

## IO SONO CULTURA

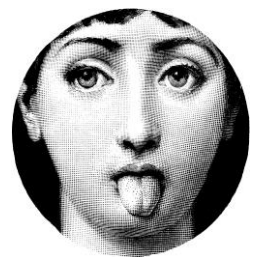
L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Claudio Gagliardi, *Segretario Generale Unioncamere*

***Macerata, 26 giugno 2014***

*Realizzata da:*



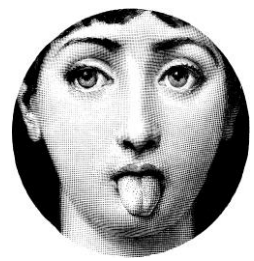


# IO SONO CULTURA

## Rapporto 2014

Quando chiesero  
a Winston Churchill  
di tagliare i fondi  
destinati all'arte  
per sostenere  
lo sforzo bellico,  
egli rispose:  
"E allora  
per che cosa  
combattiamo?"





# IO SONO CULTURA

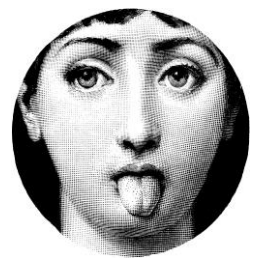
scoprire il nuovo che si sta muovendo nella crisi

ARRIVATA  
OGGI ALLA SUA  
QUARTA  
EDIZIONE

È UNA RICERCA UNICA IN ITALIA,  
NELLA QUALE VENGONO  
SISTEMATIZZATI DATI, FATTI E  
TENDENZE INERENTI AI DIVERSI  
SEGMENTI DEL SISTEMA  
PRODUTTIVO CULTURALE

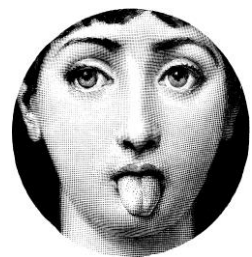
UN MODELLO  
DI SVILUPPO  
CENTRATO SUL  
GIUSTO CONNUBIO  
FRA INNOVAZIONE  
E VALORIZZAZIONE  
DEI TERRITORI

L'OBIETTIVO È  
DI PERIMETRARE I SETTORI  
CULTURALI E CREATIVI  
E COMPRENDERE  
LE INTERCONNESSIONI  
ESISTENTI, PER DAR LORO  
IL GIUSTO RUOLO  
ALL'INTERNO DELLE  
POLITICHE DI SVILUPPO



# IL PERIMETRO DEL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE





# LA RESILIENZA DEL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE ITALIANO



**74,9** (miliardi di Euro)

VALORE AGGIUNTO  
NEL 2013



il 5,4% dell'intera economia



**443.458**

IMPRESE



il 7,3% dell'intero tessuto  
produttivo nel 2013



**1.394.000**

ADDETTI



il 5,8% degli occupati del Paese  
nel 2013



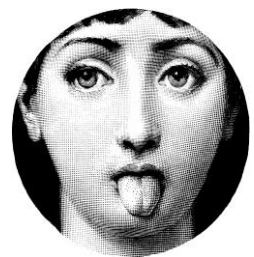
specchio della recessione:  
perdita dello 0,8%  
rispetto al 2012  
allineata al dato  
nazionale



rispetto al 2011 c'è un calo  
complessivo (-0,8%).  
Aumentano le imprese  
del patrimonio  
storico-artistico (+1,3%)  
e delle performing arts  
(+4,3%) ma diminuiscono le  
industrie creative (-1,1)  
e quelle culturali (-1,2)



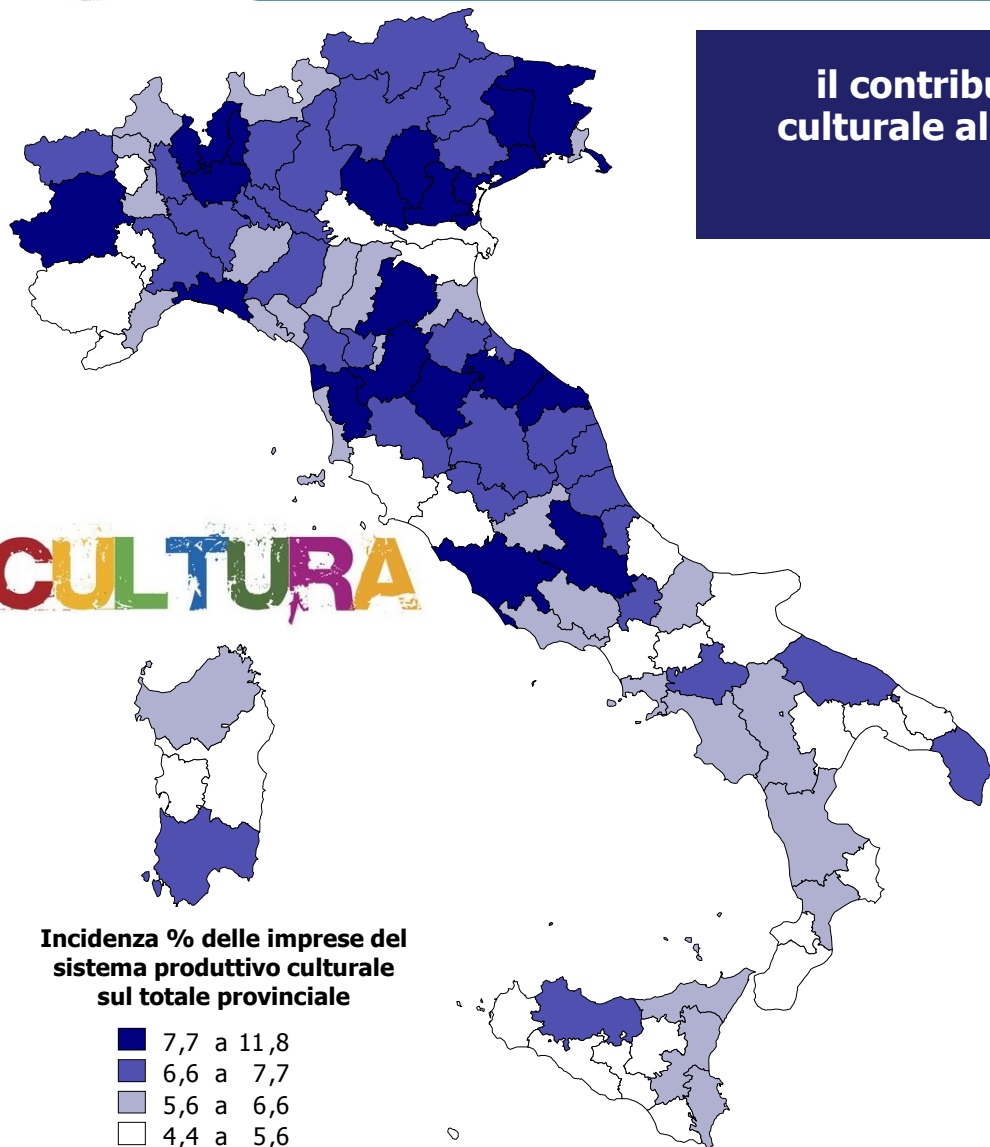
rispetto al 2012  
- 0,2% di occupati  
nel settore:  
la flessione per l'intera  
economia è stata -0,3%  
**Nel 2014 si prevedono  
6.900 dipendenti in meno  
(-1,0%, contro il -1,5%  
del resto dell'economia)**



