

**COMUNICATO STAMPA**

**IO SONO CULTURA 2021, IL RAPPORTO ANNUALE DI FONDAZIONE SYMBOLA E UNIONCAMERE**

**FOCUS LOMBARDIA**

**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 SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO DEL 2020 VALE 84,6 MILIARDI DI EURO CORRISPONDENTI AL 5,7% DEL VALORE AGGIUNTO ITALIANO ED ATTIVA COMPLESSIVAMENTE 239,8 MLD DI EURO**

**NONOSTANTE L'IMPATTO DELLA CRISI, ALCUNI COMPARTI CULTURALI E CREATIVI HANNO MOSTRATO SEGNALI DI TENUTA GENERALE: LE ATTIVITÀ DI VIDEOGIOCHI E SOFTWARE HANNO AUMENTATO LA RICCHEZZA PRODOTTA DEL +4,2%**

**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 SETTORE CULTURALE HA PAGATO PIÙ DI ALTRI SETTORI LA CRISI DOVUTA ALLA PANDEMIA MASI CONFERMA L'IMPORTANTE RUOLO ANCHE ECONOMICO. L'ITALIA DEVE ESSERE PROTAGONISTA DEL NUOVO 'BAUHAUS' VOLUTO DALLA COMMISSIONE EUROPEA PER RINSALDARE I LEGAMI TRA CULTURA, CREATIVITÀ, PRODUZIONE, SCIENZA, TECNOLOGIA E AFFRONTARE LA TRANSIZIONE VERDE. 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, SULLA BELLEZZA E SULLA COESIONE, 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. MILANO CONFERMA IL SUO PRIMATO NELLA PRODUZIONE CULTURALE E NEL DESIGN APPLICATO ALLA MANIFATTURA COME DIMOSTRA ANCHE IL RECENTE SUCCESSO DEL SUPER SALONE DEL MOBILE".**

**FOSTI: "IL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO RAPPRESENTA UN MOTORE IRRINUNCIABILE PER IL PAESE E IN PARTICOLARE PER IL NOSTRO TERRITORIO. I SOGGETTI CHE PRODUCONO E PROMUOVONO CULTURA GENERANO VALORE ECONOMICO, ALIMENTANO LEGAMI DI COESIONE SOCIALE, VALORIZZANO IL POTENZIALE DI GIOVANI E PROFESSIONALITÀ ALTAMENTE SPECIALIZZATE. SOPRATTUTTO IN QUESTA FASE STORICA ABBIAMO BISOGNO DI PIÙ CULTURA, PER RIELABORARE UN SENSO CONDIVISO E CREARE PONTI TRA MEMORIA STORICA E NUOVE FORME DI LINGUAGGIO, CAPACI DI OFFRIRE OPPORTUNITÀ PER LA CRESCITA DELLE PERSONE."**

**Milano, 25 ottobre 2021.** Cultura e bellezza in Italia sono tratti identitari radicati nella società e nell'economia. 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. Oggi, a quasi due anni dallo scoppio della pandemia e in piena fase di ricostruzione e ripartenza, le industrie culturali e creative sono tra i settori più strategici per facilitare la ripresa economica e sociale italiana. Non solo perché i numeri dell'ultimo decennio dimostrano che parliamo di una fonte significativa di posti di lavoro e ricchezza. Ma anche perché sono un motore di innovazione per l'intera economia e agiscono come un attivatore della crescita di altri settori, dal turismo alla manifattura *creative-driven*. Ossia quella manifattura che ha saputo incorporare professionisti e competenze culturali e creative nei processi produttivi, traducendo la bellezza in oggetti e portando il made in Italy nel mondo. Bellezza e cultura, quindi, sono parte del DNA italiano e sono alla base delle ricette *made in Italy* per la fuoriuscita dalle crisi. *Io sono cultura* 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 quest'anno, arrivato all'undicesima edizione, è realizzato da Fondazione Symbola, Unioncamere, insieme a Fondazione Cariplo, Regione Marche, l'Istituto per il Credito Sportivo e il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne. È stato presentato oggi, a Casa**

