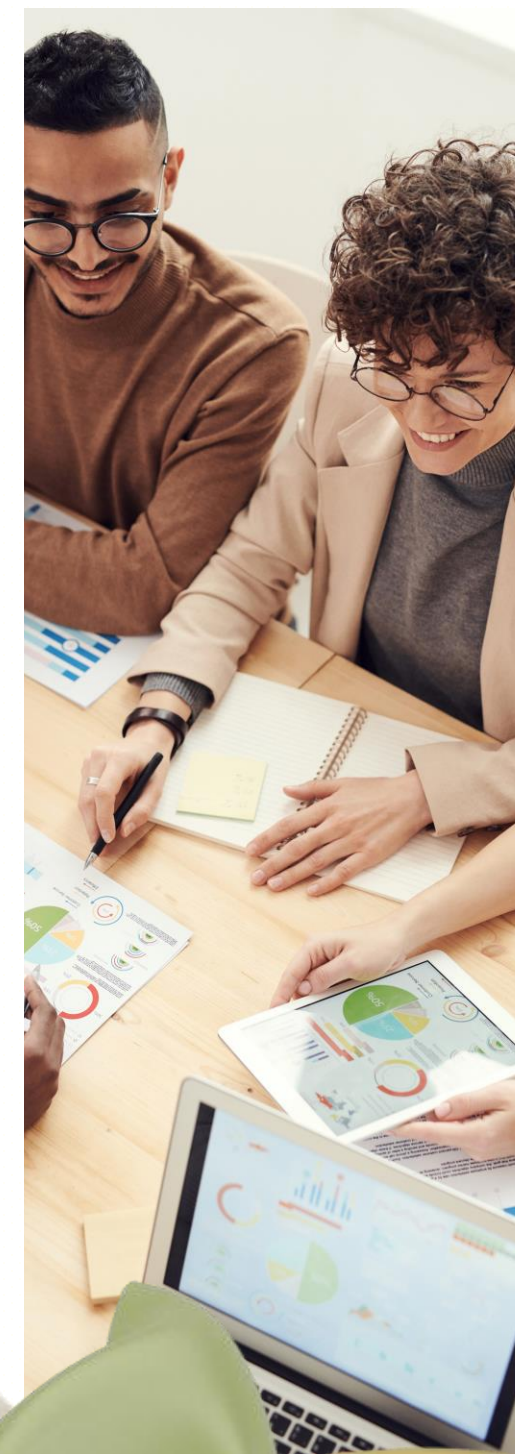


10 SONO Cultura²⁰²⁵

L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi



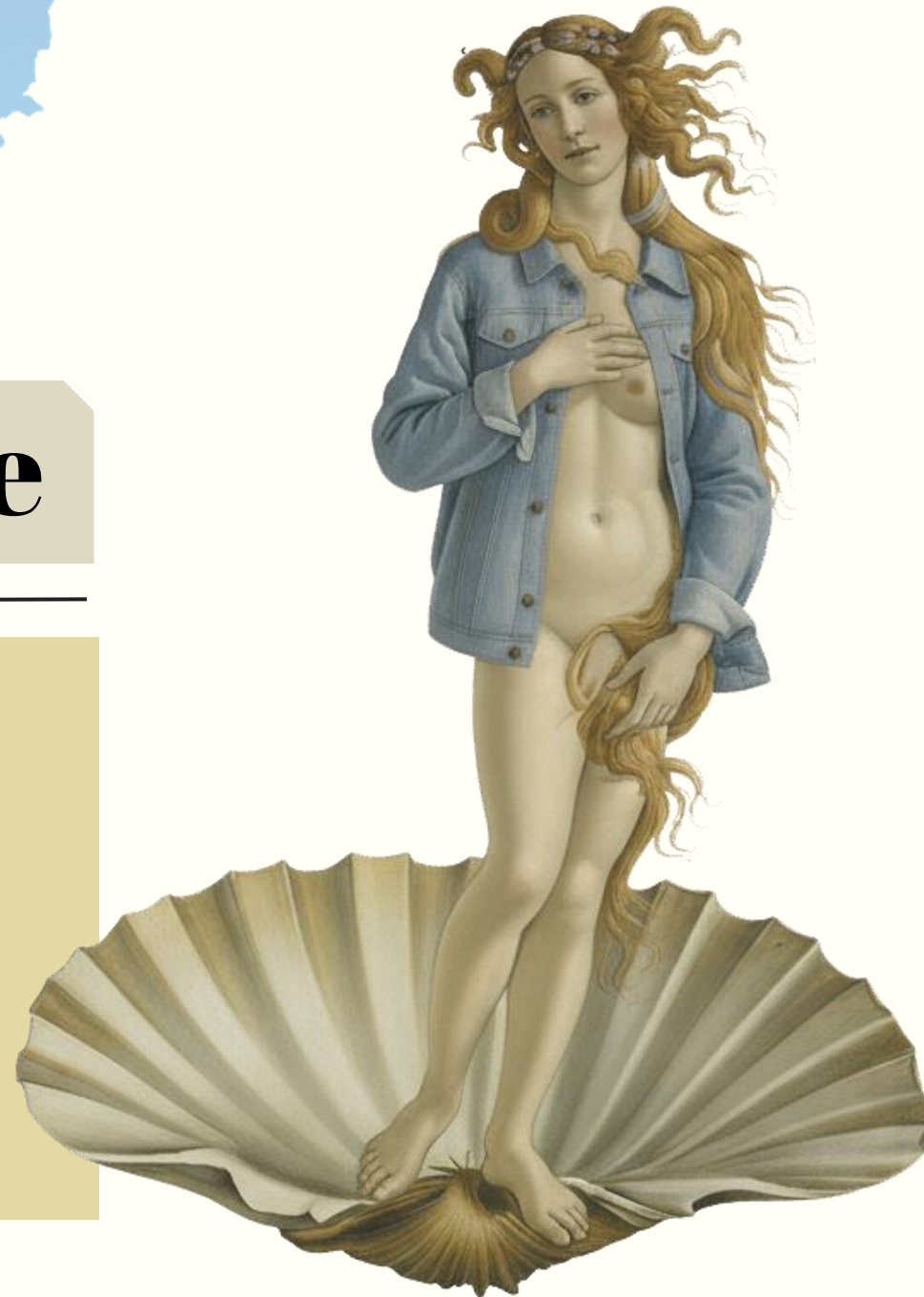
La visione dell' Ue per lo sviluppo del settore

“Europe stands up for culture and culture stands up for Europe”

Il Cultural Compass supporterà i settori creativi per aiutarli a prosperare, innovare e competere a livello globale. Il Compass è trasversale ma consapevole delle differenze e delle caratteristiche specifiche dei singoli settori culturali.

