

IO SONO CULTURA

Presentazione rapporto 2021

Il Rapporto è realizzato da **Fondazione Symbola** e **Unioncamere** in collaborazione con la **Regione Marche** e l'**Istituto per il Credito Sportivo** con la partnership del **Centro studi delle Camere di Commercio** **Guglielmo Tagliacarne** e **Fondazione Fitzcarraldo** con il patrocinio del **Ministero della Cultura**

XIX EDIZIONE
SEMINARIO
ESTIVO 2021

Credits: Fornasetti,
Tema e Variazioni n° 139

SYMBOLA
Fondazione per le qualità italiane

IL SEMINARIO È PROMOSSO CON



UNIONCAMERE



CAMERA DI COMMERCIO
DELLE MARCHE



BASILICA PAPALE
DI SAN FRANCESCO - ASSISI



Città di Treia

Coordinamento

Giuseppe Tripoli Segretario generale Unioncamere,
Fabio Renzi Segretario generale Fondazione Symbola,
Gaetano Fausto Esposito Direttore generale Centro Studi
delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne,
Alessandro Rinaldi Direttore ricerche Centro Studi
delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne,
Domenico Sturabotti Direttore Fondazione Symbola,
Ugo Bacchella Co-fondatore Fondazione Fitzcarraldo,
Antonio Taormina Componente Consiglio Superiore
dello Spettacolo del MiC,
Simona Teoldi Dirigente PF Beni e Attività Culturali Regione Marche.

Gruppo di lavoro

Romina Surace Ufficio Ricerca Fondazione Symbola,
Camilla Lo Schiavo Ufficio Ricerca Fondazione Symbola,
Eleonora Montesi Ufficio Ricerca Fondazione Symbola,
Caterina Ambrosini Ufficio Ricerca Fondazione Symbola,
Mariangela Cassano Fondazione Symbola,
Matteo Favero Ufficio Ricerca Fondazione Symbola,
Nicola Caravaggio, Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,
Paolo Cortese Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,
Fabio Di Sebastiano Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,
Debora Giannini Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,
Giacomo Giusti Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,
Diego Herrera Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,
Mirko Menghini Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,
Marco Pini Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,
Annapia Ragone Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne,

realizzato da



UNIONCAMERE



Fondazione per le qualità italiane

partner



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



FITZCARRALDO
FONDAZIONE

Stefania Vacca Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo
Tagliacarne,
Andrea De Rita Responsabile Advisory Cultura Istituto per il Credito
Sportivo.

Per i contributi autoriali si ringraziano

Marco Accordi RickardsVIGAMUS e VIGAMUS Academy,
Claudio Astorri Università Cattolica di Milano, Valentina Aversano
Esperta in comunicazione digitale, Mario Bellina Autore e
sceneggiatore di programmi per ragazzi e serie animate,
Giulia Elena Berni Analista dei media e delle tlc, Adriano Bizzoco
Italian Interactive Digital Entertainment Association, Patrizia Braga
Melting Pro, Annalisa Cicerchia Comitato Scientifico Symbola,
Chiara Colli Edizioni Zero, Federica Colombo Dipartimento Design
Politecnico di Milano, Luca Dal Pozzolo Fondazione Fitzcarraldo,
Stefania Ercolani SIAE, Marco Enrico Giacomelli Artribune Magazine,
Mercedes Giovinazzo Interarts, Laura Greco A Sud, Giorgia Latini
Regione Marche, Thalita Malagò Italian Interactive Digital
Entertainment Association, Paolo Marcesini Memo Grandi Magazzini
Culturali, Barbara Minghetti Macerata Opera Festival, Francesca
Molteni Muse Factory of Projects, Paola Pierotti PPAN, Alessio Re
Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura, Micaela Romanini
Centro Studi VIGAMUS, Monica Sardelli Esperta di media e
audiovisivo, Giovanna Segre Università di Torino e Centro Studi Silvia
Santagata-EBLA, Catterina Seia Cultural Welfare Center, Massimiliano
Smeriglio Eurodeputato, Amabile Stifano Esperto di contenuti tv e
videopolitica, Antonio Taormina Componente Consiglio Superiore dello
Spettacolo del MiC, Massimiliano Tonelli Artribune Magazine, Michele
Trimarchi Tools for Culture, Bruno Zambardino DAMS Università
Roma Tre, Francesco Zurlo Dipartimento Design Politecnico di Milano.

ISBN 9788899265663

La riproduzione e/o diffusione parziale o totale delle informazioni
contenute nel presente volume è consentita esclusivamente con la
citazione completa della fonte: "Fondazione Symbola – Unioncamere, Io
sono Cultura – Rapporto 2021".

in collaborazione con



con il patrocinio di



Restituisce annualmente il **peso e il ruolo della cultura e della creatività nell'economia nazionale**

Rende disponibili **dati su valore aggiunto, occupazione e imprese del SPCC**

Evidenzia la **capacità moltiplicativa** del Sistema Produttivo Culturale e Creativo sul resto dell'economia



Analizza le principali caratteristiche dell'**occupazione culturale e creativa**

Fornisce un quadro statistico dettagliato del ruolo della cultura nei **territori**

Raccoglie **approfondimenti tematici/settoriali (23) e case histories (oltre 200)**



Macrodomini Core Cultura (7)