**Fornasetti a Milano, con un focus sui dati della Lombardia, dal direttore della Fondazione Symbola, Domenico Sturabotti. Ne hanno discusso il presidente della Fondazione Symbola, Ermete Realacci; il presidente della Fondazione Cariplo, Giovanni Fosti; Andrea Abodi, presidente Istituto per il Credito Sportivo; Stefano Bruno Galli, Assessore alla Cultura Regione Lombardia; Tommaso Sacchi, Assessore alla Cultura Comune di Milano; la presidente Assarredo e presidente Salone del Mobile, Maria Porro; la presidente Assimpredil Ance, Regina De Albertis. Ha moderato i lavori Nicoletta Polla-Mattiot.**

“Il settore culturale ha pagato più di altri settori la crisi dovuta alla pandemia ma si conferma l'importante ruolo anche economico. L'Italia deve essere protagonista – **dichiara Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola** - del nuovo 'Bauhaus' voluto dalla Commissione Europea per rinsaldare i legami tra cultura, creatività, produzione, scienza, tecnologia e affrontare la transizione verde. 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, sulla bellezza e sulla coesione, 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. Milano conferma il suo primato nella produzione culturale e nel design applicato alla manifattura come dimostra anche il recente successo del Super Salone del Mobile”.

“Il sistema produttivo culturale e creativo rappresenta un motore irrinunciabile per il Paese e in particolare per il nostro territorio. Si tratta di un settore di attività che ha – **dichiara Giovanni Fosti, Presidente Fondazione Cariplo** - una capacità moltiplicativa del valore generato sia in termini economici che in termini sociali e coesivi. I soggetti che producono e promuovono cultura generano valore economico, alimentano legami all'interno della comunità, impiegano giovani e professionalità altamente specializzate. Soprattutto in questa fase storica abbiamo bisogno di più cultura, sia come asset e direzione di sviluppo, sia come capacità di rielaborare senso condiviso e creare ponti tra memoria storica e nuove forme di linguaggio, capaci di offrire opportunità per la crescita delle persone”.

L'evento di oggi nasce in partnership con Fornasetti che da dieci anni sceglie la copertina del rapporto *Io sono Cultura*. “È questa non è una scelta solo grafica e di Art Direction, ma una vera e propria comunione d'intenti. Fornasetti infatti è un'impresa creativa e un attore culturale, tanto da aver fondato nel 2019 l'associazione no-profit Fornasetti Cult. per la valorizzazione della cultura e la realizzazione di iniziative artistiche. Questo è il motivo per cui sosteniamo tale bellissimo progetto e la pubblicazione di questo rapporto. Ogni anno definiamo un'immagine diversa della nostra iconica serie “Tema e Variazioni” e ogni anno il volto femminile suggerisce un messaggio diverso. Per il 2021 è un volto tra le nubi, proprio a significare un clima di indubbia incertezza, ma anche un orizzonte che si rischiarà. Oggi sono felice di aprire le porte di Casa Fornasetti - luogo storico, artistico, culturale e imprenditoriale di Milano - per approfondire il ruolo fondamentale che questa città ha nel contesto nazionale” **racconta Barnaba Fornasetti**, direttore artistico di Fornasetti, atelier milanese riconosciuto a livello internazionale per il design e la decorazione di oggetti di arredo.

