

COMUNICATO STAMPA

**IO SONO CULTURA 2020
PRESENTAZIONE DEI DATI DELLA LOMBARDIA**

IL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO DEL 2019 CRESCE RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE: OLTRE 90 MILIARDI DI EURO CORRISPONDENTI AL 5,7% DEL VALORE AGGIUNTO ITALIANO

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 PIÙ DI UN MILIONE E MEZZO DI PERSONE (5,9% DELL'OCCUPAZIONE COMPLESSIVA).

LOMBARDIA E LAZIO REGIONI CHE PRODUCONO PIÙ RICCHEZZA CON LA CULTURA. MILANO, ROMA, TORINO, AREZZO, TRIESTE, FIRENZE E BOLOGNA NELLA TOP TEN DELLE PROVINCE

REALACCI: "IL NUOVO 'BAUHAUS' FORTEMENTE VOLUTO DALLA COMMISSIONE EUROPEA NASCE PER RINSALDARE I LEGAMI TRA IL MONDO DELLA CULTURA E DELLA CREATIVITÀ E I MONDI DELLA PRODUZIONE, DELLA SCIENZA E DELLA TECNOLOGIA E PER GUIDARE LA TRANSIZIONE ECOLOGICA INDICATA DAL GREEN NEW DEAL E 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".

FOSTI: "IN UNA FASE DI GRANDE TRASFORMAZIONE COME QUELLA ATTUALE, OCCORRE INDIVIDUARE QUALI SONO GLI AMBITI ECONOMICI MA ANCHE GLI AMBITI DI SIGNIFICATO CRUCIALI PER COSTRUIRE IL FUTURO. LA FONDAZIONE CARIPLO RICONOSCE LA CULTURA COME UN ASSET STRATEGICO CHE RISPONDE A ENTRAMBE QUESTE ESIGENZE: HA LA CAPACITÀ DI CREARE VALORE ECONOMICO E OCCUPAZIONALE MA ANCHE SPAZI DI ELABORAZIONE DI SIGNIFICATO, CHE RAFFORZANO LE COMUNITÀ E LA COESIONE SOCIALE. IL RAPPORTO SYMBOLA "IO SONO CULTURA" EVIDENZIA NON SOLO I PROBLEMI DI UN SETTORE CHE HA ENORMEMENTE SOFFERTO LA CRISI PANDEMICA, MA INDIVIDUA ANCHE IPOTESI DI INNOVAZIONE E PROSPETTIVE DI CRESCITA".

RINALDI "PER IL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO IL 2019 SI ERA RIVELATO UN ANNO POSITIVO, CON RISULTATI SUPERIORI AL TOTALE DELL'ECONOMIA IN TERMINI DI OCCUPAZIONE (+1,4% RISPETTO A +0,6%) E DATI IN LINEA IN TERMINI DI PRODOTTO GENERATO (+1% A FRONTE DI 1,2%)." LO SOTTOLINEA IL DIRETTORE DELLE RICERCHE DEL CENTRO STUDI DELLE CAMERE DI COMMERCIO GUGLIELMO TAGLIACARNE, ALESSANDRO RINALDI, CHE AGGIUNGE "PURTROPPO I RISULTATI DEL 2020, MISURATI ATTRAVERSO INDAGINI DIRETTE, CI RESTITUISCONO UN QUADRO DI GRANDI DIFFICOLTÀ, IN CUI DUE TERZI DELLE IMPRESE HANNO DIMINUITO IL FATTURATO. PER CONTRO VA DETTO CHE LA CRISI PANDEMICA HA PERÒ INDOTTO UNA ACCELERAZIONE DELLA TRANSIZIONE DIGITALE NELLE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE IN UNA MISURA SUPERIORE RISPETTO ALLA MEDIA (13,8% CONTRO 7,3%)".

Con il patrocinio di



In collaborazione con



**ISTITUTO PER
IL CREDITO
SPORTIVO**

Partner



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



**FITZCARRALDO
FONDAZIONE**

15 Aprile 2021. Cultura e bellezza in Italia rappresentano tratti fondativi della società, da qui il titolo del rapporto *Io sono cultura*, e grazie alla loro forte relazione con la manifattura hanno dato vita ad una delle più forti identità produttive del mondo, il made in Italy. Il rapporto quest'anno, arrivato alla decima edizione, contiene, insieme ad un'analisi del sistema pre-covid (2019), anche informazioni sul 2020, ricavate attraverso un'indagine condotta su un campione di oltre 1.800 imprese appartenenti al core del Sistema Produttivo Culturale e Creativo. Nel 2019 il Sistema Produttivo Culturale e Creativo era in crescita e rappresentava il 5,7% del valore aggiunto italiano: oltre 90 miliardi di euro, cioè l'1% in più dell'anno precedente. Oltre il 44% di questa ricchezza era generato da settori non culturali, manifatturieri e dei servizi, nei quali lavorano oltre 630.000 professionisti della cultura. Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo dava lavoro a più di un milione e mezzo di persone, vale a dire il 5,9% dei lavoratori italiani. Dato in crescita su base annuale rispetto al 2018: +1,4%, con una performance nettamente migliore rispetto al complesso dell'economia (+0,6%), che segna un contributo crescente della filiera all'occupazione nazionale. Altra foto quella dell'indagine condotta nel 2020, in cui il 44% degli operatori della filiera stima perdite di ricavi per il 2020, superiori al 15% del proprio bilancio, il 15% prospetta perdite che superano addirittura il 50%. A soffrire di più sono state le imprese dei settori *performing arts e arti visive*, quelle operanti nella *conservazione e valorizzazione del patrimonio storico e artistico*, per la maggiore esposizione alle norme di distanziamento sociale e molte delle imprese che rappresentano l'indotto culturale come ad esempio parte della nostra industria turistica.