Architettura e design

Comunicazione

Audiovisivo e musica

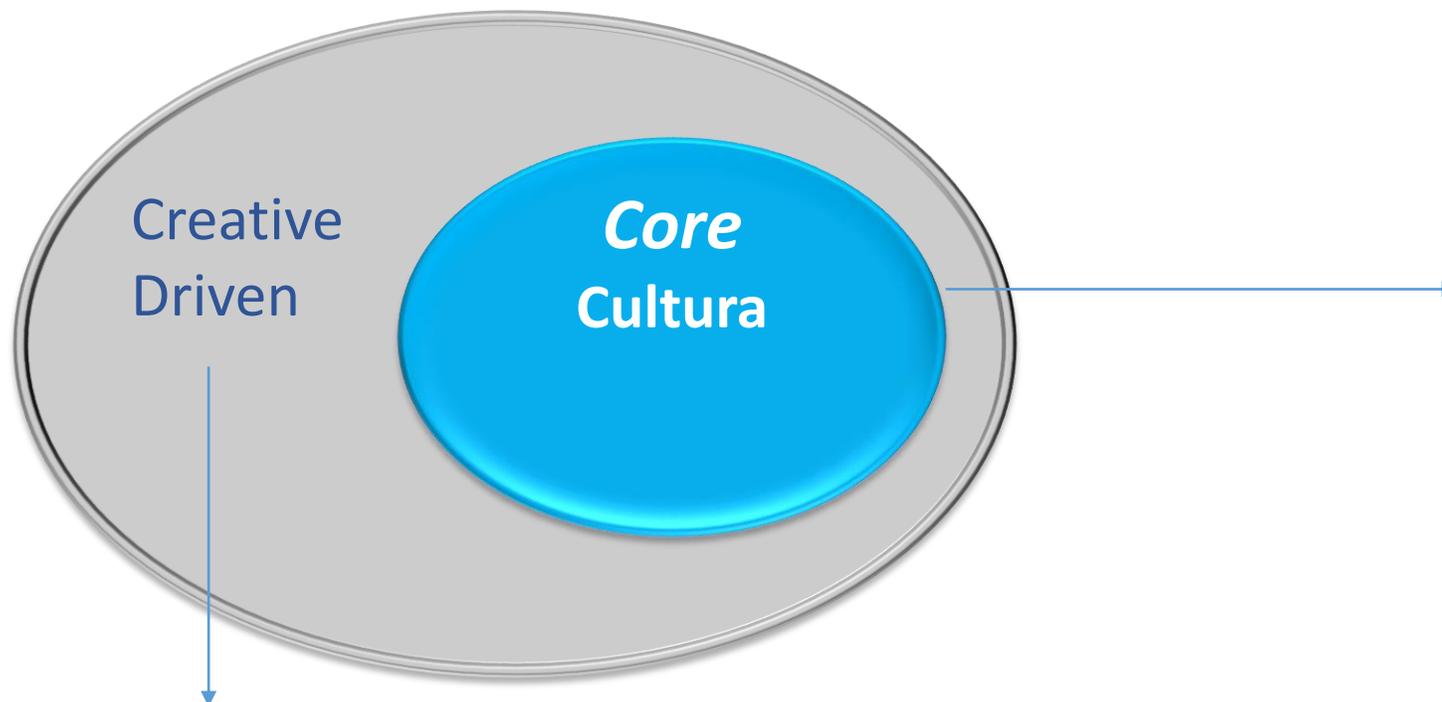
Videogiochi e software

Editoria e stampa

Performing arts e arti visive

Patrimonio storico e artistico

Sistema produttivo culturale e creativo



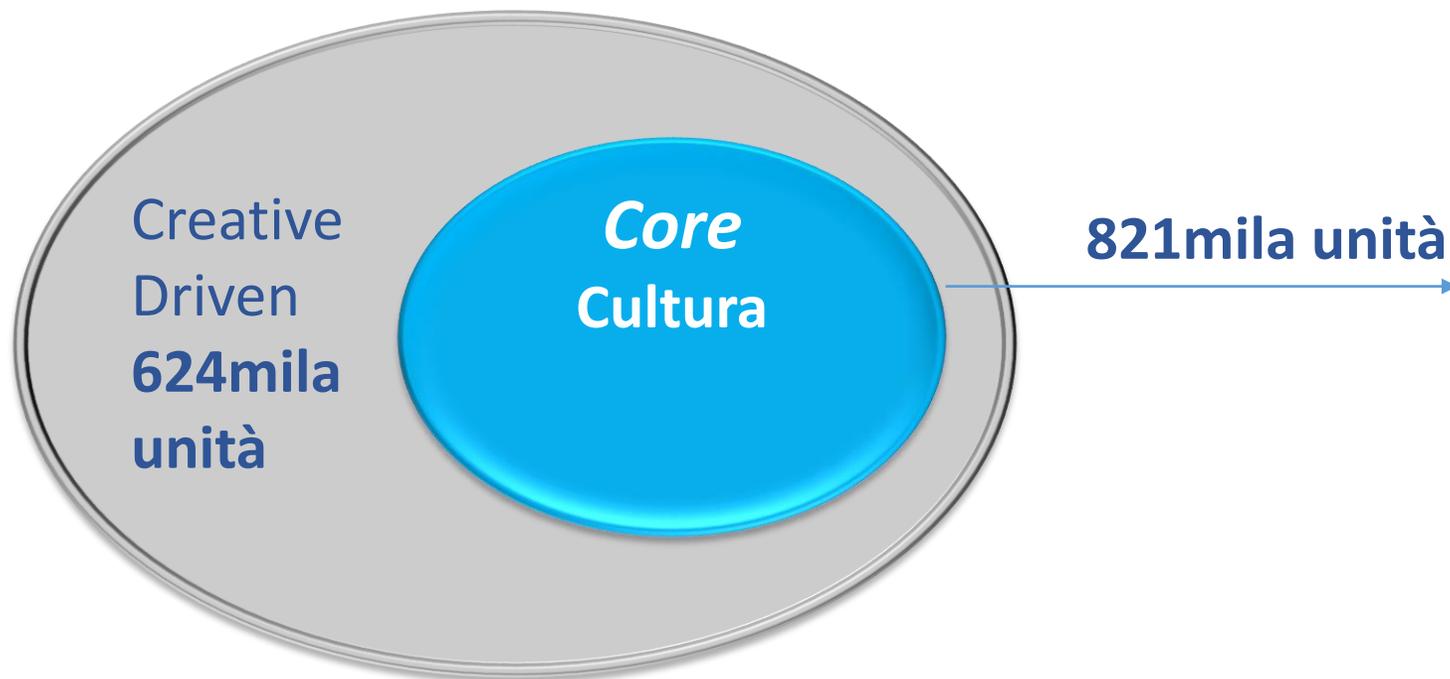
Core Cultura

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

Meta-settore composto dai professionisti culturali e creativi attivi con mansioni culturali e creative in settori non culturali.

1.445,6 mila unità

(5,8% su totale economia: 24.978,3 unità)

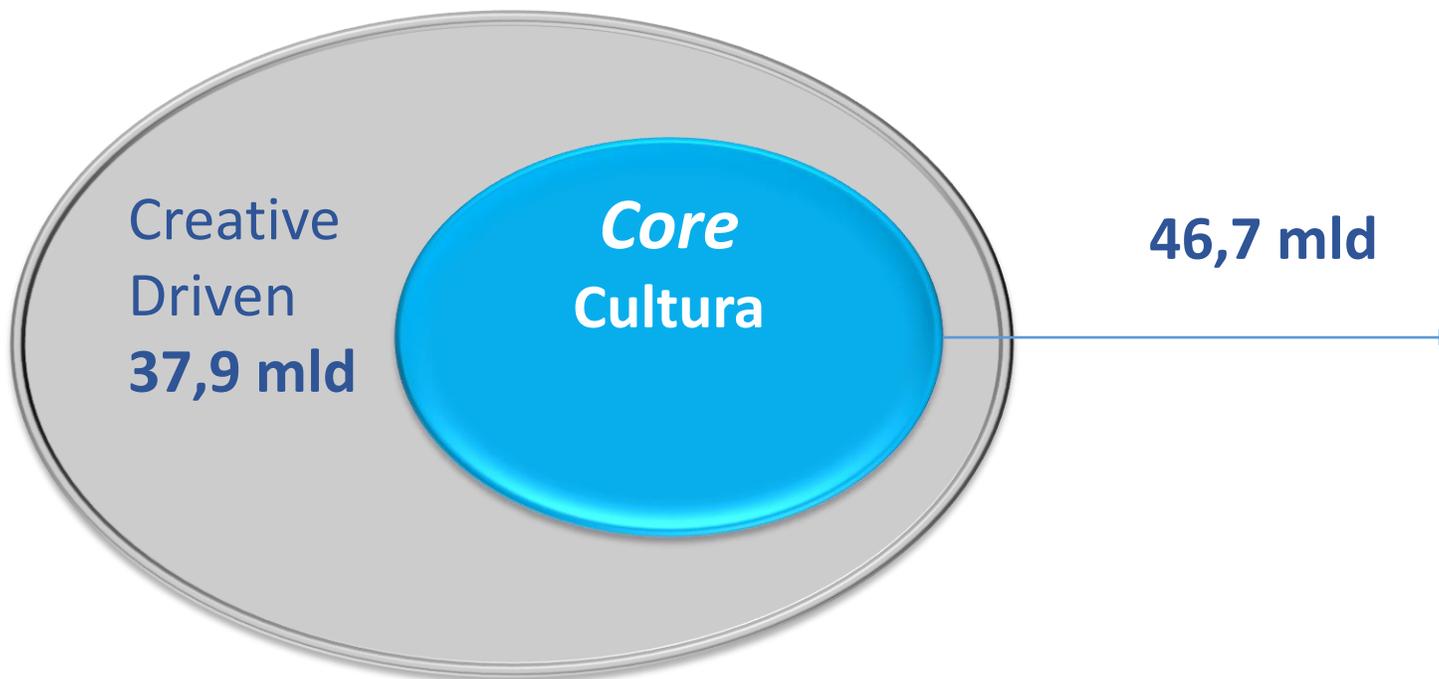


Editoria e stampa	195.000
Videogiochi e software	168.000
Architettura e design	147.000
Comunicazione	109.000
Performing arts e arti visive	95.000
Audiovisivo e musica	55.000
Patrimonio storico e artistico	53.000