Europe for Culture

- Il ricco patrimonio culturale europeo è parte integrante dell'identità e dello sviluppo dell'UE
- La cultura va considerata come una dimensione chiave per lo sviluppo di qualsiasi politica e visione strategica



Culture for Europe

- L'UE deve far leva sulla propria diversità e sul suo patrimonio culturale per rafforzare i propri valori democratici, la coesione economica e sociale dei territori, il benessere dei cittadini e il suo potenziale competitivo ed innovativo
- L'UE deve consolidare il proprio ruolo di leader globale nel settore culturale e creativo, capace di catalizzare la resilienza sociale

Il Rapporto



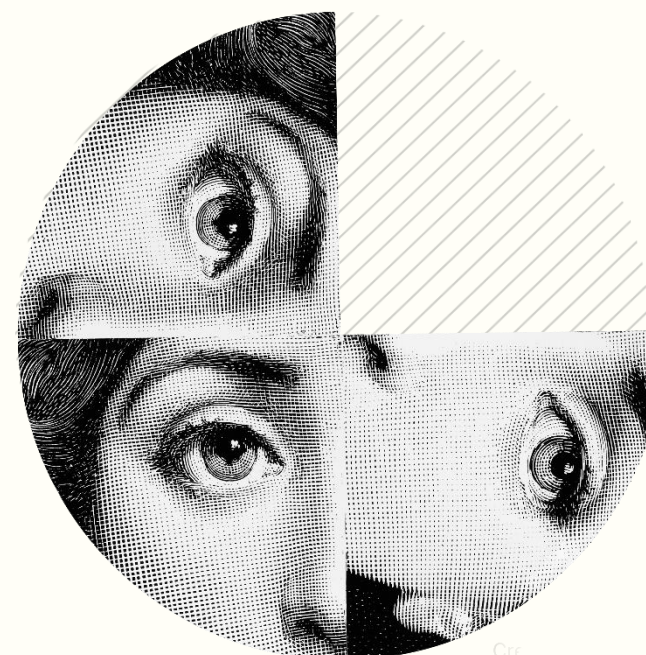
Definisce

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



Identifica

le tendenze che stanno
interessando la filiera
culturale e creativa nel
**2025: IA, sostenibilità
ambientale, nuovi
modelli di fruizione,
welfare**

Macro tendenze

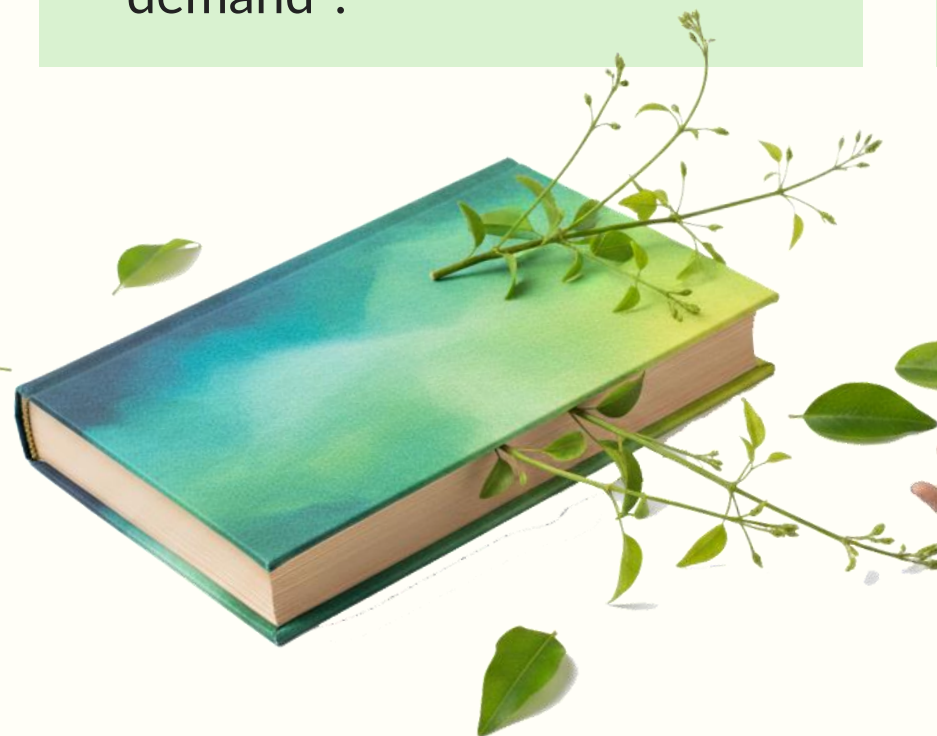
L'intelligenza artificiale come nuovo co-autore

L'AI è diventato un *partner creativo* in vari ambiti (letteratura, musica, cinema, ecc.), trasformando linguaggi, processi e tempi di produzione. Ma l'uso di contenuti generati o addestrati tramite AI solleva questioni inedite su diritti, autorialità e compensi.



Crescente centralità della sostenibilità ambientale

Dai festival ai musei, dal design all'editoria, si rafforzano **pratiche e modelli produttivi a basso impatto**, con casi emblematici nell'architettura, nello spettacolo, nella musica live, nel design circolare e nell'editoria "on demand".



Trasformazione dei modelli di fruizione culturale

Streaming, fruizione **multiplatforma e formati brevi** stanno cambiando il modo in cui il pubblico consuma cinema, musica, televisione e libri, generando nuovi linguaggi e nuove economie.



