

LA CULTURA MUOVE 214 MILIARDI DI EURO, IL 15,3% DELLA RICCHEZZA PRODOTTA

L'EXPORT CULTURALE E' CRESCIUTO DEL 35% DURANTE LA CRISI E IL SETTORE HA RAGGIUNTO UN SURPLUS COMMERCIALE CON L'ESTERO DI 25,7 MLD €

I DATI DI 'IO SONO CULTURA': STUDIO SYMBOLA E UNIONCAMERE CHE 'PESA' CULTURA E CREATIVITA' NELL'ECONOMIA NAZIONALE

VENETO TERZA REGIONE IN ITALIA PER VALORE AGGIUNTO PRODOTTO DALLA CULTURA

VICENZA QUARTA TRA LE PROVINCE ITALIANE IN CUI IL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE PRODUCE PIU' RICCHEZZA. BENE ANCHE TREVISO E VERONA, QUINTA E UNDICESIMA NELLA CLASSIFICA GENERALE

REALACCI: "CULTURA E CREATIVITA' SONO IL NOSTRO VANTAGGIO COMPETITIVO PER TROVARE IL SUO SPAZIO NEL MONDO L'ITALIA DEVE FARE L'ITALIA"

Vicenza si piazza al quarto posto nella classifica delle migliori dieci province italiane per ricchezza prodotta dal sistema produttivo culturale. Bene anche Treviso e Verona, rispettivamente quinta e undicesima. Il Veneto quindi è rappresentato più che bene, con 2 province nelle prime 10, nella graduatoria di Fondazione Symbola e Unioncamere della ricchezza prodotta in Italia dalla cultura. Non a caso il Veneto è la terza regione del Paese per valore aggiunto del comparto culturale e creativo.

La classifica è contenuta nello studio **"Io sono cultura - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi"** elaborato da Symbola e Unioncamere con la collaborazione e il sostegno dell'Assessorato alla cultura della Regione Marche. L'unico studio in Italia che annualmente quantifica il peso della cultura nell'economia nazionale. Con risultati eloquenti: l'intera filiera culturale italiana ha mosso nel 2013 il **15,3% del valore aggiunto nazionale**, equivalente a **214 miliardi** di euro. Un dato comprensivo del valore prodotto dalle industrie culturali e creative, ma anche da quella parte dell'economia nazionale che viene attivata dalla cultura, il turismo innanzitutto. Le industrie culturali e creative si confermano un pilastro del made in Italy. Tanto che durante la crisi **l'export legato a cultura e creatività è cresciuto del 35%**. E così mentre la crisi imperversa e un pezzo consistente dell'economia nazionale fatica e arretra, il valore aggiunto prodotto dalle industrie culturali e creative tiene, fa da volano al resto dell'economia e cresce anche la capacità attrattiva del settore rispetto alle donazioni dei privati. Nonostante il calo generalizzato del complesso delle **'sponsorizzazioni'** registrato negli ultimi anni, infatti, **quelle destinate alla cultura sono cresciute tra il 2012 e il 2013 del 6,3% arrivando a quota 159 milioni.**

Partner

Con il patrocinio

Entrando nel dettaglio dello studio - una sorta di annuario, per numeri e storie, realizzato anche grazie al contributo di circa 40 personalità di punta nei diversi settori, alla partnership di Fondazione Fitzcarraldo e Si.Camera e con il patrocinio dei ministeri dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e dello Sviluppo Economico - emerge che dalle 443.458 imprese del sistema produttivo culturale, che rappresentano il 7,3% delle imprese nazionali, arriva il 5,4% della ricchezza prodotta in Italia: 74,9 miliardi di euro. Che arrivano ad 80 circa, equivalenti al 5,7% dell'economia nazionale, se includiamo anche istituzioni pubbliche e realtà del non profit attive nel settore della cultura. Ma la forza della cultura va ben oltre, grazie ad un **effetto moltiplicatore pari a 1,67 sul resto dell'economia**: così per ogni euro prodotto dalla cultura, se ne attivano 1,67 in altri settori. Gli 80 miliardi, quindi, ne 'stimolano' altri 134. Cifre che complessivamente arrivano, come anticipato, alla soglia di 214 miliardi di euro. Una ricchezza che ha effetti positivi anche sul fronte occupazione: le sole imprese del sistema produttivo culturale - ovvero industrie culturali, industrie creative, patrimonio storico artistico e architettonico, performing arts e arti visive - danno lavoro a 1,4 milioni di persone, il 5,8% del totale degli occupati in Italia. Che diventano 1,5 milioni, il 6,2% del totale, se includiamo anche le realtà del pubblico e del non profit.

