

La Rivista

Società

Io sono cultura 2023, il rapporto annuale di fondazione **Symbola** e unioncamere

L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Il sistema produttivo culturale e creativo del 2022 vale 95,5 miliardi di euro corrispondenti al 5,6% del valore aggiunto italiano ed attiva complessivamente 271,9 mld di euro. Nonostante l'impatto della crisi, alcuni comparti culturali e creativi hanno mostrato segnali di tenuta generale: le attività di videogiochi e software hanno aumentato la ricchezza prodotta del +9,6%. Milano capitale della cultura italiana, prima per incidenza della filiera in termini di valore aggiunto e occupazione. La Lombardia prima per ruolo della cultura. Il settore culturale offre lavoro a quasi un milione e mezzo di persone (5,8% dell'occupazione). Lombardia e Lazio regioni che producono più ricchezza con la cultura. Milano, Roma, Torino, Arezzo, Trieste, Firenze e Bologna nella top ten delle province.

Io Sono Cultura è un progetto di ricerca annuale che racconta il valore economico e sociale delle imprese che operano nel settore culturale e creativo. Dal 2011 **Symbola** e Unioncamere collaborano con numerosi esperti per analizzare e mostrare come cultura e creatività siano per il nostro Paese driver dell'economia e della Qualità. *Io Sono Cultura* rappresenta una piccola rivoluzione in Italia, grazie al suo approccio innovativo nell'analisi e nell'aggregazione dei dati: la ricchezza generata dalla filiera della cultura è sempre stata analizzata unicamente attraverso patrimonio storico artistico, imprese del sistema produttivo culturale e creativo, per-

forming arts e arti visive.

Symbola ha invece esteso l'analisi all'industria manifatturiera che si è lasciata contaminare da cultura e creatività per aumentare il valore dei propri prodotti. *Io Sono Cultura* nasce dall'esigenza di dimostrare come la cultura sia un settore capace di trainare l'economia italiana. La forza del made in Italy deve molto alla cultura e alla bellezza. Cultura e creatività, oltre ad arricchire la nostra identità e alimentare la domanda di Italia nel mondo, possono oggi aiutarci a decodificare il presente e a esplorare idee radicali per affrontare le difficili sfide che abbiamo davanti, da quella ambientale in poi. Dal tredicesimo rapporto emerge una

filiera in ripresa rispetto al periodo pre-pandemia anche grazie alle sue capacità di rinnovamento. La compenetrazione tra digitale e mondo della cultura e della creatività favorisce un maggior protagonismo delle nuove generazioni, nella fruizione e nella produzione di contenuti, a vantaggio di un'offerta più attrattiva verso nuovi pubblici.

Tratti identitari della società e dell'economia italiana

Cultura e bellezza in Italia sono tratti identitari radicati nella società e nell'economia. Da qui il titolo del rapporto *Io sono cultura*, e grazie alla loro forte relazione con la manifattura hanno dato vita ad una



Il settore culturale in Italia offre lavoro a quasi un milione e mezzo di persone

delle più forti identità produttive del mondo, il made in Italy. Oggi, a tre anni dallo scoppio della pandemia e in piena fase di ricostruzione e ripartenza, le industrie culturali e creative sono tra i settori più strategici per facilitare la ripresa economica e sociale italiana. Non solo perché i numeri dell'ultimo decennio dimostrano che parliamo di una fonte significativa di posti di lavoro e ricchezza. Ma anche perché sono un motore di innovazione per l'intera economia e agiscono come un attivatore della crescita di altri settori, dal turismo alla manifattura *creative-driven*. Ossia quella manifattura che ha saputo incorporare professionisti e competenze culturali e creative nei processi produttivi, traducendo la bellezza in oggetti e portando il made in Italy nel mondo. Bellezza e cultura, quindi, sono parte del DNA italiano e sono alla base delle ricette *made in Italy* per la fuoriuscita dalle crisi. *Io sono cultura*

annualmente quantifica il peso della cultura e della creatività nell'economia nazionale. I numeri dimostrano che la cultura è uno dei motori della nostra economia e lo studio propone numeri e storie ed è realizzato grazie al contributo di molte personalità di punta nei diversi settori.