# L'ITALIA DELLE IMPRESE CULTURALI

il contributo fornito dal sistema produttivo  
culturale al tessuto imprenditoriale provinciale

*anno 2013; in % sul totale*



Le prime 5 province per  
incidenza di imprese culturali

Firenze

11,8%

Milano

10,9%

Arezzo

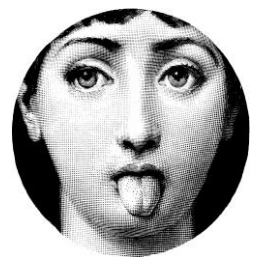
10,1%

Como

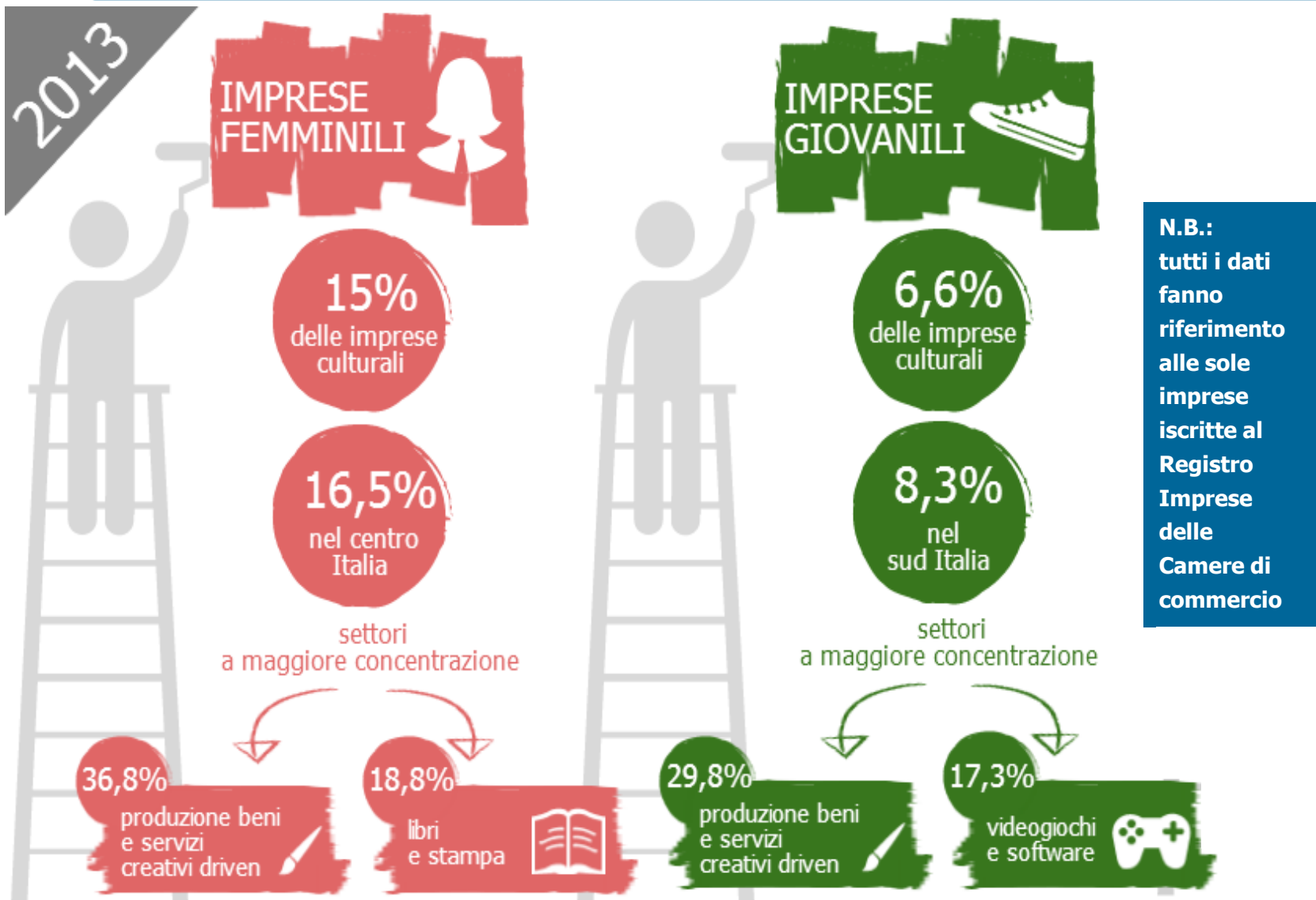
10,0%

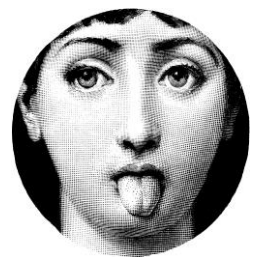
Roma

9,7%



# LA SFIDA ALLA CRISI LANCIATA DALLE DONNE E DAI GIOVANI NELLE NUOVE FRONTIERE DELLA CULTURA





# DONNE E GIOVANI TRAINANO LA DOMANDA DI LAVORO DELLE IMPRESE CULTURALI NEL 2014



33  
mila

sono le assunzioni alle dipendenze previste dall'impresa del Sistema Produttivo Culturale per il 2014

23.500

sono di carattere non stagionale

3.700

FEMMINILI



di cui:

7.700

GIOVANILI



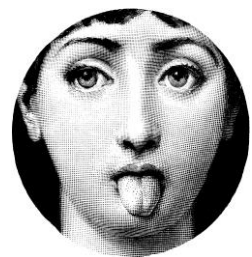
Le donne rappresentano dal **16%** all'**81%** delle assunzioni alle dipendenze programmate nel 2014 (arrivano solo al **72%** nel totale delle imprese).

Più richieste nelle professioni del design, della musica e della valorizzazione del patrimonio storico-artistico (almeno il **25%**)

I giovani «under 30» rappresentano il **33%** delle assunzioni alle dipendenze programmate nel 2014 (si arriva solo al **27%** nel totale delle imprese)

Più richiesti nelle professioni dei videogiochi e software, del design e della musica (circa il **40%**)





# IL PROFILO DELLE ASSUNZIONI GIOVANILI

## Caratteristiche



Forme contrattuali:

in prevalenza **a tempo determinato (38,2%)**

interessante il dato delle assunzioni **a tempo indeterminato (33,5%)** superiore alla media delle altre imprese (28,9%)



Titolo di studio:

si cercano soprattutto **diplomati (45,9%)**

il sistema culturale cerca **più laureati (38,2%)** rispetto alle altre imprese (28,6%)



La maggior ricercatezza dei profili è evidenziata

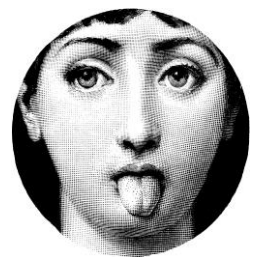
dalla richiesta di **esperienza nella professione (19,9%)** in misura maggiore che negli altri comparti (12,0%)



