



## **Io sono cultura - 2016**

L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

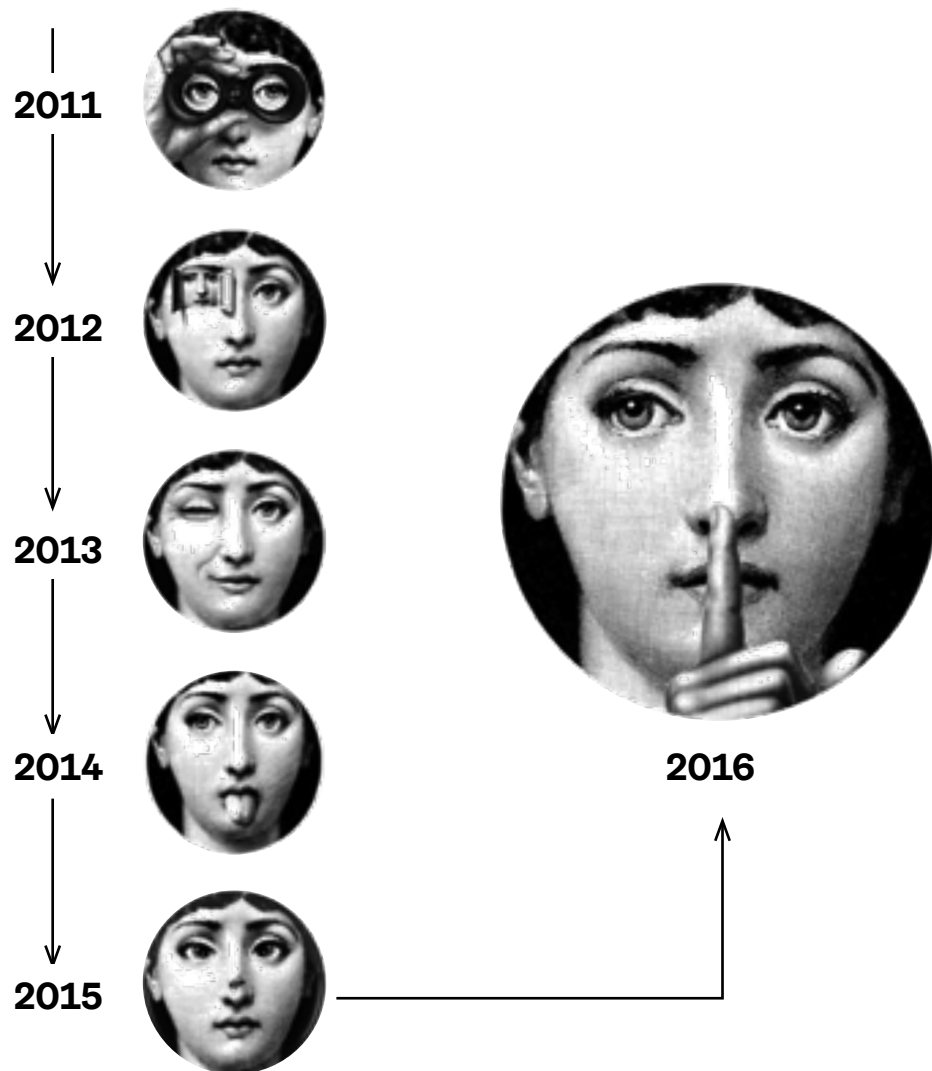
---

**Cultura: il valore aggiunto dell'Italia**



# Il Rapporto Io sono cultura

Da oltre cinque anni, Unioncamere e Fondazione Symbola realizzano un rapporto di monitoraggio del sistema produttivo culturale e creativo condiviso e discusso con i principali attori dell'economia italiana



# La rilevanza dei temi della cultura e della creatività nello scenario internazionale

---

Cultura e creatività sono considerati uno dei motori primari delle economie avanzate. Per questo oggi sono al centro dell'attenzione di molti paesi, **europei** ed **extra-europei**. (ad es. centralità delle industrie creative nelle politiche di sviluppo del Regno Unito e del tema investimenti in cultura e creatività in Canada)

**Cultura e istruzione** sono l'**11° priorità del programma Juncker**. Le priorità poste al centro della Commissione Cultura sono: il **patrimonio culturale**, le **imprese creative e culturali**, il **Digital Single Market** e il **capitale umano**. Tutti temi affrontati nel Rapporto «Io sono cultura».

