

IO SONO CULTURA

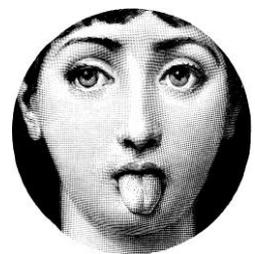
L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Claudio Gagliardi, *Segretario Generale Unioncamere*

Macerata, 26 giugno 2014

Realizzata da:



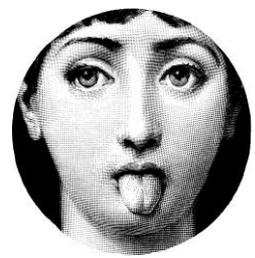


IO SONO CULTURA

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

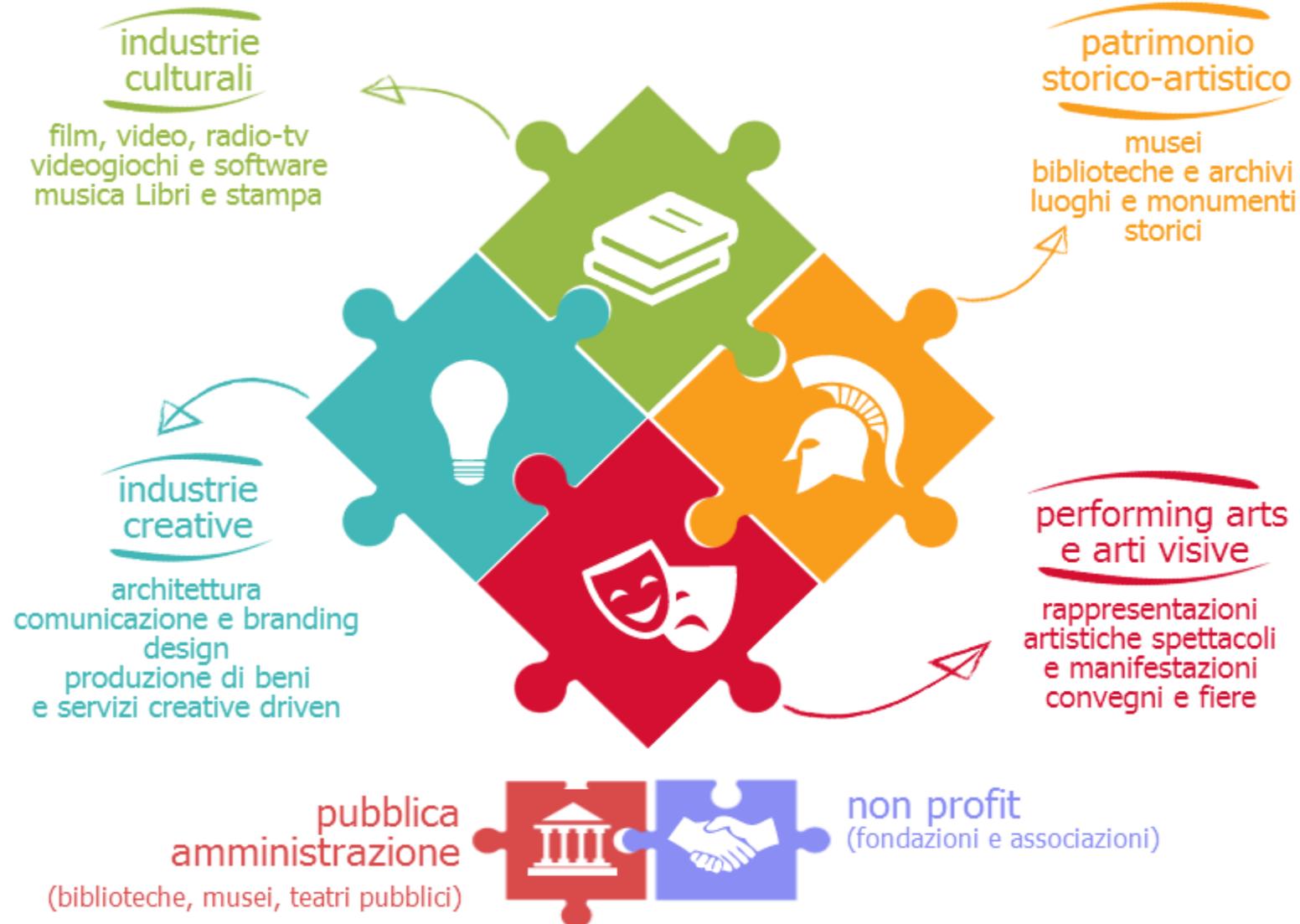
È UNA RICERCA UNICA IN ITALIA,
NELLA QUALE VENGONO
SISTEMATIZZATI DATI, FATTI E
TENDENZE INERENTI AI DIVERSI
SEGMENTI DEL SISTEMA
PRODUTTIVO CULTURALE

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

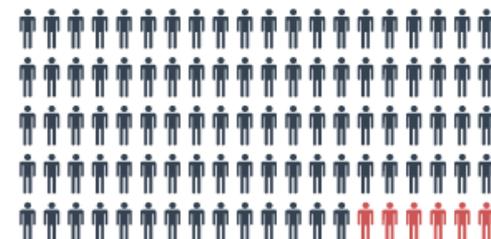


il 7,3% dell'intero tessuto
produttivo nel 2013



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)



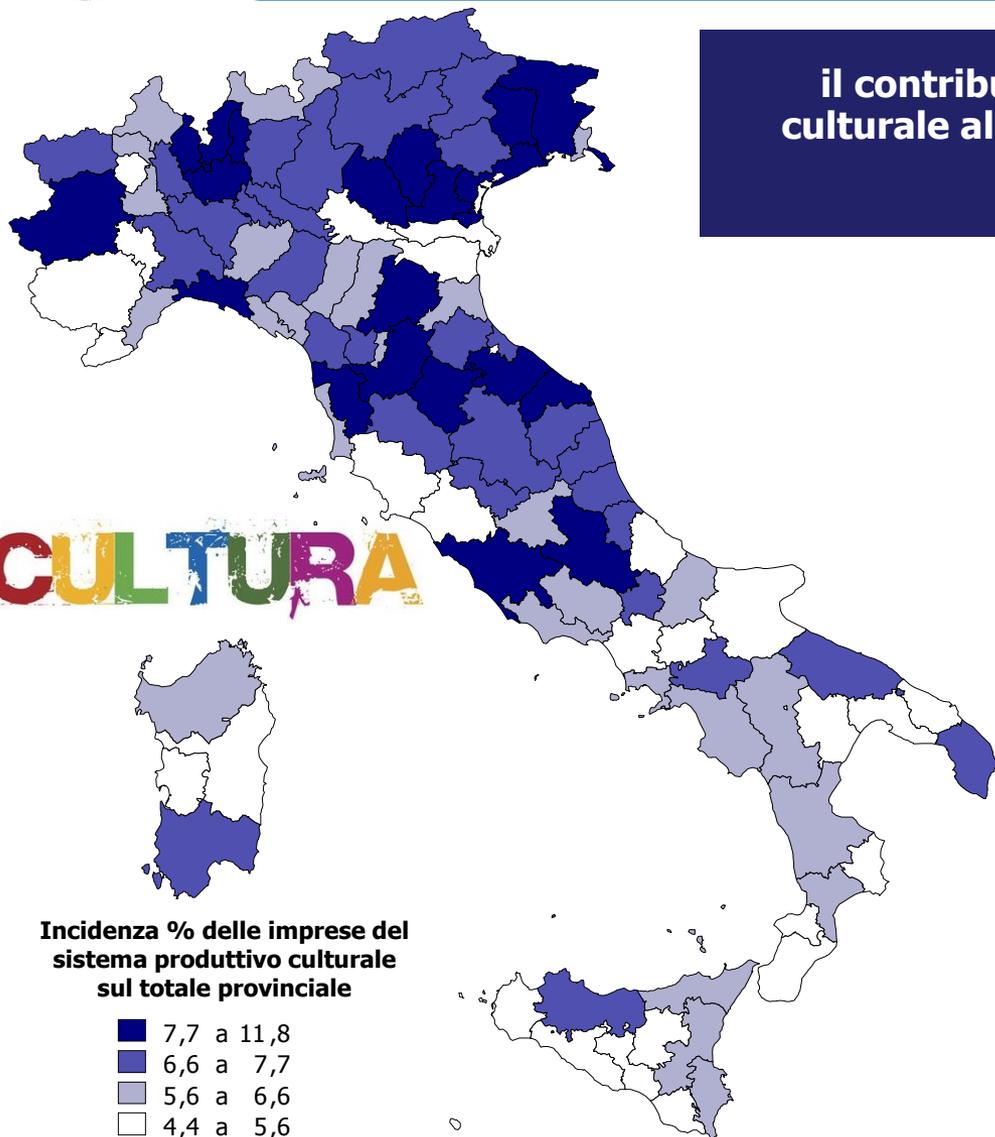
rispetto al 2012
- 0,2% di occupati
nel settore:
la flessione per l'intera
economia è stata -0,3%
**Nel 2014 si prevedono
6.900 dipendenti in meno
(-1,0%, contro il -1,5%
del resto dell'economia)**



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

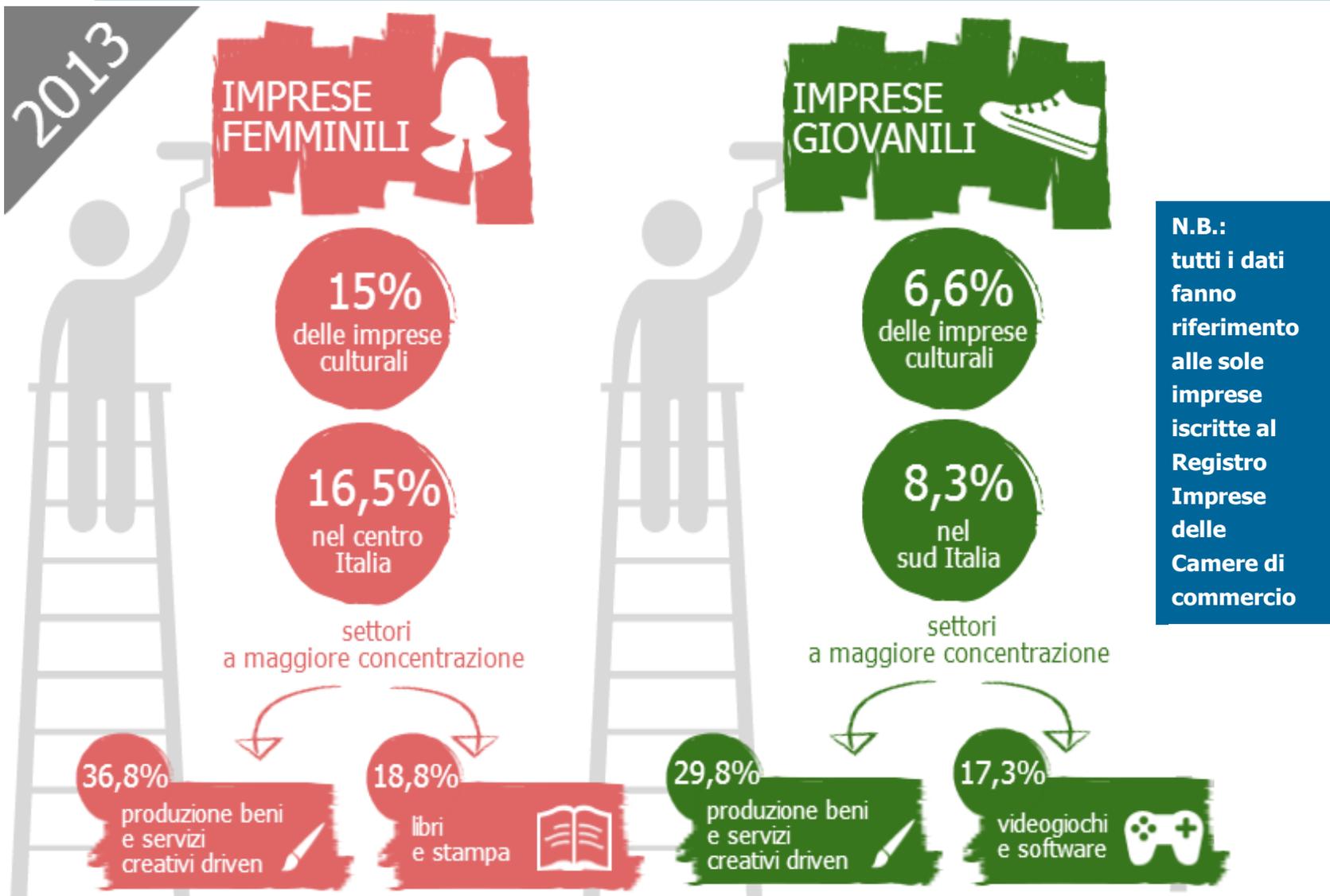
10,0%

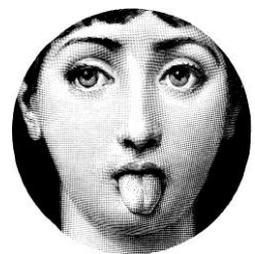
Roma

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

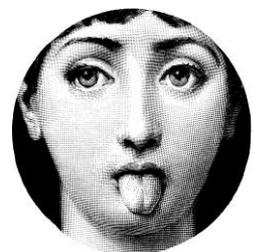


Le donne rappresentano dal **16%** all'**81%** delle assunzioni alle dipendenze programmate nel 2014 (arrivano solo al **72%** nel totale delle imprese).

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%)



