Fondazione CARIPLO

SYMBOLA
Fondazione per le qualità italiane

Io sono CULTURA 2024

L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Il rapporto

DEFINISCE

il **Sistema Produttivo Culturale e Creativo** e il suo ruolo nell'economia nazionale

ANALIZZA

le **imprese del settore** e le **geografie della produzione culturale e creativa** in Italia

RACCONTA

e diffonde esperienze imprenditoriali e **storie di successo** di cultura e creatività

Il valore del sistema Culturale e Creativo

Imprese, Pubblica Amministrazione, Non profit - Anno 2023

VALORE AGGIUNTO

104,3 mld

(totale economia: 1.876,6)

PESO % SUL TOTALE ECONOMIA

5,6%

+5,5%

rispetto al 2022

(tot. economia: +6,4%)

Per ogni euro prodotto da cultura e creatività
se ne attivano altri 1,8 nel resto dell'economia

OCCUPAZIONE

1.550mila

(totale economia: 26.095,6)

PESO % SUL TOTALE ECONOMIA

5,9%

+3,2%

rispetto al 2022

(tot. economia: +1,8%)

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

Le due anime del sistema Culturale e Creativo

Quote percentuali, anno 2023

55,4%	VALORE AGGIUNTO	44,6%
57,2%	OCCUPATI	42,8%

Core cultura

Architettura e design – Comunicazione – Audiovisivo e musica – Videogiochi e software - Editoria e stampa – Performing arts e arti visive – Patrimonio storico e artistico

Creative driven

Attività che impiegano contenuti e competenze culturali e creative per accrescere il valore dei propri prodotti (moda, mobilio, agroalimentare, ecc.)

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

Distribuzione e dinamiche del valore aggiunto nei settori Core

VIDEOGIOCHI E SOFTWARE

16,7 mld (16%)

↑ **+10,5%** rispetto al 2022

EDITORIA E STAMPA

11,6 mld (11,1%)

↑ **+2,7%** rispetto al 2022

ARCHITETTURA E DESIGN

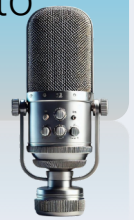
8,6 mld (8,2%)

↑ **+6,6%** rispetto al 2022

AUDIOVISIVO E MUSICA

6,4 mld (6,2%)

↑ **+1,7%** rispetto al 2022



COMUNICAZIONE

5,8 mld (5,5%)

↑ **+5,1%** rispetto al 2022

PERFORMING ARTS E ARTI VISIVE

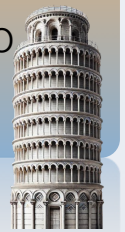
5,4 mld (5,2%)

↑ **+5,1%** rispetto al 2022

PATRIMONIO STORICO E ARTISTICO

3,3 mld (3,2%)

↑ **+4,2%** rispetto al 2022

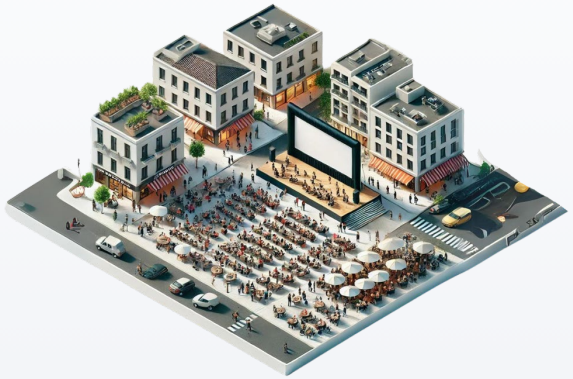


FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

Quali trend emergono dal Rapporto?

