



Camera di Commercio
Como



IL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO

Provincia di Como

Anno 2018



A cura di: Massimo Gaverini e Arianna Augustoni

Responsabile: Caterina Lorenzon

Ufficio Studi e Statistica

Area promozione delle imprese e sviluppo del territorio

Dicembre 2018

Camera di Commercio di Como

Via Parini, 16 – 22100 Como

Tel.: 031.256318 - 031.256393

Fax.: 031.240826

E-mail: studi@co.camcom.it

Website: www.co.camcom.gov.it

Si autorizza la riproduzione a fini non commerciali e con la citazione della fonte.

riescono a essere competitive sui mercati internazionali. Tra le attività si ricomprendono anche quelle più espressive dell'enogastronomia italiana, unica e apprezzata nel mondo, che si manifesta anche attraverso la specifica attività di ristorazione¹;

3. **Patrimonio storico-artistico architettonico:** le attività (svolte in forma di impresa) aventi a che fare con la conservazione, la fruizione e la messa a valore del patrimonio, tanto nelle sue dimensioni tangibili che in quelle intangibili (musei, biblioteche, archivi, gestione di luoghi o monumenti, ecc.);
4. **Performing arts e arti visive:** le attività che, per la loro natura, non si prestano a un modello di organizzazione di tipo industriale, o perché hanno a che fare con beni intenzionalmente non riproducibili (le arti visive), o perché hanno a che fare con eventi dal vivo che possono essere fruiti soltanto attraverso una partecipazione diretta (rappresentazioni artistiche, divertimento, convegni e fiere);
5. **Creative driven:** ovvero l'insieme di attività economiche non direttamente appartenenti al core cultura, ma sempre imputabili a questo contesto.

Al corpo centrale della ricerca, è stata inoltre affiancata 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.

All'interno del campo di osservazione si ritrovano quindi attività riconducibili sia alle forme di espressione culturale, sia a quelle in cui la dimensione espressiva si combina alle logiche della manifattura e dei servizi più tradizionali. Questo insieme di attività contribuiscono alla formazione di **un'identità culturale nazionale e a una percezione di valore simbolico del Sistema Paese** con modalità analoghe a quelle della produzione culturale.

Il cosiddetto **"made in Italy"** è, pertanto, una sintesi complessa di elementi culturali e creativi, di produzioni che hanno una loro sostenibilità economica e di altre che necessitano di un sostegno esterno, ma rimangono nondimeno indispensabili nella costruzione e nel mantenimento del nostro capitale culturale, spesso fornendo contenuti utilizzati e messi a valore da settori produttivi orientati al mercato.

¹ Nello specifico, ai fini dell'analisi, per una più corretta interpretazione del fenomeno, si è presa in considerazione l'attività di ristorazione con somministrazione (comprensiva di quella connessa alle aziende agricole), escludendo altri comparti del settore senz'altro meno collegati alla cultura enogastronomica, quali catering, bar, ecc.

Il sistema produttivo culturale e creativo nelle province italiane

1) Il valore aggiunto

Il ruolo economico del “sistema produttivo culturale e creativo” è stato misurato in termini di **valore aggiunto prodotto, di occupazione creata e di numerosità imprenditoriale.**