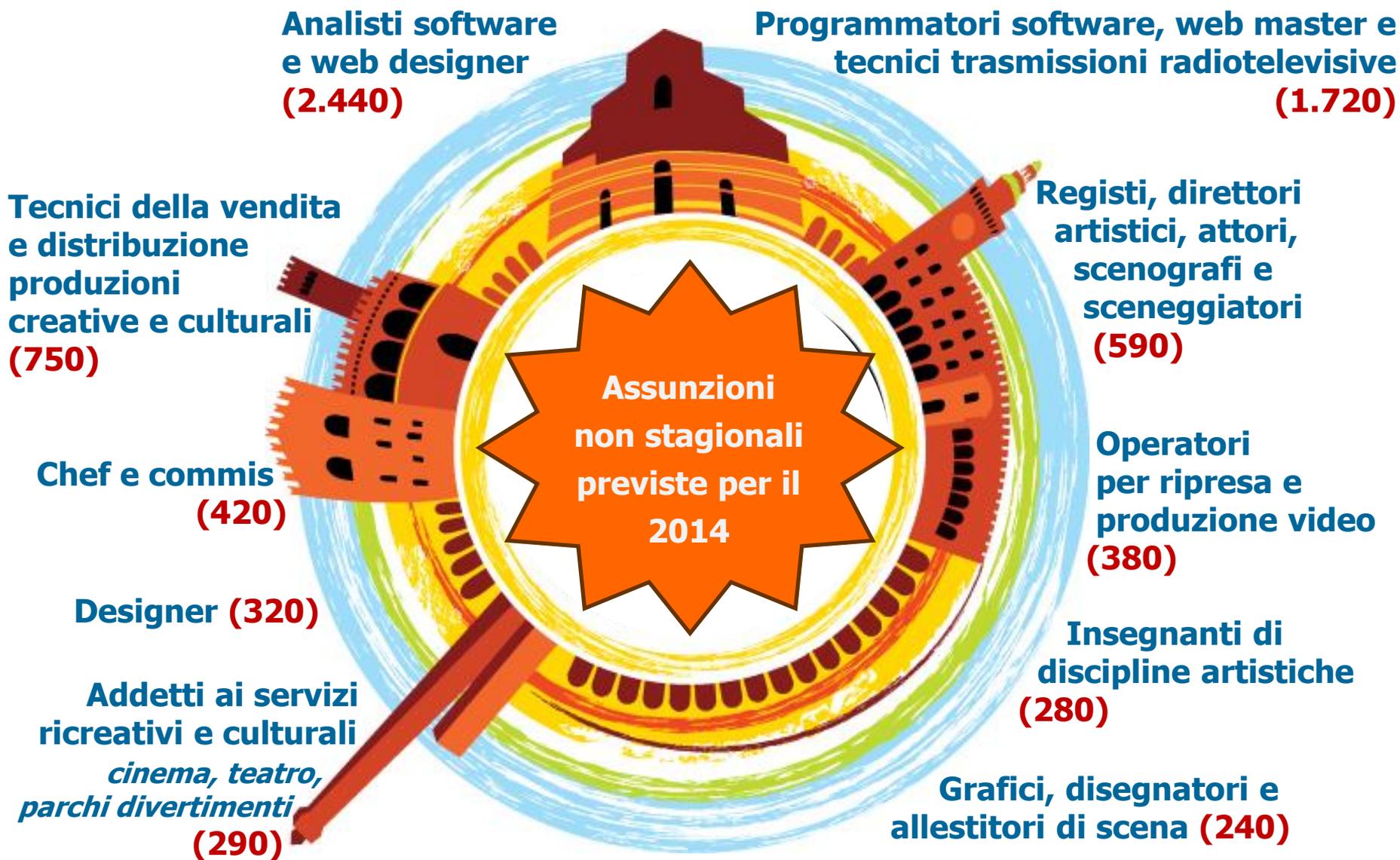
L'esigenza qualitativa delle assunzioni trova riscontro

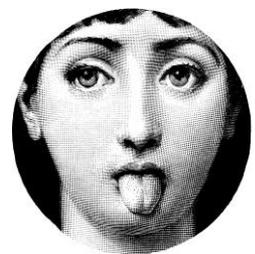
nella **difficoltà di reperimento (18,3%)**

