



L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo fatto da imprese, P.A. e no profit, muove 255,5 miliardi: il 16,6% del valore aggiunto nazionale. Un dato comprensivo del valore prodotto dalle filiere del settore, ma anche di quella parte dell'economia che beneficia di cultura e creatività e che da queste viene stimolata, a cominciare dal turismo. Emerge dal Rapporto 2018 "Io sono cultura", elaborato da Fondazione Symbola e Unioncamere, presentato a Roma **di Delfina Reginè**



Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo genera più di 92 miliardi di euro e attiva altri settori dell'economia arrivando a muovere, nell'insieme, 255,5 miliardi equivalenti al 16,6% del

valore aggiunto nazionale: un dato comprensivo del valore prodotto dalle filiere del settore e di quella parte dell'economia che beneficia di cultura e creatività e che da queste viene stimolata, a cominciare dal turismo; una ricchezza che si traduce in 1,5 milioni di posti di lavoro, che rappresentano il 6,1% del totale degli occupati in Italia. A snocciolare i dati, alla presenza del ministro Alberto Bonisoli, del presidente di Symbola Ermete Realacci, del presidente di Unioncamere Ivan Lo Bello e del segretario generale di Symbola, Fabio Renzi, il segretario generale di Unioncamere **Giuseppe Tripoli**: «è l'ottavo Rapporto che facciamo con Symbola e dimostra che la cultura è uno dei motori trainanti dell'economia italiana, uno dei fattori che più esaltano la qualità e la competitività del Made in Italy». E gli fa eco il ministro dei Beni e delle Attività

Sopra il Salone Spadolini del Mibact durante la presentazione del Rapporto "Io sono cultura" commentato da Giuseppe Tripoli, in basso nella foto, Segretario generale di Unioncamere



Culturali e del Turismo, **Alberto Bonisoli**: «Parlare di cultura vuol dire parlare di industria culturale e creativa e di conseguenza di lavoro, risorse e qualità della vita». Nel complesso, quello produttivo culturale e creativo è un sistema con il segno più: nel 2017 ha prodotto un valore aggiunto del 2,0%. L'occupazione è invece aumentata dell'1,6%: una crescita superiore a quella del complesso dell'economia (+1,1%). «Il lavoro nel settore culturale c'è e sta crescendo e non è banale che riguardi in particolare giovani in possesso di un titolo universitario. Questo è importante in prospettiva futura, se si considera che le professioni creative e le capacità umane saranno ancora più valorizzate in un contesto dove robotica e intelligenza artificiale difficilmente potranno sostituirsi all'uomo», precisa. «La ripresina degli ultimi anni è stata trainata dall'export, in gran parte costituito da prodotti dell'industria creativa, e dal turismo in entrata, che nel nostro Paese ha ragioni prevalentemente culturali. La qualità della vita può e deve migliorare grazie allo sviluppo del settore culturale, soprattutto nei centri dell'Italia del patrimonio diffuso che sono al di fuori dei grandi circuiti turistici». La diversità è un nostro punto di forza. «Siamo un fantastico paese, la cultura italiana è un caleidoscopio di cose: io sono nato a Mantova, ho fatto le scuole a Cremona e vivo in provincia di Novara. Tre ambienti completamente diversi e stiamo ragionando di un pezzettino, piccolo, del Nord Italia: una cosa che all'estero non ho mai trovato». Il presidente della Fondazione Symbola, **Ermete Realacci** ricorda che «il marchio Made in Italy è terzo dopo Visa e Coca Cola» e secondo «un'indagine della rivista US News e dell'Università della Pennsylvania noi siamo quelli che influenzano di più la cultura nel mondo: un primato legato anche alla nostra capacità di trasmettere cultura e bellezza nelle produzioni e al nostro soft-power». Proprio questo intreccio caratteristico dell'Italia, tra cultura e manifattura, coesione sociale e innovazione, competitività e sostenibilità, rappresenta un'eredità del passato ma anche una chiave per il futuro. «L'obiettivo del Rapporto è superare la convinzione che la cultura sia qualcosa da conservare piuttosto che