Sistema Produttivo Culturale e Creativo: valore aggiunto 2020

84,6mld

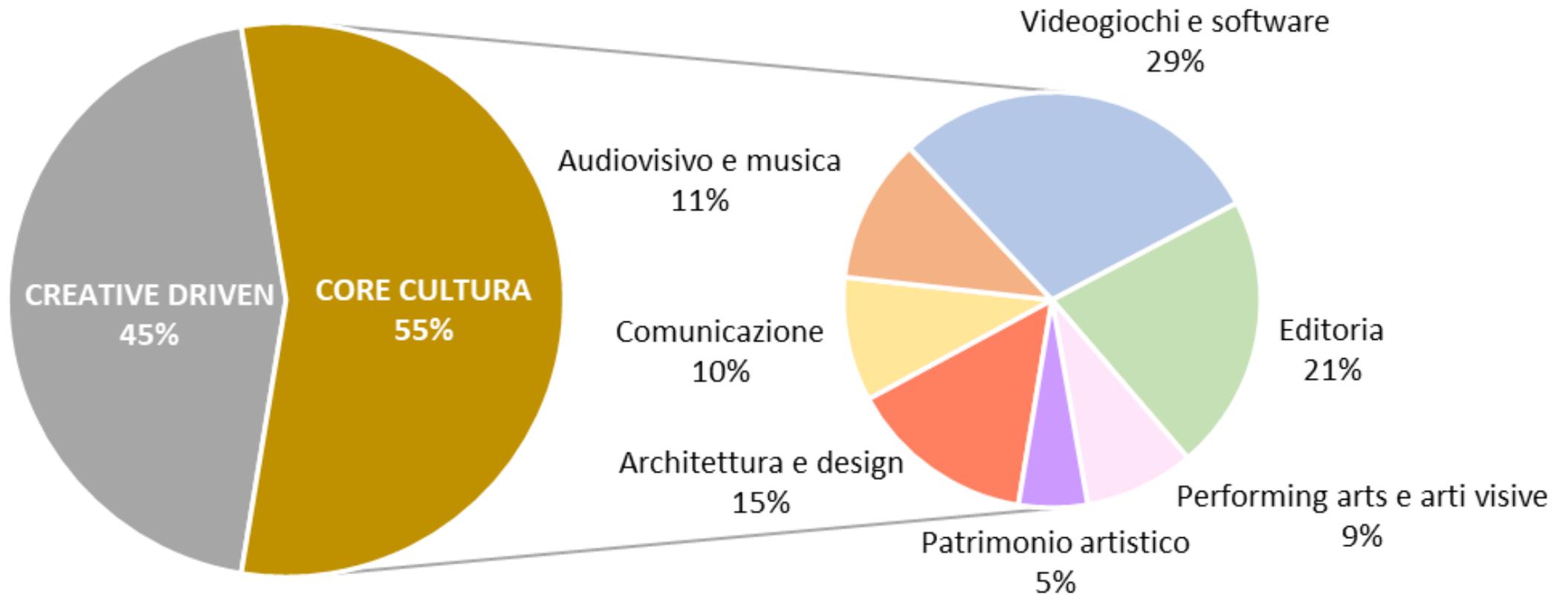
(5,7% su totale economia: 1.490,6 mld)



Videogiochi e software	13,6 mld
Editoria e stampa	10,0 mld
Architettura e design	6,8 mld
Audiovisivo e musica	5,3 mld
Comunicazione	4,5 mld
Performing arts e arti visive	4 mld
Patrimonio storico e artistico	2,5 mld

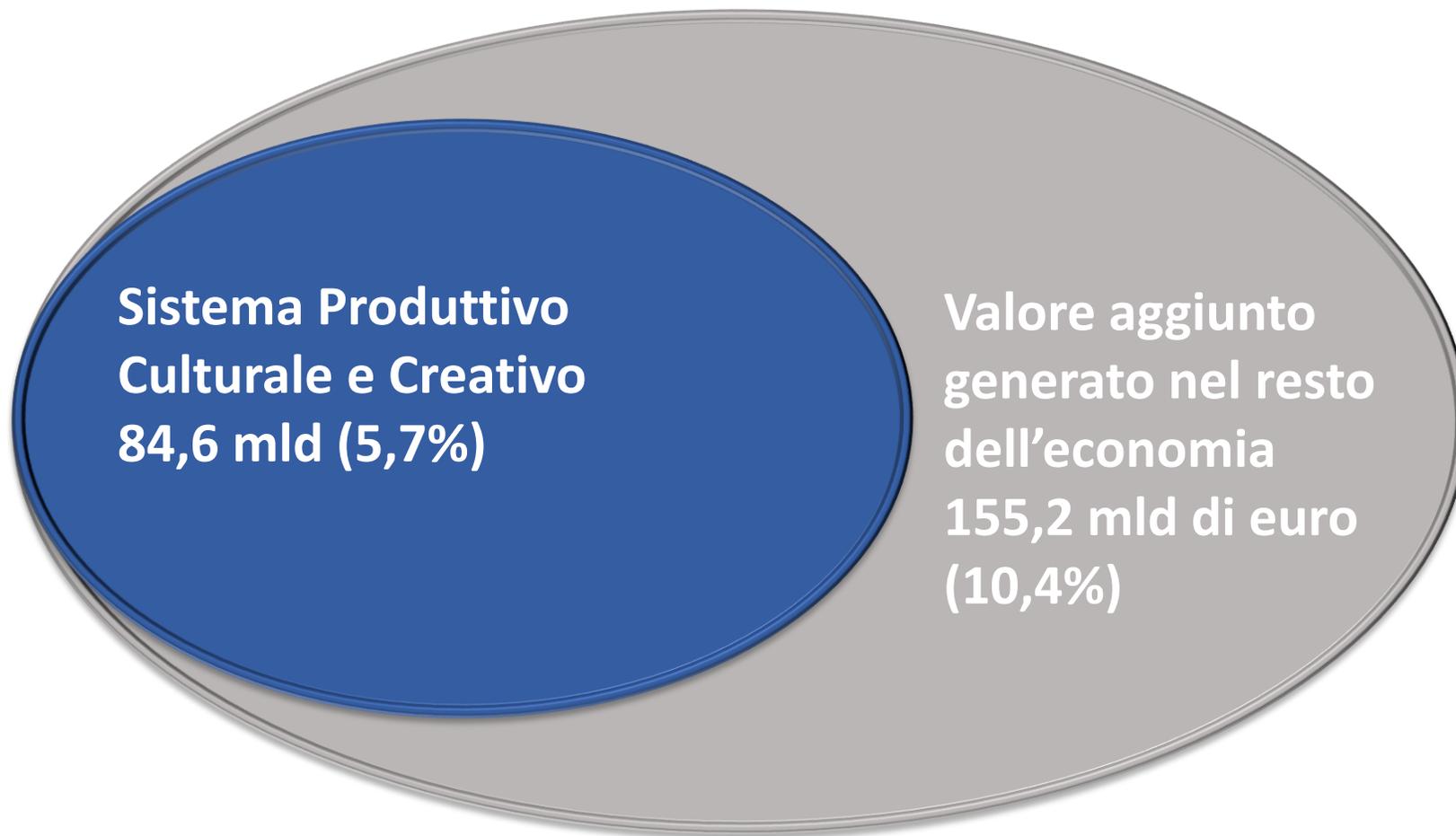
Sistema Produttivo Culturale e Creativo: dettaglio settori core