Cultura come infrastruttura di welfare e salute

Arte e cultura, sport e relazioni come «**prescrizione sociale**» in una visione olistica della cura. **Welfare territoriale** come quello del Piano Olivetti che rafforza biblioteche e presidi culturali.



Misurare la cultura e la creatività

La centralità del capitale umano

A) Support

Personale non culturale e creativo
che lavora nel *Core Cultura*

Staff di supporto che nei settori Core Cultura si occupa di gestione, segreteria, funzioni contabili e amministrative

B) Specialist

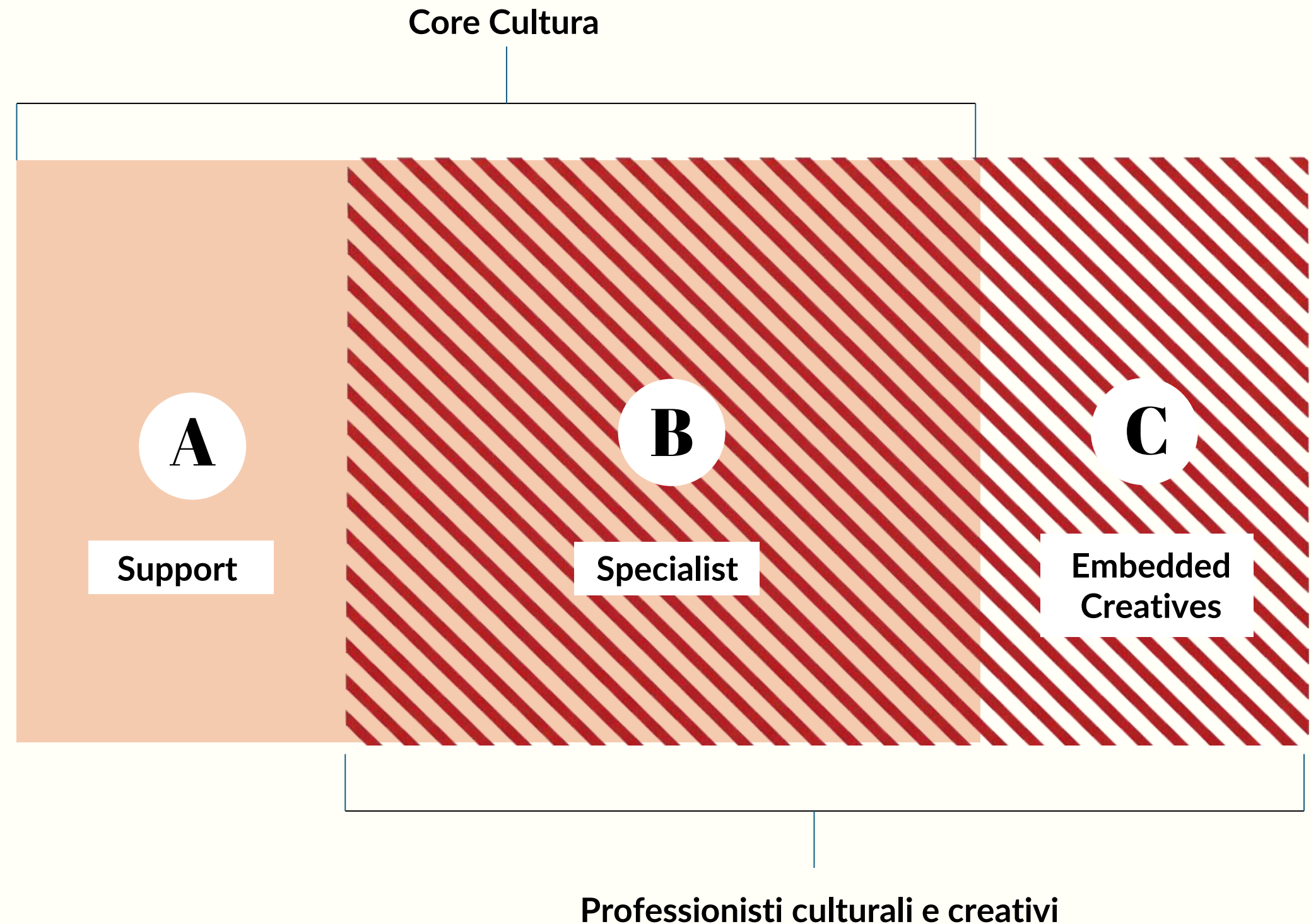
Professioni culturali e creative impiegate
nel *Core Cultura*

Scrittori, architetti, ecc.

C) Embedded Creatives

Professioni culturali e creative che
operano al di fuori del *Core Cultura*

Ad esempio, designer che lavorano in settori manifatturieri



Il valore della cultura e della creatività



Core Cultura: quanto occupa e produce



**Valore
aggiunto
63,1 mld**

PESO % SUL TOTALE
ECONOMIA



3,2%

 **+1,6%**
rispetto al 2023



**Occupati
905,7 mila**

PESO % SUL TOTALE
ECONOMIA



3,4%

 **+1,6%**
rispetto al 2023

Le attività degli *Embedded Creatives*: quanto occupano e producono

**Valore aggiunto
49,4 mld**

PESO % SUL SISTEMA
PRODUTTIVO CULTURALE
E CREATIVO



43,9%

**Occupati
623,1 mila**

PESO % SUL SISTEMA
PRODUTTIVO CULTURALE
E CREATIVO

40,8%



Il valore del Sistema Produttivo Culturale e Creativo

Imprese, Pubblica Amministrazione, Non profit - Anno 2024

Valore aggiunto
112,6 mld

(totale economia: 1.958,5)

PESO % SUL TOTALE
ECONOMIA



5,7%

↑ +2,1%

rispetto al 2023

(tot. economia: +2,3%)



Occupazione
1.529 mila

(totale economia: 26.467,6)