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



LE 10 PROFESSIONI CULTURALI PIÙ RICHIESTE NEL 2014





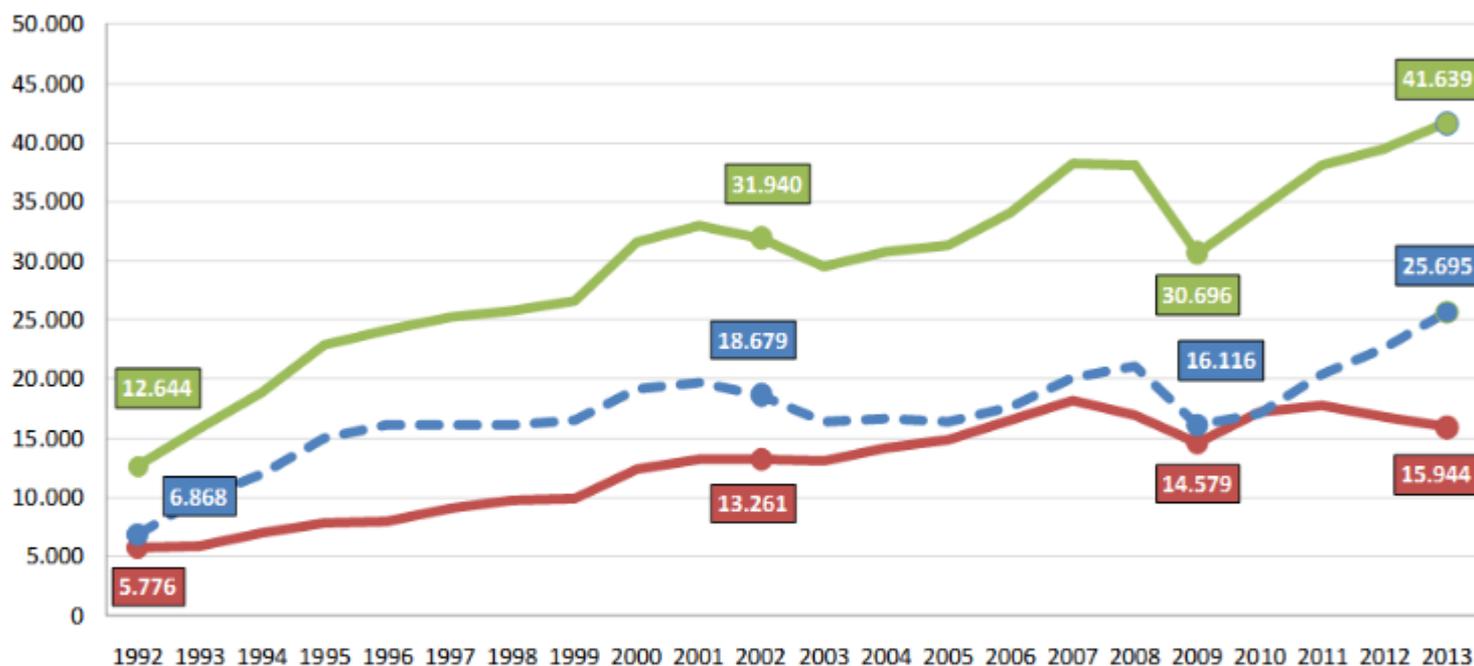
LA DOMANDA ESTERA «PREMIA» LE PRODUZIONI DEI TERRITORI

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)



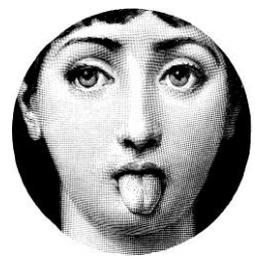
cresce
l'export
+5,5%



cala
l'import -
5,1%



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

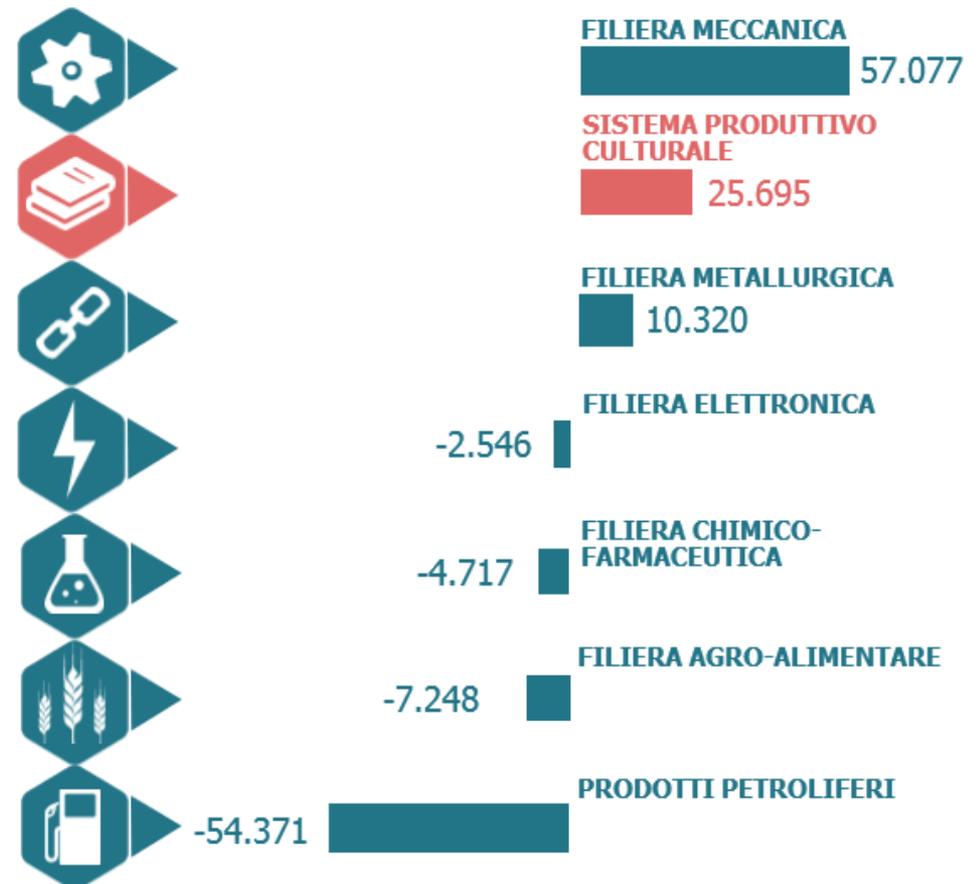


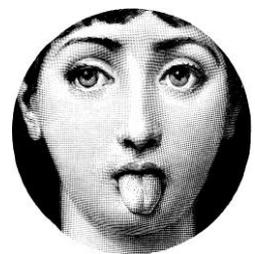
LA CULTURA PRODUCE SUL TERRITORIO LA QUALITÀ CHE PIACE AL MONDO

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

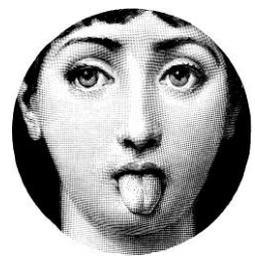
402



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%)



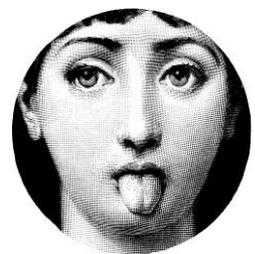
CENTRI MANIFATTURIERI DELLE TIPICITÀ ITALIANE:
Veneto (6,3%)
Marche (6,5%)



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
	ITALIA	5,4		ITALIA	5,8



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

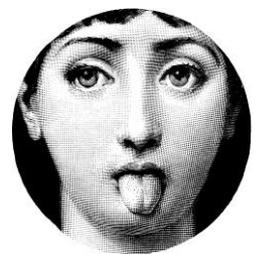


Sono le aree che conferiscono maggiore valore aggiunto e contribuiscono maggiormente all'occupazione

IL CONTRIBUTO FORNITO DAL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE ALLA FORMAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO E 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

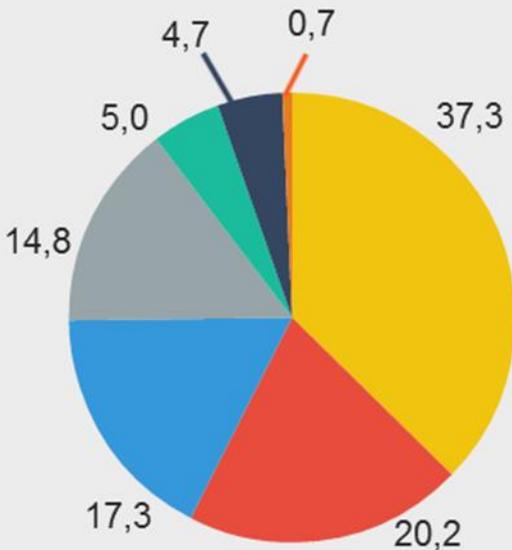
2011

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



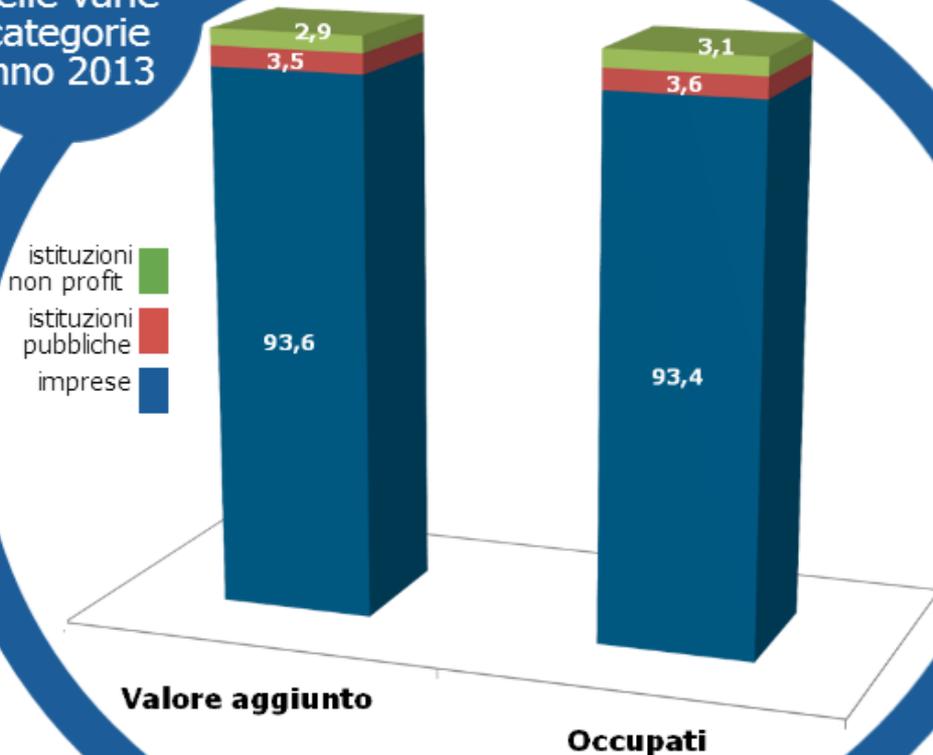
+67,6%
di addetti integrati





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)