Distribuzione del valore aggiunto nei settori del Sistema Produttivo Culturale e Creativo
Anno 2020 (valori percentuali)



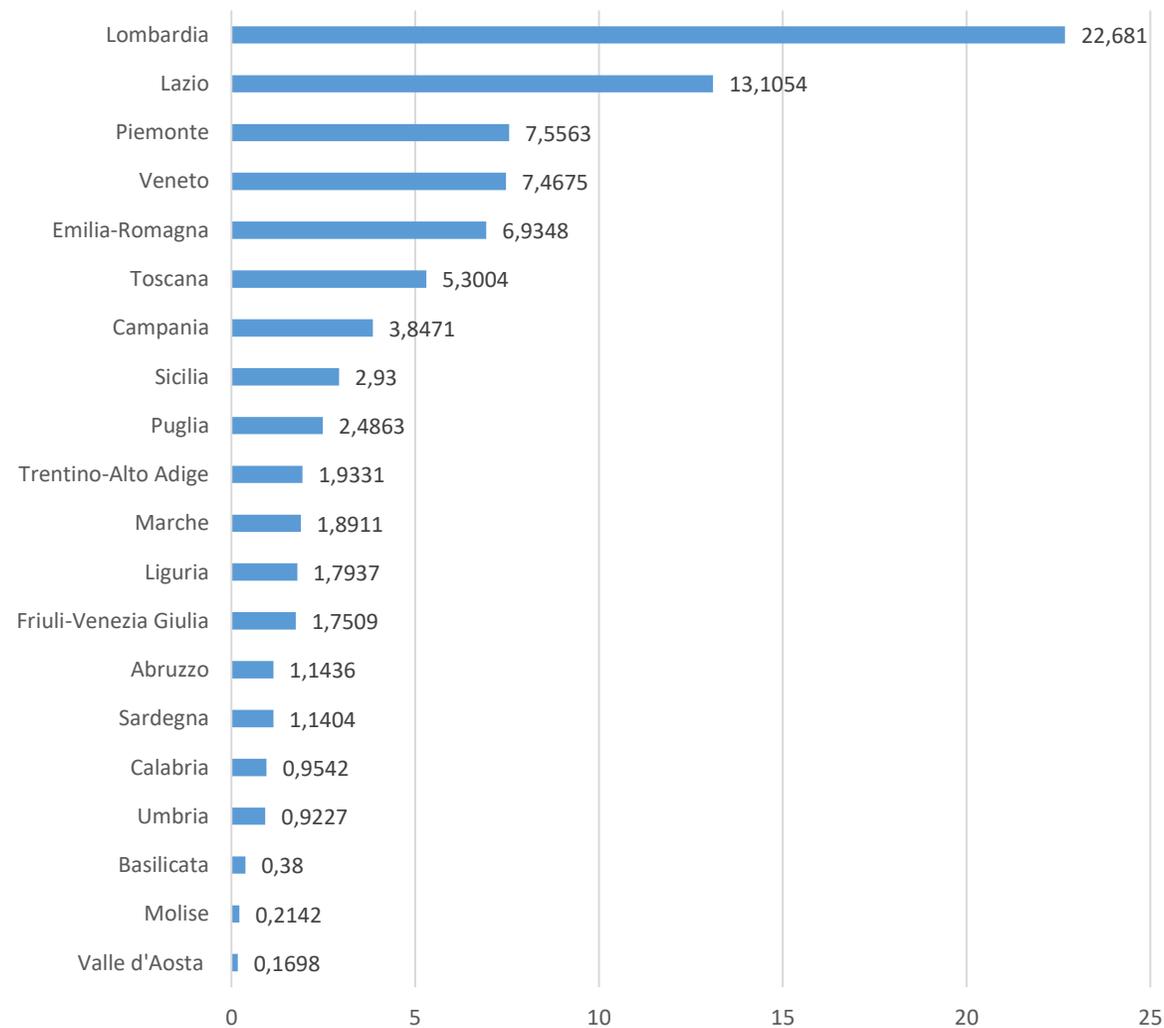
Totale valore generato 239, 8 mld

(16,1% su totale economia: 1.490,6 mld)



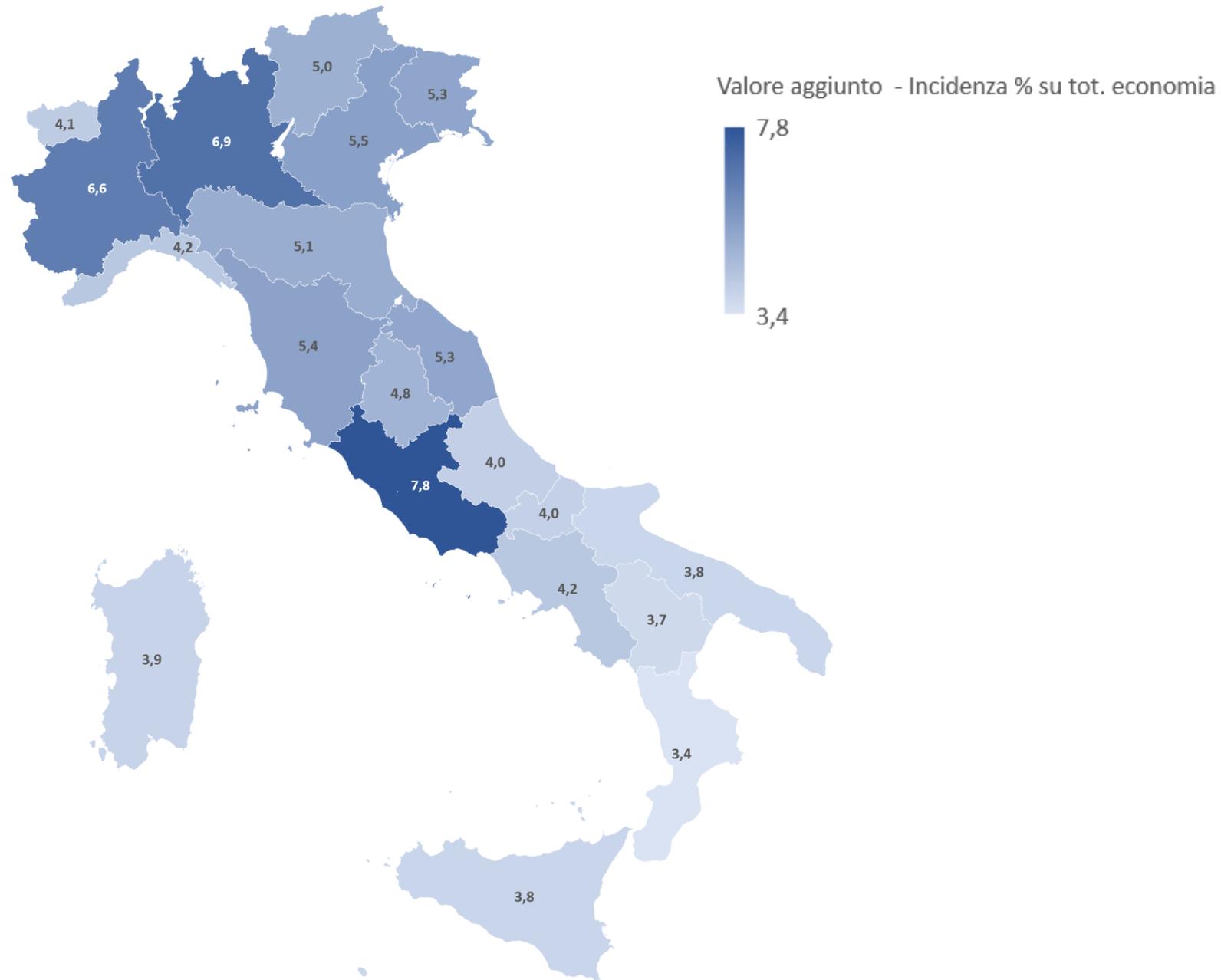
Moltiplicatore 1,8

Valore aggiunto del SPCC nelle regioni: valori assoluti



Valori assoluti (mld di euro)