“La cultura è la lente attraverso cui l'Italia deve guardare al futuro e costituisce il nostro vantaggio competitivo - commenta il presidente della Fondazione Symbola **Ermete Realacci** -. E' grazie alla creatività e alla cultura, che nel nostro Paese si incrocia con la qualità, l'innovazione e le nuove tecnologie, se le imprese sono state capaci di incorporare bellezza e valore nel made in Italy. Così, mentre tutti dicevano che il nostro manifatturiero sarebbe morto sotto i colpi della concorrenza cinese, le imprese italiane sono riuscite a presidiare la fascia alta del mercato e aumentare il valore aggiunto dei prodotti. E il grande successo di eventi come il Salone del Mobile o Vinitaly lo testimonia. Ecco perché una vetrina globale come Expo 2015, se vuole guardare al bene del Paese e offrire al mondo uno sguardo rivolto al futuro, dovrà dare voce alle esperienze più avanzate di questo settore: puntando più sulle idee che sul cemento. E l'Italia non deve sciupare neanche l'occasione offerta dal semestre di presidenza del consiglio Europeo per tornare a esercitare un ruolo guida nell'unione e per integrare pienamente le politiche culturali all'interno di quelle industriali e della competitività, riconoscerne e accompagnarne il ruolo da protagonista nella manifattura e nell'innovazione competitiva e non più soltanto della fruizione turistica”.

“Anche quest'anno, l'analisi condotta da Unioncamere e Symbola dimostra che la cultura è e deve continuare ad essere il miglior combustibile per la ripresa”, sottolinea il presidente di Unioncamere, **Ferruccio Dardanello**. “I territori e le imprese, che di quelle tradizioni e di quella cultura sono espressione, rappresentano l'immagine del nostro Paese nel mondo intero: il nostro primo giacimento, capace di produrre ricchezza, lavoro e benessere per le comunità locali. Per ritrovare il suo spazio nel mondo, l'Italia deve perciò puntare sui suoi talenti, cogliere il potenziale delle nuove tecnologie per rilanciare i territori e il loro saper fare, investire sulla bellezza e sulla coesione che aiutano a competere, potenziare la ricerca per sostenere quella tensione innovativa

Partner



Con il patrocinio



che arricchisce di valore le nostre tradizioni produttive e le rende così un potente fattore competitivo”.

Cultura, un comparto reattivo e innovativo che vola nell'export

Nonostante il clima recessivo – dovuto principalmente al crollo della domanda interna, che ha pesato, ovviamente, anche su questo settore – l'export legato a cultura e creatività continua ad andare forte. E durante la crisi è cresciuto del 35%: era di 30,7 miliardi nel 2009, è arrivato a 41,6 nel 2013, pari al 10,7% di tutte le vendite oltre confine delle nostre imprese. Il settore può vantare una bilancia commerciale sempre in attivo negli ultimi 22 anni, periodo durante il quale il valore dei beni esportati è più che triplicato. **Il surplus commerciale con l'estero nel 2013 è di 25,7 miliardi di euro: secondo solo, nell'economia nazionale, alla filiera meccanica**, e ben superiore, ad esempio, a quella metallurgica (10,3 miliardi).

La cultura piace anche ai privati: crescono le sponsorizzazioni

La maturità delle imprese culturali si misura anche dalla capacità di stare sul mercato, a prescindere dai fondi pubblici (fondamentali, ma sempre più scarsi). Proprio su questa frontiera il report di Symbola e Unioncamere segnala iniziative interessanti e promettenti. Come le sponsorizzazioni private: imprenditori illuminati, ma anche consapevoli delle ricadute sul loro brand, vestono i panni del mecenate e restituiscono alla loro bellezza beni come il Colosseo e la Scala di Milano, è il caso di Diego Della Valle, l'arco Etrusco di Perugia, grazie a Brunello Cucinelli, il Ponte di Rialto, il cui restauro è stato finanziato da Renzo Rosso, la Fontana di Trevi, grazie a Fendi. Una tendenza che sembra, fortunatamente, destinata a crescere. Nel complesso delle sponsorizzazioni private (1.200 milioni di euro nel 2013, tra sport, cultura e spettacolo e sociale) la cultura guadagna terreno: nonostante il calo costante del complesso delle donazioni registrato negli ultimi anni, il settore passa dai 150 milioni di euro del 2012 ai 159 del 2013: +6,3%. Si tratta del 13,3% delle sponsorizzazioni private del 2013, la quota più alta dell'ultimo triennio (era l'11,8% nel 2012, l'11,6% nel 2011). Tendenza che l'Art bonus appena approvato dal governo intercetta e tenta di rafforzare: sarebbe un importante cambio di passo per il nostro sistema culturale.