Confermato il ruolo economico centrale

Il rapporto, arrivato alla tredicesima edizione, è realizzato da Fondazione **Symbola** e Unioncamere, con la collaborazione del Centro Studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne, insieme a Istituto per il Credito Sportivo e la Fondazione Fitzcarraldo e con il patrocinio del Ministero della Cultura. *"La cultura ha pagato più di altri settori la crisi ma conferma il suo ruolo economico centrale. L'Italia deve essere protagonista - dichiara **Ermete Realacci**, presidente della Fondazione **Symbola** - del nuovo*

'Bauhaus', fortemente voluto dalla Commissione Europea che nasce per rinsaldare i legami tra il mondo della cultura e della creatività e i mondi della produzione, della scienza e della tecnologia orientandoli alla transizione ecologica indicata dal Next Generation EU. Cultura, creatività e bellezza sono la chiave di volta di molti settori produttivi di un'Italia che fa l'Italia e consolidano la missione del nostro Paese orientata alla qualità e all'innovazione: un soft power che attraversa prodotti e territori e rappresenta un prezioso biglietto da visita. Un'infrastruttura necessaria per affrontare le sfide che abbiamo davanti. Se l'Italia produce valore e lavoro puntando sulla cultura e sulla bellezza, favorisce un'economia più a misura d'uomo e, anche per questo, più competitiva e più capace di futuro come affermiamo nel Manifesto di Assisi".

Dal canto suo Andrea Prete, presidente di Unioncamere, ricorda che *"il 2020 è stato un anno di grandi difficoltà per le attività culturali e creative con una perdita del -8,1%. Da 11 anni Unioncamere realizza insieme agli altri partner il Rapporto sulle industrie culturali e creative, un'esperienza unica ed uno strumento utile per impostare le politiche dedicate a questo settore. Che, per il suo altissimo apporto all'economia del Paese, merita la massima attenzione da parte di tutti i soggetti che possono contribuire alla sua ripresa e al suo sviluppo, tra i quali le Camere di commercio".*

Qualche buona notizia

Io Sono Cultura permette di analizzare l'evoluzione della filiera in termini di produzione di ricchezza e

creazione di posti di lavoro. Sul fronte dei numeri il XIII rapporto torna a darci qualche buona notizia, il Sistema Produttivo Culturale e Creativo dopo la crisi degli anni passati torna ad avere un segno positivo, registrando un incremento del valore aggiunto del 6,8%. Anche il numero degli occupati torna a crescere nel 2022, tanto da recuperare gli oltre 43 mila posti di lavoro che si sono persi nell'anno precedente: sono 1.490.738 i lavoratori dell'intera filiera, con una variazione del +3,0% rispetto al 2021, a fronte di un +1,7% registrato a livello nazionale.

Dalle attività core derivano 52,7 miliardi e un numero di occupati pari a circa 852mila (rispettivamente +7,2% e +3,3% rispetto al 2021), mentre le attività creative driven generano la ricchezza più elevata degli ultimi tre anni (42,8 miliardi di euro, +6,4% nell'ultimo anno) e danno lavoro a 639 mila occupati (+2,5% rispetto al 2021).

All'interno della filiera operano 275.318 imprese (+1,8% nel 2022 rispetto all'anno precedente); il confronto con il 2019 dimostra il completo recupero del SPCC (+0,3%), evidenziando una performance anche migliore dell'economia nel suo complesso che risulta ancora al di sotto dei numeri pre-pandemia (-1,2%). Accanto alle imprese che rientrano nella perimetrazione del SPCC vi sono da considerare anche le organizzazioni non-profit (37.668) che si occupano di cultura e creatività (il 10,4% del totale delle organizzazioni attive nel settore non-profit), le quali impiegano più di 21 mila tra dipendenti, interinali ed esterni (il 2,3% del totale delle risorse umane retribuite operanti nell'intero universo del non-profit).



Le attività di videogiochi e software hanno aumentato la ricchezza prodotta del +9,6%

Cosa si intende per Sistema Produttivo Culturale e Creativo

Il rapporto analizza il Sistema Produttivo Culturale e Creativo, ovvero tutte quelle attività economiche che producono beni e servizi culturali (core), ma anche tutte quelle attività che non producono beni o servizi strettamente culturali, ma che utilizzano la cultura come input per accrescere il valore simbolico dei prodotti, quindi la loro competitività, che nello studio definiamo *creative-driven*. All'interno del core coabitano attività molto diverse tra loro, accomunate dalla produzione e veicolazione di contenuti culturali e creativi. Dalle attività di conservazione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico (attività dei musei, biblioteche, archivi, monumenti), alle arti visive e performative (attività dei teatri, concerti, etc.). A queste si aggiungono attività che operano secondo logiche "industriali" (musica, videogame, software, editoria, stampa), quelle dei broadcaster

(radio, televisione), fino ad arrivare ad alcune attività appartenenti al mondo dei servizi (comunicazione, architettura, design).

