

Solo la cultura può salvare l'Italia dal terremoto della quarta rivoluzione industriale

di Francesco Cancellato

C'è un grafico, prodotto dal **World Economic Forum**, che dovremmo appendere alle pareti di tutti quei luoghi dove si decidono le politiche di questo Paese. Il grafico, con la precisione:


Non servono grosse spiegazioni, in realtà. Quelle cifre, contenute nel rapporto **"Future of jobs"** pubblicato nel gennaio del 2016 raccontano quanti posti di lavoro si perderanno, nei prossimi anni, a causa della **rivoluzione industriale** in corso. Quella della sharing economy, per intenderci, di realtà che entrano in un settore – tutti i settori – e ne diventano il leader, senza possedere i mezzi di produzione di quel settore, grazie alla forza di un algoritmo. **Facebook** è il giornale più letto del mondo senza avere contenuti propri. **Uber** è la più grande compagnia di trasporto privato del mondo senza avere automobili. **Air Bnb** è il più grande albergatore del mondo senza avere stanze.

Il problema è che nei prossimi anni questo paradigma abbraccerà ogni settore produttivo. Da un mondo fatto di concorrenza e libero mercato a un mondo fatto di monopolisti che si sostituiscono tra loro nel giro di pochi anni, il passo è molto breve.

È una rivoluzione che ha vincitori e perdenti. La California, che giusto qualche giorno fa è diventata – da sola! – la sesta economia del mondo, superando la Francia, è indubbiamente il più ovvio dei vincitori. Ciò che stupisce, ma fino a un certo punto, è che secondo il **World Economic Forum** l'Italia sarà il primo dei perdenti.

Chi pensa che siano il **Jobs Act** e la decontribuzione a creare o bruciare posti di lavoro si mette il cuore in pace: l'effetto di questa rivoluzione industriale, dicono gli economisti del **Wef**, **costerà all'Italia il 48% dei posti di lavoro tra il 2015 e il 2020**. Effetto di una skill distruption – distruzione di competenze, in italiano – i cui effetti saranno devastanti a livello globale in settori come quello del credito e della finanza, della mobilità, dei servizi professionali, dell'energia, dei consumi.

Questo non vuol dire che siamo spacciati, sia chiaro. Ma che se



pensiamo di sfondarla chiudendo gli occhi di fronte alla realtà, restando fermi in attesa che la buriana passi, o chiudendoci a riccio come la sindaca di Parigi, Anne Hidalgo, oggi impegnata a prendersela con l'eccessiva velocità di consegna dei corrieri di Amazon Prime Now, dopo averci riservato la medesima dose di ostilità a Uber e AirBnb.

Non c'è Uber che potrà toglierci la Reggia di Caserta. Sta a noi valorizzarla così come tutto il resto del nostro patrimonio storico-culturale. E non saranno Uber né AirBnb, semmai la loro assenza, che impediranno ai turisti di venire in Italia.

Serve altro. Valorizzare ciò in cui potremmo essere davvero competitivi. Le industrie culturali largamente intese, ad esempio, come racconta il rapporto *"Io sono cultura 2016"* di **Fondazione Symbola** ed **Unioncamere**. Che già oggi, con tutto il loro portato di inefficienze, fanno il 6,1% della ricchezza prodotta in Italia nel 2015, pari a 89,7 miliardi di euro con un effetto moltiplicatore pari a 1,8, che genera cioè quasi due euro di ricchezza in più per ogni euro prodotto dal sistema produttivo culturale e creativo.

Niente di paragonabile alla Silicon Valley, certo. Ma non c'è Uber che potrà toglierci la Reggia di Caserta. Sta a noi valorizzarla – forse basterebbe non ucciderla, nel caso di specie – così come tutto il resto del nostro patrimonio storico-culturale. E non c'è Amazon che potrà uccidere la nostra manifattura di qualità. Siamo noi, semmai, che finiremo per farla morire, se non capiamo che internet può essere il viatico per portare i nostri prodotti nel mondo. **E non saranno Uber né AirBnb, semmai la loro assenza, che impediranno ai turisti di venire in Italia.** Così come possiamo essere solo noi, con la nostra burocrazia e la nostra strenua difesa delle rendite di posizione a uccidere la creatività di chi vive in Italia, creatività che non a caso è una delle competenze chiave, sempre per il Wef, dei lavori di domani.

Ci sono imprese che hanno compreso "l'importanza di investire in professionalità culturali e creative per competere sui mercati, veicolando la bellezza e lo stile che il mondo ci invidia", spiega il presidente di **Unioncamere** Ivan La Bello, secondo cui "la grande "voglia" di Italia che c'è all'estero, deve a questi attori". "L'Italia è forte se scommette su ciò che la rende unica e desiderata nel mondo: cultura, qualità, conoscenza, innovazione, territorio e coesione sociale", gli fa eco il presidente di **Symbola** Ermete

Realacci. Tutto vero, aggiungiamo noi: ma forse è arrivato il tempo di fare sul serio. Che il 2020 è dopodomani.

• [giornale del quotidiano online LINKIESTA](#)