# Il confronto con gli approcci internazionali

---



- L'approccio di *Io sono cultura* considera nella parte *Core* **codici di attività economica ATECO a 4 cifre**, coincidenti con quelli della classificazione europea **NACE rev. 2**.
- Tra i settori sono presi *in toto* i 29 considerati nell'approccio **Eurostat**, e 40 dei 41 considerati nel rapporto del KEA report on Creative Industries contribution della **Commissione europea**.
- Il perimetro include il 100% dei settori considerati nell'approccio della **Francia** e più dell'80% di **Svezia** e **Germania**.

# Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo (*core cultura e attività creative driven*)

---

Il perimetro di attività del Rapporto prende in considerazione due dimensioni:

**1.** Il **Core Cultura**, composto da quattro macro-domini direttamente collegati ad attività culturali e creative:

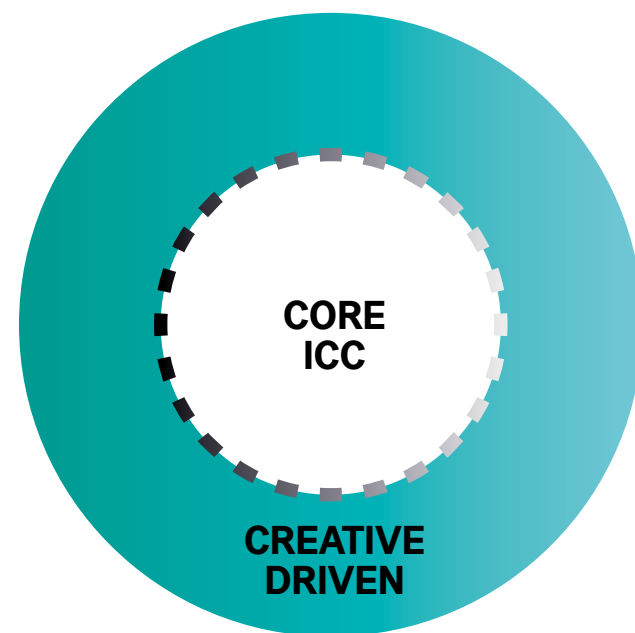
Industrie creative (Architettura; Comunicazione e branding; Design)

Industrie culturali (Film, video, radio-tv; Videogiochi e software; Musica; Libri, stampa ed editoria)

Patrimonio storico-artistico

Performing arts e arti visive

**2.** Attività “**Creative driven**”, non appartenenti al core culturale ma nelle quali cultura e creatività entrano contribuendo allo sviluppo produttivo (made in Italy, ristorazione, ecc.).



# I numeri del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (core cultura e attività *creative driven*)

## VALORE AGGIUNTO



**89,7**

miliardi di euro

(totale economia - 1.468,9)

**6,1%**



miliardi di euro

SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO

**89,7**

FINANZA E ASSICURAZIONI

81,4

SANITÀ

78,7

COSTRUZIONI

71,9

METALLURGIA  
E MECCANICA

34,3

## OCCUPAZIONE



**1.492**

migliaia di addetti

(totale economia - 24.481)

