



HOME

FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA

ALTRE FONDAZIONI

CHI SIAMO

PARTNERSHIP

Home » "Io Sono Cultura". La rilevanza economica della cultura e della creatività

"IO SONO CULTURA". LA RILEVANZA ECONOMICA DELLA CULTURA E DELLA CREATIVITÀ

Pubblicato il: 16/07/2017 - 00:40

TAGS:

INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE FONDAZIONE SYMBOLA ECONOMIA DELLA CULTURA
CULTURA CREATIVITÀ FESTIVAL DELLA SOFT ECONOMY IO SONO CULTURA

Rubrica: STUDI E RICERCHE

Autore: Vittoria Azzarita



Mi piace 79



Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo – comprensivo di imprese, pubblica amministrazione e non profit - genera **89,9 miliardi di euro**, pari al 6% del valore aggiunto nazionale, impiega quasi 1,5 milioni di lavoratori e attiva altri settori dell'economia, arrivando a costituire una filiera culturale, intesa in senso lato, di **250 miliardi di euro**. È quanto emerge dal Rapporto 2017 "Io Sono Cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi", elaborato da Fondazione Symbola e Unioncamere. Per approfondire il ruolo delle industrie culturali e creative nell'economia italiana, abbiamo posto alcune domande a **Domenico Sturabotti**, Direttore della Fondazione. «Sebbene i numeri dimostrano che la cultura e la creatività sono uno dei fattori che più alimentano la qualità e la competitività del Made in Italy, continuano a mancare politiche incisive in grado di sviluppare concretamente il

potenziale di questo comparto e soprattutto una visione strategica complessiva, in grado di cogliere appieno la funzione e il ruolo delle industrie culturali e creative nella società e nell'economia».

Giunto alla settima edizione, il Rapporto 2017 "Io Sono Cultura" - elaborato da **Fondazione Symbola** e **Unioncamere** - è stato presentato mercoledì 28 giugno presso la sede del **Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo**. Sulla base dei dati contenuti nello studio, quale ruolo occupa il Sistema Produttivo Culturale e Creativo nell'economia del nostro Paese?

Per capire il ruolo della filiera culturale e creativa nell'economia italiana, è necessario fare una premessa metodologica per spiegare cosa intendiamo quando parliamo di "Sistema Produttivo Culturale e Creativo". In un recente report realizzato per il Ministero dello Sviluppo Economico abbiamo studiato e comparato le principali metodologie di misurazione delle Industrie Culturali e Creative sviluppate a livello internazionale. Nei 20 studi presi in considerazione, 179 sono le classi di attività economica a quattro cifre che almeno una volta vengono incluse nella definizione del perimetro culturale e creativo su un totale di 615 codici ATECO alla quarta cifra esistenti. Solo 26 sono le attività economiche su cui convergono tutti gli studi, tra cui: l'edizione di libri, l'edizione di quotidiani, l'attività di post produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, le attività di registrazione sonora e di editoria musicale e le attività fotografiche, le attività di design specializzate, le rappresentazioni artistiche, le creazioni artistiche e letterarie, le attività di supporto alle rappresentazioni artistiche, le attività degli studi di architettura, la gestione di strutture artistiche, e così via. 11 sono le attività su cui convergono 10-14 studi: le attività delle agenzie di stampa, altre attività editoriali, le attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, le attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, le attività di programmazione e trasmissioni televisive, l'edizione di riviste e periodici, la gestione di luoghi e monumenti storici e attrazioni simili, le attività di musei, le attività di biblioteche e archivi, le agenzie pubblicitarie, l'edizione di giochi per computer, la riproduzione di supporti registrati.