FORTE RELAZIONE CON IL TURISMO

Audiovisivo (turismo legato ai luoghi legati alle riprese)
Videogiochi (sviluppo di contenuti stilisticamente distintivi e in forte connessione con il territorio
Editoria (i fumettisti hanno creato packaging innovativi per piccoli produttori enogastronomici)



WELFARE CULTURALE

Esiste una **correlazione tra partecipazione culturale e qualità della vita**: in Italia stanno prendendo forma le prime politiche regionali culturali, espresse con il neologismo tutto italiano di welfare culturale

INTRODUZIONE DELL'IA NEI PROCESSI CREATIVI

Videogiochi con machine learning per migliorare l'esperienza di gaming
Progettazione (architettura e design) e **Comunicazione** con personalizzazione dei contenuti, riduzione dei tempi di produzione e maggior capacità di ingaggio nelle diverse nicchie di mercato

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

Un mercato sempre più giovane

ABBASSAMENTO ETÀ MEDIA DEI FRUITORI

In tutti i settori si evidenzia una forte **commistione tra cultura e digitale** con un ruolo centrale dei social network (soprattutto TikTok e Instagram)

es. **Musica**: classifiche e protagonisti di grandi eventi musicali dominati dalla presenza di giovanissimi

PROTAGONISMO DEI GIOVANI IN AMBITO PRODUTTIVO

es. **Editoria**: grazie a motori di ricerca e social, è nata una nuova generazione di booktoker

SPAZIO ANCHE AI GIOVANI LAVORATORI

Nelle ICC **la richiesta di under 30 è pari al 33,8% delle richieste previste** per il 2023 (30% nel totale economia). La domanda di lavoro nel settore è anche molto qualificata; il 37,2% delle entrate previste riguarda laureati vs il 13,9% del totale (DATI EXCELSIOR)

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

Fondazione CARIPLO

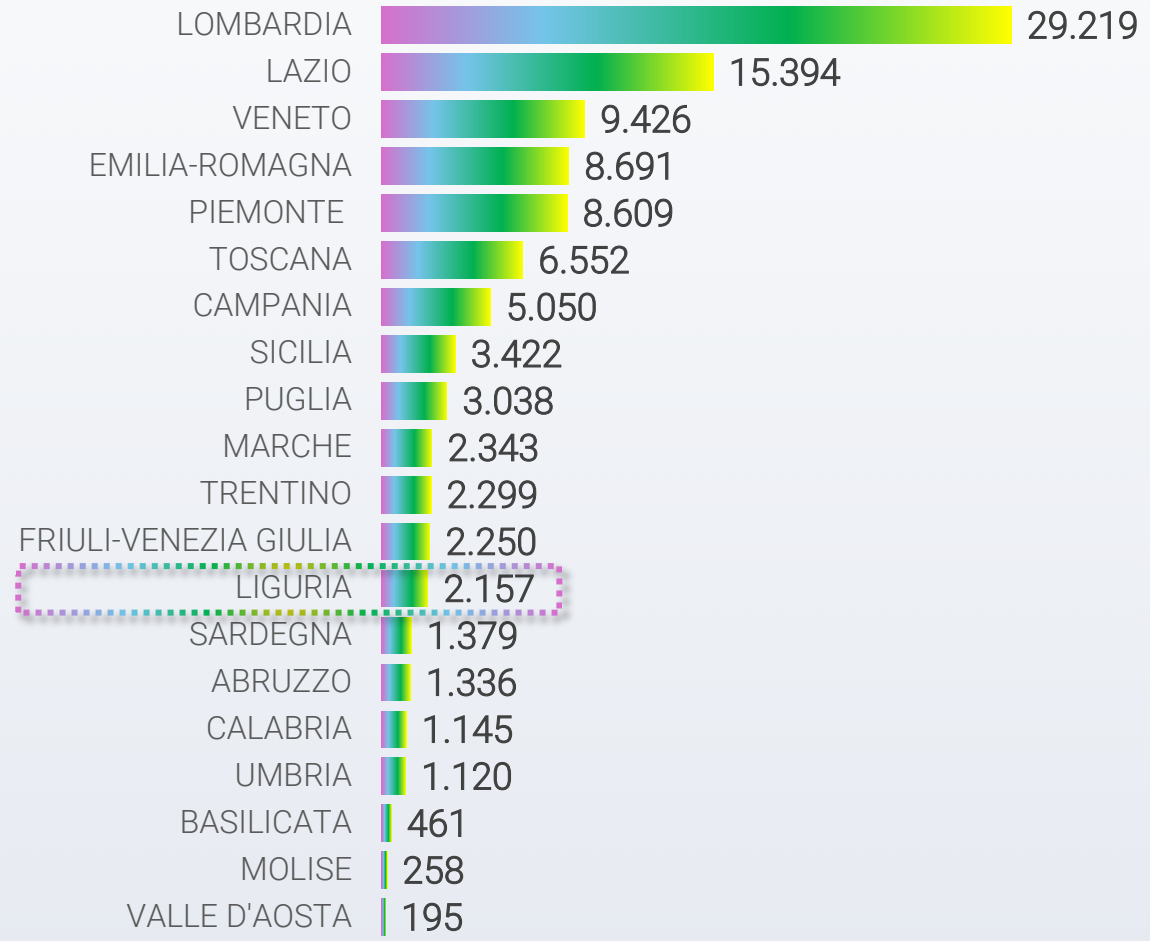
SYMBOLA
Fondazione per le qualità italiane