**6,1%**



migliaia

SANITÀ

1.848

COSTRUZIONI

1.544

SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO

**1.492**

METALLURGIA  
E MECCANICA

1.122

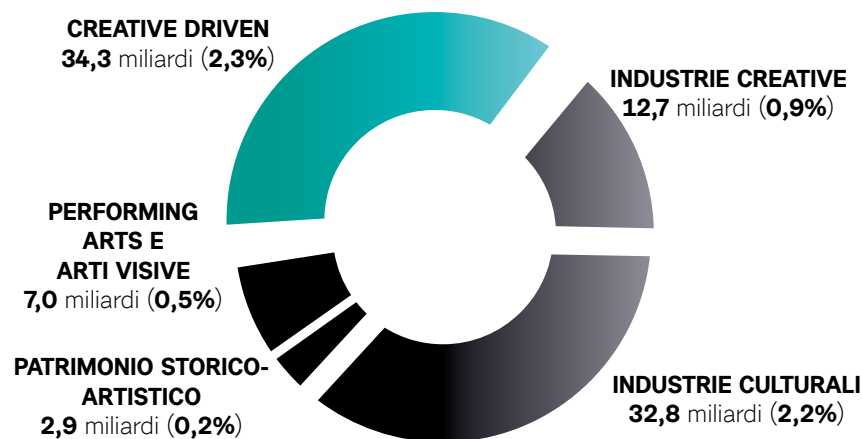
FINANZA  
E ASSICURAZIONI

661

# Le cinque dimensioni del Sistema Produttivo Culturale e Creativo: le quattro del core culturale più le attività creative driven

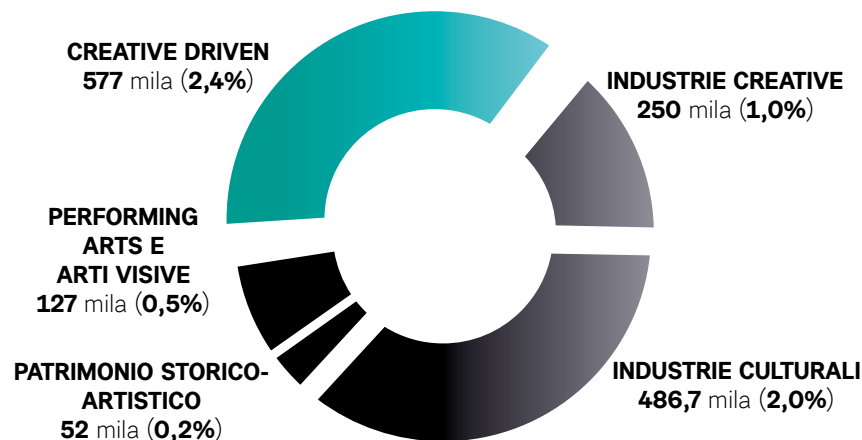
## VALORE AGGIUNTO

Anno 2015  
(Valori assoluti in miliardi di euro  
e incidenze percentuali  
sul totale economia)



## OCCUPAZIONE

Anno 2015  
(Valori assoluti in miliardi di euro  
e incidenze percentuali  
sul totale economia)





# I dati positivi del design

---

Le **imprese del design** (stesse attività considerate in precedenza) **sono cresciute tra 2011 e 2015 del 10,9%**.



L'Italia nel design (stesse attività considerate in precedenza) è il **secondo paese in Europa per fatturato** (18,3% del valore UE), dietro solamente al Regno Unito.



Guardando ai **depositi di design** si coglie un incremento nell'ultimo anno (2014) del 6,3%.



**Nel 2015 rispetto al 2014** per profili collegabili al design (disegnatore artistico, tessile e per case di moda, grafico creativo, pubblicitario, ecc.), **la richiesta nell'industria e nei servizi alle imprese è aumentata del +53,8% (+17,7% la media).**



# Il ruolo del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (*core cultura e attività creative driven*) nei territori

VALORE  
AGGIUNTO



6,1%

ITALIA

6,1%



OCCUPAZIONE

## REGIONI

Miliardi di € SPCC su totale economia

<b>8,9%</b>	Lazio	14,7 su 164,8
<b>7,6%</b>	Lombardia	23,4 su 310,4
<b>7,0%</b>	Piemonte	7,8 su 109,5
<b>6,6%</b>	Valle d'Aosta	0,3 su 4,2
<b>6,2%</b>	Marche	2,2 su 35,2