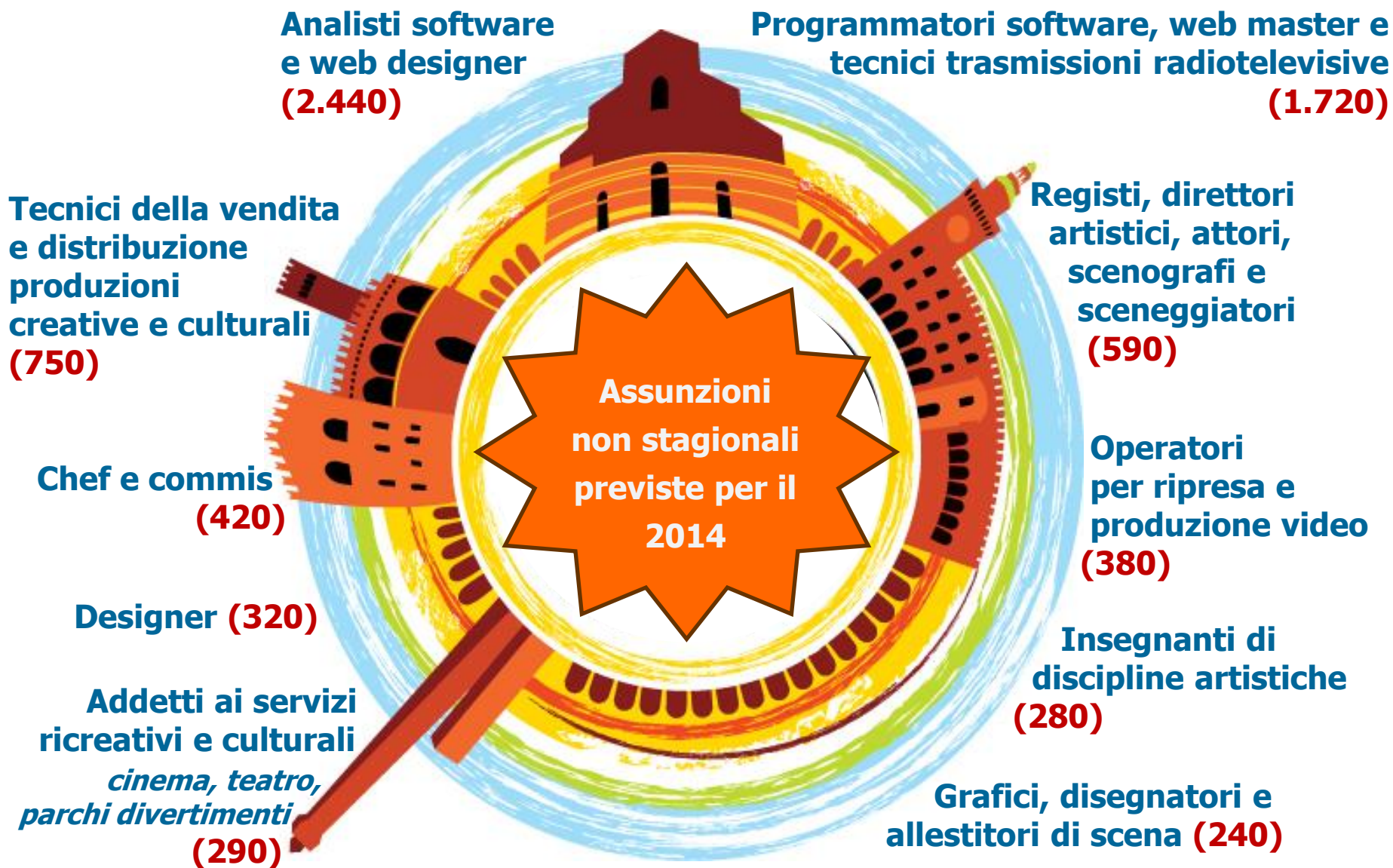
L'esigenza qualitativa delle assunzioni trova riscontro

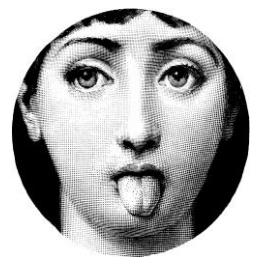
nella **difficoltà di reperimento (18,3%)**

che è maggiore rispetto alle altre imprese (13,5%)”



# LE 10 PROFESSIONI CULTURALI PIÙ RICHIESTE NEL 2014





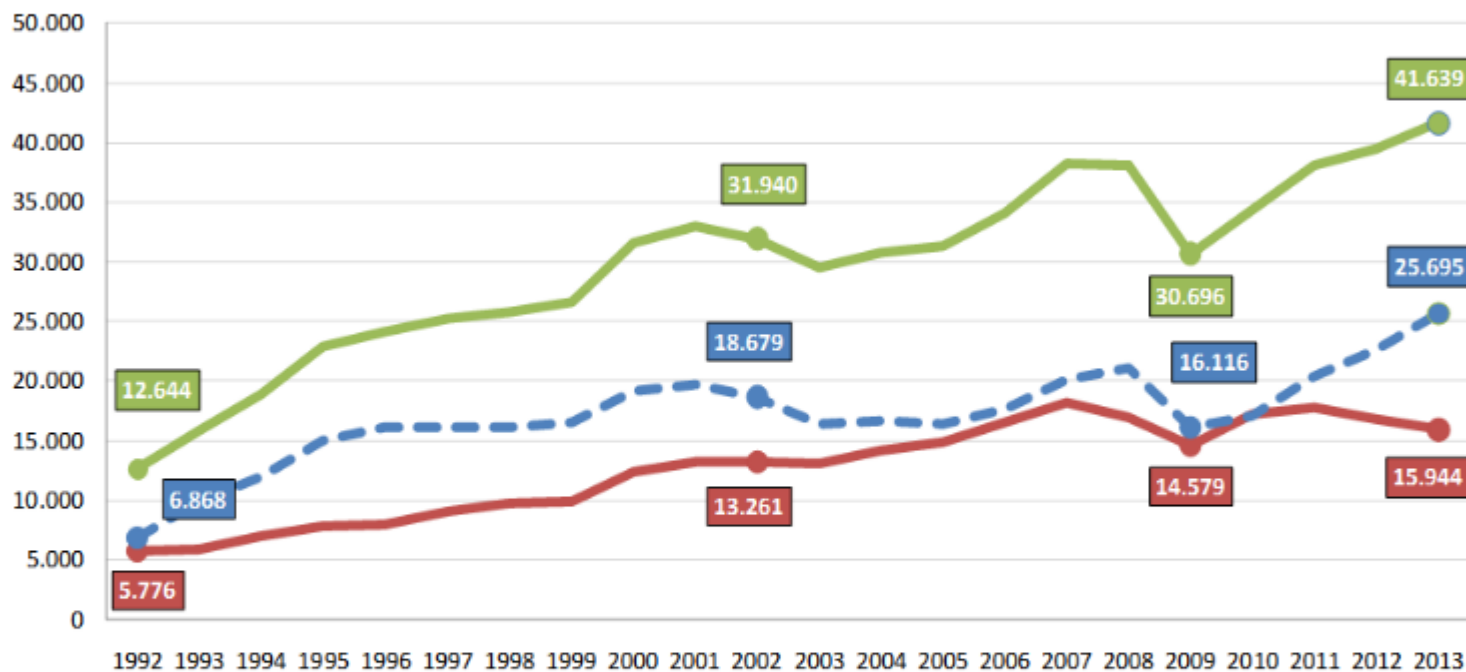
# LA DOMANDA ESTERA «PREMIA» LE PRODUZIONI DEI TERRITORI

Export, import e saldi di bilancia commerciale  
del sistema produttivo culturale italiano  
(in milioni di euro)