Focus Liguria

Il ruolo economico delle attività culturali e creative nei territori

La **Liguria** si colloca al tredicesimo posto per ricchezza prodotta dal Sistema Produttivo culturale e Creativo (SPCC), con un valore aggiunto del Sistema Produttivo culturale e Creativo pari a circa 2,2 milioni di euro, con un'incidenza pari al 2,1% del totale nazionale.

VALORE AGGIUNTO SISTEMA CULTURALE E CREATIVO PER REGIONE Anno 2023, milioni di euro



FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

Sistema produttivo[1] Culturale e Creativo

Liguria (anno 2023)

VALORE AGGIUNTO

2,2 miliardi di euro
4,1% del totale regionale
+4,3% rispetto al 2022

OCCUPATI

34.349 occupati
4,9% del totale regionale
+3,0% rispetto al 2022

Core cultura

Liguria

VALORE AGGIUNTO

1,1 miliardi di euro
+3,9% rispetto al 2022

OCCUPATI

19.405 occupati
+1,7% rispetto al 2022

NOTA
[1] Per la definizione di Sistema Produttivo Culturale e Creativo e core cultura vedere Io sono cultura 2024, pag 64

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

Prime venti province per valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo

Anno 2023 (valori assoluti e incidenze percentuali sul totale Italia)

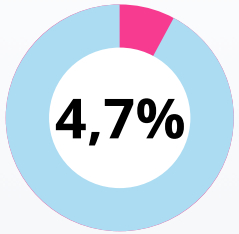
Valore aggiunto				Occupazione			
Pos.	Province	Milioni di euro	In % sul totale Italia	Pos.	Province	Numero di occupati	In % sul totale Italia
1	Milano	18.489	17,7	1	Milano	207.781	13,4
2	Roma	14.118	13,5	2	Roma	180.682	11,7
3	Torino	5.719	5,5	3	Torino	79.373	5,1
4	Napoli	3.272	3,1	4	Napoli	54.727	3,5
5	Bologna	2.715	2,6	5	Firenze	39.844	2,6
6	Firenze	2.666	2,6	6	Bologna	37.504	2,4
7	Brescia	2.040	2,0	7	Padova	30.242	2,0
8	Bergamo	2.004	1,9	8	Brescia	29.038	1,9
9	Padova	1.984	1,9	9	Bergamo	28.893	1,9
10	Verona	1.844	1,8	10	Verona	28.310	1,8
11	Vicenza	1.819	1,7	11	Treviso	26.944	1,7
12	Monza-Brianza	1.730	1,7	12	Bari	26.863	1,7
13	Treviso	1.727	1,7	13	Vicenza	26.567	1,7
14	Venezia	1.514	1,5	14	Venezia	25.016	1,6
15	Modena	1.486	1,4	15	Monza-Brianza	23.075	1,5
16	Genova	1.470	1,4	16	Genova	22.402	1,4
17	Bari	1.427	1,4	17	Modena	22.326	1,4
18	Varese	1.301	1,2	18	Palermo	20.847	1,3
19	Palermo	1.179	1,1	19	Varese	19.935	1,3
20	Trento	1.176	1,1	20	Trento	16.924	1,1