Le differenze poi si moltiplicano se oltre al perimetro di attività, si va ad analizzare anche il livello di

RICERCA AVANZATA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

SAPER FARE, SAPER ESSERE

una ricerca in collaborazione con



CULTURA E WELFARE

una ricerca in collaborazione con



SCENARI DI INVESTIMENTO



LUGLIO. STABILITÀ SENZA CERTEZZE
LEGGI TUTTO

ARTICOLI PIÙ LETTI

• L'ASSOCIAZIONISMO CULTURALE: IL CONVITATO DI PIETRA...

profondità dell'analisi lungo la filiera. Un quadro complesso in cui ogni analisi mira ad evidenziare alcune specificità del sistema, il che non è sbagliato se pensiamo alla funzione di una metodologia che non è quella di fare sensazione con i numeri, bensì quella di osservare e misurare determinati fenomeni. In quest'ottica, Fondazione Symbola a partire dagli studi sviluppati da Walter Santagata - e in continuità con il suo lavoro - ha scelto di approfondire e affinare ulteriormente l'analisi non solo dei settori strettamente culturali, ma di studiare anche i fenomeni di "culturalizzazione" che in misura variabile interessano settori diversi dell'economia.

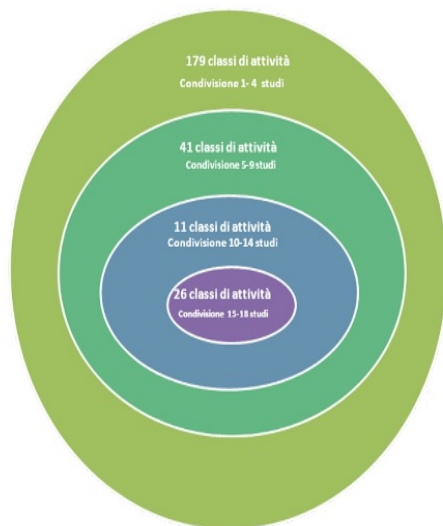
Riprendendo l'impostazione utilizzata da Santagata, il Rapporto "Io Sono Cultura" analizza anche il valore aggiunto generato dalle professioni culturali e creative attive in settori esterni al cuore culturale e creativo, anche perché tali figure professionali risultano essere molto più numerose fuori dai settori *core* che dentro. In sintesi il Sistema Produttivo Culturale e Creativo è composto da cinque macro-ambiti produttivi: le industrie creative (architettura, design e comunicazione); le industrie culturali (cinema, musica, radio, tv, videogame e software, editoria, media); il patrimonio storico-artistico (musei, biblioteche, archivi, monumenti); le *performing arts* e le arti visive (spettacolo dal vivo, arti visive); e tutte le attività economiche non strettamente riconducibili alla dimensione culturale ma soggette a processi di culturalizzazione (attività *creative driven*).

A partire da tale definizione, nel 2016 il Sistema Produttivo Culturale e Creativo ha prodotto un valore aggiunto pari a 89,9 miliardi di euro, ossia un valore superiore al comparto della finanza, o al comparto della meccanica, o a quello della sanità privata se vogliamo dare un ordine di grandezza. Quest'anno inoltre per la prima volta troviamo un segno positivo di crescita in termini di addetti e valore aggiunto in tutti i settori del *core*, che ricordiamo erano in forte perdita nell'ultimo quinquennio.

Il Rapporto "Io Sono Cultura" misura anche l'effetto moltiplicatore della cultura sul resto dell'economia. Un fattore moltiplicativo per cui per ogni euro prodotto da un'attività se ne attivano altri sul resto dell'economia, secondo una logica di filiera. È così che gli 89,9 miliardi di euro prodotti nel 2016 dall'intero sistema produttivo culturale - comprensivo di non profit, pubblica amministrazione e attività *creative driven* - riescono ad attivare 160 miliardi di euro, arrivando a costituire una filiera culturale, intesa in senso lato, di 250 miliardi di euro. In questo modo il Sistema Produttivo Culturale e Creativo vede il suo ruolo crescere notevolmente all'interno dell'economia, perché si passa dal 6% come incidenza, in termini di valore aggiunto delle attività *core* e di quelle *creative driven*, al 16,7% se si considera l'intera filiera, comprensiva anche del resto dell'economia attivata. Dunque i numeri dimostrano che la cultura è uno dei motori trainanti dell'economia italiana, uno dei fattori che più alimentano la qualità e la competitività del Made in Italy.