Migliaia SPCC su totale economia

<b>7,8%</b>	Lazio	202,6 su 2.607,0
<b>7,6%</b>	Lombardia	343,9 su 4.496,2
<b>7,3%</b>	Valle d'Aosta	4,4 su 60,7
<b>6,9%</b>	Piemonte	124,9 su 1.795,2
<b>6,6%</b>	Marche	42,2 su 640,2

## PROVINCE

Miliardi di € SPCC su totale economia

<b>10,4%</b>	Milano	14,5 su 139,3
<b>10,0%</b>	Roma	13,6 su 153,3
<b>9,0%</b>	Torino	5,4 su 59,3
<b>8,5%</b>	Siena	0,6 su 7,2
<b>7,8%</b>	Arezzo	0,7 su 8,3

Migliaia SPCC su totale economia

<b>10,5%</b>	Milano	187,4 su 1.783,7
<b>9,0%</b>	Arezzo	12,9 su 143,9
<b>8,8%</b>	Roma	179,2 su 2.044,2
<b>8,5%</b>	Torino	81,2 su 953,0
<b>8,0%</b>	Firenze	38,1 su 474,0

Prime cinque regioni e province per ruolo del Sistema Produttivo Culturale e Creativo sul totale economico (valori %).

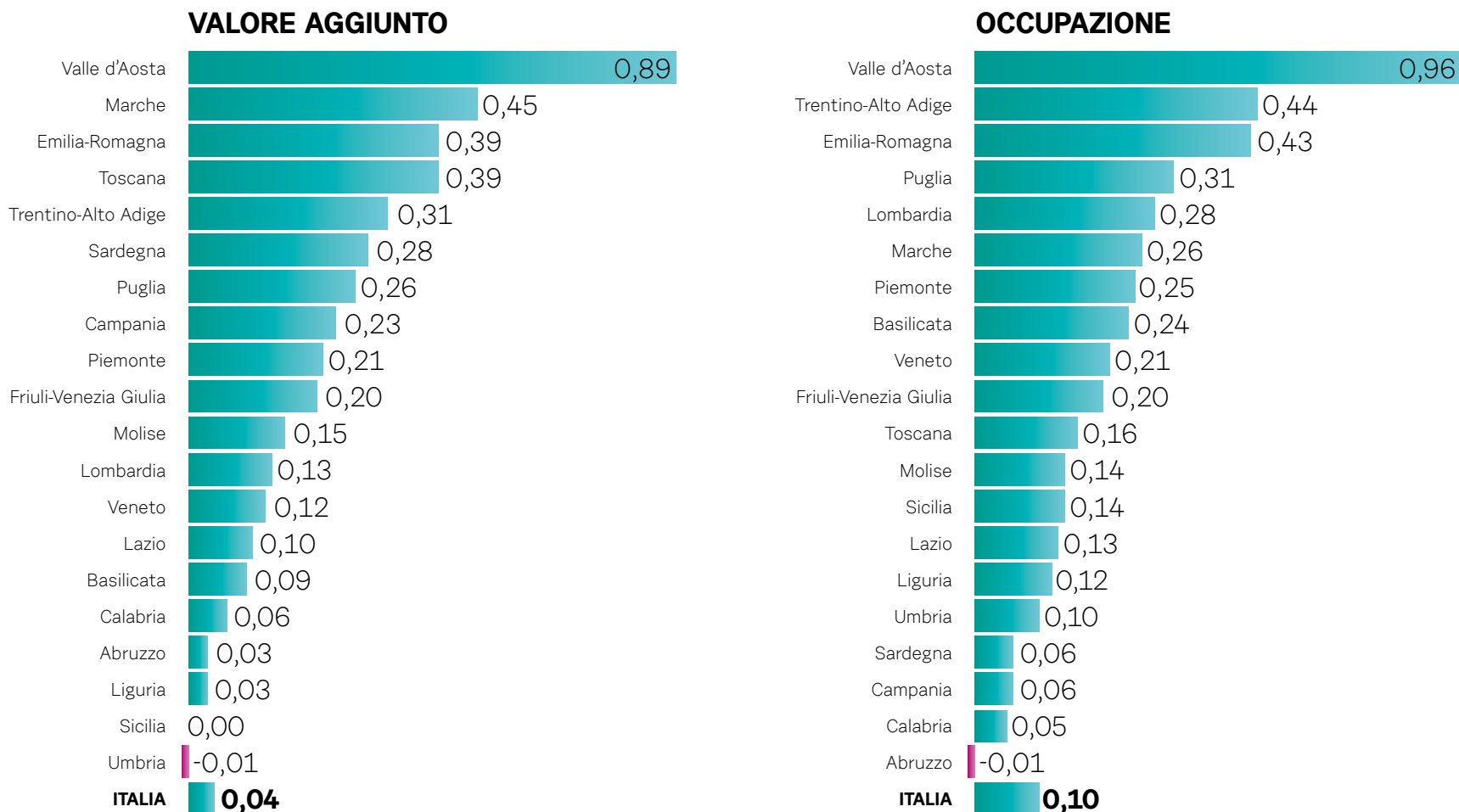
# I primati delle province italiane nella cultura e nella creatività