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

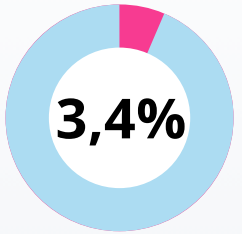
Valore aggiunto e occupazione culturale e creativa nelle Province liguri (2023)

Valore Aggiunto

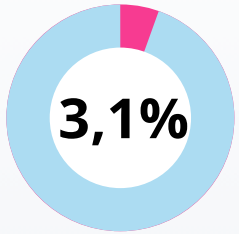
Incidenza su totale valore aggiunto provincia



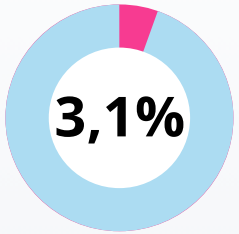
GENOVA



LA SPEZIA



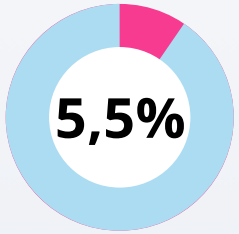
IMPERIA



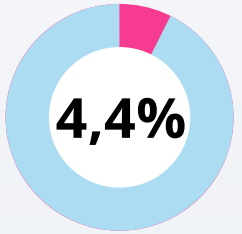
SAVONA

Occupazione

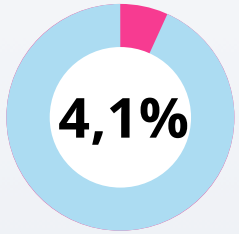
Incidenza su totale addetti provincia



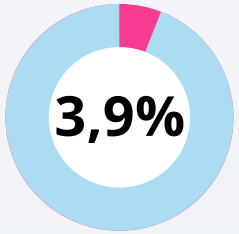
GENOVA



LA SPEZIA



IMPERIA



SAVONA

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

LA LIGURIA È: (2023)

Liguria nona regione per valore aggiunto in Architettura e Design, e nei Software e Videogames, decima nella Comunicazione

Per occupati, nona regione per Comunicazione, decima per Software, Giochi e Videogames

Per imprese, decima regione per Architettura, Audiovisivo ed Editoria

	NUMERO IMPRESE CULTURALI CORE (valori assoluti)	VALORE AGGIUNTO CORE (mln euro)	OCCUPAZIONE CORE (valori assoluti)
Architettura e Design	2.774	214	4.253
Comunicazione	877	99	2.311
Audiovisivo	352	66	665
Software, Giochi, Videogames	717	322	4.496
Editoria	1.801	222	4.190
Performing arts e arti visive	885	121	2.379
Patrimonio artistico	28	62	1.111
TOTALE	**7.434**	**1.106**	**19.405**

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

GENOVA È: (2023)

Per valore aggiunto, decima provincia nei Software, Giochi e Videogames, undicesima nella Comunicazione

Per occupati, nona provincia nei Software, Giochi e Videogames, decima nella Comunicazione

Per imprese, ottava provincia nell'Editoria, decima nell'Audiovisivo e dodicesima nelle Performing Arts

	NUMERO IMPRESE CULTURALI CORE (valori assoluti)	VALORE AGGIUNTO CORE (mln euro)	OCCUPAZIONE (valori assoluti)
Architettura e Design	1.724	137	2.546
Comunicazione	566	81	1.856
Audiovisivo	231	47	448
Software, Giochi, Videogames	492	263	3.510
Editoria	1.117	138	2.586
Performing arts e arti visive	490	73	1.375
Patrimonio artistico	19	41	705
TOTALE	**4.639**	**780**	**13.026**