## **LOMBARDIA**

**Più di 22 miliardi di euro e 339,4 mila addetti collocano la Lombardia ai vertici del panorama culturale italiano. La grande area metropolitana di Milano è al primo posto nelle graduatorie provinciali per incidenza di ricchezza e occupazione prodotte, con il 9,7 e il 9,8%. Tra le province lombarde, spiccano i risultati di **Monza-Brianza**, dodicesima per valore aggiunto (+5,6%) e nona per occupazione (+6,3%). **Como** ventitreesima per valore aggiunto (+5,2%) e diciassettesima per occupazione (+6%); **Lodi** trentaduesima per valore aggiunto (+4,8%) e ventiseiesima per occupazione (+5,7%); **Bergamo** trentaquattresima per valore aggiunto (4,8%) e ventottesima per occupazione (5,6%); **Lecco** quarantaduesima per valore aggiunto (+4,5%) e trentanovesima per occupazione (+5,2%); **Mantova** quarantatreesima per valore aggiunto (+4,5%) e ventisettesima per occupazione (+5,7%); **Varese** quarantaquattresima per valore aggiunto (+4,4%) e trentacinquesima per occupazione (+5,3%); **Brescia** quarantasettesima per valore aggiunto (+4,3%) e quarantanovesima per occupazione (+4,9%); **Cremona** sessantesima per valore aggiunto**

(+3,9%) e cinquantacinquesima per occupazione (+4,6%); **Pavia** sessantatreesima per valore aggiunto (+3,9%) e cinquantottesima per occupazione (+4,6%); **Sondrio** ottantaquattresima per valore aggiunto (+3,4%) e ottantatreesima per occupazione (+3,9%). I dati della Lombardia del rapporto su moda, design, nuove tecnologie e realtà virtuale indicano un percorso chiaro per il nostro Paese: crescita, benessere e cultura devono essere ricompresi in un unico paradigma di sviluppo di cui possiamo divenire il modello nel mondo.

*Io Sono Cultura* permette di analizzare l'evoluzione della filiera in termini di produzione di ricchezza e creazione di posti di lavoro. Quel che emerge a prima vista è la maggior forza con cui gli effetti negativi della crisi sanitaria hanno interessato il sistema produttivo culturale e creativo. La ricchezza prodotta dalla filiera, infatti, si è ridotta del -8,1% contro il -7,2% medio nazionale; anche l'occupazione è scesa notevolmente, stante una variazione del -3,5% (-2,1% per l'intera economia italiana). In entrambi i casi, le attività core hanno sofferto maggiormente, con una contrazione che, rispettivamente, si è attestata al -9,3% e -4,8%. Nonostante l'impatto della crisi, alcuni comparti culturali e creativi hanno comunque mostrato segnali di tenuta generale. In particolare, le attività di videogiochi e software, pur registrando una leggera riduzione degli occupati (-0,9%), hanno aumentato la ricchezza prodotta del +4,2%, anche per via della spinta al digitale e all'home entertainment che i vari lockdown succedutesi hanno prodotto. Al contrario, una crisi generalizzata sembra aver interessato le attività di valorizzazione del patrimonio storico e artistico e le *performingarts*, come noto duramente colpite dalle misure restrittive e di contenimento. Il comparto del Patrimonio storico e artistico ha registrato una contrazione del -19,0% relativamente alla ricchezza prodotta e del -11,2% in termini occupazionali; peggio ancora per le *performingarts*, rispettivamente scese del -26,3% e del -11,9%.

Nonostante il difficile anno trascorso, la filiera culturale e creativa si conferma comunque centrale all'interno delle specializzazioni produttive nazionali, grazie a 84,6 miliardi di euro di valore aggiunto prodotti e poco meno di 1,5 milioni di persone occupate; valori che, rispettivamente, incidono per il 5,7% e 5,9% di quanto complessivamente espresso dall'intera economia italiana e una capacità moltiplicativa pari a 1,8 (per un euro prodotto se ne generano 1,8 nel resto dell'economia) che sale a 2,0 per il patrimonio storico e artistico e a 2,2 per le industrie creative.

Complessivamente il Sistema Produttivo Culturale e Creativo evidenzia un moltiplicatore per il 2020 pari a 1,8. L'intera filiera culturale costituita ha quindi un valore aggiunto di 239,8 miliardi di euro (84,6 mld + 155,2 mld).

