

Interreg
Italia-Österreich
CROSSINNO

European Regional Development Fund



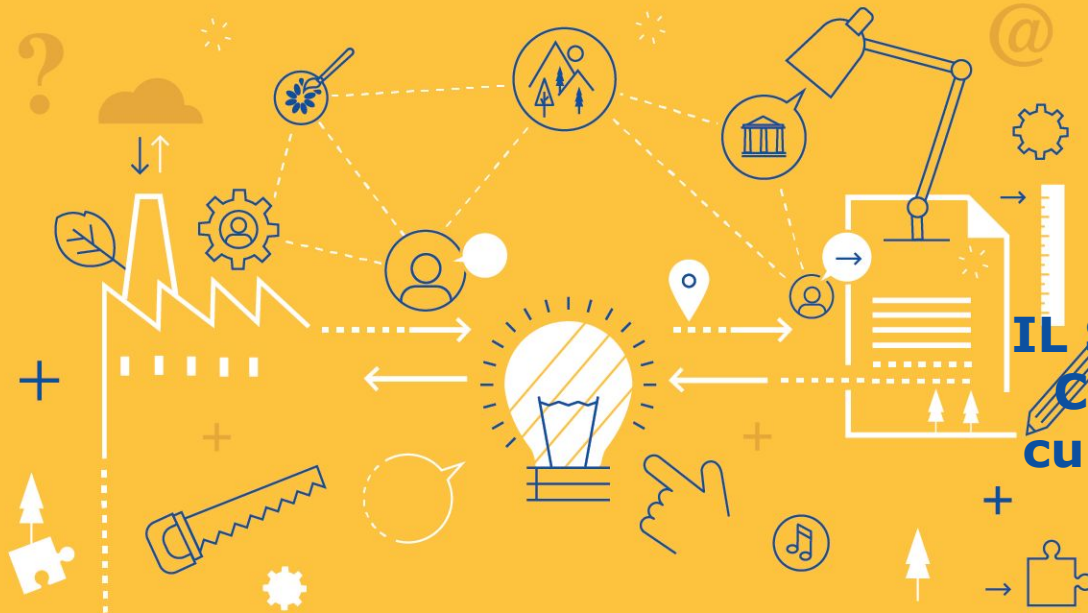
EUROPEAN UNION

CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO - DOLOMITI
bellezza e impresa



Provincia
belluno
dolomiti

REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA



Project CROSSINNO

**IL SISTEMA PRODUTTIVO
CULTURALE CREATIVO**
cultura e creatività come
fattori di identità
e di sviluppo



Il materiale che segue è tratto dal *X Rapporto annuale* “*Io sono Cultura 2020*”, promosso da Fondazione Symbola, e da articoli correlati, che analizza la filiera culturale e creativa e l’industria manifatturiera influenzata dalla cultura.

Per approfondimenti consultare il sito della fondazione al seguente link:
<https://www.symbola.net/ricerca/io-sono-cultura-2020/>



IL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE CREATIVO

Core Cultura:

Industrie creative
Industrie culturali
Patrimonio storico-artistico
Performing arts

Core Cultura

Creative driven

Creative driven:

Attività che, pur non facendo parte della filiera, impiegano contenuti e competenze culturali e creative per accrescere il valore dei propri prodotti (grafici o illustratori, designer, architetti, comunicatori, fotografi, sviluppatori videogame, registi, autori/scrittori, storyteller, attori/performers, musicisti, videomaker, artisti, organizzatori di eventi)



Gli **Asset culturali del territorio**, che ne rappresentano il patrimonio storico e artistico e le imprese del settore culturale e creativo sono componenti importanti della nostra economia, incrementano il valore economico e sociale del Paese e arricchiscono l'immaginario positivo dell'Italia.

La cultura e la bellezza rappresentate dalla cultura rappresentano **importanti fattori di identità e di sviluppo**. Cultura e bellezza. in Italia ma non solo, rappresentano tratti fondativi della società e grazie alla loro forte relazione con la manifattura hanno dato vita a una delle più forti identità produttive del mondo, il *made in Italy*.