PESO % SUL TOTALE
ECONOMIA

5,8%

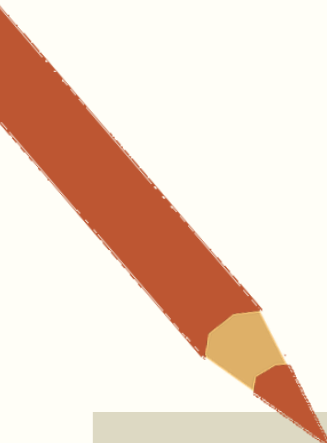
↑ +1,6%

rispetto al 2023

(tot. economia: +1,6%)



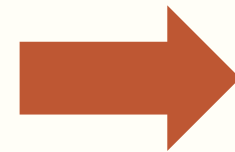
Il moltiplicatore



112,6 mld

5,7% sul totale economia

**SISTEMA PRODUTTIVO
CULTURALE E CREATIVO**



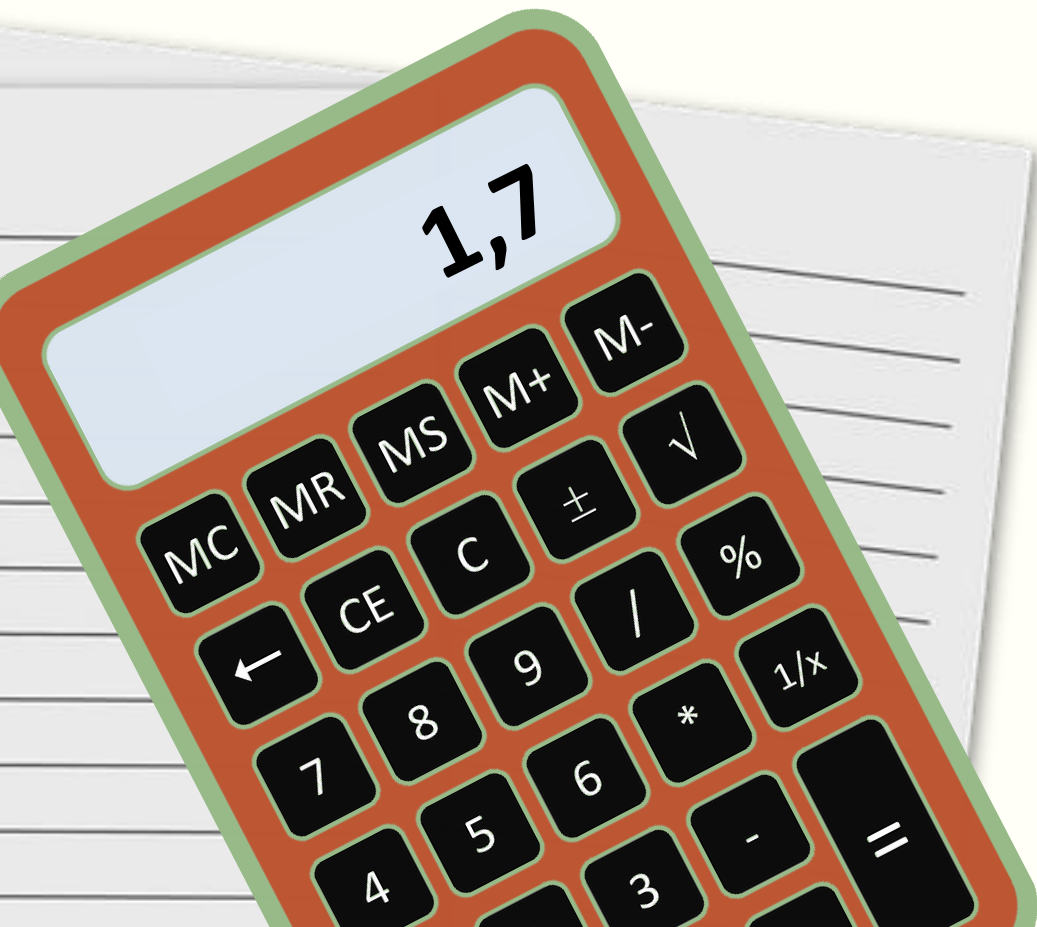
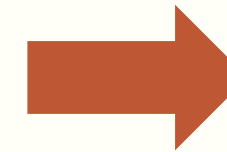
MOLTIPLICATORE MEDIO 1,7