**Graduatoria delle prime 30 province per incidenza del VALORE AGGIUNTO culturale.
Incidenza degli occupati. Anno 2017**

COD.	PROVINCIA	VALORI ASSOLUTI		INCIDENZE PERCENTUALI	
		Valore aggiunto (milioni di euro)	Occupati (migliaia)	Valore aggiunto	Occupati
1	Milano	15.131	192,3	9,9	10,1
2	Roma	13.729	181,1	9,8	8,6
3	Torino	5.667	85,0	8,8	8,4
4	Siena	639	7,6	8,4	6,0
5	Arezzo	693	13,6	7,8	8,9
6	Firenze	2.437	39,6	7,2	7,8
7	Ancona	880	15,0	6,9	6,9
8	Aosta	280	4,5	6,9	7,2
9	Bologna	2.375	38,3	6,4	7,3
10	Modena	1.522	24,7	6,3	7,2
11	Padova	1.752	29,3	6,2	6,7
12	Trieste	452	8,0	6,2	7,4
13	Monza e della Brianza	1.442	24,9	6,2	7,3
14	Macerata	446	9,4	6,1	7,0
15	Pesaro e Urbino	516	10,5	5,9	6,7
16	Pisa	675	11,4	5,8	6,0
17	Cagliari	711	12,1	5,8	5,2
18	Reggio nell'Emilia	977	16,7	5,8	6,8
19	Verona	1.519	27,0	5,5	6,4
20	Palermo	1.180	21,5	5,5	5,6
21	Perugia	824	17,6	5,5	6,1
22	Trento	933	17,1	5,4	6,6
23	Napoli	2.902	48,3	5,4	4,9
24	Alessandria	579	11,0	5,4	6,3
25	Parma	794	13,2	5,3	5,9
26	Bari	1.265	25,1	5,3	5,3
27	Como	791	14,7	5,2	6,1
28	Rimini	463	9,5	5,2	6,2
29	Pordenone	446	8,4	5,2	6,1
30	Vicenza	1.349	24,2	5,2	6,1
	Lombardia	24.154	350,1	7,2	7,4
	ITALIA	92.250	1.520,1	6,0	6,1

Fonte: Unioncamere - Fondazione Symbola

Nel 2017 il valore aggiunto ovvero la ricchezza prodotta dal Sistema produttivo culturale e creativo **ha superato i 92 miliardi di euro**, pari al 6% della ricchezza totale prodotta dal Paese, con un incremento del +2% (a prezzi correnti) rispetto all'anno precedente.

Analizzando nel dettaglio i dati nazionali, la città al primo posto per peso del valore aggiunto culturale è risultata ancora Milano: nel 2017 infatti la sua incidenza sul totale valore aggiunto provinciale è stata del 9,9%. Al secondo posto Roma con il 9,8% di valore aggiunto imputabile al settore culturale. Sul podio sale anche Torino, con l'8,8%.

Dalla graduatoria sopra riportata si evince che le attività culturali hanno una maggiore incidenza soprattutto nei centri metropolitani, ma anche nei distretti industriali e nelle province ricche di piccoli borghi caratterizzati da flussi turistici con motivazioni storiche ed artistiche.

Como si è piazzata al 27esimo posto della classifica italiana con un'incidenza del 5,2% sul totale valore aggiunto provinciale (in valori assoluti si tratta di 791 milioni di euro). Un piazzamento importante in quanto il capoluogo lariano è terzo a livello regionale per "industria della cultura", dietro a Milano e a Monza Brianza.

Con riferimento ai **diversi settori, a livello nazionale** le "industrie culturali" (film, video, radio, tv, software, videogames, musica, editoria) hanno prodotto 33,6 miliardi di euro di valore aggiunto (vale a dire il 2,2% del complessivo nazionale); le "industrie creative" (architettura, comunicazione, design) hanno generato a loro volta 13,4 miliardi di valore aggiunto (0,9% del totale nazionale). Il valore aggiunto delle attività di "conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale" ha toccato quota 2,8 miliardi di euro; le "performing arts e le arti visive" sono state capaci di produrre quasi 7,9 miliardi di euro di ricchezza.

Per quanto riguarda poi le attività *creative driven* (attività non direttamente riconducibili al settore, ma che impiegano professionalità tipiche del mondo culturale e creativo e quindi caratterizzate da strette sinergie con il settore stesso), la ricchezza generata è stata pari a circa 34,5 miliardi di euro (2,2% del totale Italia).

Posizione delle province lombarde (sul totale delle province italiane) per incidenza del VALORE AGGIUNTO per sotto-settore. Anno 2017

Territorio*	Industrie creative			Industrie culturali				Performing arts e arti visive	Patrimonio storico e artistico	Creative driven	Tot. Sistema produttivo culturale e creativo
	Architettura	Comunicazione	Design	Film, video, radio e tv	Software e videogames	Musica	Editoria				
Varese	8	34	20	93	56	14	17	46	86	23	35
Como	6	39	2	57	66	23	13	53	78	26	27
Sondrio	16	73	57	105	89	18	71	93	85	71	84
Milano	11	1	4	2	3	7	1	5	53	18	1
Bergamo	22	19	19	94	41	67	5	68	74	39	37
Brescia	54	50	40	82	36	62	50	29	63	33	46
Pavia	59	62	43	95	47	61	60	6	88	42	48
Cremona	35	63	28	22	73	4	19	49	76	69	51
Mantova	64	2	44	98	61	78	87	73	37	56	55
Lecco	2	23	10	92	39	98	35	83	95	27	38
Lodi	30	58	61	109	6	38	52	88	109	85	49
Monza-Brianza	3	3	6	86	18	22	31	52	82	19	13
LOMBARDIA	2	1	2	3	4	2	1	6	15	7	2