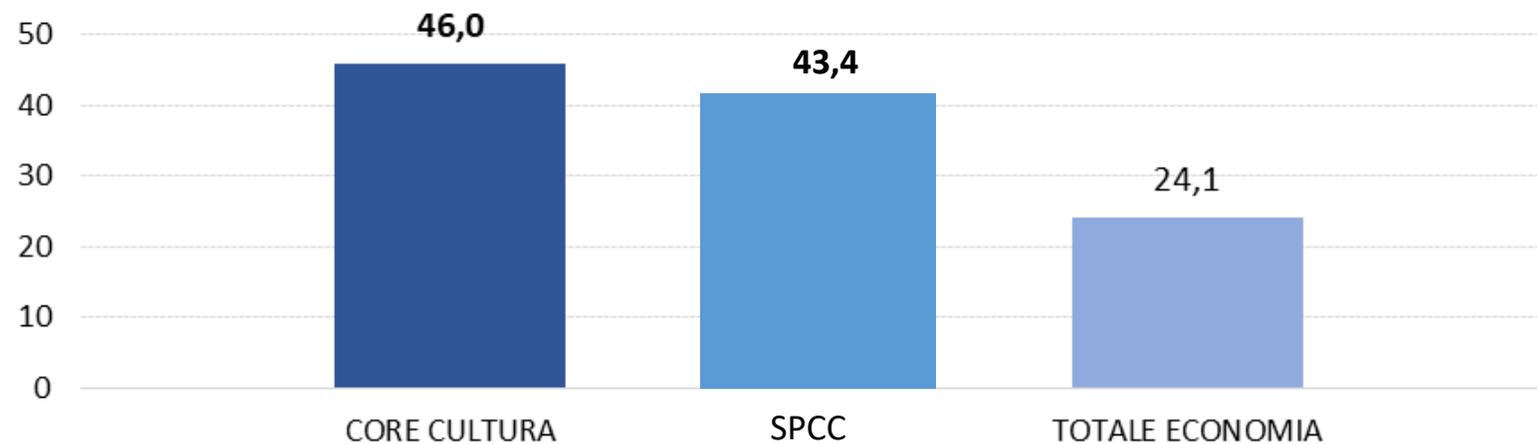
Valore aggiunto del SPCC nelle regioni: quote



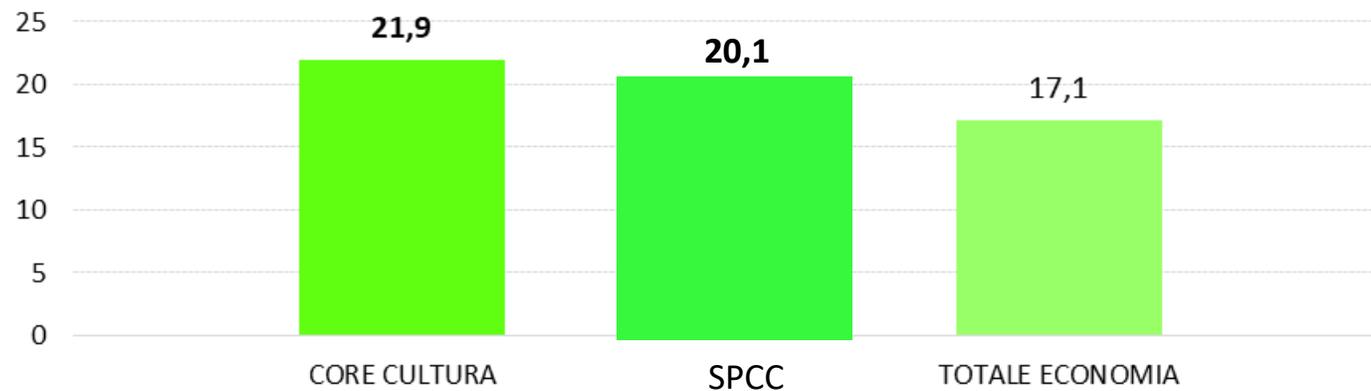
Occupazione: laureati e giovani nel SPCC

2020

Quota di laureati (valori percentuali)



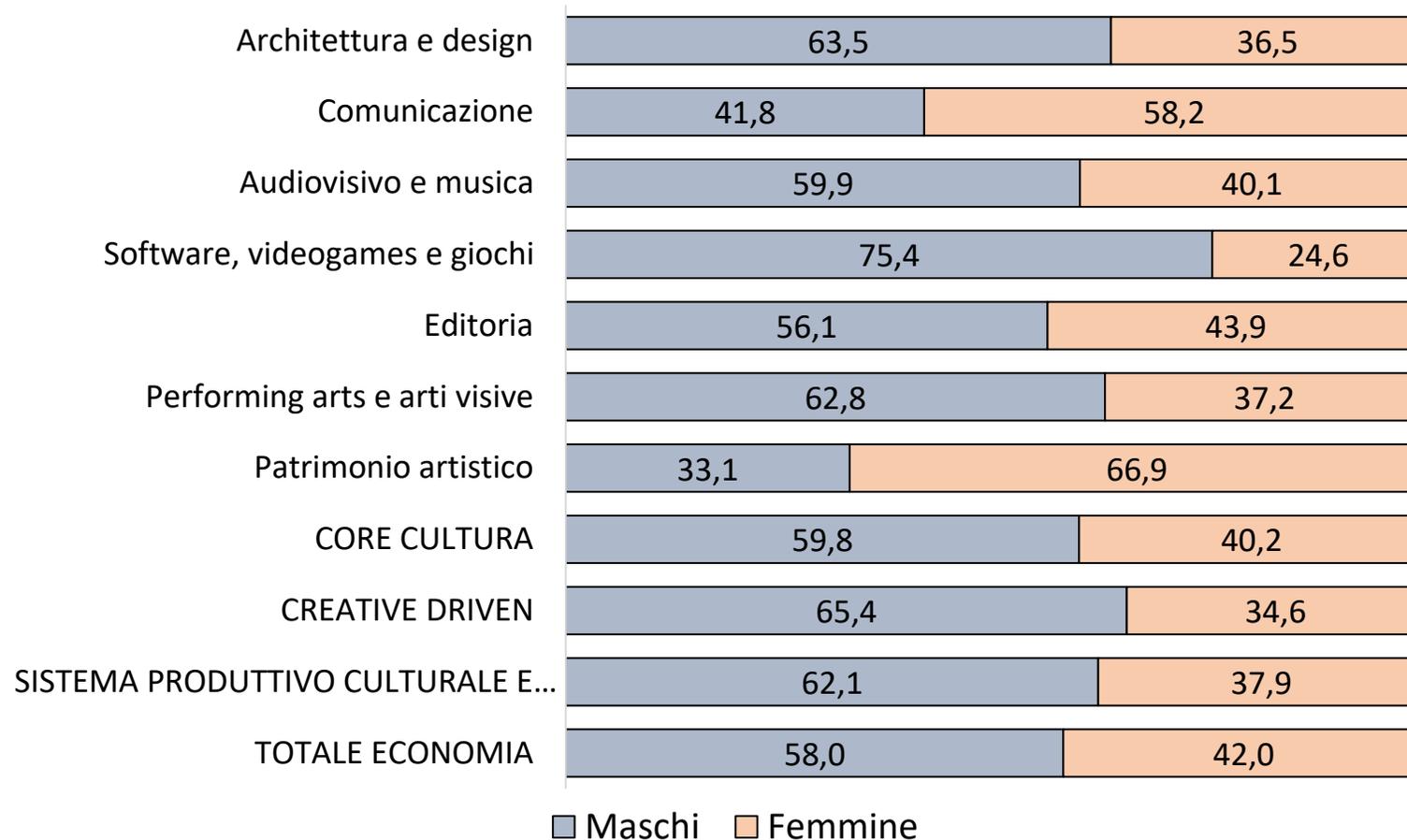
Quota di occupati 25-34 anni (valori percentuali)