La cultura spinge il turismo

Uno dei maggiori beneficiari dell'effetto traino che la cultura ha sull'intera economia nazionale è il turismo. Il turista culturale che soggiorna in Italia, ad esempio, è più propenso a spendere: 52 euro al giorno per l'alloggio, in media, e 85 euro per spese extra, contro i 47 euro per alloggio e 75 per gli extra di chi viene per ragioni non culturali. Del totale della spesa dei turisti in Italia, 73 miliardi di euro nel 2013, il 36,5% (26,7 miliardi) è legato proprio alle industrie culturali. E al richiamo della cultura, della bellezza e della qualità sono con ogni probabilità legate le ottime performance nazionali nel turismo. Se, infatti, leggiamo le statistiche in modo meno superficiale ci accorgiamo –

Partner



Con il patrocinio



come spiegano le '10 verità sulla competitività italiana' di Symbola, Unioncamere e Fondazione Edison - che siamo il primo paese dell'eurozona per pernottamenti di turisti extra Ue (con 54 milioni di notti). Siamo la meta preferita dei paesi ai quali è legato il futuro del turismo mondiale: la Cina, il Brasile, il Giappone, la Corea del Sud, l'Australia, gli Usa e il Canada.

Il Veneto Vicenza, Treviso e Verona, come evidenziato in apertura, sono rispettivamente quarta, quinta e undicesima nella classifica delle province che più producono ricchezza con cultura e creatività. Un risultato raggiunto grazie all'intreccio tra bellezza, cultura, innovazione, creatività e manifattura che ha saputo rilanciare il *made in taly* e restituire all'economia veneta in generale, e a quella di Vicenza, Treviso e Verona in particolare, una prospettiva al di là della crisi. Nella provincia di **Vicenza**, infatti, il valore aggiunto creato dalla cultura è il quarto più alto d'Italia: il 7,7% della ricchezza complessiva del sistema economico locale. In valore assoluto si tratta di oltre 1,9 miliardi di euro. E sempre la cultura impiega oltre 37 mila persone, l'8,9% del totale degli occupati dell'intera provincia. Il contributo maggiore arriva dalle industrie creative (architettura, comunicazione e branding, design e produzione di stile, artigianato) con oltre il 68% del valore aggiunto del settore. Le industrie culturali propriamente dette, invece, contribuiscono con circa il 28%, da performing arts e intrattenimento e patrimonio storico-artistico arriva insieme un contributo di circa il 4%.

Treviso, invece, è la quinta provincia in classifica e produce il 7,6% della propria ricchezza complessiva grazie alle industrie culturali. In questo territorio la ricchezza prodotta dalla cultura arriva a quasi 1,8 miliardi di euro e il settore impiega 35.400 persone, ossia l'8,9% di tutti gli occupati del sistema economico locale. A trainare il valore aggiunto delle industrie culturali a Treviso, come nella provincia di Vicenza, sono le industrie creative con circa il 71% del fatturato del settore. Alle industrie culturali propriamente dette si deve invece un sostanzioso contributo del 26,8% circa, fanalino di coda performing arts e intrattenimento e patrimonio storico artistico che insieme arrivano a circa il 2%.

Viste le performance delle province, non stupisce notare come sia tutta la regione ad aver puntato con decisione sulle industrie culturali e creative. Non a caso il **Veneto** si è classificato al terzo posto nella graduatoria delle regioni che più producono ricchezza con la cultura e la creatività, e al secondo posto in quella che considera l'incidenza dell'occupazione prodotta dalla cultura sul totale degli impiegati dell'economia regionale. In Veneto il valore aggiunto creato dal sistema produttivo culturale è il terzo più alto d'Italia: il 6,3% della ricchezza complessiva del sistema economico locale. In valore assoluto si tratta di oltre 8,4 miliardi di euro. Una cifra alla quale contribuiscono in modo preponderante il design e le produzioni di stile, l'artigianato, libri e stampa e l'architettura. Nell'insieme la cultura impiega 161 mila persone, il 7% del totale degli occupati dell'intera regione. Il maggior numero di occupati è assorbito dal settore delle industrie creative (64,5% circa), quindi da quello delle industrie culturali (29,5% circa).