Nelle graduatorie per incidenza del valore aggiunto per settori, la provincia di Como spicca per il design (2° posto in Italia), l'architettura (6° posto), l'editoria (13°). Risultano assolutamente da sviluppare le attività relative al patrimonio storico ed artistico (vale a dire le attività svolte in forma di impresa aventi a che fare con la conservazione, la fruizione e la messa a valore del patrimonio - musei, biblioteche, archivi, gestione di luoghi o monumenti, ecc.), in cui Como si è piazzata solo al 78° posto della classifica italiana.

2) Gli addetti

Nel 2017 gli addetti delle imprese culturali italiane ammontavano a circa 1,5 milioni di persone, pari al 6,1% del totale degli occupati, in crescita del +1,6% rispetto al 2016.

Per quanto riguarda la provincia di Como, l'ambito culturale ha impiegato circa 15mila addetti, pari al 6,1% della forza lavoro complessiva lariana (al terzo posto in Lombardia dopo Milano e Monza Brianza).

A livello nazionale le città che hanno offerto più posti di lavoro nel settore culturale sono state **Milano** (con un'incidenza del 10,1% sul totale occupati della provincia), **Arezzo** (8,9%), **Roma** (8,6%) e **Torino** (8,4%). Da segnalare in Lombardia anche **Monza Brianza** con un'incidenza del 7,3%.

Con riferimento ai **diversi settori**, le "industrie culturali" (film, video, radio, tv, software, videogames, musica, editoria) hanno dato occupazione a circa mezzo milione di persone (vale a dire l'1,9% degli occupati totali italiani); le "industrie creative" (architettura, comunicazione, design) hanno dato lavoro a 260.000 addetti. La "conservazione e la valorizzazione del patrimonio culturale" ha impiegato 51.000 addetti; le "performing arts e le arti visive" 141.000 persone.

L'analisi si completa con l'occupazione nel comparto *creative driven* (attività non direttamente riconducibili al settore, ma che impiegano professionalità tipiche del mondo culturale e creativo e quindi caratterizzate da strette sinergie con il settore stesso): circa 579.000 addetti.

Nella graduatoria delle province per incidenza degli occupati, suddivisi per sotto-settore, nel 2017 Como si è piazzata al 20esimo posto della classifica nazionale (in Lombardia dietro solo a Milano, 1° posto, e a Monza Brianza, 7° posto). Anche considerando gli addetti la provincia di Como spicca per il design (2° posto in Italia), l'architettura (9° posto), l'editoria (10°). Si conferma la debolezza delle attività relative al patrimonio storico ed artistico, in cui Como si è piazzata solo all'81° posto della classifica italiana.

Graduatoria province lombarde per incidenza OCCUPATI per sotto-settore - anno 2017

Territorio*	Industrie creative			Industrie culturali				Performing arts e arti visive	Patrimonio storico e artistico	Creative driven	Tot. Sistema produttivo culturale e creativo
	Architettura	Comunicazione	Design	Film, video, radio e tv	Software e videogames	Musica	Editoria				
Varese	6	28	19	89	41	14	21	48	96	22	30
Como	9	39	2	48	56	26	10	52	81	18	20
Sondrio	25	75	63	108	102	17	86	92	83	80	93
Milano	16	1	4	2	2	7	1	6	54	20	1
Bergamo	20	17	21	100	39	86	2	74	78	42	35
Brescia	50	48	36	82	37	68	60	40	66	36	52
Pavia	52	57	43	93	55	81	57	8	88	34	46
Cremona	22	56	23	13	65	4	12	47	77	59	41
Mantova	63	2	45	103	63	83	90	73	39	49	45
Lecco	2	23	10	90	29	99	35	83	107	24	32
Lodi	21	58	57	110	5	42	43	85	110	75	47
Monza-Brianza	3	3	6	66	15	22	28	46	82	12	7
LOMBARDIA	3	1	2	3	4	2	1	5	18	8	2