EXPORT  
Cultura

IMPORT  
Cultura

SALDO  
Cultura



2013



attivo record  
dal 1992  
(25,7 miliardi)



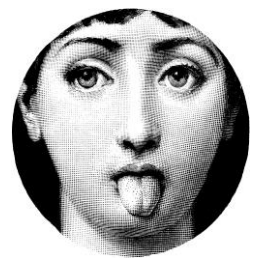
cresce  
l'export  
+5,5%



cala  
l'import -  
5,1%

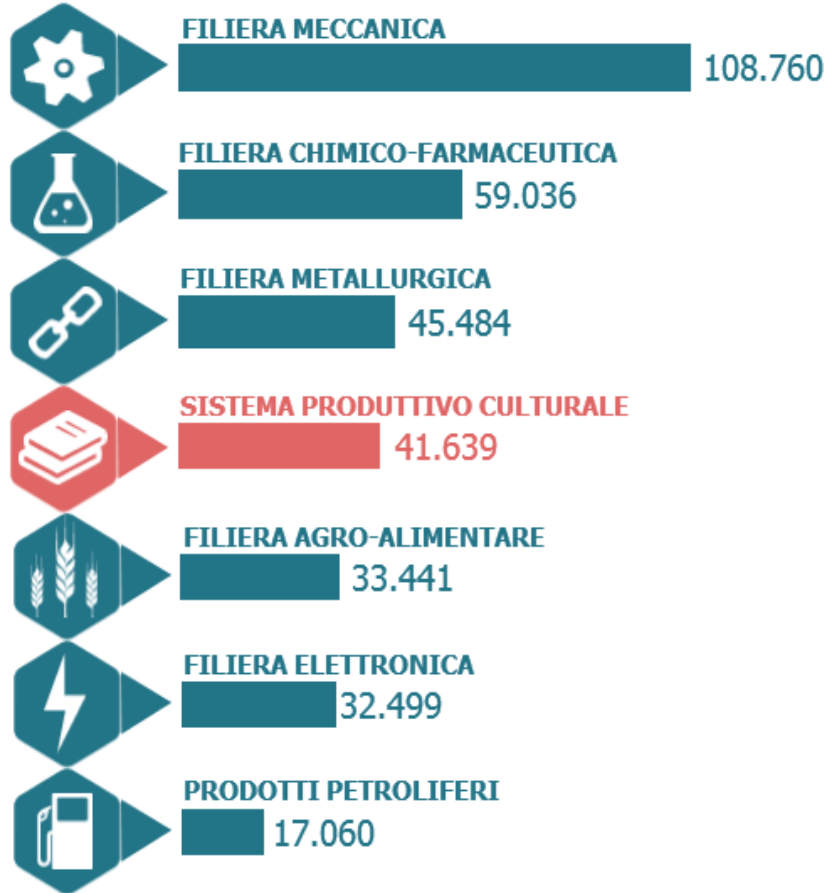


1 Euro su 10 esportato  
dall'Italia è prodotto  
dalla cultura

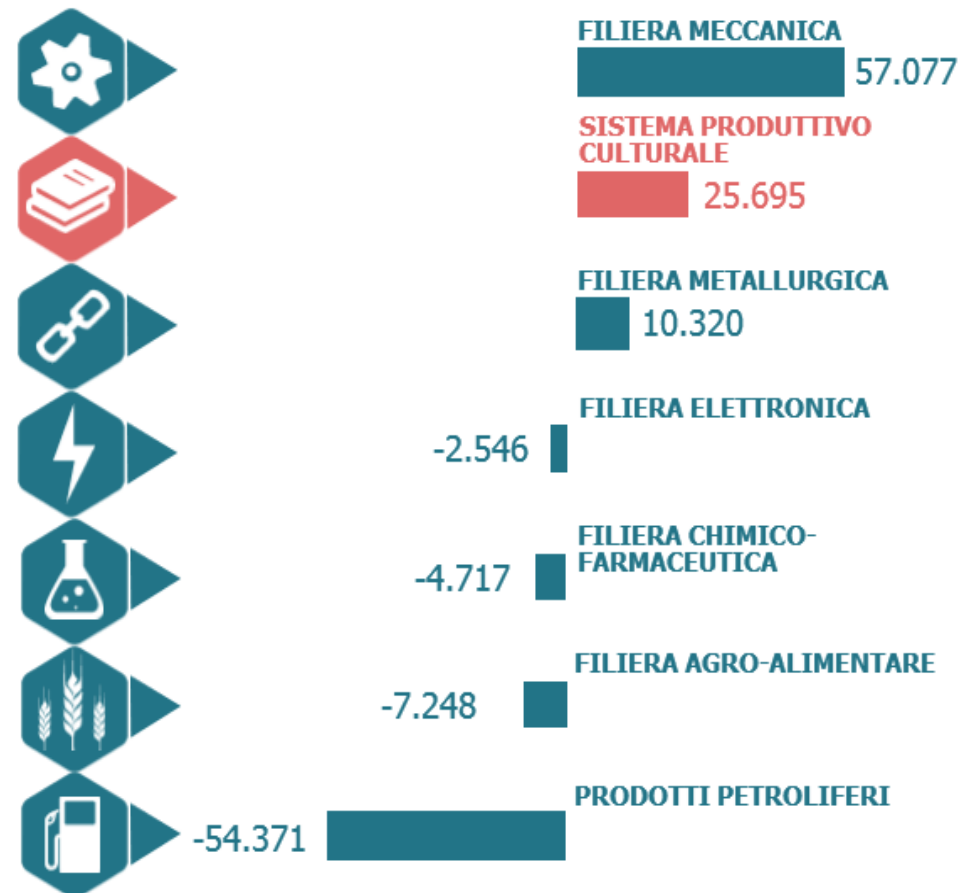


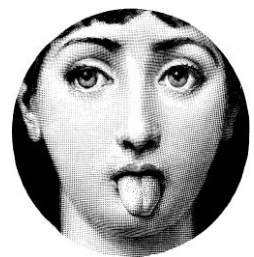
# LA CULTURA PRODUCE SUL TERRITORIO LA QUALITÀ CHE PIACE AL MONDO

## ESPORTAZIONI (milioni di Euro)



## SURPLUS COMMERCIALE (milioni di Euro)





# LE ESPORTAZIONI ITALIANE SOSTENUTE DALLA CULTURA

## Industrie creative



Gioielleria  
e oreficeria

5.556



Moda -  
pelletteria

5.351



Vini da tavola  
di qualità

3.635



Design -  
arredo

2.492



Paste alimentari

1.730

## Esportazioni per prodotto

anno 2013

milioni di  
Euro

Tra le industrie creative è forte il traino dei prodotti tipici del Made in Italy

