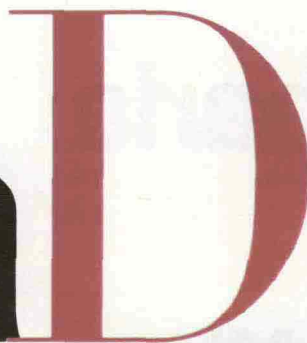


si parla



MEDIA
ECONOMIA
SCANDALI
ETICHETTA
ECO
CULTURE
NOIR

Personal economist

La regola del roc (return on creativity) come salvacrisi

di Andrea Di Stefano

È stato detto: "Gli autori del passato ci sono estranei, poiché sappiamo tanto più di loro". È vero, ma essi sono ciò che noi sappiamo. (T.S. Eliot)

In tempi di crisi travolgente può risultare difficile individuare una via d'uscita. Ma secondo il ricercatore statunitense Richard Florida, autore di una fortunata analisi sulla classe creativa e artefice della teoria delle Tre T, Tecnologia, Talento e Tolleranza, proprio la creatività può rappresentare una risposta alla turbolenta fase dell'economia dopo la fine della dittatura finanziaria. Florida ritiene che per esempio la crisi non si stia abbattendo su New York in modo devastante proprio perché l'incidenza delle attività finanziarie non supera l'8% della forza lavoro della metropoli statunitense contro il 28% di Bloomington, il 18% di Des Moines o il 13% di Hartford, vere e proprie capitali di diversi poli finanziari statunitensi. In altre parole la salvezza della Grande Mela starebbe nell'alta concentrazione di designer, stilisti, registi, scrittori, musicisti e artisti cioè di lavoratori creativi.

Dopo decenni di ideologia economica tutta concentrata sul ROI (return on investment, il parametro per calcolare il ritorno economico di un investimento) e soprattutto sul ROE (return on equity, cioè la redditività netta globale del capitale di rischio, per esempio delle azioni) potrebbe

aprirsi l'era del ROC (return on creativity) lanciato da Gianni Clocchiatti in *Creatività per l'innovazione* edito dalla Franco Angeli. Secondo Clocchiatti l'obiettivo di questo indice sarebbe quello di misurare l'efficienza del processo creativo.

L'auspicio è che rapidamente si riesca a estendere il ROC dal perimetro dei singoli progetti innovativi ai contesti territoriali. A Londra dal 2002 analizzano il ruolo dell'industria creativa che secondo le ultime ricerche pesa per oltre 25 miliardi di euro sulla ricchezza della metropoli britannica, più di tutti i settori manifatturieri

e seconda solo al comparto dei servizi. D'altra parte non c'è bisogno di scomodare Joseph Schumpeter per ricordare che l'imprenditore, secondo l'economista austriaco, deve essere un innovatore, l'artefice di un processo di distruzione creativa che crea qualcosa di nuovo o modifica i processi dati. Secondo Schumpeter l'autentico sviluppo "si produce solo in maniera discontinua attraverso il mutamento nei canali del flusso economico, la perturbazione dell'equilibrio che modifica e sposta sempre lo stato di equilibrio precedentemente esistente".