

Dopo il Covid

# La cultura sfida la crisi con la qualità e la bellezza

di Giuseppe Cosenza

13 aprile 2021



Il 15 aprile 2021, alle ore 17.00, sarà presentato sui canali social della Fondazione Symbola, il decimo rapporto «Io sono cultura 2020. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi». Il progetto di ricerca annuale, che analizza la filiera culturale e creativa e l'industria manifatturiera influenzata dalla cultura (creative driven), è promosso da Fondazione Symbola, Fondazione Cariplo, Unioncamere, Regione Marche, Istituto per il Credito Sportivo, con la partnership di Fondazione Fitzcarraldo e Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne, con il patrocinio del Ministero della Cultura. Pubblicato per la prima volta nel 2011, il Rapporto nasce dall'esigenza di dimostrare che il settore culturale creativo è un aspetto trainante dell'economia italiana.

## I capitoli

Diviso in quattro capitoli: 1. Industrie culturali e creative nel mondo; 2. I numeri del sistema produttivo culturale e creativo; 3. Geografie; 4. Cultura come driver di sviluppo territoriale e settoriale, il Rapporto rappresenta una fotografia del periodo precedente il Covid-19 e un tentativo di analisi di ciò che è successo **dopo il 9 marzo 2020**, quando l'Italia entra in lockdown e i musei, i cinema, le mostre, i teatri, i concerti, le librerie, gli spazi culturali chiudono i battenti e piombano in una crisi profonda. Quando si supererà questo momento è difficile da prevedere, il direttore degli Uffizi Eike Schmidt, intervistato dall'Associazione Stampa Estera in Italia alcuni giorni fa, ha spiegato che: “per i musei non aspettiamo la ripartenza vera prima dell'anno prossimo. Dal 2022 ci aspettiamo il ritorno della grande richiesta che c'era prima della pandemia”.

## I nodi da sciogliere

Ma veniamo al rapporto presentato in anteprima da *Arteconomy24* ai suoi lettori. Come tutti i Quaderni di Symbola, l'enorme base di dati è arricchita da numerosi progetti nazionali e internazionali che

disegnano una mappa dell'Italia creativa e produttiva che sorprende per vivacità, innovazione e capacità di superare gli ostacoli più difficili. Secondo il Rapporto, la crisi pandemica ha evidenziato tre problematiche che il settore culturale e creativo dovrà affrontare.

1) La prima su tutte è la **frammentazione tra i vari sottosectori culturali** e le relative peculiarità che necessitano di norme e strumenti specifici. È necessaria una visione sistemica del settore culturale e un'idea di sviluppo condivisa, frutto dell'incontro di diverse visioni per attivare una catena del valore più efficiente che renda più sostenibili le produzioni culturali. Insomma, bisogna **fare sistema**.

2) Dalla visione sistemica dipende la seconda problematicità da affrontare: il **precariato diffuso del lavoro culturale** che, in alcuni casi limite, si traduce in lavoro sommerso.

3) Terzo nodo da sciogliere è la **mancanza di adeguate competenze strategiche**, soprattutto in ambito digitale e manageriale. Quest'ultima problematicità è rafforzata dai risultati della ricerca della Fondazione Scuola dei Beni e delle Attività Culturali, pubblicata in marzo, con l'obiettivo di indicare le nuove professionalità necessarie per il rilancio dei musei e del patrimonio culturale. I risultati evidenziano l'esigenza di inserire professionalità innovative come il responsabile di servizi educativi, l'esperto di comunicazione, marketing, fundraising e la figura del registrar.

## La mappa produttiva

Fanno parte del **sistema produttivo culturale e creativo “core”** le imprese e i loro addetti che rientrano nei seguenti settori: l'Architettura e il design; la Comunicazione; l'Audiovisivo e la musica; i Videogiochi e i software; l'Editoria e la stampa; le Performing arts e le arti visive; il Patrimonio storico e artistico. Mentre, fanno parte del **sistema produttivo “creative driven”** le imprese e quei professionisti culturali e creativi che pur lavorando al di fuori dei settori “core” producono prodotti e servizi, ad alto contenuto culturale e creativo. Ad esempio, ne fanno parte l'artigianato, le reti di imprese, l'enogastronomia, la robotica, l'impresa appartenente al settore automobilistico, se a lavorarci è il designer.

## Il valore aggiunto e il lavoro

Nel 2019 i due macrosettori – core e creative driven – hanno prodotto un valore aggiunto di circa 91 miliardi di euro, con una crescita (misurata a prezzi correnti) dell'1% rispetto all'anno precedente. Questo ammontare di ricchezza generata equivale al 5,7% del prodotto lordo italiano complessivo, un'incidenza che si mantiene costante rispetto al 2018.

Del complessivo valore aggiunto, **50,7 miliardi** sono da attribuire alla **componente “core”** (che rappresenta quindi il 3,2% del totale economia), mentre **40 miliardi** sono prodotti dal **settore “creative driven”** (pari al 2,5% del valore aggiunto nazionale). Prendendo come base 100 i 90,7 miliardi di valore aggiunto, il 56% è prodotto dai settori “core”, mentre il 44% è prodotto dai “creative driven”.