Lusso, design, vini e prodotti alimentari di qualità sono tra i prodotti più esportati delle industrie creative

## Industrie culturali



Apparecchi  
per il suono  
e le immagini

586



Fotografie, stampe  
e riproduzioni  
di opere d'arte

543



Libri e altri  
stampati

517



Creazioni  
artistiche

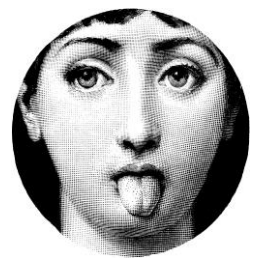
402



Riviste  
e periodici

150

Il contributo delle industrie prettamente culturali è garantito in particolare dalla produzione di apparecchi audio/video e da stampa, editoria e arte



# IL VALORE AGGIUNTO DELLA CULTURA NELLE REGIONI ITALIANE

Vince la «cultura produttiva» dei territori del Made in Italy e dell'artigianato:



LE REGIONI CON PRESENZA DI AREE METROPOLITANE IMPORTANTI:  
Lazio (6,8%)  
Lombardia (6,2%)



CENTRI MANIFATTURIERI DELLE TIPICITÀ ITALIANE:  
Veneto (6,3%)  
Marche (6,5%)



Sono le aree che conferiscono maggiore valore aggiunto e contribuiscono maggiormente all'occupazione

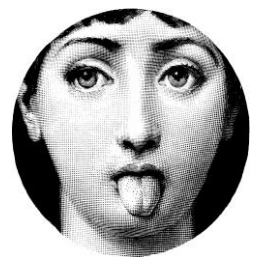


IL CONTRIBUTO FORNITO DAL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE ALLA FORMAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO E ALL'OCCUPAZIONE NELLE PRIME 10 REGIONI ITALIANE

(anno 2013; in % sul totale economia regionale)



Pos.	Provincia	Incidenza %	Pos.	Provincia	Incidenza %
<i>Valore aggiunto</i>			<i>Occupazione</i>		
1	Lazio	6,8	1	Marche	7,1
2	Marche	6,5	2	Veneto	7,0
3	Veneto	6,3	3	Friuli Venezia Giulia	6,5
4	Lombardia	6,2	4	Toscana	6,5
5	Piemonte	5,7	5	Lazio	6,5
6	Friuli Venezia Giulia	5,7	6	Lombardia	6,4
7	Toscana	5,3	7	Piemonte	6,1
8	Trentino-Alto Adige	4,8	8	Valle d'Aosta	5,9
9	Umbria	4,7	9	Basilicata	5,5
10	Emilia-Romagna	4,5	10	Trentino-Alto Adige	5,4
	<b>ITALIA</b>	<b>5,4</b>		<b>ITALIA</b>	<b>5,8</b>



# IL VALORE AGGIUNTO DELLA CULTURA NELLE PROVINCE ITALIANE

Vince la «cultura produttiva» dei territori del Made in Italy e dell'artigianato:



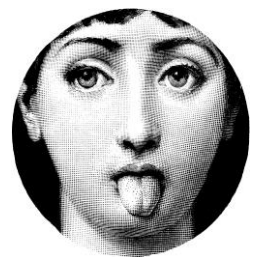
I CENTRI MANIFATTURIERI DELLE TIPICITÀ ITALIANE SI DISTINGUONO ANCHE A LIVELLO PROVINCIALE AFFIANCANDOSI ALLE AREE METROPOLITANE: città come Arezzo, Pesaro Urbino, Treviso, Pordenone



IL CONTRIBUTO FORNITO DAL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE ALLA FORMAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO E DELL'OCCUPAZIONE NELLE PRIME 10 PROVINCE ITALIANE (anno 2013; in % sul totale)



Valore aggiunto			Occupazione		
Pos.	Provincia	Incidenza %	Pos.	Provincia	Incidenza %
1)	Arezzo	9,0	1)	Arezzo	10,4
2)	Pordenone	7,9	2)	Pesaro e Urbino	9,1
3)	Pesaro e Urbino	7,9	3)	Treviso	8,9
4)	Vicenza	7,7	4)	Vicenza	8,9
5)	Treviso	7,6	5)	Pordenone	8,6
6)	Roma	7,5	6)	Pisa	8,1
7)	Macerata	7,3	7)	Firenze	8,1
8)	Milano	7,0	8)	Macerata	8,0
9)	Como	6,9	9)	Como	7,8
10)	Pisa	6,8	10)	Milano	7,6
	ITALIA	5,4		ITALIA	5,8



# I metabolismi in atto nella produzione di cultura

## LE TENDENZE DA SOSTENERE COME BEST PRACTICE

**INTEGRAZIONE TRA  
PUBBLICO, PROFIT E  
NON PROFIT**



**NUOVI MODELLI  
ORGANIZZATIVI PER LA  
VALORIZZAZIONE DEL  
PATRIMONIO**



**L'EFFETTO MOLTIPLICATORE  
DELL'INVESTIMENTO  
IN CULTURA**



**CULTURA, COMPETITIVITÀ  
ED EXPORT**



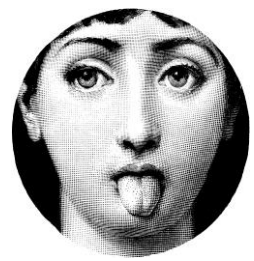
**NUOVI CANALI E MODALITÀ  
NELLA PUBBLICITÀ  
E NEL CINEMA**



**GESTIONE IN RETE DEL  
PATRIMONIO CULTURALE**







# LA CULTURA COME MOTORE DELLO SVILUPPO DEL TERZO SETTORE

Le istituzioni non profit attive e le risorse umane impiegate nel 2011 e andamento 2011/1999

2011

Cultura, sport e ricreazione  
Totale

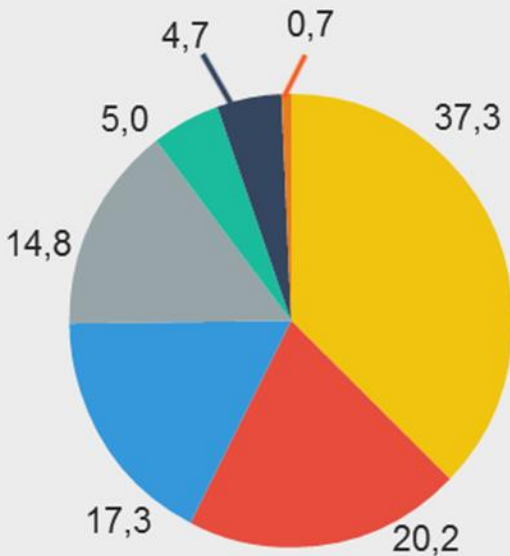


195.841  
301.191



507.369\*  
1.509.477\*

\* Addetti integrati (addetti, lavoratori esterni, lavoratori temporanei e volontari ricondotti a persone/anno)