Occupazione: genere nel SPCC

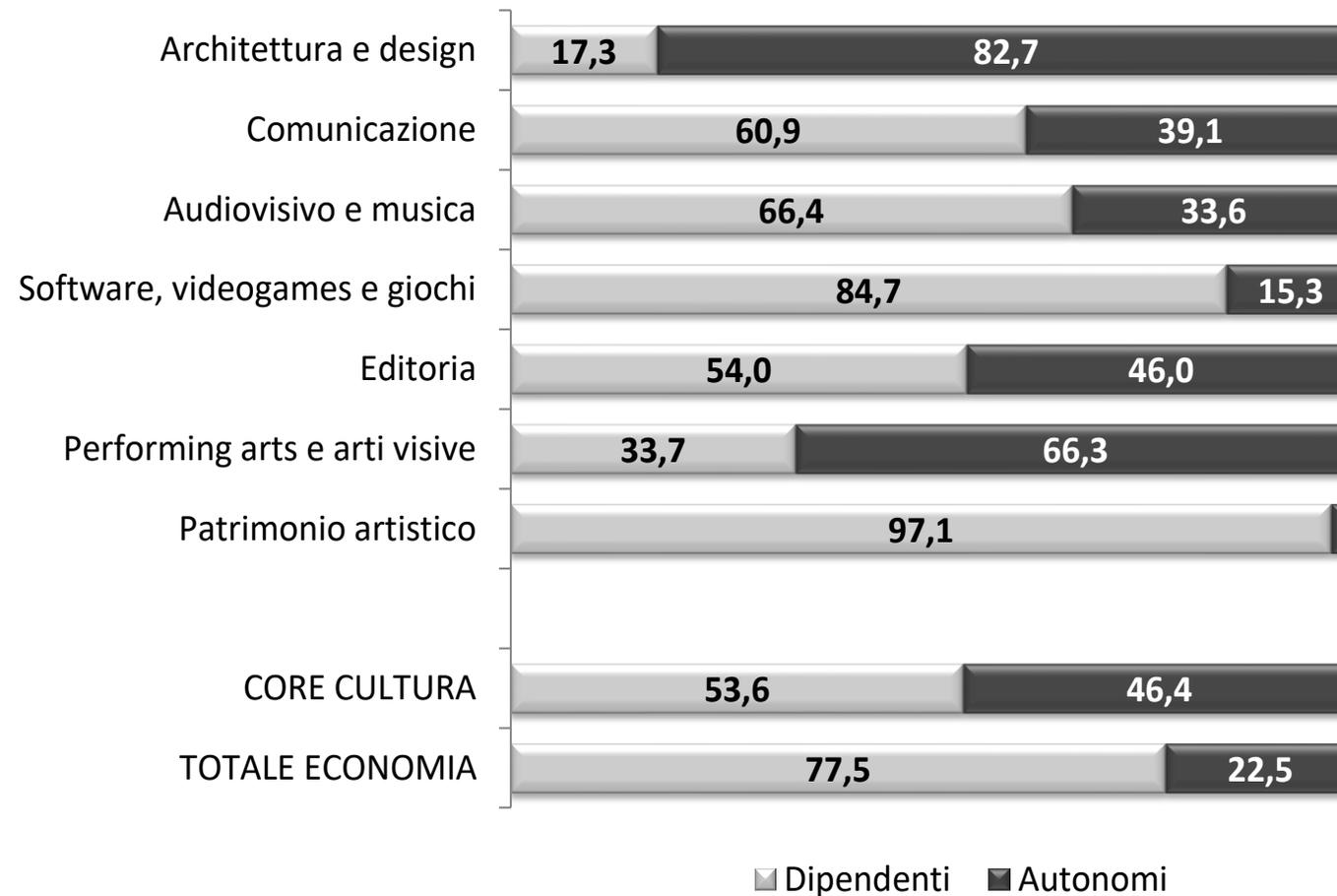
2020

Occupati per genere



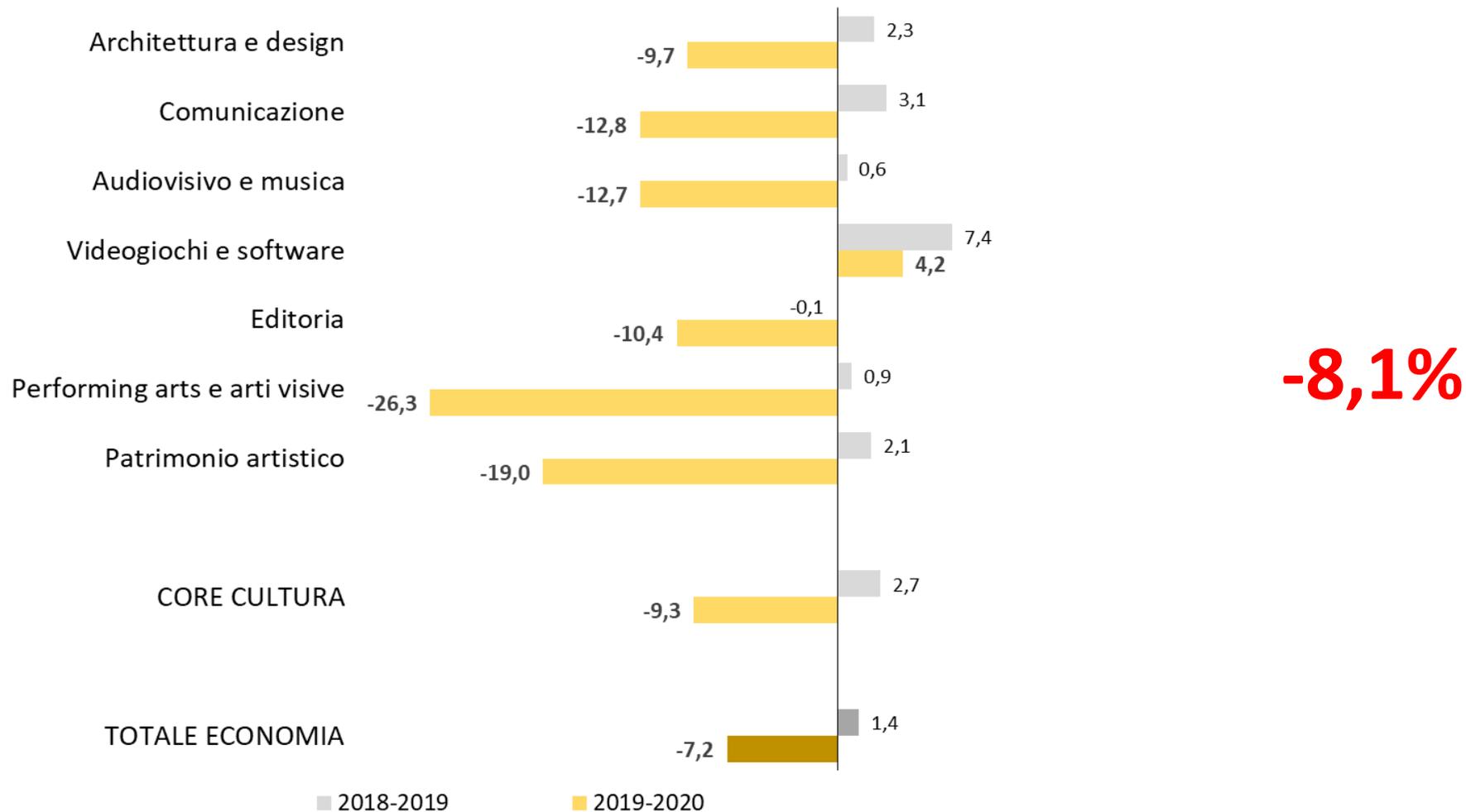
(valori percentuali)