Alberto Bonisoli: «Parlare di cultura vuol dire parlare di industria culturale e creativa e di conseguenza di lavoro, risorse e qualità della vita»

una componente dello sviluppo produttivo su cui puntare», precisa il presidente di Unioncamere, **Ivan Lo Bello**, «questo vale soprattutto se si guarda ai cambiamenti che l'economia subirà con la rivoluzione tecnologica». Il mondo che affronteremo nei prossimi anni sarà guidato da una serie di trasformazioni radicali concentrate soprattutto nella sfera del lavoro e delle competenze. Mediamente, chi opera nel campo delle professioni culturali e creative possiede un più alto livello d'istruzione. «Puntare sulla cultura e sulla creatività significa quindi puntare in alto, su competenze in grado di affrontare la stagione dell'Industria 4.0». «L'industria culturale e creativa», aggiunge il ministro dei Beni e delle Attività culturali e del Turismo, «è destinata a divenire una delle protagoniste dell'economia del XXI secolo e in questo l'Italia ha un vantaggio competitivo dovuto al suo straordinario patrimonio storico, artistico, archeologico di cui dobbiamo avvalerci a pieno. Moda, design, cinema traggono ispirazione da questo patrimonio, mentre nuove tecnologie, realtà virtuale e realtà aumentata trovano concreta applicazione

Ermete Realacci : «Il marchio Made in Italy è terzo dopo Visa e Coca Cola»



Ivan Lo Bello: «Puntare su cultura e creatività significa puntare su competenze in grado di affrontare la stagione dell'Industria 4.0»



nella sua valorizzazione. Turismo e Made in Italy, inoltre, traggono enormi benefici da questa voglia di Italia che c'è nel mondo e che è nostro dovere promuovere al massimo. I dati del rapporto Symbola sono espliciti al riguardo e indicano un percorso chiaro per il nostro Paese: crescita, benessere e cultura devono essere ricompresi in un unico paradigma di sviluppo di cui possiamo divenire il modello nel mondo».

Settori e Trend

Il Rapporto analizza il Sistema Produttivo Culturale e Creativo, quindi le attività economiche che producono beni e servizi culturali, ma anche tutte quelle attività che utilizzano la cultura come input per accrescere il valore simbolico dei prodotti, quindi la loro competitività, definite creative-driven. Il sistema produttivo culturale si articola in 5 macro settori: industrie creative (architettura, comunicazione, design), industrie culturali propriamente dette (cinema, editoria, videogiochi, software, musica e stampa), patrimonio storico-artistico (musei, biblioteche, archivi, siti archeologici e monumenti storici), performing arts e arti visive a cui si aggiungono le imprese creative-driven (imprese non direttamente riconducibili al settore ma che impiegano in maniera strutturale professioni culturali e creative, come la manifattura evoluta e l'artigianato artistico). Dal mobile alla nautica, larga parte della capacità del Made in Italy di competere nel mondo sarebbe impensabile senza il legame con il design, con le industrie culturali e creative. Le industrie culturali producono, da sole, 33,6 miliardi di euro di valore aggiunto (il 2,2% del complessivo nazionale), dando lavoro a 488mila persone (1,9% degli addetti totali). Contributo importante anche dalle industrie creative, capaci di

produrre 13,4 miliardi di valore aggiunto grazie all'impiego di 261mila addetti. Le Performing arts generano, invece, 7,9 miliardi di euro di ricchezza e 141mila posti di lavoro; a conservazione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico si devono 2,8 miliardi di euro di valore aggiunto e 51mila addetti. A questi quattro ambiti, che rappresentano il cuore delle attività culturali e creative, si aggiungono i rilevanti risultati delle attività creative-driven: 34,5 miliardi di euro di valore aggiunto (il 2,2% del complessivo nazionale) e più di 579mila addetti (2,3% del totale nazionale). Le performance più rilevanti, all'interno delle industrie creative, appartengono al sottosettore del design (che produce 8,6 miliardi di euro di valore aggiunto insieme all'architettura; lo 0,6% del valore complessivo) e della comunicazione (4,8 miliardi di euro, lo 0,3%). Ad alimentare la ricchezza prodotta dalle industrie culturali, invece, vi sono il comparto dell'editoria e stampa (da cui deriva lo 0,9% del valore aggiunto nazionale, corrispondente a 13,8 miliardi di euro) e quello dei videogiochi e software (0,8%, pari a 12 miliardi di euro). Due filiere che, insieme, fruttano 25,8 miliardi di euro all'economia italiana. Nel suo complesso il Sistema Produttivo Culturale e Creativo ha prodotto un valore aggiunto e un'occupazione superiore rispetto all'anno precedente (+2,0% nel primo caso e +1,6% nel secondo). Una performance perfettamente in linea con il dato complessivo dell'economia italiana per quanto riguarda il valore aggiunto e superiore riguardo l'occupazione (+1,1%).