302,9 mld

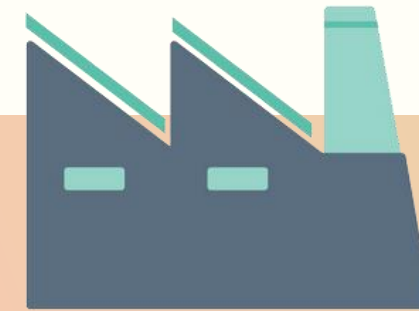
15,5% sul totale economia

**INSIEME DEGLI EFFETTI
SULL'ECONOMIA**



Le imprese *Core*

288.786 Imprese



4,8% DEL TOTALE



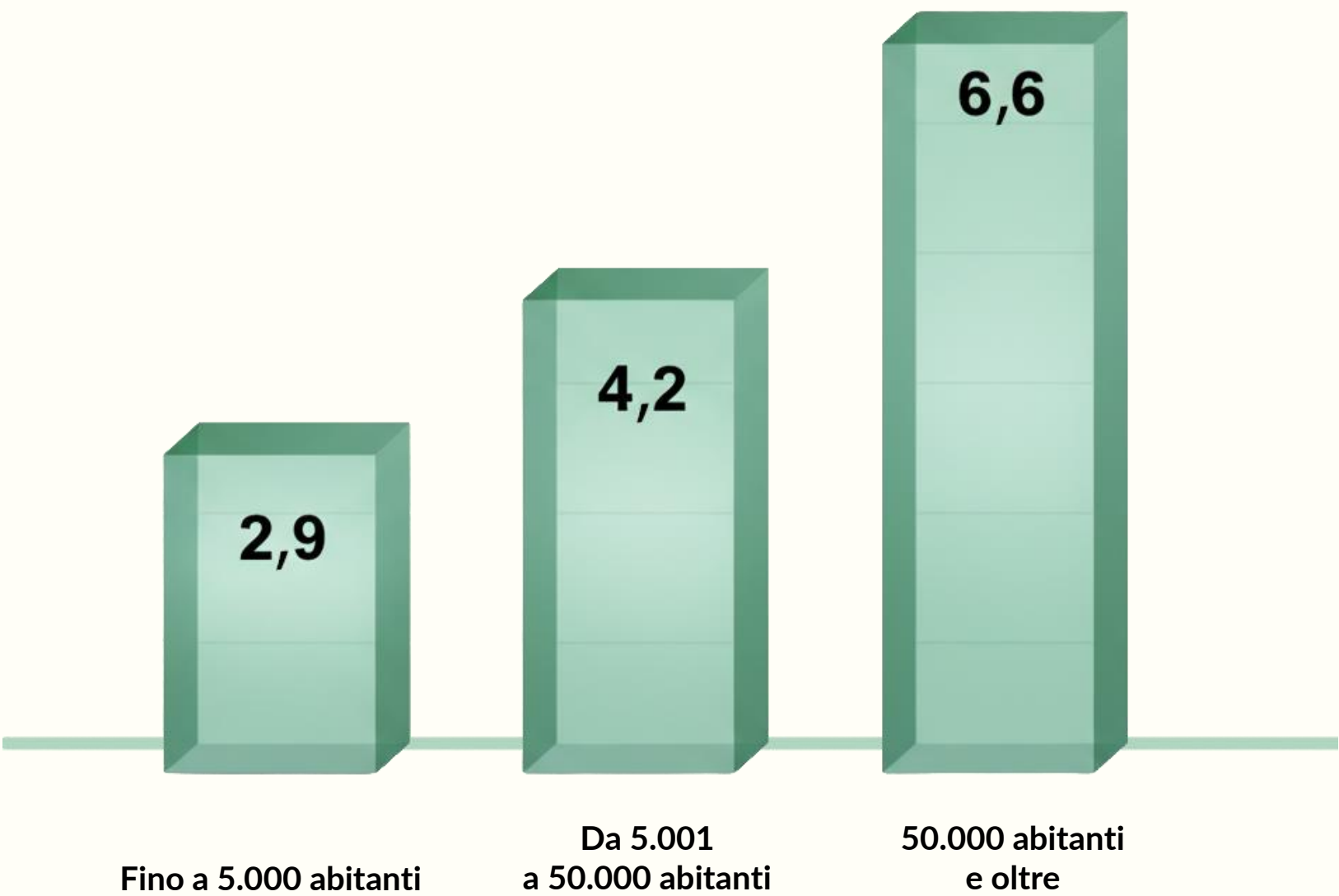
+1,8%

**rispetto al 2023
(-1,2% totale economia)**



Imprese *Core* e dimensione demografica

Incidenza percentuale delle imprese culturali e creative per dimensione demografica dei comuni



Ambiti di specializzazione delle imprese

COMUNI FINO A 5.000 ABITANTI	COMUNI DA 5.001 A 50.000 ABITANTI	COMUNI CON PIÙ DI 50.000 ABITANTI
		
Città con più imprese ARCHITETTURA E DESIGN Carimate (CO), 4.356 abitanti, 25 imprese EDITORIA E STAMPA Azzate (VA), 4.667 abitanti, 17 imprese PERFORMING ARTS Torre de' Passeri (PE), 2.838 abitanti, 9 imprese PATRIMONIO STORICO E ARTISTICO Padula (SA), 4.794 abitanti, 4 imprese	Città con più imprese ARCHITETTURA E DESIGN Bassano del Grappa (VI), 42.299 abitanti, 173 imprese EDITORIA E STAMPA Città di Castello (PG), 37.884 abitanti, 120 imprese PERFORMING ARTS San Benedetto del Tronto (AP), 47.019 abitanti, Cava de' Tirreni (SA), 49.754 abitanti Biella (BI), 43.209 abitanti, nei tre casi 45 imprese	Città con più imprese COMUNICAZIONE Milano (MI), 1.366.155 abitanti, 5.536 imprese AUDIOVISIVO E MUSICA Roma (RM), 2.746.984 abitanti, 2.983 imprese SOFTWARE E VIDEOGIOCHI Milano (MI), 1.366.155 abitanti, 4.239 imprese

Ruolo del non-profit

I numeri

27.696

istituzioni non-profit attive nel Sistema Produttivo Culturale e Creativo

7,6%

istituzioni non-profit culturali sul totale delle istituzioni non-profit

Tra gli Enti del Terzo Settore iscritti al RUNTS si rileva una quota più che doppia



Le caratteristiche

90%

istituzioni non-profit culturali costituite come Associazioni

83%

istituzioni non-profit culturali concentrate nelle performing arts e arti visive

8,7

istituzioni non-profit culturali per 100 imprese culturali e creative

Distribuzione e dinamiche del valore aggiunto nei settori *Core*

SOFTWARE E VIDEOGIOCHI

17.667 mld (28,0%)

↑ +8,0%

rispetto al 2023



EDITORIA E STAMPA

11.096 mld (17,6%)

↓ -1,5%

rispetto al 2023



ARCHITETTURA E DESIGN

9.735 mld (15,4%)

↓ -6,3%

rispetto al 2023



AUDIOVISIVO E MUSICA

7.216 mld (11,4%)

↑ +0,5%

rispetto al 2023



COMUNICAZIONE

7.194 mld (11,4%)

↑ +4,4%

rispetto al 2023



PERFORMING ARTS E ARTI VISIVE

6.354 mld (10,1%)

↑ +2,2%

rispetto al 2023



PATRIMONIO STORICO E ARTISTICO

3.887 mld (6,2%)

↑ +1,5%

rispetto al 2023



CoreCultura

63.148 mld (100%)

↑ +1,6%

rispetto al 2023



Le specializzazioni

	 Software e Videogiochi	 Editoria e Stampa	 Architettura e Designi	 Audiovisivo e Musica	 Comunicazione	 Performing Arts e Arti visive	 Patrimonio storico e artistico
PIEMONTE							
VALLE D'AOSTA							
LOMBARDIA							
LIGURIA							
TRENTINO A. A.							
VENETO							
FRIULI-VENEZIA G.							
EMILIA-ROMAGNA							
TOSCANA							
UMBRIA							
MARCHE							
LAZIO							
ABRUZZO							
MOLISE							
CAMPANIA							
PUGLIA							
BASILICATA							
CALABRIA							
SICILIA							
SARDEGNA							
NORD-OVEST							
NORD-EST							
CENTRO							
MEZZOGIORNO							

