

**Servizi.** Emma Marcegaglia:  
«Più mercato per la cultura» **Pag. 22**

**Servizi.** Secondo Emma Marcegaglia le imprese sono pronte ad investire ma restano i punti critici

# La cultura chiede mercato

Meno affidamento in house e rivisitazione degli aiuti di Stato

**Antonello Cherchi**

ROMA

Per le imprese è un «dovere sociale» valorizzare e sostenere la cultura, che rappresenta uno dei nostri biglietti da visita nel mondo. E «nonostante le immagini sbagliate di degrado che si danno, in realtà l'Italia è ancora sinonimo di cultura ad alto livello». Non solo. La cultura ha anche «una straordinaria capacità di attivazione del sistema economico»: il fatturato europeo del settore è di 636 miliardi di euro (il 6,4% del Pil della Ue a 25) e quello italiano di 84,4 miliardi, pari al 6,3% del Pil.

Lo ha affermato ieri Emma Marcegaglia, vicepresidente di Confindustria e designata alla carica di presidente, intervenendo in videoconferenza alla presentazione, presso la Luiss, del libro bianco su "La valorizzazione dei beni culturali fra Stato e mercato". La ricerca - messa a punto da Giuseppe Mele, Simona Dotti e Paolo De Luca di Confindustria e

realizzata in collaborazione con Confcultura - ha preso in esame la situazione delle imprese che gestiscono i servizi aggiuntivi dei luoghi di cultura (si veda «Il Sole-24 Ore» di lunedì scorso).

Una realtà che, come ha spiegato Patrizia Asproni, presidente di Confcultura, dopo la spinta rivoluzionaria della legge Ronchey - che ha aperto ai privati - ora si trova nella fase del «non più e non ancora»: c'è l'esigenza e la voglia di cambiare, ma ci sono resistenze a farlo.

Tenendo conto della «delicatezza» del settore, è necessario «aprire maggiormente al mercato», ha spiegato la Marcegaglia. Da parte degli imprenditori c'è la disponibilità al confronto, che deve portare a superare quattro criticità. La prima è la differenza di regole a livello statale e locale: al centro si dà più spazio alle logiche concorrenziali, mentre in periferia finisce per prevalere la discrezionalità degli amministratori pubblici. Ne è un segno - ed è il

secondo nodo - il maggior ricorso che a livello locale si fa alle imprese pubbliche, per le quali, con lo strumento dell'affidamento in house, si creano corsie preferenziali, a detrimento della concorrenza. «Anche il ruolo delle fondazioni - ha aggiunto la Marcegaglia - se non debitamente regolato, può creare criticità».

Così come si rivela problematico il comportamento di alcune aziende private, che limitano la crescita di altre. Infine - ed è la quarta difficoltà - si deve porre mano alla distribuzione degli aiuti di Stato, che rappresentano «un trattamento discriminatorio tra imprese pubbliche e private».

Analisi condivisa da Maurizio Costa, presidente della commissione Cultura di Confindustria, il quale in videoconferenza ha ribadito le potenzialità del settore, che, però, deve scontare anche criticità di calibro più generale, come il rallentamento dell'economia, la contrazione dei consumi e l'instabilità del quadro politico.