## I servizi culturali ed artistici offerti dalle istituzioni non profit (valori %)

- spettacoli teatrali, musicali, cinematografici
- esposizioni, mostre
- corsi tematici
- visite guidate
- gestione di biblioteche e archivi
- gestione di musei, monumenti, siti archeologici o paesaggistici
- conservazione, valorizzazione e promozione del patrimonio culturale

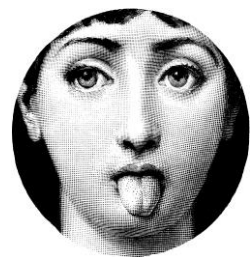
Le istituzioni non profit che si occupano di "cultura, sport e ricreazione" sono le più numerose e sono cresciute più del non profit nel complesso (+36,0% e +38,8%):

**+39,5%**  
di unità attive



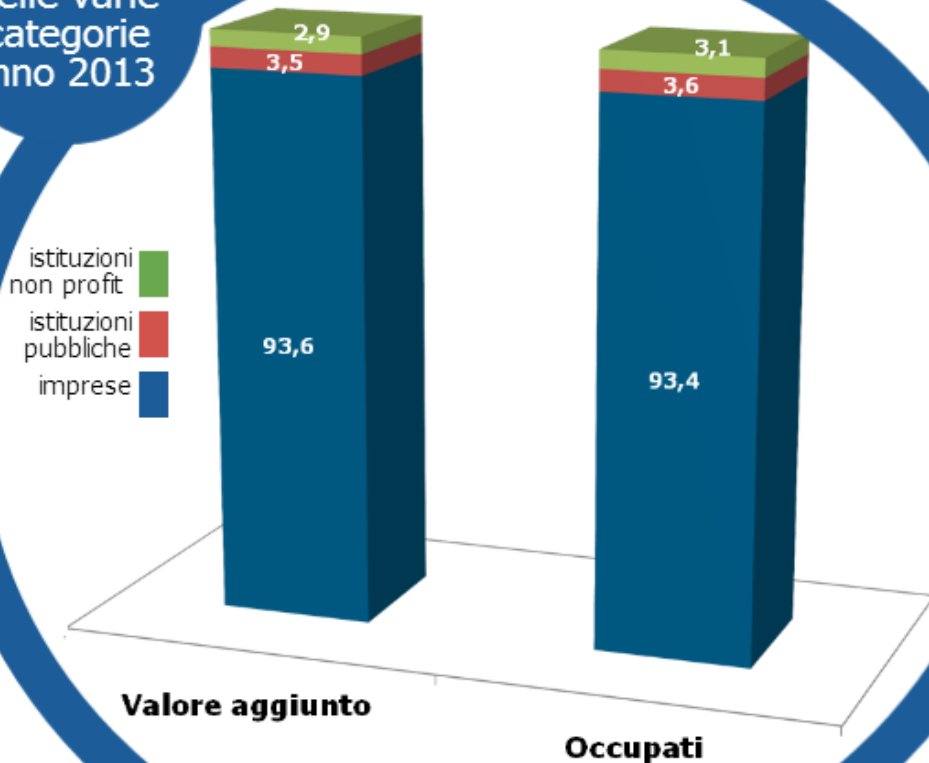
**+67,6%**  
di addetti integrati





# LE ATTIVITÀ PUBBLICHE E NON PROFIT CHE ARRICCHISCONO IL SISTEMA CULTURALE

Contributo delle varie categorie anno 2013




Incidenza del sistema culturale sul valore aggiunto nel 2013\*

 **80(74,9)** miliardi di Euro

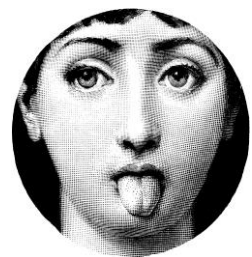
**5,7%** peso inclusivo di non profit e PA  
**(5,4%)**

Incidenza del sistema culturale sull'occupazione nel 2013\*

 **1,5** milioni di occupati  
**(1,4)**

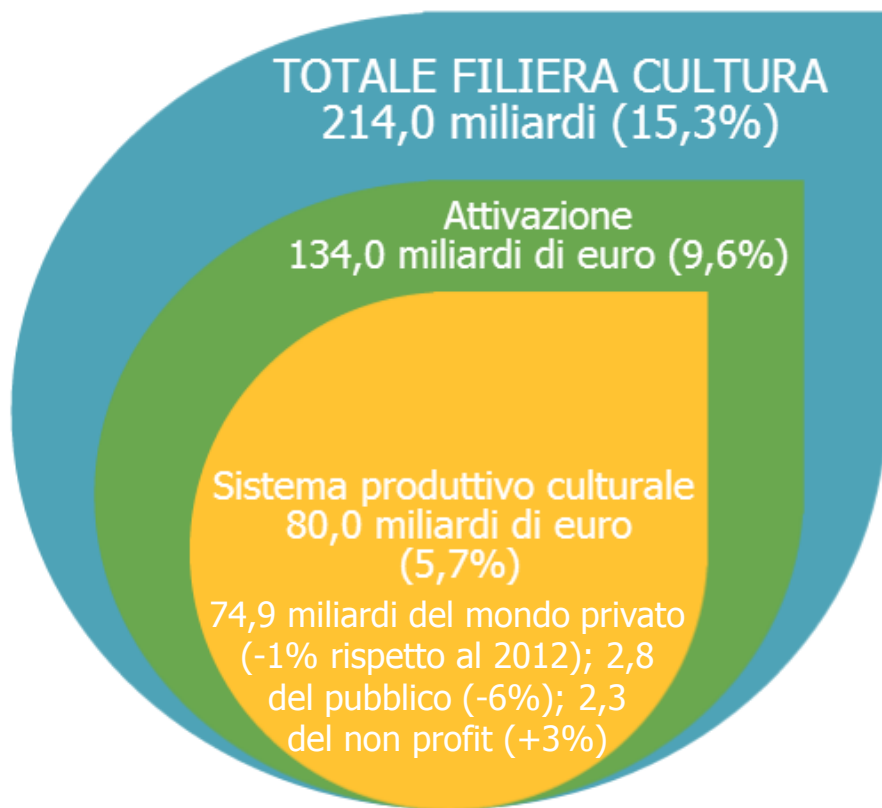
**6,2%** peso inclusivo di non profit e PA  
**(5,8%)**