Lombardia e Lazio regioni che producono più ricchezza con la cultura

Le regioni maggiormente specializzate nella cultura e nella creatività sono proprio la Lombardia e il Lazio. In particolare, la Lombardia genera il più alto valore aggiunto nell'ambito del sistema, con 26,4 miliardi di euro, pari al 27,6% della intera filiera e al 6,8% della ricchezza prodotta nella regione. In termini occupazionali, la regione impiega 353 mila addetti, incidendo per quasi un quarto sull'occupazione nazionale della filiera culturale e creativa e per il 7,2% sul totale economia. Il Lazio, con Roma come suo principale centro turistico e culturale, contribuisce per il 15,0% alla filiera nazionale e il 7,6% all'intera economia regionale, con un valore aggiunto di

circa 14,4 miliardi di euro; gli occupati del settore sono 197 mila, pari al 13,2% del sistema nel suo complesso e al 7,1% dell'occupazione regionale. Le due regioni, oltre che primeggiare in termini assoluti, mostrano anche la maggiore specializzazione culturale e creativa. In generale, le regioni con una maggiore capacità di creare ricchezza tendono ad avere una filiera culturale e creativa più sviluppata e influente nell'economia. Tra le più specializzate, subito dopo il Lazio e la Lombardia, troviamo: il Piemonte (6,1% l'incidenza del SPCC sul totale economia in termini di valore aggiunto e 6,4% in termini di occupazione), il Friuli-Venezia Giulia (5,5% e 5,8% rispettivamente), il Veneto (5,4% e 6,1%) e la Toscana (5,4% e 6,0%). Quest'ultima, in particolare, è l'unica

regione a registrare una variazione negativa, seppure di mezzo punto percentuale, del valore aggiunto rispetto al periodo immediatamente antecedente la pandemia; le migliori performance, invece, si rilevano per Liguria (+9,3% tra il 2019 e il 2022), Basilicata (+8,9%), Lombardia e Campania (+7,3% per entrambe). La dinamica occupazionale appare, al contrario, molto variegata e non evidenzia particolari caratterizzazioni rispetto alle ripartizioni territoriali: le contrazioni più accentuate si registrano in Trentino-Alto Adige (-4,8 tra il 2019 e il 2022%), Umbria (-2,9%) e Sicilia (-2,3%); gli incrementi più consistenti nel numero di posti di lavoro rispetto al 2019 emergono in Liguria (+3,9%), Campania (3,4%) e Puglia (3,1%).

Differenze fra Nord e Sud

Sia in termini di valore aggiunto sia di occupazione emerge una chiara differenziazione tra il Nord Italia e il Mezzogiorno. La grande area metropolitana di Milano è al primo posto nelle graduatorie provinciali per incidenza di ricchezza e occupazione prodotte, con il 9,4 e il 9,8%. Roma è seconda per valore aggiunto (8,4%) e terza per occupazione (7,9%) mentre Torino si colloca quarta (7,6%). In termini di occupazione, come suddetto, la *leadership* per incidenza dei posti di lavoro sul totale dell'economia è da attribuire a Milano. Ma il ruolo della cultura non si ferma alla sola quantificazione dei valori della filiera. Importanti sono anche i legami tra cultura e turismo.

La copertina del Rapporto

Da tredici anni Fornasetti offre la copertina del rapporto *Io sono Cultura*. E questa non è una scelta solo grafica e di Art Direction, ma una vera e propria comunione d'intenti. Fornasetti infatti è un'impresa creativa e un attore culturale, che con **Symbola** condivide l'interesse per la valorizzazione della cultura e della creatività. Cultura, creatività e bellezza sono la chiave di volta di molti settori produttivi italiani. Fornasetti rinnova la sua partnership con Fondazione **Symbola** dando un volto anche quest'anno al suo rapporto annuale, che ha il merito di fornire un'analisi qualitativa e quantitativa di tutti i settori culturali e creativi italiani. Restituendone il merito e valorizzandone la loro portata ben più ampia a livello sociale. Sulla copertina del Rapporto 2023 il decoro tema e variazioni n. 285 di fornasetti