### *Cosa si intende per Sistema Produttivo Culturale e Creativo*

Il rapporto analizza il Sistema Produttivo Culturale e Creativo, ovvero tutte quelle attività economiche che producono beni e servizi culturali (*core*), ma anche tutte quelle attività che non producono beni o servizi strettamente culturali, ma che utilizzano la cultura come input per accrescere il valore simbolico dei prodotti, quindi la loro competitività, che nello studio definiamo *creative-driven*. All'interno del core coabitano attività molto diverse tra loro, accomunate dalla produzione e veicolazione di contenuti culturali e creativi. Dalle attività di conservazione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico (attività dei musei, biblioteche, archivi, monumenti), alle arti visive e performative (attività dei teatri, concerti, etc.). A queste si aggiungono attività che operano secondo logiche "industriali" (musica, videogame, software, editoria, stampa), quelle dei broadcaster (radio, televisione), fino ad arrivare ad alcune attività appartenenti al mondo dei servizi (comunicazione, architettura, design). Sia in termini di valore aggiunto sia di occupazione emerge una chiara differenziazione tra il Nord Italia e il Mezzogiorno, con quest'ultimo capace di assorbire appena il 15,5% del valore aggiunto nazionale della filiera e il 19,5% relativamente all'occupazione. Il differenziale tra le due aree del Paese, peraltro, appare ulteriormente peggiorato alla luce dei risultati del 2020, stante un quadro congiunturale ancor più aggravato dai riflessi pandemici. Sia il valore aggiunto (-8,4%) sia l'occupazione (-3,8%) della filiera, infatti, hanno registrato una dinamica peggiore di quella media nazionale, a riprova dell'importanza di intervenire a sostegno delle aree più svantaggiate del Paese anche e soprattutto in relazione alle attività produttive culturali e creative. Nessuna regione italiana, tra il 2019 e il 2020 e per entrambi gli indicatori di contabilità nazionale, ha fatto registrare variazioni positive. Tra le regioni che hanno maggiormente risentito della crisi troviamo la Toscana, il cui valore aggiunto generato ha subito una contrazione a doppia cifra (-10,4%). Particolarmente accentuate sono state anche le contrazioni registrate in

Basilicata (-9,9%) e nel Molise (-9,7%). In termini occupazionali, invece, le dinamiche peggiori sono da associare alla Sicilia (-4,3%) e alla Sardegna (-4,2%), seguite dalla Valle d'Aosta (-4,1%).

**Prime venti province per ruolo del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nell'economia locale**  
Anno 2020 (incidenze percentuali sul totale economia)

VALORE AGGIUNTO			OCCUPAZIONE		
Pos.	Province	Incidenze %	Pos.	Province	Incidenze %
1)	Milano	9,7	1)	Milano	9,8
2)	Roma	8,7	2)	Arezzo	9,0
3)	Torino	8,4	3)	Torino	7,9
4)	Arezzo	7,6	4)	Roma	7,8
5)	Trieste	7,1	5)	Trieste	7,2
6)	Firenze	6,7	6)	Firenze	7,2
7)	Bologna	6,2	7)	Bologna	6,7
8)	Padova	6,1	8)	Alessandria	6,6
9)	Siena	5,9	9)	Monza-Brianza	6,3
10)	Ancona	5,7	10)	Padova	6,3
11)	Pisa	5,7	11)	Pisa	6,3
12)	Monza-Brianza	5,6	12)	Venezia	6,3
13)	Venezia	5,6	13)	Trento	6,2
14)	Verona	5,6	14)	Pesaro e Urbino	6,1
15)	Pesaro e Urbino	5,5	15)	Prato	6,1
16)	Alessandria	5,5	16)	Rimini	6,0
17)	Trento	5,4	17)	Como	6,0
18)	Parma	5,4	18)	Vicenza	5,9
19)	Vicenza	5,4	19)	Treviso	5,9
20)	Cagliari	5,3	20)	Ancona	5,9
<b>ITALIA</b>		<b>5,7</b>	<b>ITALIA</b>		<b>5,8</b>