Occorre tuttavia segnalare anche la presenza di settori in cui l'incidenza di imprese che dichiarano di aver sperimentato una crescita dei ricavi è tutt'altro che trascurabile: in primo luogo il settore *videogiochi e software* (avvantaggiato dall'allontanamento sociale che ha aumentato la domanda di intrattenimento domestico), ma anche il comparto *architettura e design*. La crisi pandemica, ha evidenziato tante fragilità del settore. Prima su tutte la frammentazione tra i vari segmenti: le diversità di mondi peculiari, che necessitano di norme e strumenti specifici, va accompagnata da una visione sistemica del settore e un'idea di sviluppo condivisa, frutto di contaminazioni crescenti e necessarie per attivare una catena del valore che renda più sostenibili le produzioni culturali.

Questo il contesto nel quale si inserisce il X rapporto *Io sono cultura*, promosso da Fondazione Symbola, Unioncamere, insieme a Regione Marche e Credito Sportivo, con la partnership di Fondazione Fitzcarraldo e Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne, con il patrocinio del Ministero della Cultura. L'unico studio in Italia che, 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.

Il rapporto è stato presentato oggi, con un focus sui dati della Lombardia, dal presidente della Fondazione Symbola, Ermete Realacci; dal presidente della Fondazione Cariplo, Giovanni Fosti; dall'Assessore alla Cultura Comune di Milano, Filippo Del Corno; dall'Assessore all'Autonomia e Cultura Regione Lombardia, Stefano Bruno Galli; dal Direttore Ricerche ed economiche Centro Studi Guglielmo Tagliacarne, Unioncamere, Alessandro Rinaldi. Ha moderato i lavori Paola Pierotti, architetto, giornalista PPAN.

Più di 24,1 miliardi di euro e 353 mila addetti collocano la **Lombardia** ai vertici del panorama culturale italiano. Si tratta di valori che, rispettivamente, incidono per il +7,3% e +6,9%. Milano si conferma prima su entrambi gli indicatori economici, con incidenze intorno ai dieci punti percentuali. Tra le altre province lombarde, spiccano i risultati di Monza-Brianza, tredicesima per valore aggiunto (+5,6%) e nona per occupazione (+6,4%). La cultura è uno dei motori trainanti dell'economia italiana, uno dei fattori che più esaltano la qualità e la competitività del made in Italy.

La grande area metropolitana di Milano è al primo posto nelle graduatorie provinciali per incidenza di ricchezza e occupazione prodotte, con il 9,6 e il 10%. Roma è seconda per valore aggiunto (8,7%) e quarta per occupazione (7,9%) mentre Torino si colloca terza (8,1%). Seguono, per valore aggiunto Arezzo (7,6%), Trieste (7,1%), Firenze (6,8%), Bologna (6,1%) e Padova (6,0%).

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 Lombardia è la prima regione per spesa turistica attivata dalla domanda di cultura (3,9 miliardi di euro) e quinta per incidenza della stessa sul totale della spesa culturale (47,6%, quasi 10 punti in più della media nazionale). Il legame tra cultura e manifattura

appare evidente nelle realtà distrettuali, ovvero in quelle aree dove è presente una rilevante concentrazione di professioni artigianali, che valorizzano competenze creative del made in Italy. Fra queste eccellenze distrettuali, fortemente orientate ai mercati esteri, si possono citare Monza-Brianza, Arezzo, Alessandria, Modena, Reggio Emilia, Pesaro-Urbino.