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

DISTRIBUZIONE REGIONALE DEL VALORE AGGIUNTO DEL SETTORE DEL DESIGN

Anno 2023 Incidenze percentuali sul totale nazionale

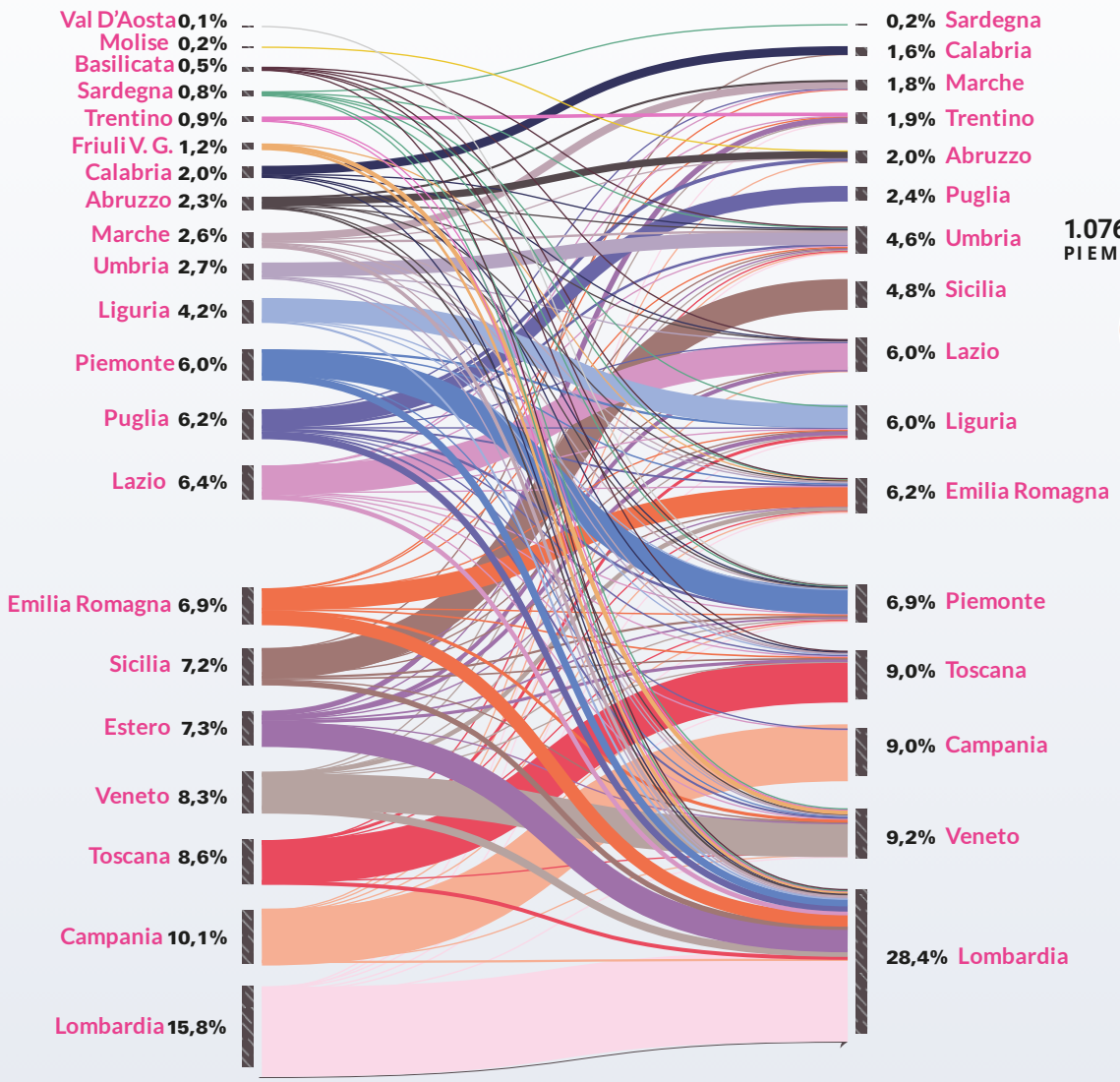
PRIME 20 PROVINCE PER QUOTA DI IMPRESE DEL DESIGN

