



Cultura, crescono valore aggiunto e occupazione

Fondazione Symbola. Generato un valore aggiunto di 296,9 miliardi. Una filiera complessa in cui sono attive quasi 284mila imprese

Nicola Barone

Si può partire fissando un particolare, dal fenomeno Taylor Swift. Scelta come personaggio dell'anno da *Time*, secondo le stime di Morgan Stanley il suo ultimo tour impatterà sul Pil statunitense dell'1,5%, e anche altrove nel mondo i numeri mossi dalla stella del pop impressionano. Tanto che alcuni analisti, per definire le dimensioni di un interesse così vasto e globale, parlano di *swiftonomics*. Prende avvio da qui la nuova edizione del rapporto annuale di Fondazione **Symbola** *Io sono Cultura*. A far capire impressivamente quanto «la cultura e la creatività nelle sue molteplici forme, quelle di un libro, di un brano musicale, di un'opera teatrale, di un progetto di design a scale diverse, rivelino qualcosa di noi a noi stessi, siano generatrici di senso e nuovi stili di vita, rafforzino l'economia».

Il discorso si pone a maggior ragione per l'Italia, dove bellezza e genio rappresentano aspetti peculiari dell'identità nazionale. Una filiera in cui operano soggetti privati, pubblici e del terzo settore che cresce sia dal punto di vista del valore aggiunto (104,3 miliardi di euro, in aumento del +5,5% rispetto all'anno precedente e del +12,7% rispetto al 2019) che dell'occupazione (1.550.068 lavoratori con una variazione del +3,2% rispetto al 2022, a fronte di un +1,8% registrato a livello nazionale). La complessità del sistema culturale e creativo italiano è evidente nel vasto numero di imprese coinvolte:

oltre 284mila aziende, +3,1% rispetto al 2022, insieme a più di 33mila organizzazioni non-profit.

In prospettiva le industrie culturali e creative avranno un ruolo cruciale nella ripresa economica e sociale del Paese. Fungendo, al di là dell'apporto diretto, anche da motori di innovazione in grado di influenzare positivamente altri comparti, come il turismo e la manifattura, sempre più spesso orientata verso una produzione sostenibile e basata su principi creativi. Il legame tra bellezza e innovazione ha permesso del resto al made in Italy di affermarsi nel mondo, traducendo l'estetica e l'artigianalità italiana in prodotti di successo globale. Se si considerano anche gli effetti indiretti e l'indotto generato da questi settori, il valore complessivo arriva a sfiorare i 297 miliardi di euro, una cifra che testimonia l'importanza strategica per l'avanzamento del Paese. «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 sostiene il Manifesto di Assisi. Anche da questo deriva la forza del nostro export», fa notare il presidente di Fondazione **Symbola** **Ermete Realacci** alla presentazione del rapporto.

Tra gli aspetti più interessanti in arrivo dalle analisi di *Io sono Cultura* è la rilevanza dei settori digitali. Software e videogiochi, ad esempio, hanno prodotto un valore aggiunto di 16,7 miliardi di euro, pari al 16% dell'intero sistema, con un aumento

del 10,5% rispetto al 2022. E la stessa occupazione migliora significativamente, con oltre 16mila nuovi posti di lavoro. Seconda articolazione per peso risulta quella dell'editoria e la stampa che contribuisce con 11,5 miliardi di euro e impiega più di 196mila persone. Una espansione notevole stanno registrando le attività di architettura e design, con un valore aggiunto di 8,6 miliardi di euro (+6,6%). E il campo della valorizzazione del patrimonio storico-artistico fa la sua parte nel recuperare terreno dopo le perdite causate dalla pandemia: l'occupazione nel comparto è aumentata del 6,9%, dimostrando la forza delle istituzioni culturali italiane.

Dal punto di vista territoriale il Mezzogiorno mostra un tasso di crescita superiore alla media nazionale. In particolare, Calabria e Sardegna sono le Regioni che hanno registrato incrementi significativi sebbene permangano alcune differenze rispetto al resto del Paese (Lombardia e Lazio in testa). Nella top ten della classifica delle province Milano è prima per valore aggiunto e occupazione, seguono Roma e Torino. Tra le tendenze di fondo evidenziate ancora dal rapporto emerge una crescente integrazione tra cultura e digitale, favorita dall'utilizzo dei social media per la diffusione dei contenuti. Così come l'introduzione dell'intelligenza artificiale nei processi creativi sta iniziando a prendere piede. Specie nel design, l'architettura e i videogiochi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA