

# Symbola nel 2021 aumenta il valore aggiunto della Cultura, mentre diminuisce l'occupazione

di Giuseppe Cosenza

15 settembre 2022

## IO SONO CULTURA 2022

L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi

Il 15 settembre a Roma al Museo MAXXI la presentazione rapporto Io sono Cultura 2022



Credits: Fornasetti, Tema e Variazioni n. 01

Al [MAXXI](#) di Roma e sui canali social della [Fondazione Symbola](#) viene presentato il 12° rapporto “[Io sono Cultura 2022. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi](#)”. La ricerca annuale, che analizza la filiera culturale e creativa e l'industria manifatturiera influenzata dalla cultura (creative driven), è realizzata da [Fondazione Symbola](#) e [Unioncamere](#), con la collaborazione del [Centro Studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne](#), insieme a Regione Marche e [Istituto per il Credito Sportivo](#).

### I risultati

Publicato per la prima volta nel 2011, il Rapporto vuole dimostrare che il settore culturale creativo è un aspetto fondamentale dell'economia italiana ed è da traino per quei settori che non sono propriamente creativi come, ad esempio, l'industria automobilistica, l'agricoltura e l'aerospaziale. Il Rapporto presentato in anteprima da [Arteconomy24](#) ai suoi lettori è suddiviso in tre capitoli: 1. Cultura e creatività nel mondo; 2. I numeri del sistema produttivo culturale e creativo in Italia; 3. Geografie della produzione culturale e creativa in Italia. La ricerca evidenzia come, nonostante le difficoltà, l'Italia possa svolgere un ruolo di primo piano nella transizione ecologica proprio grazie alla sua capacità “naturale” di incrociare bellezza, design e tecnologia, almeno si spera. Quindi, diventa simbolica la scelta di presentare lo studio proprio al MAXXI di Roma che nel giugno scorso ha ospitato, alla presenza di **Ursula von der Leyen**, presidente della Commissione Europea, la prima edizione del [Festival Internazionale New European Bauhaus](#), il programma che ha l'ambizione di promuovere una nuova cultura della sostenibilità ambientale tra i cittadini dell'Unione Europea.

## La mappa della produzione culturale

Il Rapporto Symbola rappresenta una fotografia di ciò che è accaduto nel 2021, periodo post Covid-19, e delle dinamiche del triennio 2019-2021; inoltre l'enorme base di dati è arricchita da numerosi progetti nazionali e internazionali che disegnano una mappa dell'Italia creativa e produttiva che sorprende per vivacità e innovazione. Il Rapporto mantiene la perimetrazione dei settori culturali in base alla classificazione tipica dei codici Ateco 2007 secondo una suddivisione in sette “macro-domini” quali: Architettura e design; Comunicazione; Audiovisivo e musica; Videogiochi e software; Editoria e stampa; Performing arts e arti visive; Patrimonio storico e artistico. Tale classificazione differisce da quella europea utilizzata da Eurostat ESSnet (ripresa dall'ISTAT nel rapporto BES-Benessere Equo Sostenibile) la quale, secondo gli ambiti NACE, suddivide i settori culturali in dieci categorie: patrimonio culturale (materiale e immateriale); archivi; biblioteche; editoria e stampa; arti visive (compreso il design); arti performative; audiovisivi e multimedia; architettura; pubblicità; artigianato. A loro volta suddivisi in sei funzioni della catena del valore: creazione, produzione-pubblicazione, distribuzione-commercio, conservazione, educazione, management-regolamentazione. All'apparenza può sembrare una questione di lana caprina, tuttavia la classificazione indirizza le politiche e i finanziamenti europei, anche per quanto riguarda il finanziamento alle imprese creative con i fondi del PNRR Cultura 4.0.

Nel primo capitolo del rapporto si evidenzia l'importanza del Sistema Culturale e Creativo, nonostante le difficoltà derivate dalla pandemia, in quanto il suo peso rispetto al Pil mondiale è pari al 3,1% e occupa il 6,2% della forza lavoro globale. Il settore ha dato prova di resistere agli urti della crisi nei Paesi dove il reddito generato dalle nuove economie ha creato una nuova domanda per beni e servizi creativi, attraverso operazioni trasversali capaci di sviluppare nuove sinergie tra incentivi statali e iniziative di mercato. Tra i tanti esempi riportati c'è quello della Corea del Sud, tra le economie più importanti al mondo, capace di valorizzare il proprio prodotto culturale e di esportare i contenuti d'intrattenimento per 9,6 miliardi di dollari (circa 9 miliardi di euro), con un valore quasi raddoppiato in soli quattro anni. La vivacità di questo Paese è dimostrata dall'interessante padiglione presentato alla Biennale Arte di Venezia 2022 e al successo incredibile della serie **Squid Game** seguita da milioni di persone su Netflix.

In ambito europeo, tra gli strumenti introdotti il rapporto sottolinea l'implementazione dei fondi del progetto I-Portunus (21 milioni di euro), di Europa Creativa (con un budget rafforzato di 100 milioni di euro) e il New European Bauhaus, che, grazie alle sinergie tra politiche e programmi esistenti, è passato dai 25 milioni di euro iniziali a 85 milioni. Dopo il successo del progetto pilota i-Portunus, lanciato nel 2019, il programma Europa Creativa dedicherà gran parte del budget 2022 del filone Cultura al nuovo bando per la mobilità degli artisti. Con una cifra pari a 21 milioni di euro, il programma sosterrà per il primo anno un'azione di mobilità transnazionale di artisti, creatori o professionisti della cultura, con lo scopo di creare collaborazioni internazionali, opportunità di sviluppo professionale e formazione. La pubblicazione del bando è prevista per il prossimo autunno.

Il secondo capitolo contiene le statistiche del Sistema Produttivo Culturale e Creativo Italiano, dimostrando, in gran parte, come il comparto sia stato in grado di assorbire lo shock provocato dalla crisi pandemica, con molte luci ed ombre. Difatti, se nel 2021, la ricchezza prodotta dalla filiera è aumentata del 4,2% rispetto ai dati del 2020, non si può dire lo stesso dell'occupazione, che risente di una diminuzione del 2019, con una contrazione di quasi mezzo punto percentuale (-0,6%). Un altro dato interessante è il moltiplicatore degli investimenti che di media è pari a 1,8 (per 1 euro prodotto se ne generano 1,8 nel resto dell'economia) che sale a 2 per il Patrimonio storico artistico, con il settore museale, quindi con un valore sopra la media.

### I settori più forti e quelli più fragili

Il valore aggiunto prodotto dall'intero settore comparto creativo è di quasi 89 miliardi di euro, dei quali 48,6 miliardi di euro hanno riguardato il core cultura, mentre gli altri 40 miliardi di euro sono da associare al comparto delle attività creative driven, formato dalle attività produttive dei soli professionisti culturali e creativi che lavorano in settori non core (ad esempio il designer che lavora nel settore automobilistico o il regista che lavora nel settore della moda). Il settore culturale e creativo è in crescita

rispetto al 2020 (+4,2%), ma non ancora in grado di recuperare la perdita a partire dal 2019 (-3,4%). Tale decremento risulta essere più alto rispetto alla media registrata dall'intera economia italiana (-1,1%). Nonostante la crisi pandemica abbia intaccato maggiormente il sistema produttivo, il contributo della filiera alla creazione di ricchezza ed occupazione nel Paese appare ancora tutt'altro che residuale, attestandosi, rispettivamente, al 5,6% e 5,8%.

Il livello di occupazione nella filiera culturale pari a 1,46 milioni posti di lavoro ha subito una contrazione rispetto al 2019 del -2,3% e del -0,6% rispetto al 2020, valori sotto la media dell'economia italiana.

In termini relativi il settore dei Videogiochi software realizza un valore aggiunto di quasi 14 miliardi di euro, pari allo 0,9% del dato nazionale e conta quasi 180mila occupati, segue l'Editoria e stampa con 10,5 miliardi di euro di valore aggiunto, un'incidenza di 0,7% sull'economia nazionale e 195mila occupati. A seguire l'Architettura e design (7 miliardi di euro di valore aggiunto, 0,4% su totale dell'economia e 148mila occupati), l'Audiovisivo e musica (5,2 miliardi di euro di valore aggiunto, 0,3% su totale dell'economia e 55mila occupati), le Performing arts e arti visive (4,2 miliardi di euro di valore aggiunto, 0,3% su totale dell'economia e 91mila occupati) e la Comunicazione (quasi 5,0 miliardi di euro di valore aggiunto, 0,3% su totale dell'economia e 111mila occupati). Rimane fanalino di coda il settore che riguarda il nostro Patrimonio storico e artistico, in quanto realizza il 2,7 miliardi di euro del valore aggiunto, lo 0,2% del totale Italia e occupa 51.100 unità.

Un livello di occupazione molto bassa se si considerano i 4.908 mila musei, piccoli e grandi, censiti dall'Istat, per una media di 10 occupati per museo.

## La geografia culturale

Dal punto di vista territoriale le regioni più importanti sono la Lombardia (24 miliardi di euro di valore aggiunto e 343mila lavoratori) e il Lazio (13,4 miliardi di euro e 190mila lavoratori). Si conferma il divario tra Nord e Sud, dove il primo è superiore più del doppio in termini di valore aggiunto e di occupazione: al Nord il valore aggiunto è pari a euro 53 miliardi e l'occupazione a 827mila unità contro rispettivamente 13,6 miliardi e un'occupazione a 283mila unità al Sud.

## Non profit creativo culturale

Il capitolo secondo si conclude con un'interessante analisi del settore non profit creativo culturale, in cui emerge che la maggior parte degli operatori del settore operano nelle Performing arts e arti visive (85,2%) laddove è impiegata più della metà (il 55,9%) delle risorse umane retribuite. Inoltre, analizzando la percentuale di organizzazioni non profit operanti nel settore culturale e ricreativo sul totale delle imprese for profit attive in tale settore, emerge un risultato importante, ossia le percentuali più elevate sono osservabili nel Sud Italia (17,2%) e nelle Isole (23,2%), rispetto al Nord Est (16,7%), Nord Ovest (11,3%) e alla media italiana (15,1%). Il terzo e ultimo capitolo è composto da diversi contributi in cui si evidenziano i casi di eccellenza della produzione culturale italiana. Tra questi segnaliamo "Videogioco: ultima frontiera. La trasformazione sociale e culturale del mondo post-pandemico è trainata dall'interattivo" e "Processi di gestione e governance del patrimonio culturale".

**Ermete Realacci**, presidente della Fondazione Symbola, sottolinea che "Negli ultimi anni, l'esportazione dei prodotti made in Italy ha retto agli effetti della crisi, registrando una crescita superiore rispetto ad altri paesi. Questa forza è attribuibile, a mio avviso, alla cultura, nel suo significato più ampio, in quanto oltre ad avere un valore identitario possiede anche un valore economico. La forza dell'Italia è realizzare cose belle che piacciono al mondo e ciò si collega al ruolo centrale che hanno la cultura e il design in tutti i comparti produttivi, sia in quelli tradizionali come il legno arredo, sia in quelli di frontiera come la meccatronica. Non a caso, il Salone Internazionale del Mobile di Milano è uno degli appuntamenti più importanti al mondo perché incarna l'essenza del design. Il rapporto tra economia e cultura, a volte, è inconsapevole, ed è scelto dalle imprese perché è nei loro cromosomi. La connessione tra economia, crescita e cultura spesso è sottovalutata nell'analisi dell'economia italiana, e su questo tema anche la politica non

comprende appieno il fenomeno”.

Riproduzione riservata ©

---

**ARGOMENTI** [valore aggiunto](#) [Italia](#) [Netflix](#) [Unione Europea](#) [Roma](#)

---

P.I. 00777910159 | © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati

Il Sole **24 ORE**