

30 novembre 2018 14:44

Imprese e cultura all'estero, De Simoni (Ales): serve una cabina di regia per cogliere tutte le opportunità



In ambito culturale, esistono all'estero opportunità importanti che le nostre imprese del settore potrebbero cogliere più di quanto non si stia già facendo. Per farlo, tuttavia, queste opportunità andrebbero affrontate in modo più organico e integrato, vedendo l'Italia come un intero sistema. **Mario De Simoni**, presidente e amministratore delegato di Ales spa, società inhouse del Ministero dei Beni culturali, rilancia il tema dell'internazionalizzazione delle aziende italiane che si occupano di cultura e i modi in cui lo Stato possa svolgere un ruolo di supporto e coordinamento nella costruzione di un sistema Italia.

UNA CABINA DI REGIA

Una cabina di regia governativa potrebbe essere una soluzione? "Non spetta a me dire chi dovrebbe svolgere questo ruolo – spiega ad *AgCult* De Simoni a margine della manifestazione Rome Museum Exhibition, in corso alla Fiera di Roma fino al 1 dicembre -. Immagino che debba nascere da una collaborazione tra Ministero gli esteri, Mibac, Mef e Miur".

Di sicuro, aggiunge il presidente e Ad di Ales, "abbiamo grande effervescenza di iniziative private che muovono verso l'estero. Tuttavia incontrano alcuni problemi: da una parte quello dimensionale, trovandosi a fronteggiare spesso competitor stranieri molto più grandi, e dall'altra parte quello di muoversi in ordine sparso unito a una scarsa conoscenza delle necessità sempre più aggiornate che il mercato internazionale richiede".

Da questo punto di vista, quindi, "andrebbe messo a frutto il lavoro di integrazione fatto dai nostri ministeri a livello europeo, in modo da trasferirlo il più

agilmente possibile alle imprese”.

Ma quale potrebbe essere lo strumento? “Si potrebbe immaginare uno strumento interministeriale oppure affidare queste azioni di coordinamento a qualche società pubblica”.

QUALI MERCATI?

In questa proiezione verso l'estero, quali sono i mercati cui si rivolgono le imprese italiane nell'ambito del patrimonio culturale? “C'è grande effervescenza verso l'Oriente e l'estremo Oriente (Corea, Cina, Giappone) che hanno un grande afflato verso la nostra cultura”. Un esempio di regia di sistema – senza arrivare all'operazione francese del Louvre di Abu Dhabi – viene dalla Francia. “Merita molta attenzione l'operazione realizzata dal Centre Pompidou a Shanghai. Forse il 'sistema Italia' potrebbe pensare a operazioni di questo tipo, certamente meno costose e impegnative di quella del Louvre”.

Ma non solo. Si guarda con molto interesse “al mercato di alcuni Paesi arabi e al Sud America, dove già alcune imprese italiane (come Enel ed Eni) sono molto presenti. Il soft power che la nostra cultura può esprimere potrebbe utilmente integrarsi con le strategie di politiche italiane all'estero”.

I SETTORI DI INTERVENTO

L'Italia può offrire competenze in tutti i settori, prosegue De Simoni dopo essere intervenuto nella tavola rotonda sulle opportunità di business e internazionalizzazione offerte dalle organizzazioni internazionali. “Alcuni paesi – spiega – potrebbero aver bisogno, ad esempio, di consulenze per costruire un sistema giuridico dei beni culturali”. Come anche nei settori più tradizionali “della tutela e della conservazione dei beni culturali, restauri, manutenzione, gestione e organizzazione dei servizi. Ci sono opportunità all'estero importanti da cogliere, andrebbero però affrontate in modo più organico e integrato vedendo l'Italia come un intero sistema”.

Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it