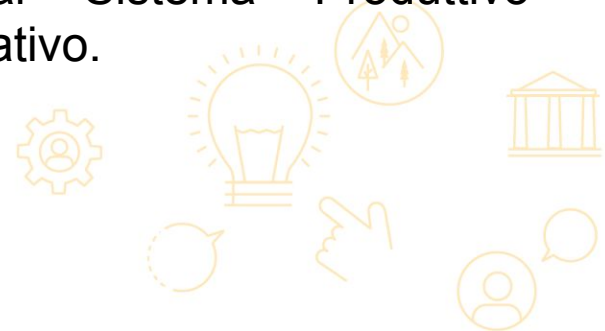
Io sono Cultura 2020
L'Italia della qualità e della bellezza
sfida la crisi



I Quaderni di Symbola

I DATI ITALIA


Il rapporto della Fondazione Symbola “Io sono Cultura”, quest’anno arrivato alla X edizione, contiene, insieme a 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 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 630mila 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.







Nel 2020

In Europa il comparto ha perso oltre il 30% del proprio volume d'affari (da circa 650 mld del 2019 a poco più di 440 mld nel 2020), con settori come quello musicale e quello delle arti performative che hanno riportato una contrazione pari, rispettivamente, al 75% e al 90%.

In Italia, l'44% degli operatori della filiera stima perdite di ricavi superiori al 15% del proprio bilancio, il 15% prospetta perdite che superano addirittura il 50%.

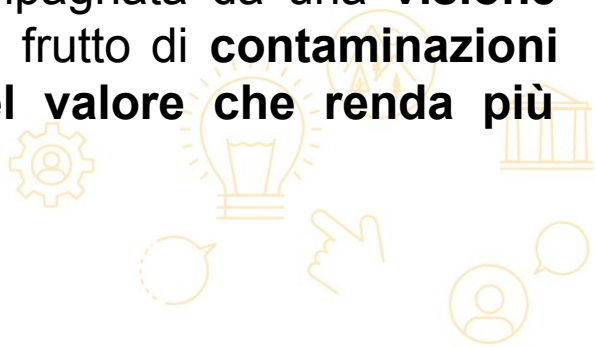
A soffrire di più sono state le imprese dei settori performing arts e arti visive, quelle operanti nella conservazione e valorizzazione del patrimonio storico e artistico.






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 i settori videogiochi, software, architettura e design. La crisi pandemica ha altresì indotto una **accelerazione della transizione digitale** nelle imprese culturali e creative in una misura superiore rispetto alla media (13,8% contro 7,3%)

La crisi pandemica ha comunque 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**.

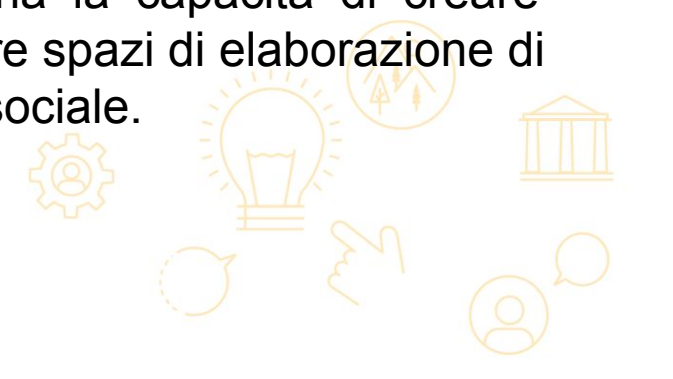




Occorre **rinsaldare i legami tra il mondo della cultura e della creatività e i mondi della produzione, della scienza e della tecnologia**, anche per guidare la transizione ecologica indicata dal Green New Deal e dal Next Generation EU.

Cultura, creatività e bellezza sono la chiave di volta di molti settori produttivi che vanno orientati fortemente alla qualità e all'innovazione.

La Cultura rappresenta un **asset strategico** che ha la capacità di creare valore economico e occupazionale ma anche di creare spazi di elaborazione di significato, che rafforzano le comunità e la coesione sociale.