Tipologie d'impiego: settori core



Gli impatti della crisi pandemica: valore aggiunto

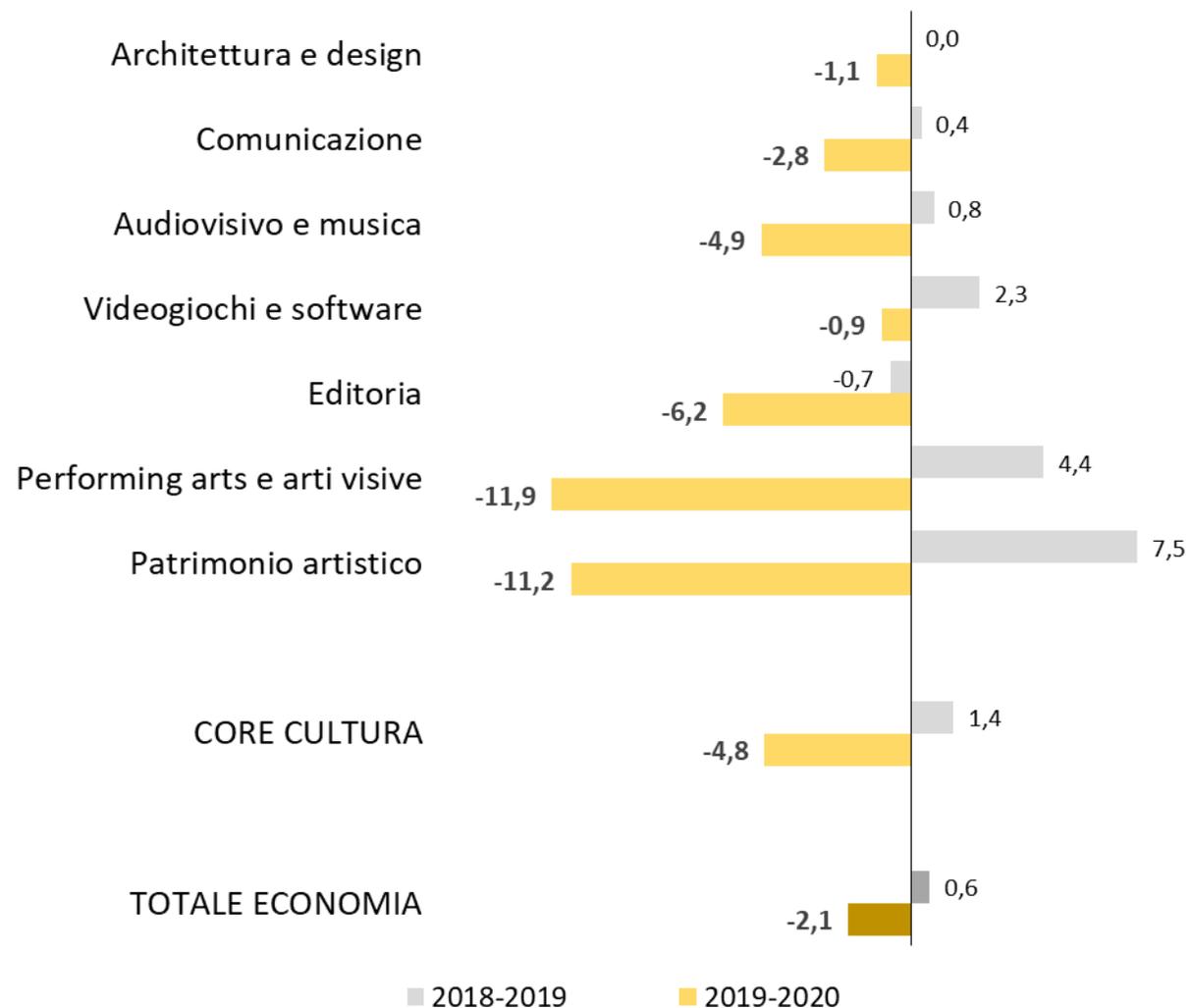
Dinamica del valore aggiunto del Sistema Produttivo Culturale e Creativo
Anni 2018-2019 e 2019-2020 (variazioni percentuali)



Gli impatti della crisi pandemica: occupazione

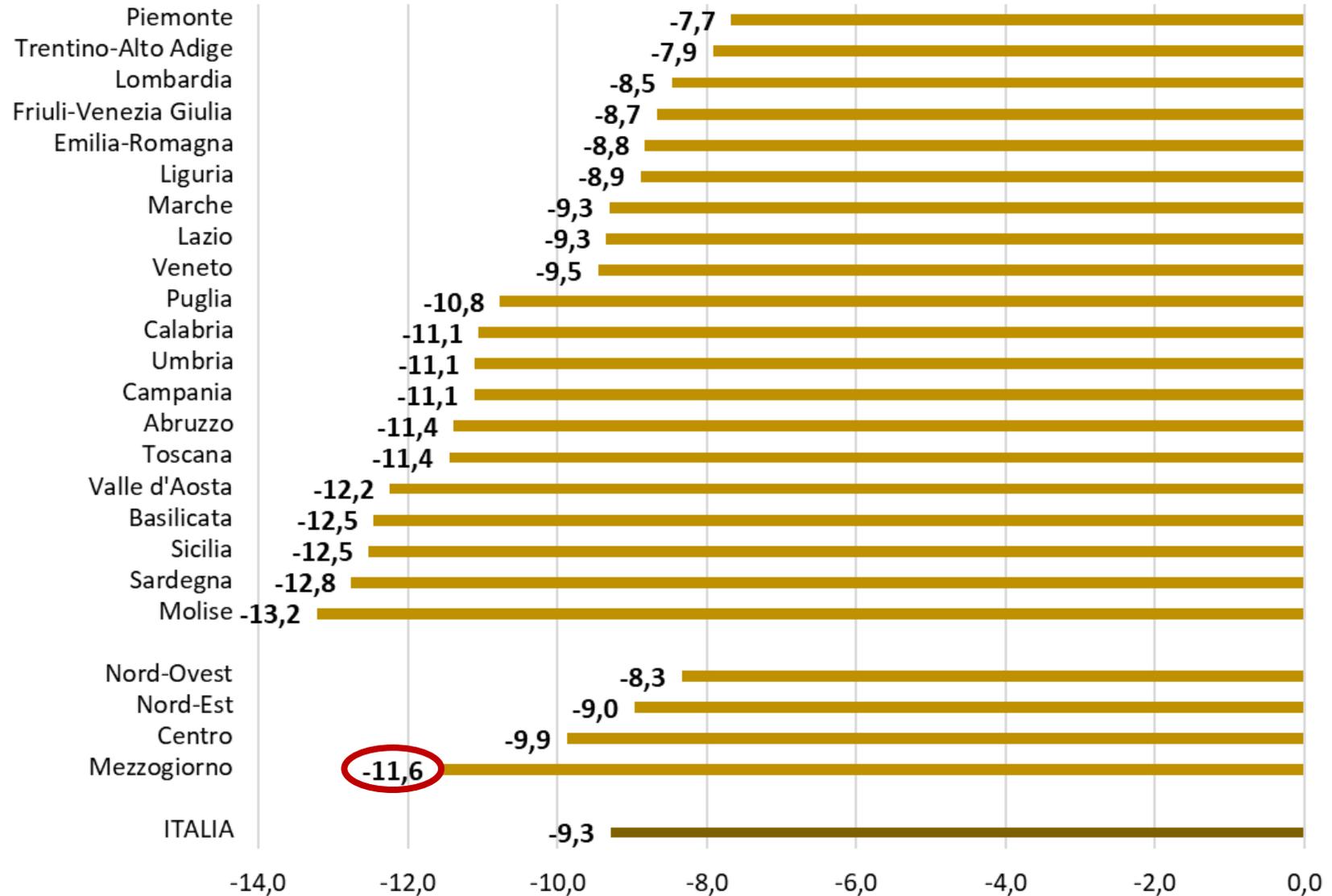
Dinamica dell'occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo

Anni 2018-2019 e 2019-2020 (variazioni percentuali)



-3,5%

Le perdite di prodotto 2020 del *core* nei territori



Cresce il **digitale**, ma con effetti molto diversi tra loro.