Embedded Creatives: da elemento additivo a moltiplicatore di senso



Dal «chi sono»
al «che cosa fanno»

**INNOVAZIONE DI
PRODOTTO, NARRATIVA
E PROCESSI COME
FUNZIONI STRATEGICHE**

La nuova «zona calda»
del mismatch

**COMPETENZE IBRIDE:
DIGITALE, CREATIVA,
TECNOLOGICA,
GESTIONALE**

Gli *Embedded Creatives*
non sono solo una
componente aggiuntiva

**DIVENTANO LEVA
CHE PORTA CULTURA E
IDENTITÀ NELLE FILIERE
PRODUTTIVE**

Generatori di valore

**ANCHE GLI *EMBEDDED
CREATIVES* ATTIVANO
L'ECONOMIA**

Perché sono strategici

**DANNO SENSO, VISIONE
E RICONOSCIBILITÀ
AL MADE IN ITALY**

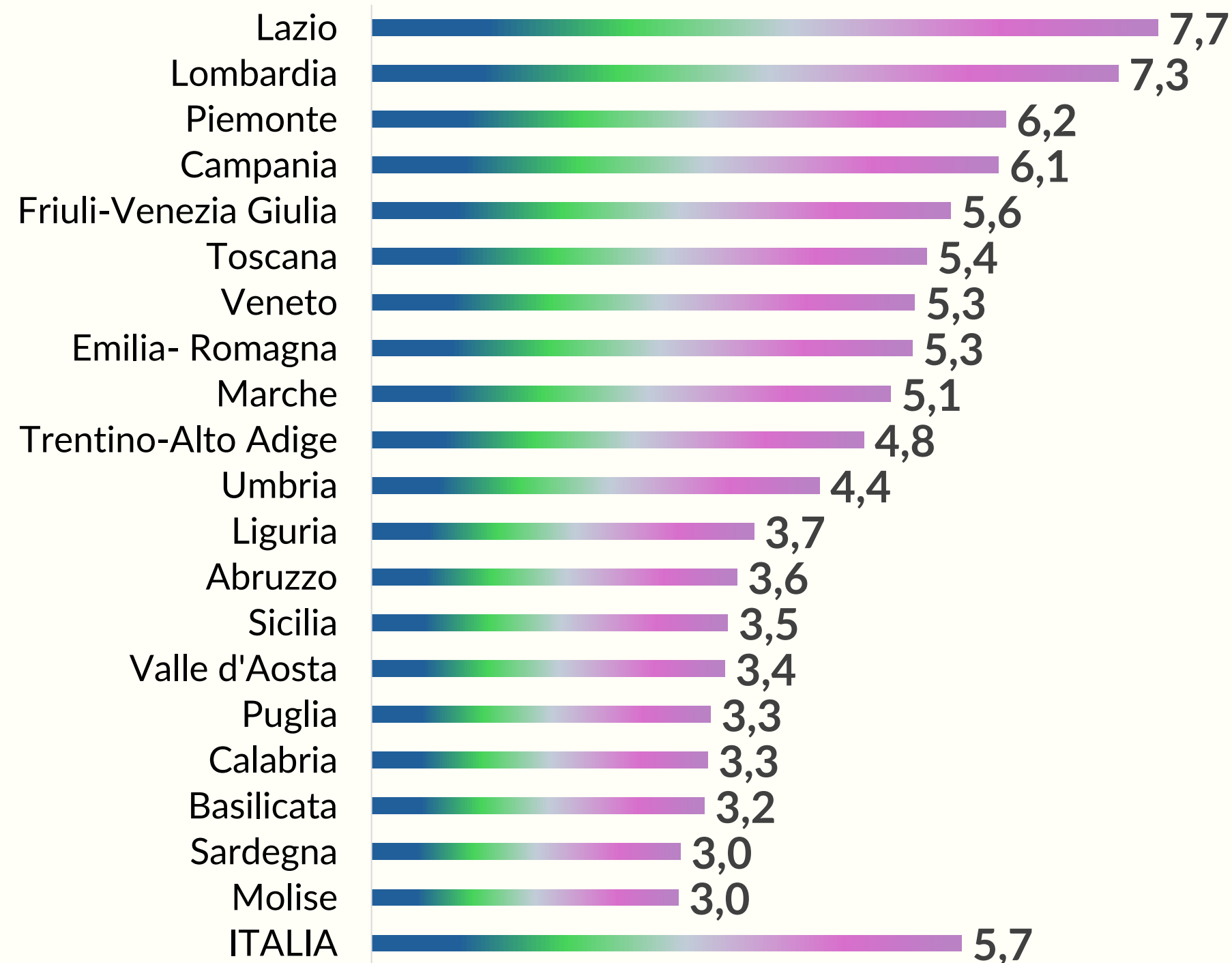
Principali filiere non culturali e creative in cui operano gli *Embedded Creatives*

Quota valore aggiunto su totale Embedded Creatives

22,0% ALTRI SERVIZI ALLE IMPRESE 	15,7% ALTRE ATTIVITÀ INDUSTRIALI 	15,5% ALTRI SERVIZI ALLE PERSONE 	11,5% COSTRUZIONI E IMMOBILIARE 
creatività incorporata nei servizi di supporto alla competitività	creatività incorporata nei processi produttivi	esperienza e creatività come valore aggiunto del servizio	creatività incorporata nei luoghi
(service design, corporate identity, brand strategy, servizi ICT e digital transformation, allestimenti fieristici, exhibition design)	(packaging, lighting, materiali intelligenti, interfacce utente, interaction design, artigianato artistico e manifattura di qualità, stampa 3D)	(benessere e lifestyle, design di esperienze, format di eventi, personal coaching creativo, corsi di digital skills creative)	(progettazione estetica, lighting design, arredo custom, modelli narrativi, brand territoriale, concept spaziali, spazi retail esperienziali, visual merchandising)