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2021

## Valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo nelle regioni italiane

Anno 2020 (valori assoluti, incidenze percentuali sul totale economia e variazioni percentuali)

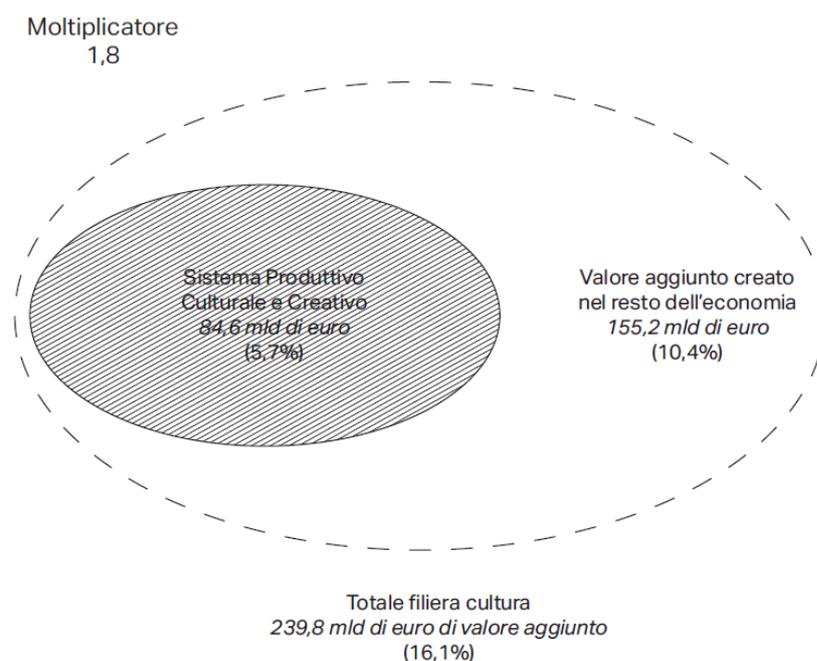
	Valore aggiunto				Occupazione			
	Milioni di euro	In % sul totale Italia	In % sul totale economia	Var. % 2019-2020	Migliaia	In % sul totale Italia	In % sul totale economia	Var. % 2019-2020
Piemonte	7.556,3	8,9	6,6	-7,5	122,5	8,5	6,6	-3,1
Valle d'Aosta	169,8	0,2	4,1	-9,1	3,1	0,2	4,8	-4,1
Lombardia	22.681,0	26,8	6,9	-7,5	339,4	23,5	7,2	-3,7
Trentino-Alto Adige	1.933,1	2,3	5,0	-6,6	32,1	2,2	5,8	-4,2
Veneto	7.467,5	8,8	5,5	-9,0	135,5	9,4	5,9	-3,3
Friuli-Venezia Giulia	1.750,9	2,1	5,3	-6,4	30,7	2,1	5,7	-3,2
Liguria	1.793,7	2,1	4,2	-7,4	31,7	2,2	4,6	-3,2
Emilia-Romagna	6.934,8	8,2	5,1	-7,9	122,1	8,4	5,7	-3,2
Toscana	5.300,4	6,3	5,4	-10,4	100,5	7,0	6,0	-2,5
Umbria	922,7	1,1	4,8	-9,0	20,5	1,4	5,6	-3,6
Marche	1.891,1	2,2	5,3	-9,2	37,2	2,6	5,7	-3,6
Lazio	13.105,4	15,5	7,8	-7,8	189,1	13,1	7,1	-3,8
Abruzzo	1.143,6	1,4	4,0	-8,9	23,3	1,6	4,5	-3,4
Molise	214,2	0,3	4,0	-9,7	4,6	0,3	4,2	-3,9
Campania	3.847,1	4,5	4,2	-8,7	81,5	5,6	4,5	-3,5
Puglia	2.486,3	2,9	3,8	-7,8	56,1	3,9	4,1	-3,6
Basilicata	380,0	0,4	3,7	-9,9	8,3	0,6	4,0	-3,6
Calabria	954,2	1,1	3,4	-7,7	21,6	1,5	3,4	-3,6
Sicilia	2.930,0	3,5	3,8	-8,3	62,0	4,3	4,1	-4,3
Sardegna	1.140,4	1,3	3,9	-8,9	23,9	1,7	3,9	-4,2
<i>Nord-Ovest</i>	<i>32.200,8</i>	<i>38,1</i>	<i>6,6</i>	<i>-7,5</i>	<i>496,7</i>	<i>34,4</i>	<i>6,8</i>	<i>-3,5</i>
<i>Nord-Est</i>	<i>18.086,3</i>	<i>21,4</i>	<i>5,2</i>	<i>-8,1</i>	<i>320,4</i>	<i>22,2</i>	<i>5,8</i>	<i>-3,3</i>
<i>Centro</i>	<i>21.219,6</i>	<i>25,1</i>	<i>6,6</i>	<i>-8,6</i>	<i>347,2</i>	<i>24,0</i>	<i>6,5</i>	<i>-3,4</i>
<i>Mezzogiorno</i>	<i>13.095,9</i>	<i>15,5</i>	<i>3,9</i>	<i>-8,4</i>	<i>281,3</i>	<i>19,5</i>	<i>4,2</i>	<i>-3,8</i>
<b>ITALIA</b>	<b>84.602,6</b>	<b>100,0</b>	<b>5,7</b>	<b>-8,1</b>	<b>1.445,6</b>	<b>100,0</b>	<b>5,8</b>	<b>-3,5</b>

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2021

**Valore aggiunto e occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo italiano per comparto**  
Anno 2020 (valori assoluti, composizioni percentuali e incidenze sul totale economia)

	Valore aggiunto			Occupazione		
	Valori assoluti (milioni di euro)	In % sul totale SPCC	In % sul totale economia	Valori assoluti (in migliaia)	In % sul totale SPCC	In % sul totale economia
Architettura e design	6.774,5	8,0	0,5	146,8	10,2	0,6
Comunicazione	4.508,4	5,3	0,3	108,9	7,5	0,4
Audiovisivo e musica	5.269,6	6,2	0,4	54,7	3,8	0,2
Videogiochi e software	13.640,9	16,1	0,9	168,3	11,6	0,7
Editoria e stampa	10.013,8	11,8	0,7	194,6	13,5	0,8
Performing arts e arti visive	3.978,9	4,7	0,3	95,1	6,6	0,4
Patrimonio storico e artistico	2.481,7	2,9	0,2	53,1	3,7	0,2
<b>CORE CULTURA</b>	<b>46.667,7</b>	<b>55,2</b>	<b>3,1</b>	<b>821,3</b>	<b>56,8</b>	<b>3,3</b>
<b>CREATIVE DRIVEN</b>	<b>37.934,8</b>	<b>44,8</b>	<b>2,5</b>	<b>624,3</b>	<b>43,2</b>	<b>2,5</b>
<b>TOTALE SPCC</b>	<b>84.602,6</b>	<b>100,0</b>	<b>5,7</b>	<b>1.445,6</b>	<b>100,0</b>	<b>5,8</b>

Fonte: Unioncamere, Fondazione Symbola, 2021



*Il rapporto completo si trova su [www.symbola.net](http://www.symbola.net)*

---

Con il patrocinio di



In collaborazione con



ISTITUTO PER  
IL CREDITO  
SPORTIVO

Partner



CENTRO STUDI DELLE  
CAMERE DI COMMERCIO  
GUGLIELMO TAGLIACARNE