Creare e coinvolgere le **comunità**

Centralità del tema **inclusività**



Cresce l'**ibridazione** tra settori

Commistione tra **contenuti cognitivi e d'intrattenimento**

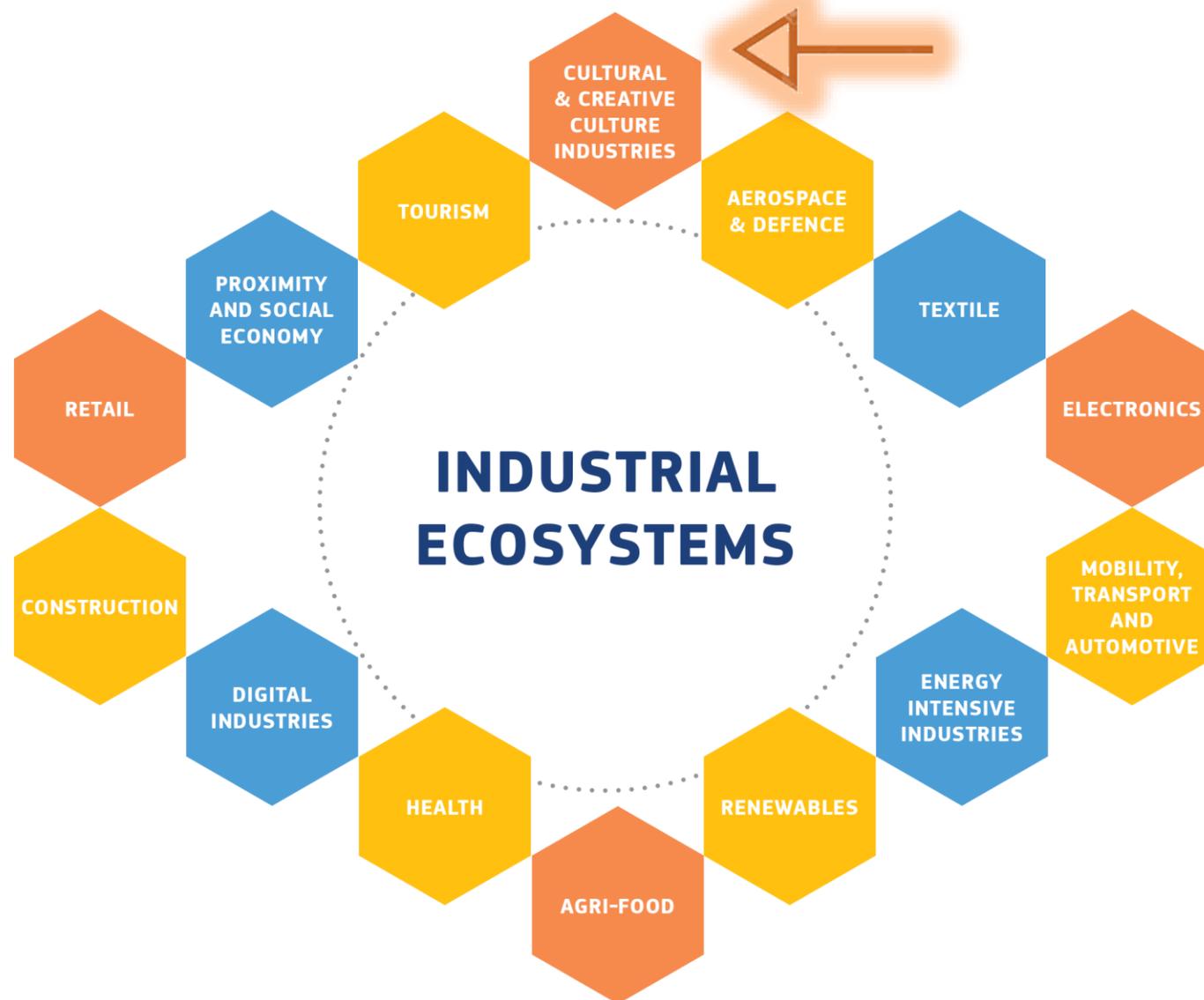
Ibridazione temi come la **salute e sostenibilità ambientale.**

Nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, l'Italia ha scelto di integrare il settore culturale nella Missione 1, con gli altri driver della competitività del Paese: digitalizzazione, innovazione e turismo. I principali ambiti di investimento:

- **Patrimonio culturale per la prossima generazione**
- **Strategie digitali e piattaforme per il patrimonio culturale, nuovi contenuti culturali e sviluppo di servizi digitali ad alto valore aggiunto da parte di imprese culturali, creative e start-up innovative**
- **Rigenerazione di piccoli siti culturali, patrimonio culturale religioso e rurale**
 - Piano Nazionale Borghi” per progetti locali integrati a base culturale
 - Tutela e valorizzazione dell'architettura e del paesaggio rurale
 - Valorizzazione identità culturale di parchi e giardini storici
- **Industria culturale e creativa**
 - Sostenere la ripresa delle attività culturali incoraggiando innovazione e tecnologia digitale lungo tutta la catena del valore
 - Promuovere l'approccio verde lungo tutta la filiera culturale e creativa
 - Investimenti specifici per lo sviluppo dell'industria cinematografica (Progetto Cinecittà per rafforzare la capacità di attrazione delle grandi produzioni nazionali ed internazionali e potenziare le competenze per la transizione tecnologica del polo)

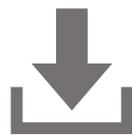
New Industrial Strategy

La Commissione UE ha incluso il settore culturale e creativo tra gli **“ecosistemi” prioritari del mercato unico** nell’ambito della **nuova strategia industriale europea**.



Le principali sfide che l'UE considera cruciali per la ripresa e lo sviluppo del settore sono:

- **investimenti** (fronteggiando una tendenza preesistente al sotto-investimento, incentivando quelli privati e riducendo la dipendenza dai finanziamenti pubblici)
- **transizione digitale** (Intelligenza artificiale, realtà aumentata, internet of things, stampa 3D), in termini di sviluppo di nuovi contenuti, servizi, distribuzione, relazione con gli utenti finali, nuovi modelli di business
- **transizione ecologica** con uno specifico impulso nel campo architettonico e dell'edilizia, un'impronta estetica distintiva il cosiddetto "Nuovo Bauhaus europeo"
- **piattaforme collaborative** per superare la frammentazione che sta aumentando il rischio di fallimento o di acquisizione da parte di attori extra-Ue
- **competenze**, in primis green e digitali ma anche manageriali e imprenditoriali favorire lo scouting di start-up, soprattutto nel settore dei media
- **diritti di proprietà intellettuale**, tema di efficacia nell'ambiente digitale



Il rapporto è scaricabile online

www.symbola.net

www.unioncamere.gov.it