Prime venti province per ruolo del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nell'economia locale
Anno 2019 (incidenze percentuali sul totale economia)

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2020

Valore aggiunto			Occupazione		
	Provincia	Incidenze %		Provincia	Incidenze %
1	Milano	9,6	1	Milano	10,0
2	Roma	8,7	2	Arezzo	8,8
3	Torino	8,1	3	Torino	8,1
4	Arezzo	7,6	4	Roma	7,9
5	Trieste	7,1	5	Trieste	7,4
6	Firenze	6,8	6	Firenze	7,3
7	Bologna	6,1	7	Bologna	6,8
8	Padova	6,0	8	Alessandria	6,5
9	Siena	5,7	9	Monza-Brianza	6,4
10	Ancona	5,7	10	Padova	6,4
11	Venezia	5,6	11	Pisa	6,4
12	Pisa	5,6	12	Venezia	6,3
13	Monza-Brianza	5,6	13	Trento	6,3
14	Verona	5,6	14	Prato	6,2
15	Alessandria	5,5	15	Pesaro e Urbino	6,2
16	Pesaro e Urbino	5,5	16	Como	6,2
17	Vicenza	5,5	17	Rimini	6,0
18	Parma	5,4	18	Treviso	6,0
19	Trento	5,3	19	Ancona	6,0
20	Cagliari	5,3	20	Vicenza	5,9
	Italia	5,7		Italia	5,9

“Il nuovo ‘Bauhaus’, fortemente voluto dalla Commissione Europea – dichiara **Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola** - nasce per rinsaldare i legami tra il mondo della cultura e della creatività e i mondi della produzione, della scienza e della tecnologia e per guidare la transizione ecologica indicata dal Green New Deal e 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”.

“In una fase di grande trasformazione come quella attuale – dichiara **Giovanni Fosti, presidente Fondazione Cariplo** - occorre individuare quali sono gli ambiti economici ma anche gli ambiti di significato cruciali per costruire il futuro. La Fondazione Cariplo riconosce la Cultura come un asset strategico che risponde a entrambe queste esigenze: ha la capacità di creare valore economico e occupazionale ma anche spazi di elaborazione di significato, che rafforzano le comunità e la coesione sociale. Il Rapporto Symbola “Io sono Cultura” evidenzia non solo i problemi di un settore che ha enormemente sofferto la crisi pandemica, ma individua anche ipotesi di innovazione e prospettive di crescita”.

“Per il sistema produttivo culturale e creativo il 2019 si era rivelato un anno positivo, con risultati superiori al totale dell'economia in termini di occupazione (+1,4% rispetto a +0,6%) e dati in linea in termini di prodotto generato (+1% a fronte di 1,2%).” Lo sottolinea il **direttore delle ricerche del Centro Studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne, Alessandro Rinaldi**, che aggiunge “purtroppo i risultati del 2020, misurati attraverso indagini dirette, ci restituiscono un quadro di grandi difficoltà, in cui due terzi delle imprese

Con il patrocinio di



In collaborazione con



Partner



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



FITZCARRALDO
FONDAZIONE

hanno diminuito il fatturato. Per contro va detto che la crisi pandemica ha però indotto una accelerazione della transizione digitale nelle imprese culturali e creative in una misura superiore rispetto alla media (13,8% contro 7,3%)”.

Imprese del core del Sistema Produttivo Culturale e Creativo per regioni e settori
Anno 2019 (valori assoluti)

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2020

	Architet. e design	Comunic.	Audiovisivo e musica	Videogioc. e software	Editoria e stampa	Perf. arts e arti visive	Patr. stor. e artistico	Totale Core	
Piemonte	7.556	2.724	837	2.457	4.690	2.297	53	20.614	
Valle d'Aosta	228	39	22	54	141	79	2	565	
Lombardia	19.969	9.497	3.123	7.552	11.988	5.485	145	57.759	
Trentino-Alto Adige	1.962	626	317	716	875	583	18	5.097	
Veneto	9.494	2.880	808	2.734	4.779	2.124	67	22.886	
Friuli-Venezia Giulia	1.717	610	230	712	1.225	583	13	5.090	
Liguria	2.521	860	372	658	2.046	894	24	7.375	
Emilia-Romagna	6.654	3.123	1.149	2.629	4.964	2.392	50	20.961	
Toscana	6.603	2.258	959	1.937	4.899	2.146	92	18.894	
Umbria	960	524	190	431	1.175	462	27	3.769	
Marche	2.366	915	484	746	1.726	779	29	7.045	
Lazio	9.747	6.377	4.419	4.035	8.906	3.207	78	36.769	
Abruzzo	1.875	759	304	614	1.545	599	12	5.708	
Molise	394	131	62	77	269	121	4	1.058	
Campania	5.152	2.890	1.066	2.073	6.165	2.926	79	20.351	
Puglia	3.305	1.953	668	1.171	3.801	2.036	55	12.989	
Basilicata	517	241	116	196	563	287	18	1.938	
Calabria	1.512	750	275	524	1.929	791	36	5.817	
Sicilia	3.618	2.151	745	1.280	4.543	2.320	94	14.751	
Sardegna	1.002	655	242	558	1.726	611	136	4.930	
Italia	87.152	39.963	16.388	31.154	67.955	30.722	1.032	274.366	

Il rapporto completo si trova su www.symbola.net

Con il patrocinio di



In collaborazione con



**ISTITUTO PER
IL CREDITO
SPORTIVO**

Partner



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE



FITZCARRALDO
FONDAZIONE