	1°	2°	3°	4°	5°
<b>INDUSTRIE CREATIVE</b>					
Architettura	<b>Lecco</b>	Monza-Brianza	Firenze	Venezia	Pescara
Comunicazione e branding	<b>Milano</b>	Mantova	Monza-Brianza	Torino	Roma
Design	<b>Fermo</b>	Como	Novara	Milano	Pesaro e Urbino
<b>INDUSTRIE CULTURALI</b>					
Film, video, radio e tv	<b>Roma</b>	Milano	Aosta	Trieste	Ancona
Software e videogames	<b>Siena</b>	Torino	Milano	Roma	Lodi
Musica	<b>Ancona</b>	Ascoli Piceno	Macerata	Milano	Rimini
Editoria	<b>Milano</b>	Ancona	Roma	Bergamo	Firenze
<b>PERFORMING ARTS E ARTI VISIVE</b>					
Rappresentazioni artistiche, convegni e fiere	<b>Roma</b>	Gorizia	Trieste	Bolzano	Firenze
<b>PATRIMONIO STORICO-ARTISTICO</b>					
Musei, biblioteche, archivi, luoghi e monumenti	<b>Agrigento</b>	Palermo	Firenze	Roma	Messina
<b>CREATIVE DRIVEN</b>					
Creative driven	<b>Arezzo</b>	Modena	Alessandria	Reggio Emilia	Vicenza