Anno 2023 Incidenze percentuali sul totale nazionale

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA

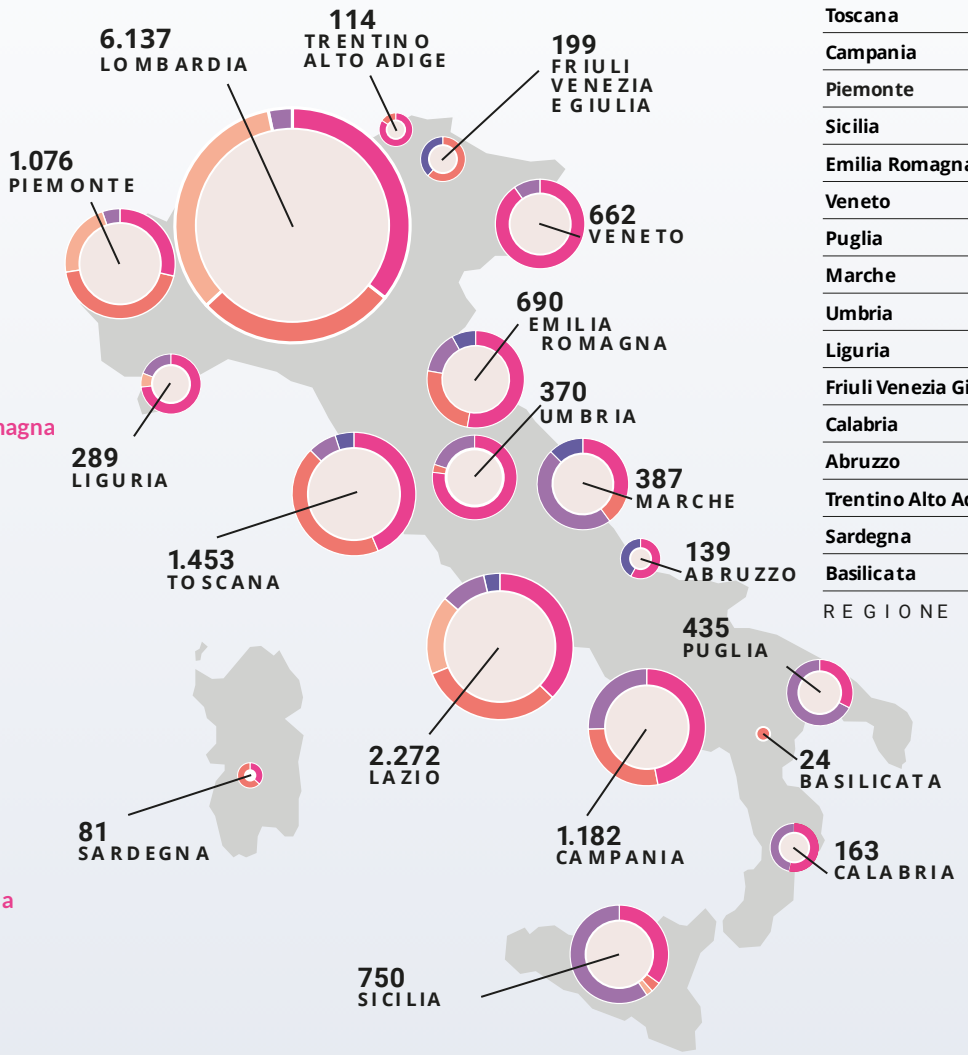
MOBILITÀ PER RAGIONI DI STUDIO NEL DESIGN

Confronto tra regione di residenza e regione dell'ateneo



DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DEGLI STUDENTI ISCRITTI AL PRIMO ANNO A CORSI IN DISCIPLINE DEL DESIGN

Anno accademico 2022-2023



REGIONE	UNIVERSITÀ	ALTRI ISTITUTI AUTORIZZATI AL RILASCIO DI TITOLI AFAM	ACCADEMIE DI BELLE ARTI	ACCADEMIE LEGALMENTE RICONOSCIUTE	ISIA
Lombardia	2.191	1.682	2.067	197	
Lazio	846	724	394	226	82
Toscana	635	640		109	69
Campania	558	323		301	
Piemonte	308	475	239	54	
Sicilia	264	25	16	445	
Emilia Romagna	365	173		97	55
Veneto	599			63	
Puglia	142			293	
Marche	114	41		184	48
Umbria	285	11		74	
Liguria	212		22	55	
Friuli Venezia Giulia		123			76
Calabria	87			76	
Abruzzo	81				58
Trentino Alto Adige	96	18			
Sardegna	30	51			
Basilicata		24			

FONTE: RAPPORTO 'IO SONO CULTURA' 2024 – UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE, FONDAZIONE SYMBOLA