Le cifre dell'occupazione: gli occupati del Sistema Produttivo Culturale e Creativo ammontano, nel 2019, a **1,5 milioni**, con un'incidenza del 5,9% sul totale nazionale, in lieve crescita rispetto al 5,8% dell'anno precedente. Il 3,4% dei lavoratori complessivamente occupati in Italia (864mila) afferisce al “core” del sistema culturale e creativo, mentre il 2,5% (636mila) svolge attività “creative driven”.

## I settori più forti e quelli più fragili

In termini relativi il settore dei **Videogiochi software** realizza un valore aggiunto di 12,5 miliardi di euro, pari allo 0,8% del dato nazionale e conta 170mila occupati, segue l'**Editoria e stampa** con 11,2 miliardi di euro di valore aggiunto, un'incidenza di 0,7% sull'economia nazionale e 209mila occupati.

A seguire l'**Architettura e design** (7,3 miliardi di euro di valore aggiunto, 0,5% su totale dell'economia e 149mila occupati), l'**Audiovisivo e musica** (6 miliardi di euro di valore aggiunto, 0,4% su totale dell'economia e 58mila occupati), le **Performing arts e arti visive** (5,4 miliardi di euro di valore aggiunto, 0,3% su totale

dell'economia e 106mila occupati) e la **Comunicazione** (5 miliardi di euro di valore aggiunto, 0,3% su totale dell'economia e 112mila occupati).

Al contrario di quanto si potrebbe pensare il settore che riguarda il nostro **Patrimonio storico e artistico** è fanalino di coda, in quanto realizza il 3 miliardi di euro del valore aggiunto, lo 0,2% del totale Italia e occupa 58mila unità. Pur essendo all'ultimo posto nel settore creativo e culturale, il Patrimonio storico e artistico, negli anni 2018-2019, ha avuto un tasso di crescita superiore a tutti gli altri comparti con un incremento dell'occupazione del 4,8% e un aumento del valore aggiunto del 2,8%.

## Le regioni della cultura

Dal punto di vista territoriale le regioni più importanti sono la **Lombardia** (24,1 miliardi di euro di valore aggiunto e 353mila lavoratori) e il **Lazio** (14 miliardi di euro e 197mila lavoratori). Si conferma il divario tra Nord e Sud, dove il primo è superiore più del doppio in termini di valore aggiunto e di occupazione: al Nord il valore aggiunto è pari a 53,7 miliardi euro e l'occupazione è di 848mila unità, contro il valore aggiunto del Sud di 14,1 miliardi e l'occupazione di 292mila unità.

Nel 2020, Unioncamere ha condotto una ricerca finanziata dall'Agenzia per la Coesione Territoriale, PON Governance e Capacità istituzionale 2014-2020.

L'indagine, condotta su un campione di oltre 1.800 imprese appartenenti al core del Sistema Produttivo Culturale e Creativo, all'interno di un campione più ampio di quasi 33mila imprese, ha avuto l'obiettivo di mettere in luce gli effetti della crisi dovuta al Covid-19 sul settore culturale e creativo e le strategie per affrontarla. Ora veniamo ai risultati. Il settore Culturale e Creativo è risultato il più provato rispetto agli altri settori economici, in quanto il 66,4% delle imprese ha sofferto una **riduzione dei ricavi** nel 2020, a fronte di una media nazionale del 64%, con un 15% degli intervistati (11,8% nella media italiana) che dichiara una diminuzione del fatturato che supera addirittura il 50%.

Non per tutte le imprese è andata male e c'è chi ha aumentato i ricavi durante questo periodo. Difatti, un'azienda ogni dieci, una quota appena superiore alla media dell'economia pari al 7,8%, ha visto una crescita dei ricavi compresa tra il 3% e il 15% e una quota del 3,2% ha visto un fatturato in aumento di oltre il 16%.

L'indagine conferma che le imprese che hanno sofferto maggiormente sono le aziende appartenenti al settore delle **performing arts e arti visive** (84,6%), seguite dalle aziende della conservazione e valorizzazione del patrimonio storico e artistico (78,9%) e da quelle del settore editoria e stampa (73,7%). Mentre per l'editoria sembra essere confermata una tendenza negativa di lungo periodo, per gli altri due settori la diminuzione è causata dalla maggiore esposizione alle norme di distanziamento sociale attuate presso le proprie sedi operative. Le principali criticità riscontrate sono la **diminuzione della domanda** (indicata dal 69,1% degli intervistati) e il **calo della liquidità** (43,6%). Queste due criticità sono superiori alla media nazionale.

Le strategie intraprese per fronteggiare la crisi fanno ben sperare per il futuro. Le due misure a cui si è fatto ricorso con maggiore frequenza concernono la **riorganizzazione degli spazi e dei processi produttivi**.

Come ogni anno, anche la X edizione del Rapporto è ricco di esempi positivi e di buone pratiche che toccano tutti i settori creativi e culturali. Rimane una pubblicazione fondamentale, impregiata, come consueto, dallo sguardo monumentale, pensieroso e triste del volto di donna realizzato dall'artista **Pietro Fornasetti**.

Riproduzione riservata ©