Creatività e organizzazione: un intreccio inedito per l'innovazione




Per definizione le imprese creative-driven sono quelle **realità capaci di allineare aspetti di business ad una proposta culturale e/o creativa, ridefinendo e talvolta valorizzando un proprio vantaggio competitivo**. Un fenomeno possibile **grazie all'interazione, efficace, tra attori con diverse capacità e competenze** (in primis creative) ma anche per merito di organizzazioni ricettive, perché guidate da leader altrettanto creativi e visionari. Oltre i confini dell'organizzazione rileviamo, non nuova ma inedita per modalità e protagonisti, una **tensione creativa dentro l'ecosistema produttivo**, nelle costellazioni del valore che supportano le imprese. In questo quadro la produzione creative-driven si concretizza in modi diversi, talvolta complementari: tramite output produttivi/distributivi originali o tramite **processi organizzativi che adottano, a livello sistemico, un mindset creativo**.



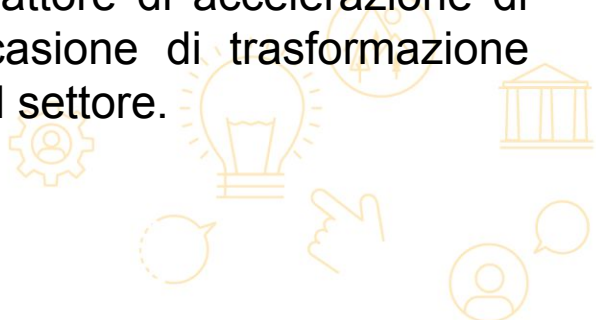


Cultura e creatività: il soft power per la ripresa



Nonostante la filiera delle industrie culturali e creative, insieme a quella del turismo, sia tra le più colpite dalle misure di contenimento imposte dal Covid-19 (ad eccezione di alcuni comparti), la storia ci insegna che **tutte le più grandi crisi sono state superate mettendo in campo grandi azioni di rinnovamento prodotte da una forte spinta culturale.**

L'impatto della crisi è stato molto forte per gran parte della filiera, come indicano numerose previsioni di calo del fatturato elaborate dai diversi comparti. La diffusione dell'epidemia, potente fattore di accelerazione di trasformazioni già in atto, può essere un'occasione di trasformazione rigenerativa per superare le principali fragilità del settore.







Cultura e creatività non sono solo un settore economico tra gli altri, ma **le competenze culturali e creative hanno il potere di innervare tutti i settori produttivi dell'economia.**

Per liberare questo potenziale rigenerativo occorre superare l'approccio settoriale e guardare alla filiera come ad un'infrastruttura immateriale per **favorire la crescita e il benessere di una società innovativa e coesa.**





Perché questo avvenga, la strada da percorrere prevede, da un lato, il **rafforzamento di tutti gli operatori culturali e creativi**, perché interagiscano efficacemente con i sistemi economici e le governance locali; dall'altro, una **maggiore compenetrazione tra competenze culturali e creative e resto dell'economia**, per rendere tutti i settori economici consapevoli del loro potenziale innovativo e pronti ad incorporarle nei processi di produzione del valore.

Il sistema ICC rappresenta un driver competitivo per tutto il sistema produttivo, al pari della green economy. Valorizzare questa filiera significa portare avanti un'idea di sviluppo che rappresenta una frontiera di crescita, economica e di coesione sociale, per tutti.



Da una parte, innovazione e creatività, tipiche espressioni delle imprese di successo vanno oltre il focus tradizionale sul prodotto/servizio, per verticalizzarsi, dentro l'organizzazione e nelle filiere di tali settori; dall'altra, si osserva il **lento movimento orizzontale della creatività, come asset strategico.**

per approfondire:

<https://www.symbola.net/approfondimento/impres-creative-driven-creativita-e-or-ganizzazione-un-intreccio-inedito-per-linnovazione/>





altri link:

<https://www.symbola.net/approfondimento/la-cultura-sfida-la-crisi-con-la-qualita-e-la-bellezza/>

<https://www.symbola.net/approfondimento/rapporto-symbola-in-crescita-il-sistema-produuttivo-culturale-del-2019/>