Le imprese

Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano conta, a fine 2017, 414.701 imprese, che incidono per il 6,7% sul totale delle attività economiche del Paese. In particolare, le imprese che operano nei settori del Core Cultura, direttamente collegate alle attività culturali e creative, sono 289.792, a cui va ad aggiungersi la stima relativa alla componente creative driven, dove confluiscono tutte le attività

economiche non strettamente riconducibili alla dimensione culturale ma caratterizzate da strette sinergie con il settore (124.909 imprese). Più del 95% delle imprese operanti nel settore Core Cultura appartiene a due soli ambiti: culturale (148mila imprese, pari al 51,1% del totale) e creativo (127.849 imprese, pari al 44,1% del totale). Rispetto al 2016, il Sistema Produttivo Culturale e Creativo cresce all'interno di tutti gli ambiti, ad eccezione dell'industria creativa (-0,8%), soprattutto per il comparto editoria e stampa (94.604 imprese, -1,7% sul 2016). Le imprese femminili sono in aumento nella filiera: sono, infatti, ben 52.297, pari al 18% delle imprese del Core Cultura, in crescita dello 0,3% rispetto al 2016. Più di una impresa femminile su due si concentra nell'editoria (il 53,9%), cui segue, a distanza, il comparto della comunicazione (18,8%). Per quanto attiene alle imprese giovanili, queste rappresentano il 7,7% della componente Core: anche in tal caso risaltano, in primo luogo, l'editoria, che racchiude poco meno del 40% (39,6%) delle imprese "under 35", e a seguire il comparto della comunicazione (con il 18,7%). Hanno un'incidenza minore, ma non per questo trascurabile, le imprese condotte da stranieri, che a fine 2017 costituiscono il 3,8% del totale delle imprese del Core cultura, comunque in crescita del +2,7% rispetto al 2016.

Geografia della cultura

La grande area metropolitana di Milano è al primo posto nelle graduatorie provinciali per incidenza di ricchezza e occupazione prodotte, con il 9,9% e il 10,1%. Roma è seconda per valore aggiunto (9,8%) e terza per occupazione (8,6%) mentre Torino si colloca, rispettivamente, terza (8,8%) e quarta (8,4%). Seguono, per valore aggiunto, Siena (8,4%), Arezzo (7,8%) e Firenze (7,2%), Ancona e Aosta al 6,9%, Bologna al 6,4% e Modena al 6,3%. In termini di occupazione, come suddetto, la leadership per incidenza dei posti di lavoro sul totale dell'economia è da attribuire a Milano, seguita da Arezzo

(8,9%), poi Roma, Torino, Firenze (7,8%), Trieste (7,4%), Monza-Brianza e Bologna appaiate al 7,3%, infine Modena e Aosta al 7,2%. Quanto alle macroaree geografiche, è il Centro a fare la parte del leone: qui, cultura e creatività producono il 7,3% del valore aggiunto. Seguono, da vicino, il Nord-Ovest (6,8%) e il Nord-Est, la cui incidenza si attesta al 5,4%. Il Mezzogiorno, ricco di giacimenti culturali e un patrimonio storico e artistico di primo ordine a livello mondiale, non riesce ancora a tradurre tutto ciò in ricchezza; solo il 4,2% del valore aggiunto prodotto dal territorio è da ascrivere alla cultura, il che rappresenta un problema ma allo stesso tempo un'opportunità di rilancio, su cui siamo obbligati a investire nei prossimi anni. Dinamiche simili si riscontrano per l'occupazione, con il Centro e il Nord-Ovest in testa (con il 7% sul totale dell'economia), seguito dal Nord-Est col 6,2% e infine il Sud con il 4,2%. A livello regionale, il peso delle grandi aree metropolitane a specializzazione culturale e creativa di Milano e Roma si fa sentire. Il Lazio si colloca primo (8,8%) seguito dalla Lombardia (7,2%). A seguire, Valle d'Aosta e Piemonte (6,9%), poi le Marche (6,1%). Sul fronte dell'occupazione, identico ordine di classifica: primo è il Lazio (7,7%), seguito da Lombardia (7,4%), Valle d'Aosta (7,2%), Piemonte (6,8%) e Marche (6,5%).

Il tavolo dei relatori alla conferenza stampa "Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi"