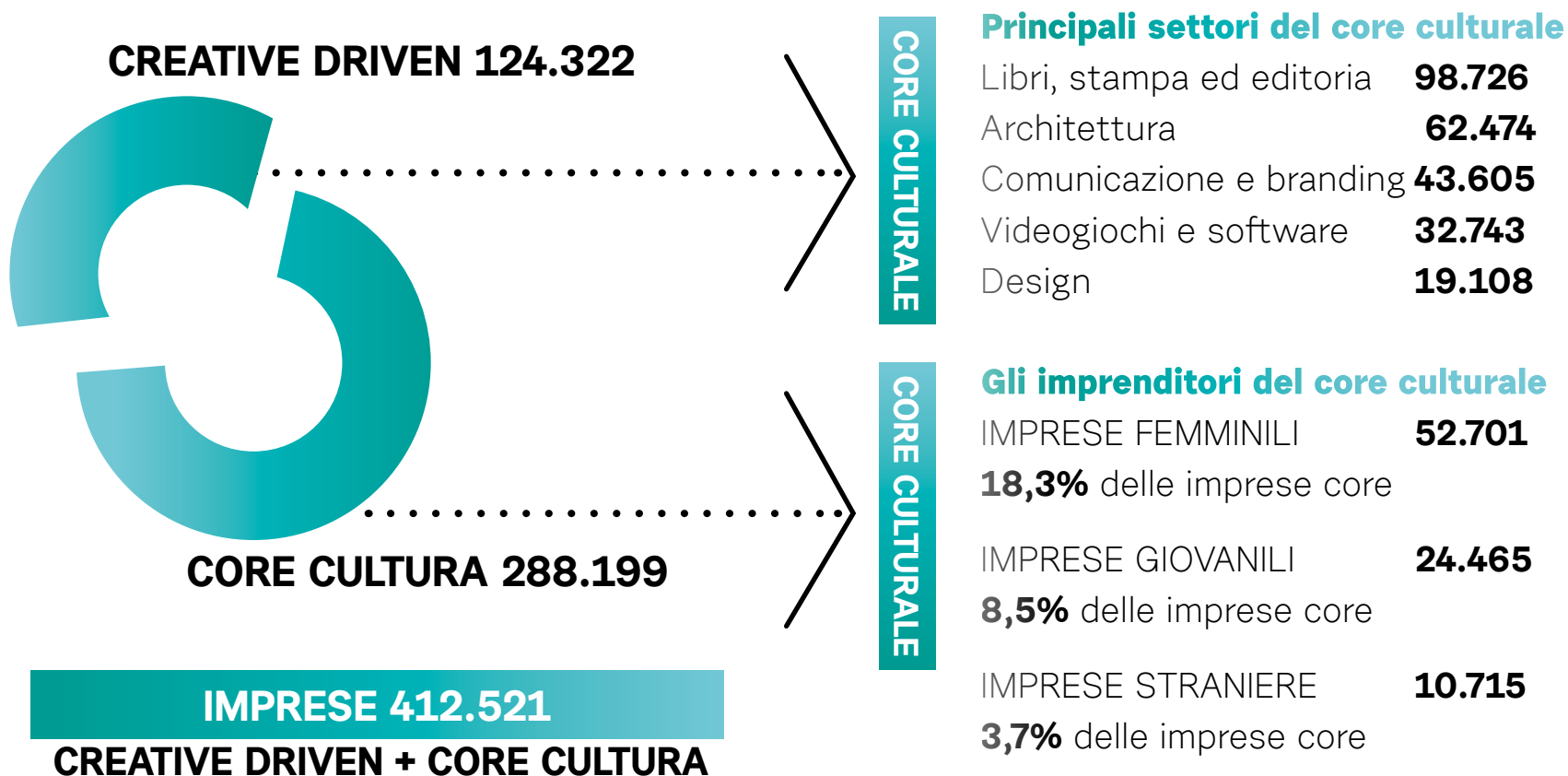
Roma e Milano confermano la loro leadership in alcuni sottosettori culturali e creativi. Milano è la capitale della comunicazione e dell'editoria mentre Roma registra un primato nelle performing arts e nei media. Le Marche si confermano la regione dove maggiore è il contributo offerto dal design e dalla musica. Nel design, il podio è occupato tutto da province marchigiane mentre sono le province siciliane (si veda la *leadership* di Agrigento) a contendersi con le grandi città d'arte del Centro-Nord le prime posizioni nella valorizzazione del patrimonio storico-artistico.

# Le dinamiche regionali nell'ultimo quinquennio

**Crescita di incidenza del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nelle economie regionali**  
Anni 2011-2015 (differenze in punti percentuali delle quote di valore aggiunto e occupazione)



# La struttura imprenditoriale del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (core cultura e attività creative driven)