Cosa si intende per cultura?

Partner



Con il patrocinio



Il cuore della ricerca sta nel non limitare il campo d'osservazione ai settori tradizionali della cultura e dei beni storico-artistici, ma nell'andare a guardare **quanto contano cultura e creatività nel complesso delle attività economiche italiane**, nei centri di ricerca delle grandi industrie come nelle botteghe artigiane, o negli studi professionali. Attraverso la classificazione in 4 macro settori: industrie culturali propriamente dette (film, video, mass-media, videogiochi e software, musica, libri e stampa), industrie creative (architettura, comunicazione e branding, artigianato, design e produzione di stile), patrimonio storico-artistico architettonico (musei, biblioteche, archivi, siti archeologici e monumenti storici), e performing art e arti visive (rappresentazioni artistiche, divertimento, convegni e fiere). Al corpo centrale della ricerca, come anticipato, è stata inoltre affiancata anche un'indagine su tutta **la filiera delle industrie culturali italiane, ovvero quei settori che non svolgono di per sé attività culturali, ma che sono altresì attivati dalla cultura**. Una filiera articolata e diversificata, della quale fanno parte: attività formative, produzioni agricole tipiche, attività del commercio al dettaglio collegate alle produzioni dell'industria culturale, turismo, trasporti, attività edilizie, attività quali la ricerca e lo sviluppo sperimentale nel campo delle scienze sociali e umanistiche.

I settori, i trend

Alla performance del comparto cultura, sia in termini di prodotto che di occupazione, contribuiscono soprattutto le industrie creative e le industrie culturali. Dalle industrie creative arriva infatti il 47% di valore aggiunto e il 53,2% degli occupati, un risultato raggiunto soprattutto grazie alla produzione di beni e servizi creative driven e all'architettura. Dalle industrie culturali arriva un altro consistente 46,4% di valore aggiunto e il 39% degli occupati (in questo caso i settori più pesanti sono libri e stampa e videogiochi e software). Decisamente più bassa la quota delle performing arts e arti visive per entrambi i valori (5,2% v.a. e 6,1% occupazione) e soprattutto per le attività private collegate al patrimonio storico-artistico (1,5% e 1,6%).

Partner



Con il patrocinio



Prime province per incidenza di valore aggiunto e occupazione del sistema produttivo culturale
Anno 2013 (valori percentuali)

Valore aggiunto			Occupazione		
Pos.	Provincia	Incidenze %	Pos.	Provincia	Incidenze %
1)	Arezzo	9,0	1)	Arezzo	10,4
2)	Pordenone	7,9	2)	Pesaro e Urbino	9,1
3)	Pesaro e Urbino	7,9	3)	Treviso	8,9
4)	Vicenza	7,7	4)	Vicenza	8,9
5)	Treviso	7,6	5)	Pordenone	8,6
6)	Roma	7,5	6)	Pisa	8,1
7)	Macerata	7,3	7)	Firenze	8,1
8)	Milano	7,0	8)	Macerata	8,0
9)	Como	6,9	9)	Como	7,8
10)	Pisa	6,8	10)	Milano	7,6
	ITALIA	5,4		ITALIA	5,8

Fonte: elaborazioni su dati Unioncamere

Prime cinque regioni italiane per incidenza del valore aggiunto e dell'occupazione del sistema produttivo culturale sul totale dell'economia

Anno 2013 (valori percentuali)

Pos.	Regione	Incidenza %	Pos.	Regione	Incidenza %
<i>Valore aggiunto</i>			<i>Occupazione</i>		
1)	Lazio	6,8	1)	Marche	7,1
2)	Marche	6,5	2)	Veneto	7,0
3)	Veneto	6,3	3)	Lazio	6,5
4)	Lombardia	6,2	4)	Toscana	6,5
5)	Piemonte	5,7	5)	Friuli Venezia Giulia	6,5
	ITALIA	5,4		ITALIA	5,7

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2014

Ufficio stampa Symbola Laura Genga – laura.genga@symbola.net - 380.7067441
 Ufficio stampa Unioncamere – ufficio.stampa@unioncamere.it, tel. 064704264-370-287

Partner

Con il patrocinio