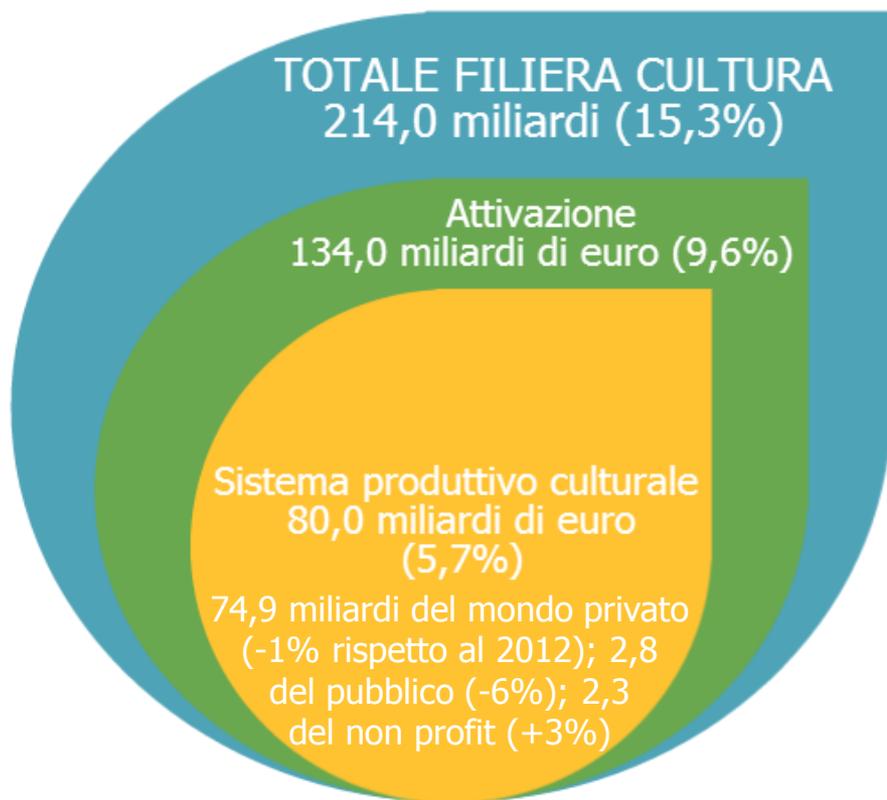
6,2% peso inclusivo di non profit e PA
(5,8%)

*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



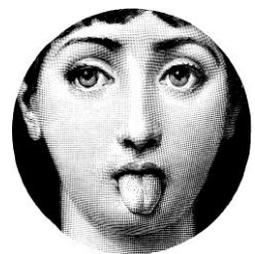
patrimonio storico artistico
2,0



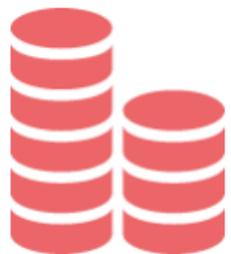
industrie culturali
1,2



performing arts
1,2



IL CONTRIBUTO ALLA SPESA TURISTICA DA PARTE DELL'INDUSTRIA CULTURALE



73 miliardi di Euro
SPESA TURISTICA NEL 2013



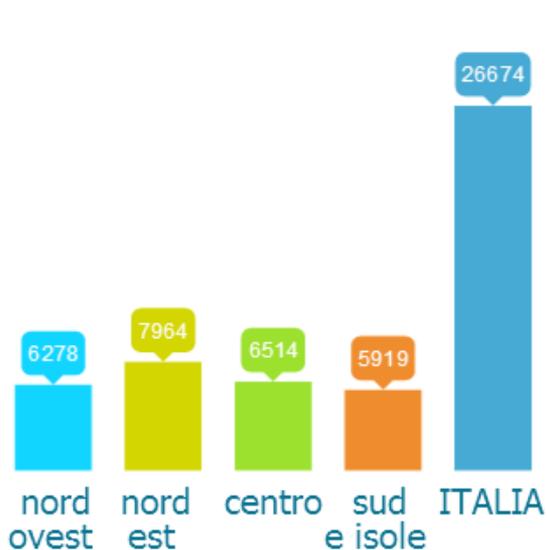
26,7
ATTIVATI DAL SISTEMA CULTURALE



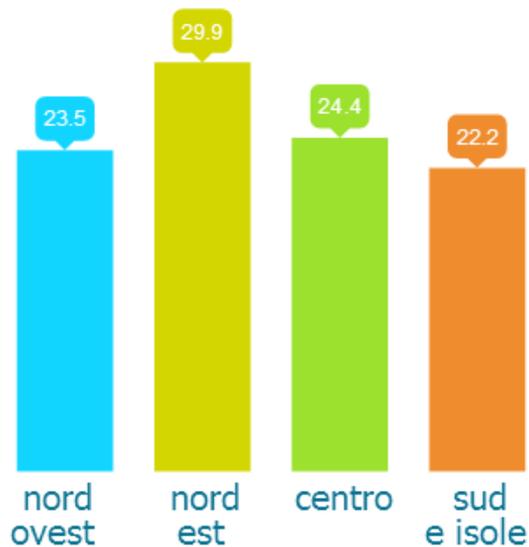
36,5%
DEL TOTALE

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

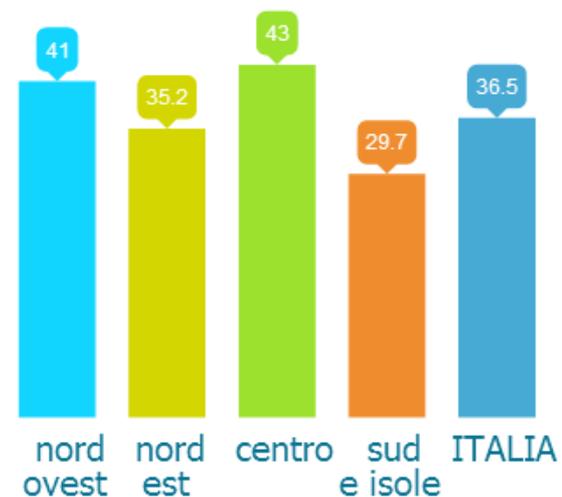
valore aggiunto (2013)