Categorie di attività economica del sistema produttivo culturale e creativo rintracciabili nei principali studi internazionali

Anno 2016 (numero di categorie produttive alla quarta cifra della classificazione Ateco 2007)



Dalle pagine del Rapporto emerge un clima generale di fiducia nei confronti delle industrie culturali e creative. Quali sono i fattori principali che hanno guidato l'andamento positivo che è stato registrato nel corso del 2016?

Dal nostro punto di vista la crescita del Sistema Produttivo Culturale e Creativo è legata principalmente a un investimento importante del cuore delle industrie culturali e creative in professioni di alto livello. Tra il 2011 e il 2016 coloro che operano nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo e sono in possesso di una laurea sono aumentati dal 33 al 41%: valore nettamente superiore al resto dell'economia, in cui si è registrato un incremento inferiore a 3 punti percentuali (dal 17 al 20%). In un momento di crisi, le industrie culturali e creative hanno capito che bisognava favorire l'ingresso di nuove competenze ed essere più professionalizzate per poter continuare a stare sul mercato. Inoltre un'indagine contenuta nel Rapporto "I.T.A.L.I.A. Geografie del nuovo made in Italy" - realizzato da Fondazione Symbola, in collaborazione con Fondazione Edison e Unioncamere - ha messo in evidenza il fatto che le imprese dell'industria e dei servizi che hanno fatto investimenti in creatività registrano delle performance notevolmente superiori rispetto alle aziende che non hanno fatto investimenti in cultura e creatività. In termini di fatturato, il 37% delle imprese che investono in creatività ha registrato un aumento nel 2016 rispetto al 2015, contro il 26% delle imprese non investitrici. Queste migliori performance sono anche il segno di una competitività che tende ad accrescersi grazie alla maggiore attività innovativa che contraddistingue le imprese che scelgono di investire in creatività. La creatività e la cultura rappresentano quindi un vero e proprio elemento di spinta alla competitività del sistema economico italiano.

- [LA CULTURA DEI PICCOLI](#)
- [LEGGERE GLI SCENARI CULTURALI ATTRAVERSO GLI OPEN DATA: LA...](#)
- [PATRIMONIO CULTURALE, AUDIENCE DEVELOPMENT, INNOVAZIONE:...](#)
- [ICOM ITALIA PER UNA "RETE DEI MUSEI": AGGREGAZIONE TRA...](#)

STUDI E RICERCHE

- [UN NUOVO OSSERVATORIO PER ISPIRARE LE POLITICHE PER LA...](#)
- [LA SCUOLA CHE VORREI. LE FONDAZIONI IN CAMPO](#)

[TUTTI GLI ARTICOLI](#)

CULTURA DIGITALE

in partnership con DiCultHer:



ARCHIVIO MENSILE

- LUGLIO 2017 (39)
- GIUGNO 2017 (48)
- MAGGIO 2017 (48)
- APRILE 2017 (40)
- MARZO 2017 (39)
- FEBBRAIO 2017 (39)
- GENNAIO 2017 (33)
- DICEMBRE 2016 (41)
- NOVEMBRE 2016 (44)
- OTTOBRE 2016 (48)

Tra i settori culturali e creativi analizzati dal Rapporto "Io Sono Cultura", quali risultano essere quelli più trainanti e maggiormente promettenti?

Tra i settori più trainanti c'è sicuramente il design, in quanto si configura come un comparto poliedrico che fornisce servizi creativi a una molteplicità di ambiti anche molto diversi tra loro. Questa caratteristica lo rende un settore particolarmente appetibile sul mercato: negli ultimi cinque anni, il design risulta essere il quinto settore a livello europeo in termini di crescita di fatturato. Molta dell'economia manifatturiera e dei servizi vede in questo settore la capacità di sviluppare valore simbolico e immateriale, che può essere incorporato nei propri prodotti. Anche la gestione del patrimonio registra una crescita, seppur minima rispetto al proprio potenziale, che comunque segna un miglioramento con quote percentuali significative. Il cinema e l'editoria ritornano ad avere un segno positivo dopo essere stati frastornati dalla sfida del digitale. In particolare, l'editoria ha finalmente capito che il digitale è una tecnologia che ri-gerarchizza le modalità di lettura, senza cancellare le modalità precedenti, e quindi è tornata a concentrarsi sui contenuti e sull'internazionalizzazione.