\*I valori tra parentesi si riferiscono alle sole imprese



# L'effetto moltiplicatore della cultura

## LA CAPACITÀ DEI SISTEMI CULTURALI DI CREARE RICCHEZZA NEL RESTO DELL'ECONOMIA



L'effetto moltiplicatore della cultura negli altri settori, per ogni Euro prodotto se ne attivano:



industrie creative  
2,1



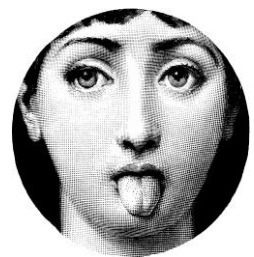
patrimonio storico artistico  
2,0



industrie culturali  
1,2



performing arts  
1,2



# IL CONTRIBUTO ALLA SPESA TURISTICA DA PARTE DELL'INDUSTRIA CULTURALE



**73** miliardi  
di Euro  
SPESA TURISTICA  
NEL 2013



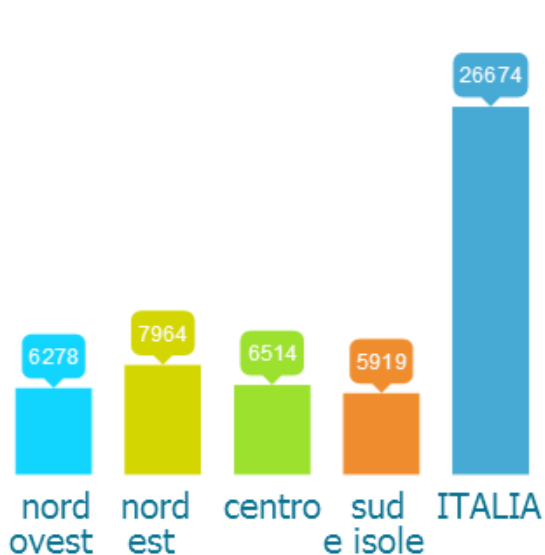
**26,7**  
ATTIVATI  
DAL SISTEMA  
CULTURALE



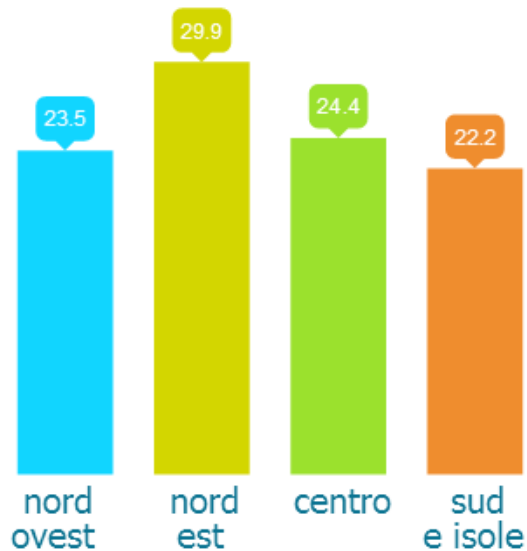
**36,5%**  
DEL TOTALE

Spesa attivata dall'industria culturale, ripartizione geografica (milioni di Euro)

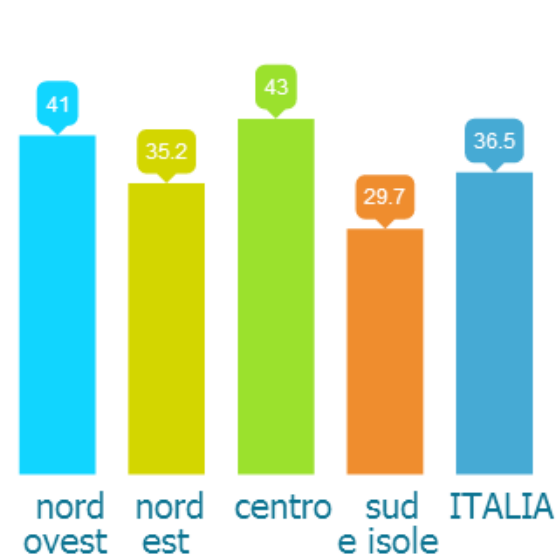
valore aggiunto (2013)

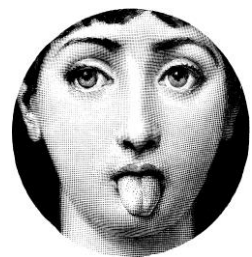


% su Italia



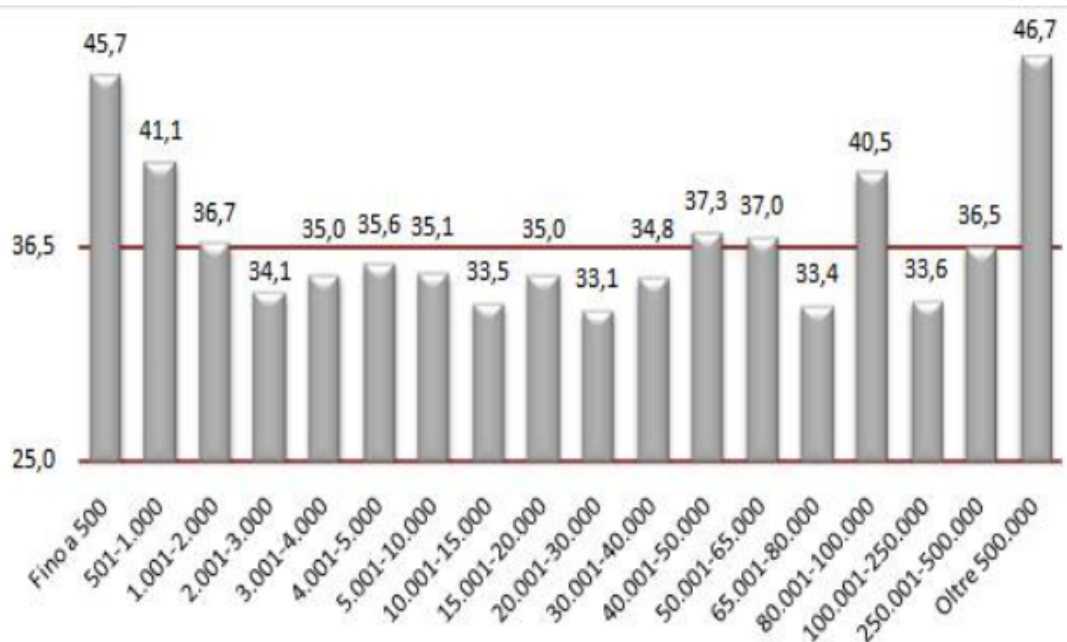
% su totale spesa turistica





# L'ATTIVAZIONE DI SPESA TURISTICA NEI COMUNI

Quota di spesa turistica attivata dall'industria culturale per dimensione demografica dei comuni Anno 2013 (incidenze percentuali sul totale spesa turistica)



media  
italia

46,7



la maggior quota di spesa turistica attivata è nelle grandi città oltre i 500 mila abitanti

un ruolo importante è giocato anche dai medi e piccoli centri



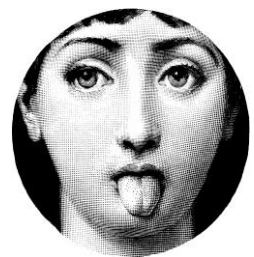
41,1

da 501 a 1000 abitanti



45,7

fino a 500 abitanti



# I TURISTI CULTURALI ITALIANI E STRANIERI: COMPORAMENTI E TIPOLOGIE DI SPESA

Il 13,3% dei turisti che ha soggiornato in Italia nel 2013 è stato motivato dall'interesse per il patrimonio artistico monumentale. L'incidenza sale al **17,8%** tra gli **stranieri**



I turisti culturali spendono, al giorno, più degli altri turisti: **85€** contro **75€**  
Per gli **stranieri** la spesa sale a **87€**

## I turisti culturali stranieri

visitano  
musei



**42,1%**  
(**22,7%**)

scelgono  
monumenti  
e siti archeologici



**17,9%**(**19,2%**)

si dedicano  
allo shopping



**33%**(**24,9%**)

La spesa dei turisti culturali stranieri nel 2013  
**5 miliardi di euro (al netto di viaggi e pernottamenti)**