% su Italia



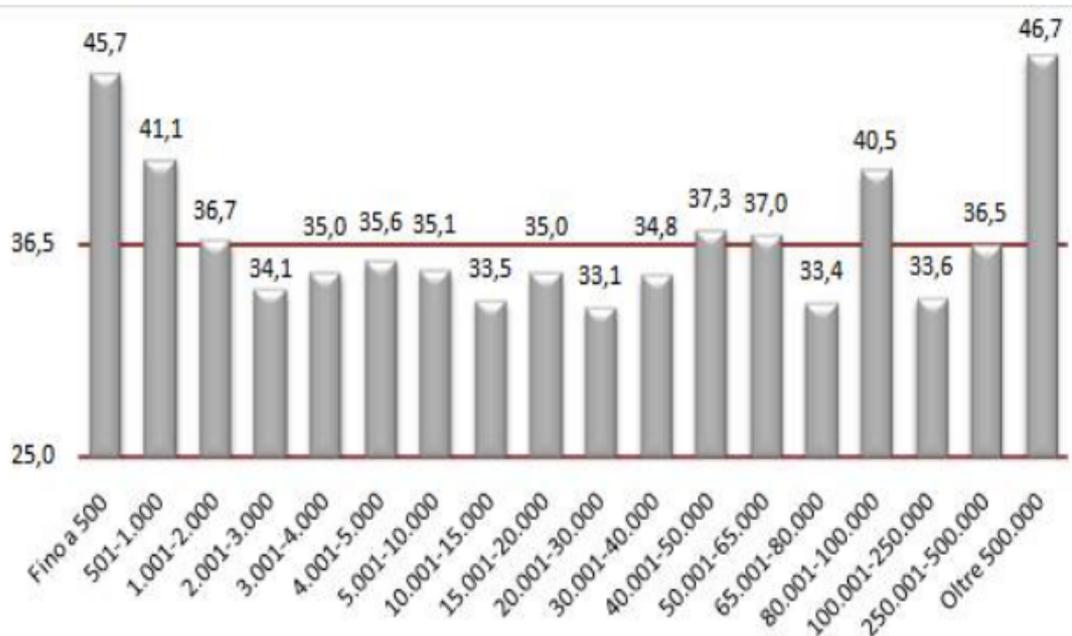
% su totale spesa turistica





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



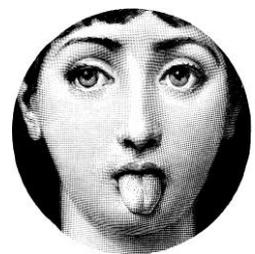
41,1

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**)

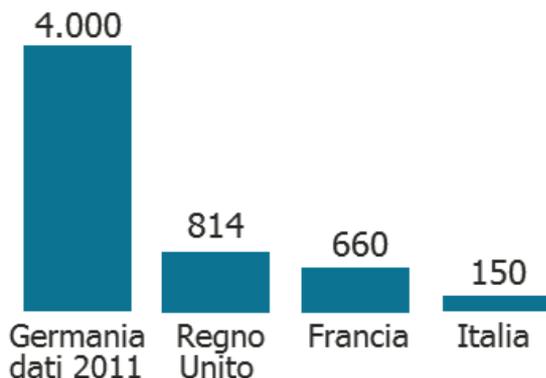


Il **13,2%** spende
nei bookshop
dei musei
(**58 milioni
di euro**)

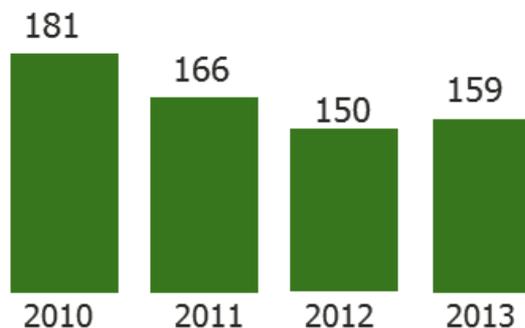


IMPRESE PRIVATE E CULTURA: MECENATISMO E SPONSORIZZAZIONI

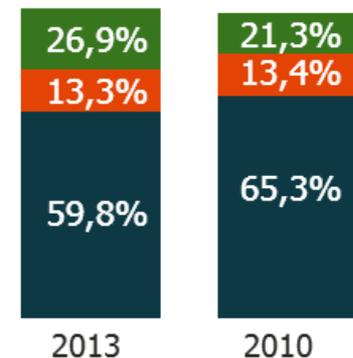
Le sponsorizzazioni culturali in alcuni Paesi Europei nel 2012 (milioni di €)



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

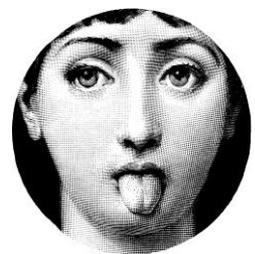
confronto con l'estero



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)**

**CRESCHE 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



www.symbola.net