Tuttavia restano aperti alcuni temi legati alla dimensione media delle imprese italiane che operano nel comparto delle industrie culturali e creative, in quanto sono molto piccole rispetto alla media europea, e alle capacità gestionali e di management necessarie per consentire alle realtà che lavorano in questo ambito di trarre un valore maggiore dalle loro attività, e di diventare imprese a tutti gli effetti, come avviene negli altri Paesi europei.

Dal punto di vista geografico, come si distribuiscono le industrie culturali e creative sul territorio?

La geografia del Sistema Produttivo Culturale e Creativo rispecchia la geografia dell'Italia: abbiamo un Nord molto forte sulla dimensione creativa, vista anche la presenza rilevante dell'industria manifatturiera, in cui spicca la città di Milano che è diventata in questi anni un polo dinamico capace di attrarre talenti. Roma mostra una connotazione culturale fortemente incentrata sul cuore della cultura, anche per la presenza di player come Rai e Rainbow, in particolar modo sulle industrie creative e culturali e sulla valorizzazione del patrimonio storico e artistico. Rimane una profonda dicotomia tra Nord e Sud, in quanto nessuna regione del Mezzogiorno – ad eccezione della Puglia – mostra quote di specializzazione almeno pari alle regioni del Centro-Nord, sia in termini di valore aggiunto che di occupazione. Questo accade perché le professionalità che si formano al Sud sono attratte da altri poli, facendo emergere il fatto che le realtà meridionali non sono attrezzate per gestire il talento che producono, e questo è un paradosso.

Con riferimento all'occupazione, il Rapporto "Io Sono Cultura" stima che il Sistema Produttivo Culturale e Creativo dà lavoro a 1,5 milioni di persone, pari al 6% del totale degli occupati in Italia. Al contempo però, un recente studio commissionato dal Parlamento Europeo, ha posto in evidenza il fatto che le professioni creative siano tra le più precarie. Secondo lei, in che modo è possibile superare la dicotomia tra maggiore autonomia e minori tutele che caratterizza chi lavora con la cultura e la creatività?

A questo proposito va detto che nonostante i numerosi studi che sono stati fatti, negli ultimi anni non ci sono state politiche realmente incisive sul tema delle industrie culturali e creative. Continuano a mancare politiche in grado di sviluppare concretamente il potenziale di questo comparto, ma soprattutto una visione strategica complessiva in grado di cogliere appieno la funzione e il ruolo delle industrie culturali e creative nel funzionamento complessivo della società e dell'economia. Questo ancora non avviene. In Italia poi – più che in altri Paesi – è forte il divario tra mondo della formazione e mercato del lavoro, arrivando al paradosso oramai insostenibile che vede un sistema formativo che genera professionalità, dotate di competenze preziose, che non trovano spazio in un contesto spesso incapace di assorbire competenze e talenti.

Nel Rapporto si cita il Decreto Legislativo 25 novembre 2016 n. 219 di riforma delle Camere di commercio che assegna al Sistema camerale una competenza specifica per "la valorizzazione del patrimonio culturale e per lo sviluppo e la promozione del turismo, in collaborazione con gli enti e gli organismi competenti". Dal suo punto di vista, quali sono i vantaggi che possono derivare da tale intervento?

Unioncamere si presenta come un soggetto strutturato che ha una sua capillarità territoriale, numerose banche dati e una notevole dimestichezza con le analisi di tipo economico. Questo insieme di competenze potrebbe servire al mondo della cultura per avere un partner strutturato sulla dimensione economica, e potrebbe consentire al Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo di dotarsi di un osservatorio sull'economia della cultura e della creatività, e di avere una banca dati aggiornata del patrimonio culturale italiano.

Il 4 e 5 luglio si è tenuta a L'Aquila la prima Conferenza Nazionale dell'Impresa Culturale, promossa da Federculture, AGIS, Forum Terzo Settore e Alleanza Cooperative Italiane Turismo e Beni Culturali, con l'intento di avviare una riflessione sulla definizione di impresa culturale. Anche nel Rapporto "Io Sono Cultura" viene messa in evidenza la difficoltà di individuare il perimetro esatto di un settore estremamente articolato e variegato. In quest'ottica, come valuta l'iniziativa portata avanti da Federculture? Ritieni che prevedere una distinzione tra imprese culturali e industrie creative possa contribuire al riconoscimento di un comparto rilevante per la nostra economia?