Il **43,2%** spende  
in acquisti  
di abbigliamento  
(**488 milioni di  
euro**)



Il **24,4%** spende  
in acquisti di  
calzature  
(**305 milioni  
di euro**)



Il **13,6%** spende in  
acquisti di  
gioielleria,  
(**128 milioni  
di euro**)



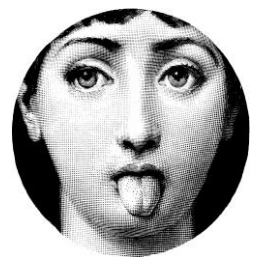
Il **41,6%** spende  
in biglietti/card  
per musei  
(**296 milioni  
di euro**)



Il **17,8%** spende  
in visite guidate  
(**71 milioni  
di euro**)

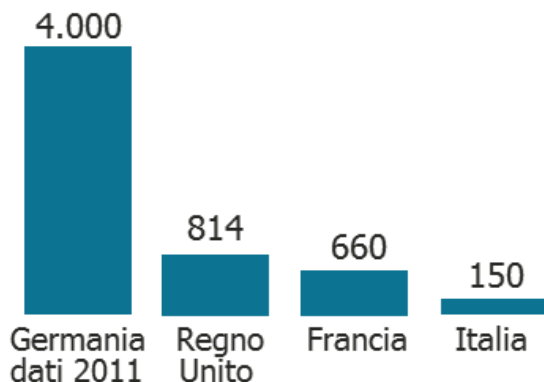


Il **13,2%** spende  
nei bookshop  
dei musei  
(**58 milioni  
di euro**)

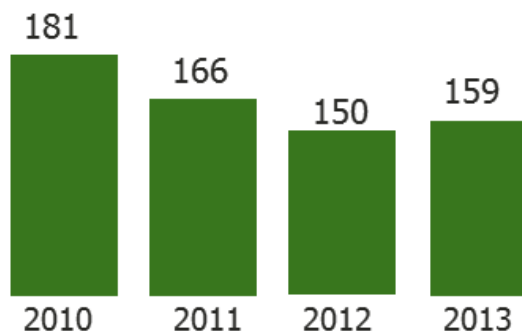


# IMPRESE PRIVATE E CULTURA: MECENATISMO E SPONSORIZZAZIONI

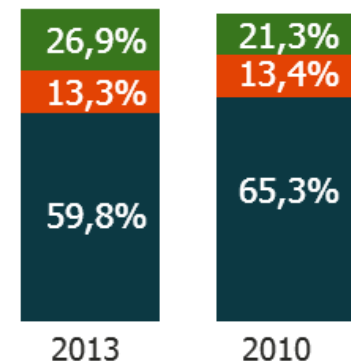
Le sponsorizzazioni culturali in alcuni Paesi Europei nel 2012 (milioni di €)



Andamento delle sponsorizzazioni culturali in Italia Anni 2010-2013 (milioni di €)



L'incidenza delle sponsorizzazioni culturali Anni 2010 e 2013 (milioni di €)



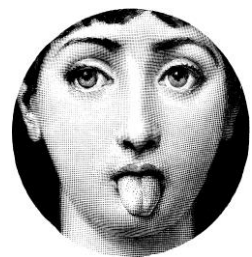
Sport  
Cultura e spettacolo  
Utilità sociale e solidarietà



In Italia le sponsorizzazioni culturali da parte di imprese private sono un fenomeno ancora poco diffuso, soprattutto rispetto ad altri Paesi europei. Negli ultimi anni oltretutto si è registrato un calo del loro valore complessivo, sebbene proprio nel 2013 si possano cogliere segnali di ripresa: sembra crescere quindi la fiducia accordata dagli investitori privati al settore culturale che ha polarizzato così il 13,3% delle sponsorizzazioni private del 2013, un dato in linea con il 2010 (13,4%).



L'introduzione del DECRETO Cultura "Art Bonus", che avvicinerà la normativa italiana a quella degli altri Paesi europei, con il suo sistema di incentivi fiscali faciliterà l'afflusso di fondi privati verso il patrimonio culturale pubblico



# LA FRUIZIONE CULTURALE: QUALE CONSAPEVOLEZZA ABBIAMO DEL NOSTRO PATRIMONIO CULTURALE?

## IN ITALIA

Sono presenti il maggior numero di siti Unesco: 49 siti, il 5,0% del totale mondiale



Cresce in dieci anni (2003-2013) il numero di visitatori di musei, monumenti e aree archeologiche statali (38,2 milioni, +25,5%). A dispetto del calo rispetto al 2011 (-7,3%), si registra la ripresa dell'ultimo anno (+2,9% rispetto al 2012)



Gli introiti (126 milioni di euro nel 2013; +47,8% rispetto al 2003) sono in crescita continua dal 2010 (+20,7%; +6,9% rispetto al 2012)



La spesa per consumi finali delle famiglie relativa ai consumi ricreativi e culturali nel 2012: 68.565 milioni di Euro; il 7,1% sul totale consumi. In crescita del +19,3% rispetto al 2002, ma in contrazione del -4,1% rispetto al 2011

## confronto con l'estero

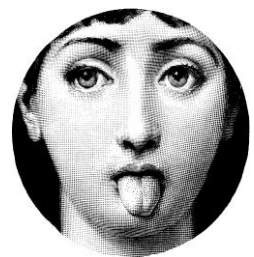


Coloro che hanno visitato almeno una volta un monumento storico (palazzi, castelli, chiese,...) tra il 2012 e il 2013 sono il 41% in Italia (21° posto nell'Europa a 27), 65% in Regno Unito, 63% Germania, 54% Francia, 48% Spagna



Coloro che hanno visitato almeno una volta un museo tra il 2012 e il 2013 sono il 30% in Italia (19° posto nell'Europa a 27), 52% in Regno Unito, 44% Germania, 39% Francia, 29% Spagna.





# I PRIMATI CULTURALI DELLE MARCHE

- **VALORE AGGIUNTO: 2° posto**  
2,3 miliardi di euro, 6,5% del totale
- **OCCUPATI: 1° posto**  
50 mila e 300, 7,1%
- **IMPRESE: 7° posto**  
12.700, 7,2%



Considerando l'intera filiera della cultura, il valore aggiunto del settore arriva al **19%** del totale dell'economia regionale.

**Le province ai primi posti per ruolo della cultura su valore aggiunto e occupazione**

**Pesaro-Urbino:** 2° per valore aggiunto (7,9%) e 3° per occupazione (8,9%)

**Macerata:** 8° per valore aggiunto (7,0%) e 7° per occupazione (8,1%)

**Nel 2013, l'export culturale ammonta oltre 1,4 miliardi di euro  
(+5,3% annuo tra il 2009 ed il 2013)**

**CRESCe LA QUOTA DI EXPORT CULTURALE  
SUL TOTALE VALORE AGGIUNTO**

**Dal 3,4% del 2009 al 4,2% del 2013**



**LA CREATIVITÀ  
È METTERE IN  
CONNESSIONE  
LE COSE**

**Steve Jobs**



[www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)



[www.symbola.net](http://www.symbola.net)