Il ruolo economico delle attività culturali e creative nei territori

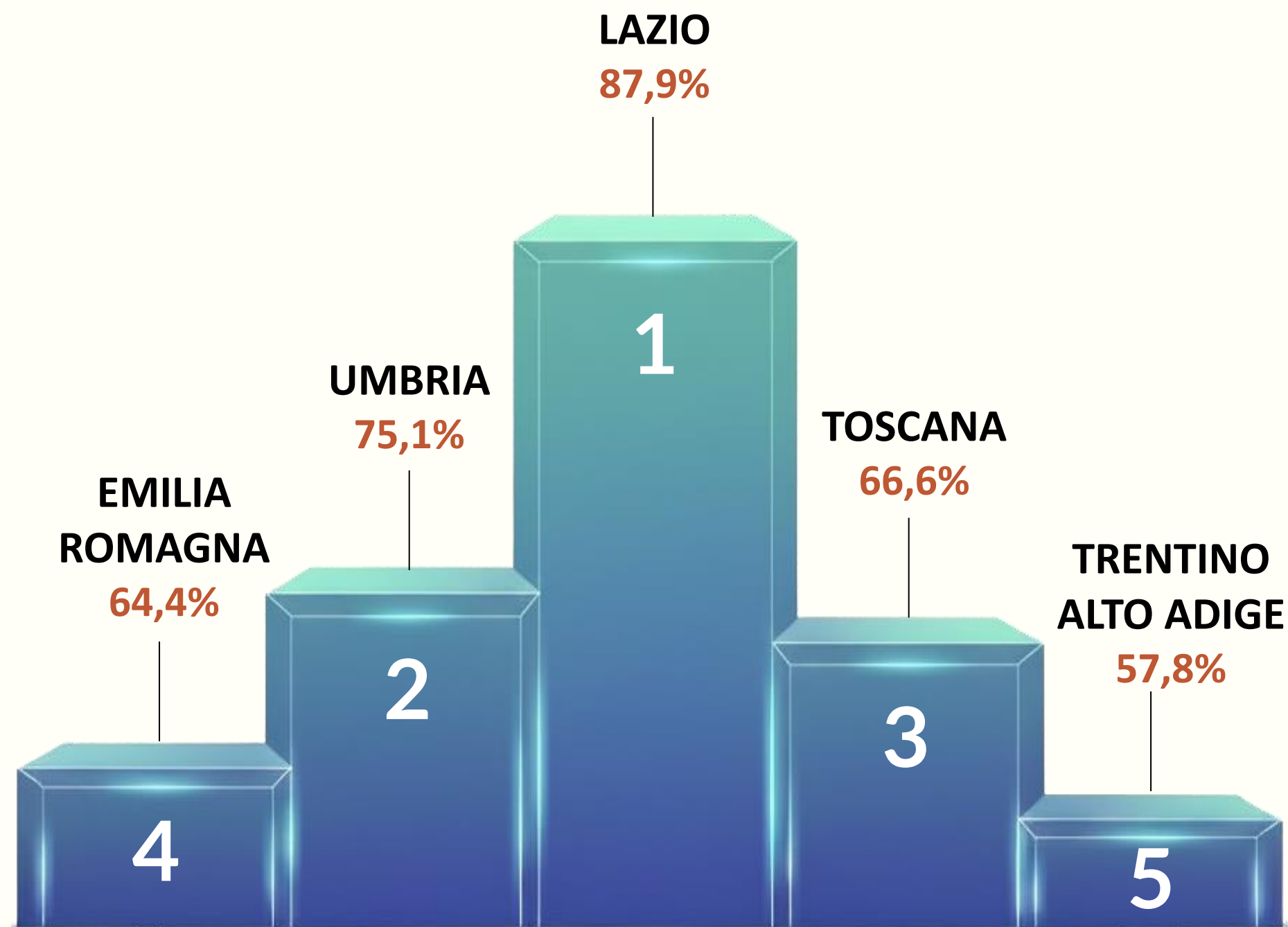
Graduatoria regionale per incidenza % del valore aggiunto di cultura e creatività sul totale economia



- **Lazio, Lombardia, Piemonte e Campania** sono le regioni con una specializzazione culturale e creativa superiore al dato nazionale medio (5,7%).
- Tra le province, per peso del prodotto, spiccano **Milano, Gorizia, Roma e Napoli**; mentre con riferimento al peso dell'occupazione emergono **Milano, Firenze, Roma e Arezzo**.
- Nel **Mezzogiorno** il Sistema Produttivo Culturale e creativo incide solo per il 4,1%, ma si registrano maggiori incrementi rispetto alla media nazionale (+4,2% vs 2,1%).

Il valore economico del turismo culturale

LA TOP FIVE DELLE REGIONI PER CONTRIBUTO ALLA SPESA TURISTICA CULTURALE



Fonte: elaborazioni su dati Isnart

Spesa turistica con consumi culturali

56,6 mld

52,0% della spesa turistica complessiva

Presenze turistiche che hanno incluso esperienze legate alla cultura

379 milioni

-2,1% rispetto al 2023

Turisti che indicano il patrimonio artistico/monumentale come motivazione del viaggio

373 milioni

+82% rispetto al 2023



SPESA TURISTICA COMPRENSIVA DI CONSUMI CULTURALI:

+ nel Nord-Est (20,3 mld) e nel Centro (18,3 mld)

+ nel Lazio (9,2 mld), Trentino-Alto Adige (7,5 mld) e Toscana (6,8 mld)

Occupazione e fabbisogni professionali

287 MILA ENTRATE 2024 (5,2% DEL TOTALE
EXTRA AGRICOLO, -5,0% RISPETTO AL 2023)

GIOVANI E PROFILI QUALIFICATI

Forte componente giovanile (26,0%
vs 22,5%) e laureata (53,7% vs
26,1%)

