

Roma capitale della creatività l'occasione da non perdere

Quella legata al Covid ha una particolarità rispetto alle crisi cui siamo stati abituati: colpisce i settori dell'economia in modo molto diverso. Alcuni non hanno neanche avvertito la crisi, altri hanno interrotto la loro attività per poi riprenderla, altri ancora rischiano di infragilirsi per lungo tempo se non si mettono in campo misure radicali per ripensarli. Tra questi ultimi ci sono (...)

**Marta Leonori
Gian Paolo Manzella
e Marco Simoni**
Continua a pag. 14

L'intervento

Roma capitale della creatività, un'occasione da non perdere

**Marta Leonori*
Gian Paolo Manzella**
e Marco Simoni*****

segue dalla prima pagina

(...) i settori cosiddetti "creativi", quel comparto fatto di specializzazioni nelle espressioni artistiche e culturali e, insieme, delle "industrie" di servizi e manifattura che su di esse poggiano. Dal design alla moda, dal digitale applicato ai beni culturali ai videogiochi: solo per citarne alcuni. Sono attività che impiegano complessivamente circa 1,5 milioni di persone in Italia, con una produzione di 96 miliardi e un indotto che ne vale 265: un pezzo molto importante dell'economia italiana: qualitativamente e quantitativamente. In questo quadro la prima regione italiana è proprio il Lazio, che, secondo i dati della Fondazione Symbola, ha un valore aggiunto di circa 15 miliardi e occupa circa 210 mila persone. A fronte di questi numeri c'è oggi un rischio: il comparto, già indebolito sul nostro territorio rischia di subire danni permanenti per effetto della crisi. Con un impoverimento grave della vocazione economica complessiva. Di fronte a questo scenario, singole misure tampone possono forse alleviare la situazione di qualche impresa, ma la priorità davanti a noi è diversa, ed è una politica strutturata per la creatività, capace di portare insieme gli attori che ci sono, di innescare circoli virtuosi. Per farlo il Recovery Fund e le risorse della programmazione 2021/27 sono "la" grande occasione. Quella di gettare basi solide per anni di crescita, di innescare meccanismi di trasformazioni strutturali della nostra economia, di puntare con decisione su singoli settori a valenza strategica per la città, la regione e il Paese.

In quest'ottica le industrie creative debbono avere un ruolo centrale: per il loro peso economico, per le loro implicazioni sull'industria e i servizi, per il loro strettissimo legame con il Made in Italy e con le nostre vocazioni territoriali. Noi vediamo due strade. La prima è l'integrazione tra azioni dei livelli nazionale, regionale e comunale con l'obiettivo di mettere al centro i valori della creatività. C'è insomma bisogno di una

vertebrazione delle politiche, che da una strategia finalmente nazionale debbono "scendere" ai livelli regionale e cittadino. La seconda è dotarsi di strumenti per creare ecosistemi della creatività: incentivi finanziari, strumenti di formazione, luoghi di incontro e contaminazione e centri di pensiero e analisi come, ad esempio, il Centro di eccellenza delle industrie culturali e creative del governo di Berlino. In altre parole bisogna operare affinché la "classe creativa" trovi qui da noi, le condizioni migliori per esprimersi e tramutare idee in prodotti, industria, lavoro.

Va in questa direzione la recente proposta di legge regionale sulla creatività, che muovendosi sulla traccia del programma Lazio Creativo mira proprio a promuovere un ecosistema territoriale favorevole alle industrie creative. Abbiamo di fronte a noi una grande possibilità. Roma e Lazio città sono luoghi di creatività che debbono essere ancora pienamente valorizzati. C'è spazio per crescere, insomma, ed anche per questo il Recovery Fund deve concentrarsi anche su questo tema. Dotare il nostro territorio di infrastrutture materiali e immateriali capaci di generare ponti e hub; allargare le opportunità di incontro per i creativi e metterli in contatto con i grandi attori dell'economia; individuare strumenti finanziari per far nascere e crescere operatori di questi settori.

Ecco, questi sono gli ingredienti per fare di Roma una Capitale consapevole del suo ruolo come luogo della creatività. È una sfida aperta, che parla di innovazione, ricerca, industria, arte. E della capacità di mischiarle insieme, di contaminarle. È una strada che vuole dire visione, lavoro, risorse, capacità di portare a lavorare insieme soggettività diverse. Dalle accademie ai musei, dai centri dell'audiovisivo ai designer, dall'arte contemporanea agli attori dell'economia più innovativi. Ma tornare a affermarsi come una delle capitali del mondo della creatività è uno degli obiettivi chiave da porsi e su cui lavorare.

** Consiglio regionale Lazio*

*** Sottosegretario Sviluppo Economico*

**** Docente Luiss*