L'iniziativa è sicuramente positiva perché ha il merito di richiamare l'attenzione sul tema della cultura, e perché contribuisce a far arrivare alla politica il messaggio che la cultura e la creatività sono la chiave di volta del sistema sociale e produttivo del nostro Paese. Nel contesto attuale, è importante che da più parti, con continuità, si ponga al centro del dibattito il tema del valore del sistema culturale e creativo. Al contempo, però, temo che alcune proposte emerse, anche se mosse da valide premesse, possano avere l'effetto di frammentare il perimetro delle industrie culturali e creative, rendendo nella comunicazione ai non addetti ai lavori nuovamente marginale un settore che finalmente inizia ad avere un suo riconoscimento nazionale. Più che l'avvio di un ragionamento sulla creazione di una disciplina specifica nell'ordinamento, suggerirei una azione mirata ad accrescere la cultura d'impresa delle organizzazioni che operano in questo comparto. Mentre un aspetto da approfondire è quello legato a modalità di riconoscimento della funzione pubblica svolta da imprese, associazioni e realtà del Terzo settore, quotidianamente attive nella gestione e nella promozione del nostro patrimonio culturale.

La quinta edizione del Festival della Soft Economy - promosso dalla Fondazione Symbola e dal Consorzio Aaster in collaborazione con il Comune di Macerata, le Università di Camerino e di Macerata, l'Istituto Confucio e il China Center - ha affrontato temi importanti come la rigenerazione dei territori e lo sviluppo sostenibile, soffermandosi sulla ricostruzione delle aree dell'Appennino colpite



Il Giornale delle Fo...

Mi piace questa Pagina 14 r

Piace a 36 amici





Il Giornale delle Fondazioni

1 h

(Fondazioni per la cultura)
L'Africa? La conosco solo attraverso gli artisti
Intervistato in occasione della mostra della sua collezione alla Fondazione Vuitton di Parigi, l'italo-francese Jean Pigozzi, proprietario della più grande raccolta di arte africana del mondo, rivela di non aver mai messo piede nel continente nero.
[La Stampa]
Francesco Martinello per il Giornale dell'Arte

RAPPORTO ANNUALE 2013/2014



ELENCO DEI RAPPORTI ANNUALI

cheFare^{CC}



dal terremoto. Qual è il ruolo attribuito alla cultura nei processi di ricostruzione e rigenerazione territoriale?

In passato i processi di ricostruzione si fondavano sullo slogan “dov'era, com'era”, promuovendo una ricostruzione fedele di ciò che era stato distrutto. In questo modo, però, alcune volte oltre alla ricostruzione del patrimonio abitativo sono state riprodotte anche le condizioni sfavorevoli (declino economico e spopolamento) che il territorio presentava prima del terremoto. Per questo oggi si preferisce ricostruire “dov'era, come sarà”, sviluppando il processo di ricostruzione in due tempi: un tempo breve per rispondere all'emergenza della vita quotidiana, ma salvaguardando una prospettiva di lungo periodo. Con riferimento al territorio delle Marche, l'area colpita dal terremoto risulta essere molto vicina allo sbocco della nuova Via della Seta, che è un progetto che prevede investimenti pari a circa 1.700 miliardi di dollari all'anno per la costruzione di questa nuova rotta commerciale. Per cui nel processo di ricostruzione sarà importante capire come il territorio delle Marche si riconfigurerà in virtù della sua prossimità rispetto a questo importante asse economico, pensando a una ricostruzione locale in un'ottica internazionale. L'altra questione essenziale è quella relativa ai beni culturali. Le Marche in questi anni hanno investito molto nel settore culturale, facendo registrare tassi di crescita del fatturato e del valore aggiunto del Sistema Produttivo Culturale e Creativo tra i più alti in Italia – ad esempio nel periodo 2010-2015 le Marche si sono posizionate al secondo posto tra le regioni italiane. In quest'ottica, i beni culturali sono visti come il cardine dell'identità del territorio e in virtù di ciò la popolazione ha chiesto che tali beni restassero all'interno del territorio, comunicando in maniera molto forte il fatto che i beni culturali hanno un valore rilevante per le persone e rappresentano uno dei fulcri della ricostruzione. Allo stesso tempo si chiede alle industrie culturali e creative di immaginare e progettare il futuro di un territorio. Si tratta quindi di pensare a questi territori in modo nuovo, non più come centri storici rimasti ai margini della modernità, ma come un'area di altissimo valore storico, culturale e naturale dove sperimentare un progetto di rigenerazione e ricostruzione che abbia contemporaneamente un valore per le zone colpite dal terremoto ma anche per l'intero Paese.

