

VareseNews

A Milano un occupato su tre è “creativo”

Pubblicato: Venerdì 31 Marzo 2006

Milano diventa sempre più creativa con il passare degli anni: tra il 1991 e il 2001 la percentuale di professionisti creativi sul totale occupati passa dal 19% a quasi il 30%, mentre la richiesta di professioni creative da parte delle imprese milanesi pone Milano al primo posto in Italia (16,37% del tot. fabbisogno professionale; seconda Roma con il 15,12%). Una creatività giovane: Milano è infatti la città dove si registra il maggior numero di professionisti creativi concentrati tra i 31 e i 40 anni (il 14,74% del tot. degli occupati fa il creativo a Milano; segue Genova con il 13,95%) così come di creativi con meno di 30 anni (7,32% del tot. degli occupati milanesi). E la città di Milano fa molto per aiutare lo sviluppo della sua classe di creativi. Tra i sette principali fattori che favoriscono l'emergere delle professioni creative (età, densità urbana, ricchezza, rendita, diversità, imprese simboliche, cultura), Milano si distingue per essere una città aperta verso la diversità (prima come città multietnica, sia come numero di imprese con titolare extra-comunitario, che come numero di cittadini stranieri iscritti al sistema scolastico; prima per numero di organizzazioni di volontariato; prima come nuclei familiari non tradizionali). Ma anche per la sua ricchezza (prima in Italia per percentuale di reddito disponibile), per numero di imprese simboliche (prima per l'editoria, le attività di consulenza, la pubblicità, il design), per essere un polo fieristico e di convegni di eccellenza, per l'arte (prima per Gallerie e per Case d'Asta, seconda per mostre ed eventi) e il divertimento (prima per discoteche; seconda per teatro e cinema). Le uniche due note dolenti per la creatività sono relative alla densità urbana (solo il 34% della popolazione vive nel comune; mentre il tasso di pendolarismo è il primo in Italia), e per il costo degli immobili. Sono questi alcuni dei dati che emergono dalla ricerca: “La specificità della classe creativa a Milano: sfruttare i punti di forza della città per supportare i creativi” della Camera di Commercio, realizzata in collaborazione con l'Università Bocconi. E' emerso oggi in occasione del Convegno “Economia della creatività – creatività della economia. Il caso Milano” in Camera di commercio di Milano.

“Le piccole e medie imprese – ha dichiarato Bruno Ermolli, presidente di Promos azienda speciale della Camera di commercio di Milano per l'internazionalizzazione – per essere competitive devono interpretare la creatività in termini di innovazione “nel continuo”. E proprio dentro i distretti e i metadistretti che la creatività diventa un fattore diffuso e concreto di “modernizzazione di sistema”. Milano e la Lombardia possono contare su un “humus” adeguato, aperto all'esterno, di livello europeo, in grado di sviluppare un'alleanza di qualità tra impresa diffusa, risorse culturali e capitale sociale. Dobbiamo investire sui fattori trasversali e simbolici – prima ancora che economici – come la “conoscenza”. E la conoscenza è l'unico carburante della creatività, e quindi della competitività”.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it