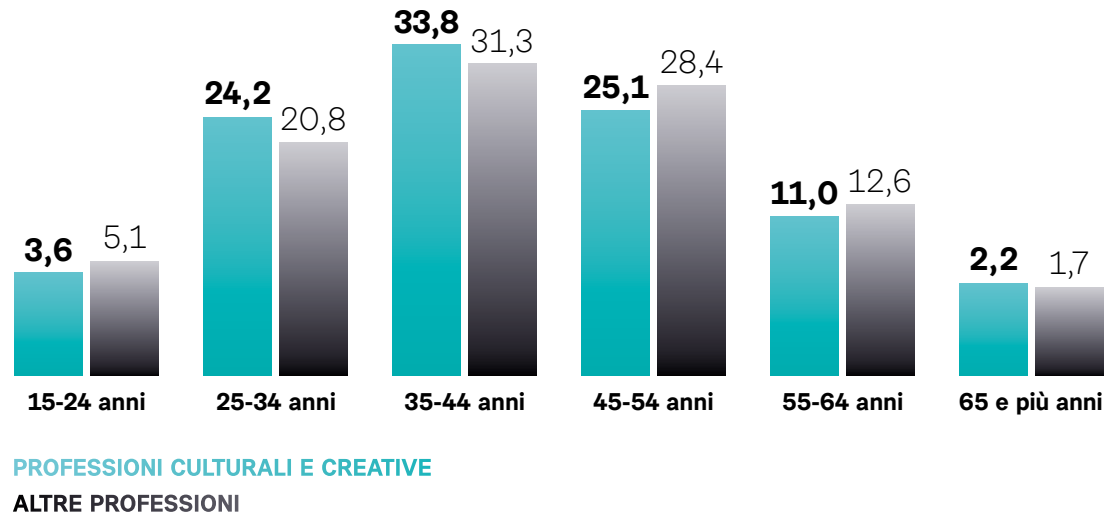


# Il lavoro nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo (*core cultura e attività creative driven*)

## Le professioni Culturali e Creative premiano l'impiego dei giovani.

Nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo, il 24,2% dei professionisti ha un'età compresa tra i 25 e i 34 anni, ovvero 3,4 punti percentuali più che nel resto dell'economia

Distribuzione degli occupati nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo e nel resto dell'economia per classi di età  
Anno 2015 (valori percentuali)