COMPETENZE DIGITALI E INTEGRAZIONE TECNOLOGICA

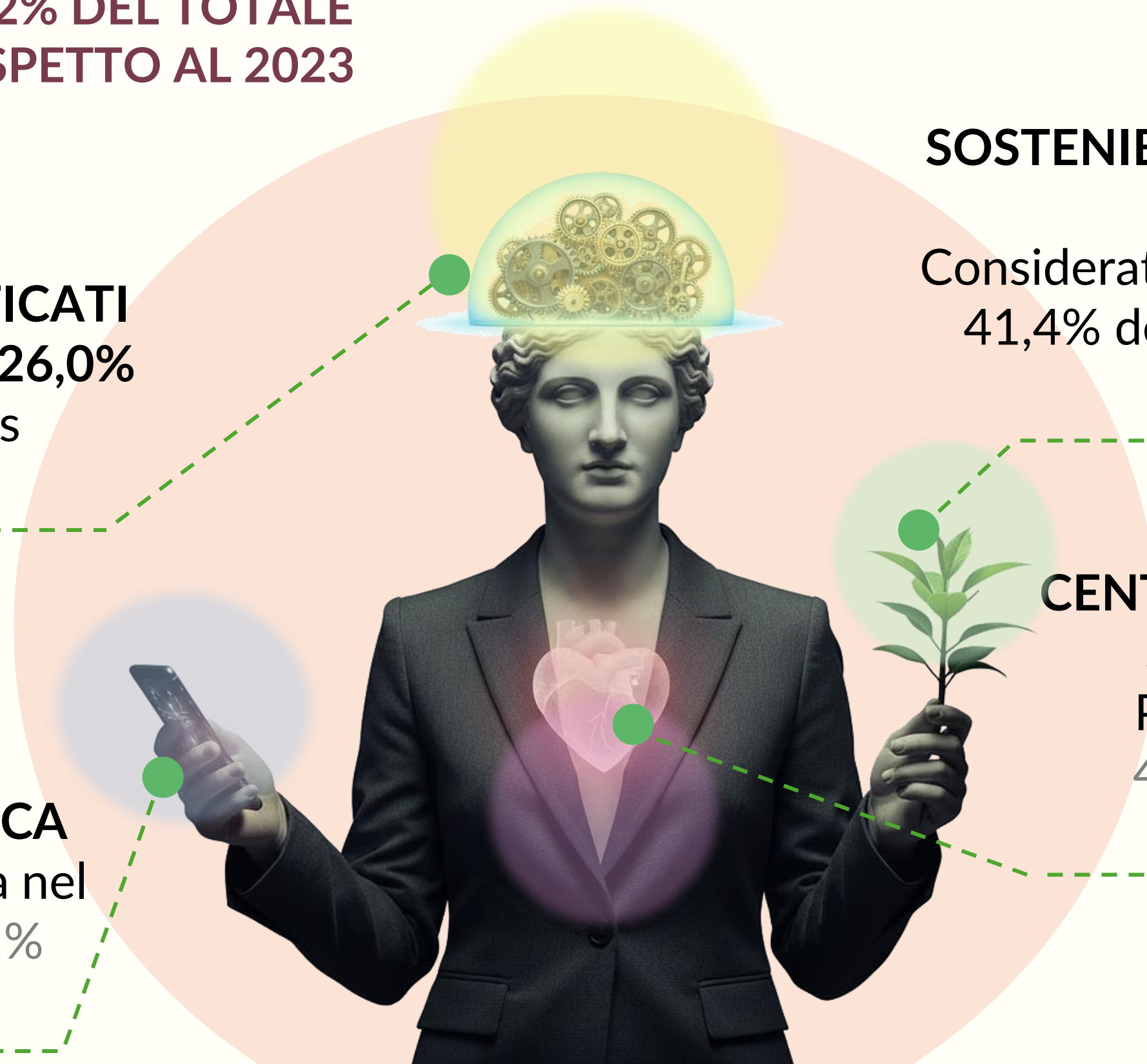
Considerate rilevanti in entrata nel
59,3% dei profili culturali (22,1%
nel resto dell'economia)

SOSTENIBILITÀ E COMPETENZE GREEN EMERGENTI

Considerate rilevanti in entrata nel
41,4% dei profili culturali (42,9%
nel resto dell'economia)

CENTRALITÀ' DELLE POWER SKILLS NEI FABBISOGNI

Problem solving (63,2% vs
41,9%), lavorare in gruppo
(69,1% vs 57,9%)



Luci e ombre di una filiera in trasformazione

ON

- ✓ **Riconoscimento istituzionale crescente**
Legge per il Made in Italy e decreti attuativi includono le imprese culturali e creative tra le politiche industriali del Paese
- ✓ **Crescita consolidata e moltiplicatore elevato**
Il sistema culturale e creativo attiva valore su filiere e territori, contribuendo a oltre il 15% dell'economia
- ✓ **Giovani e capitale umano qualificato**
Alta incidenza di giovani, laureati e professioni qualificate
- ✓ ***Embedded Creatives* leva di competitività industriale**
La cultura entra nelle filiere produttive
- ✓ **Innovazione digitale e AI come acceleratori culturali**
Nuovi linguaggi e nuove forme di produzione culturale

OFF

- ✗ **Settore strutturalmente complesso da normare**
La natura delle attività coinvolte richiede un coordinamento tra politiche diverse e pone problematiche giuridiche specifiche (ad es. diritto d'autore)
- ✗ **Mismatch e competenze ibride insufficienti**
Domanda alta per profili creativi-tecnologici, offerta formativa non allineata
- ✗ **Fragilità occupazionali e discontinuità lavorativa**
Elevata incidenza di lavoro autonomo e intermittente
- ✗ **Settori con dinamiche negative o stagnanti**
Editoria, architettura, ma anche segmenti specifici
- ✗ **Filiera caratterizzata da modelli economici non sempre autosostenuti**
La struttura del settore (ad ampia presenza di lavoro autonomo e dimensioni ridotte), caratterizzata spesso da alta intensità di capitale creativo e bassa marginalità, richiede sostegni mirati e continui



Cre

in collaborazione con



partner



FORNASETTI

con il patrocinio di