Citava prima il progetto della “nuova Via della seta tra Oriente e Occidente”. Perché per Fondazione Symbola è importante guardare alla Cina e intensificare i rapporti con il mercato cinese anche nell'ambito delle industrie culturali e creative?

È innegabile che viviamo in un momento storico caratterizzato da una situazione geopolitica completamente nuova. Recentemente Trump ha detto no agli accordi di Parigi sul clima e questo, insieme alle politiche protezioniste che il Presidente degli Stati Uniti ha dichiarato di voler intraprendere, segna un passaggio importante di emancipazione per l'Europa, che è sempre stata collegata all'America e che oggi inizia a guardare verso Est. Dall'altra parte, la Cina apre i canali di tipo commerciale con l'Europa e decide di impegnarsi in maniera molto forte sul tema dei cambiamenti climatici. Questa dinamica sta avvicinando l'Europa alla Cina. Molte sono le criticità ma intravedo anche molte potenzialità. A partire da Marco Polo e Padre Matteo Ricci entrambi molto conosciuti in Cina. Questi fili rossi in queste dinamiche nuove che si stanno delineando tra l'Adriatico e la Cina diventando delle opportunità straordinarie per la costruzione di ponti non solo economici ma anche di tipo culturale. Non è un caso, infatti, che recentemente la Cina abbia aperto proprio nelle Marche, a Macerata, un China Center ossia un centro di scambio culturale tra Oriente e Occidente.

Ancora oggi la cultura fatica ad essere riconosciuta come settore strategico sia a livello nazionale che europeo. Nel Rapporto “Io Sono Cultura” si sottolinea ad esempio che Europa creativa, l'unico programma diretto dell'Unione europea per il settore creativo, culturale e audiovisivo, rappresenta appena lo 0,15 % del bilancio europeo. Secondo lei, perché?

Penso che sia prima di tutto un problema di tipo anagrafico, per cui alla fine vincono alcune logiche anacronistiche che non rispecchiano più la società attuale. Per guardare al futuro, le dimensioni della cultura, della creatività e dell'innovazione tecnologica devono andare insieme, in quanto rappresentano la stessa faccia dello sviluppo di un Paese. Noi invece abbiamo un modello organizzativo che tende ancora oggi a enfatizzare gli aspetti legati alla tutela e alla conservazione del patrimonio culturale, piuttosto che guardare alla cultura come un tema trasversale capace di abbracciare più ambiti contemporaneamente, e di generare valore anche economico. A questo si aggiunge una divisione delle competenze che tiene separate questioni che nella realtà sono molto complementari. Secondo me costituzionalmente manca una struttura organizzativa complessiva che collochi la cultura come un tassello importante del ragionamento sullo sviluppo prima di tutto identitario e sociale, e poi economico dell'Italia e più in generale dell'Europa. Invece continua a prevalere l'aspetto di una cultura minoritaria, marginale, accessoria. Sarebbe bello avere anche da noi un “Ministero del Futuro”, in cui sviluppare una visione del domani, e in cui la cultura e la creatività non siano viste come materie subordinate ma come uno dei motori principali dell'economia e della società.

© Riproduzione riservata

HOME
CHI SIAMO
PARTNERSHIP
FONDAZIONI DI ORIGINE BANCARIA
ALTRE FONDAZIONI
PRIVACY