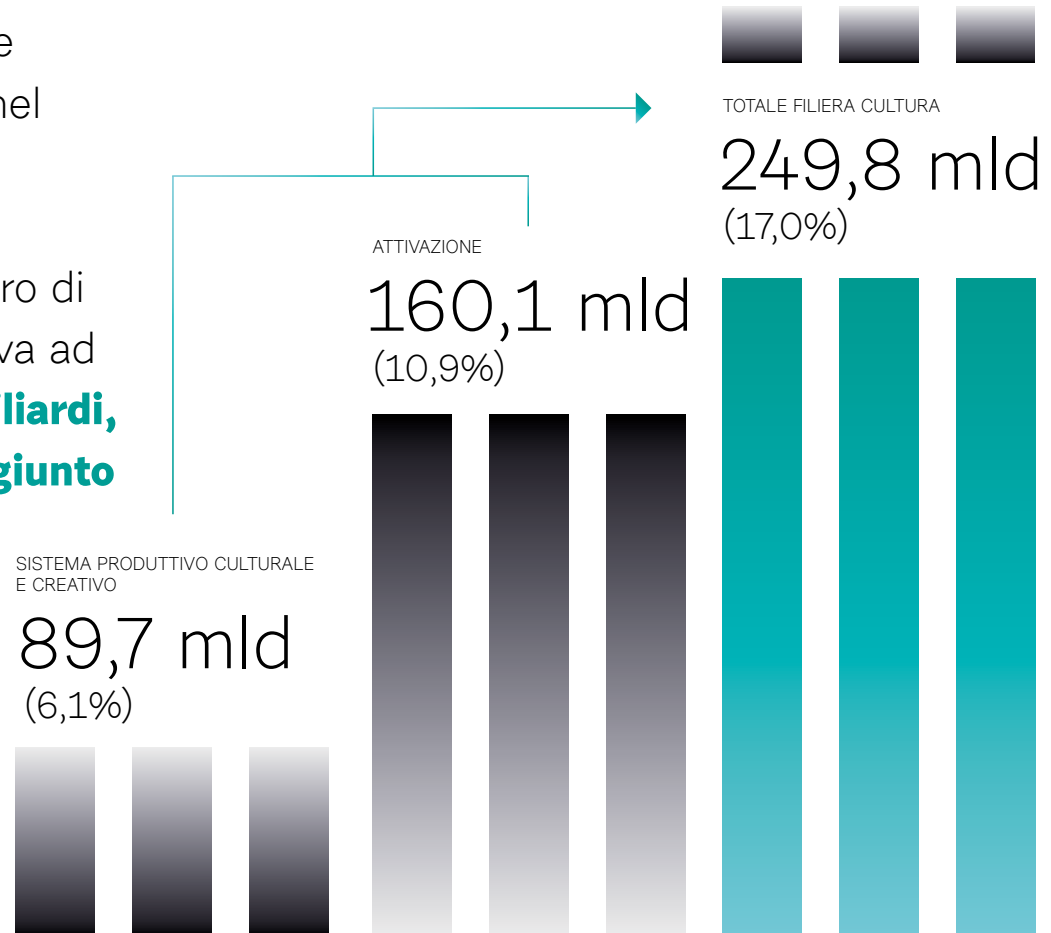


Anche la fascia immediatamente superiore (35-44 anni) mostra una maggiore incidenza nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo (33,8% contro 31,3%)

# Gli effetti moltiplicativi del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (*core cultura e attività creative driven*)

Per ogni euro di valore aggiunto prodotto dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo, se ne attivano altri 1,8 nel resto dell'economia.

È così che dagli 89,7 miliardi di euro di valore aggiunto del settore si arriva ad un totale di filiera pari a **249,8 miliardi, equivalenti al 17% del valore aggiunto nazionale.**



# Cultura e attivazione del turismo



**29,1**  
miliardi  
di Euro

ATTIVATI  
DAL SISTEMA  
CULTURALE



**37,5%**  
DEL TOTALE SPESA  
TURISTICA

ERA IL  
**33,6%**  
nel 2011

## Spesa attivata dall'industria culturale, ripartizione geografica

	SPESA ATTIVATA milioni di euro	% SU TOTALE SPESA TURISTICA
Nord Ovest	6.848,7	42,1%
Nord Est	8.708,8	36,2%
Centro	7.112,9	44,2%
Sud e Isole	6.398,5	30,2%
<b>ITALIA</b>	<b>29.068,9</b>	<b>37,5%</b>



# Il ruolo del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nelle Marche

---

Rispetto ai dati nazionali le Marche **superano la media** per incidenza di valore aggiunto del SPCC (6,2% vs 6,1%) e di occupazione (6,6% vs 6,1%). Considerando l'**intera filiera** della cultura, grazie agli effetti indiretti il valore aggiunto del settore arriva al 17,2% del totale dell'economia regionale.

Le Marche sono al **secondo posto** per **crescita di peso del valore aggiunto prodotto dal SPCC** sul totale economia tra 2011 e 2015 (0,45 punti). Tale dinamica si deve soprattutto alla componente più direttamente legata alle attività culturali e creative (**core cultura**).

Le Marche sono la regione dove **maggiore è il contributo offerto dal design e dalla musica**.

Le Marche sono al **primo posto** della classifica delle regioni per **spesa turistica attivata dal SPCC** (51,3%), con Macerata e Pesaro e Urbino nella top ten (sesta e settima, rispettivamente con 63,1% e 62,6%)

# In conclusione: alcuni spunti di rilievo

---

- 1** I dati del Rapporto evidenziano performance molto positive per la componente **creative driven** del settore.
- 2** Le **industrie più propriamente culturali e creative** (meno strutturate dal punto di vista imprenditoriale) , per contro, sembrano soffrire di più.
- 3** Tutto questo richiama ai temi del sostegno alla **nuova imprenditorialità** e alla **formazione** (anche manageriale).
- 4** Il **digitale** in alcuni casi come il cinema, la musica e il patrimonio culturale già rappresenta un elemento di forte spinta per il settore. Una indagine Unioncamere evidenzia come le **imprese che puntano sulla creatività sono più «digitalizzate» delle altre** (76,3% rispetto a 54,4%).

# Il Rapporto Io sono cultura 2016 - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi è scaricabile in formato digitale

[www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)

[www.symbola.net](http://www.symbola.net)

---

Realizzato da



---

Sponsor



---

Partner



---

Con il patrocinio