* posizioni rispetto alle province/regioni italiane

3) Il numero di imprese registrate

Nell'ambito del sistema produttivo culturale e creativo, si stima che la componente privata incida per circa l'80% del valore aggiunto e dell'occupazione. **E' necessario pertanto approfondire l'analisi della struttura imprenditoriale**, utilizzando gli archivi camerali del Registro Imprese.

Nel 2017 le imprese operanti nel sistema produttivo culturale e creativo nazionale nel complesso hanno sfiorato le 415mila unità, ovvero il 6,7% delle imprese italiane (in crescita del +0,2% rispetto all'anno precedente).

Il numero delle aziende dei settori del *core culturale* (industrie culturali e creative, patrimonio storico-artistico, performing arts e arti visive) è risultato pari a quasi 290mila unità (pari al 4,7% delle aziende italiane). A queste possono essere aggiunte altre 125mila imprese ascrivibili (ipoteticamente) a vario titolo al comparto *creative driven*².

Tra le province spicca **Milano** con un'incidenza dell'11,0% sul totale delle imprese registrate (8,6% riconducibile al *core culturale* e 2,4% al *creative driven*). Seguono in classifica **Roma** (con un'incidenza del 9,5%), **Firenze e Trieste** (9,3%).

Como si piazza al settimo posto nella graduatoria nazionale, con un'incidenza dell'8,6% sul totale delle attività economiche provinciali, derivanti da un peso del *core culturale* del 5,8% e del *creative driven* del 2,8%.

Nei primi dieci posti a livello nazionale rientrano anche le province di Monza Brianza (con l'8,8%) e di Lecco (8,5%).

Graduatoria delle prime 10 province per incidenza delle IMPRESE CULTURALI. Anno 2017

Posizione	Provincia	Incidenza % sul	Incidenza % sul	Incidenza % sul
		totale per territorio CORE CULTURALE	totale per territorio CREATIVE DRIVEN	totale per territorio TOTALE
1	Milano	8,6	2,4	11,0
2	Roma	7,2	2,3	9,5
3	Firenze	6,5	2,8	9,3
4	Trieste	6,2	3,1	9,3
5	Monza-Brianza	5,9	2,9	8,8
6	Bologna	6,0	2,8	8,8
7	Como	5,8	2,8	8,6
8	Lecco	5,8	2,7	8,5
9	Arezzo	4,2	4,0	8,2
10	Varese	5,0	2,8	7,8

² La stima delle imprese *creative driven* deriva dall'applicazione della dimensione media d'impresa al numero di professioni culturali e creative presenti in ogni settore e in ogni territorio.

4) La spesa turistica

Le dinamiche turistiche sono strettamente correlate alla ricchezza del patrimonio culturale, artistico, paesaggistico e naturale di un territorio. In altre parole il settore culturale ed il comparto del turismo devono operare in stretta sinergia, a vantaggio di tutti.

Secondo lo studio Unioncamere-Fondazione Symbola, il **valore della spesa turistica attivato dalla cultura nel 2017 in Italia può essere quantificato in circa 30,9 miliardi di euro** (pari al 38,1% della spesa turistica complessiva); un valore in crescita rispetto a quanto stimato per il 2016 (37,9%).

Il ruolo della cultura nel valorizzare la spesa turistica sembra crescere in modo rilevante nei centri medio – grandi (oltre i 250mila abitanti) e soprattutto nelle grandi realtà metropolitane del Paese.

Con riferimento alla provincia di Como lo studio stima che **la spesa turistica attivata dal sistema produttivo culturale e creativo sia pari al 56% del totale provinciale**, collocando il territorio lariano al decimo posto della graduatoria nazionale.

Tra le province lombarde fa ancora meglio Monza Brianza dove il sistema culturale e creativo genera il 65,9% della spesa turistica provinciale (5° posto assoluto in Italia); dietro Como vengono Milano (12° posto, con un'incidenza del 55,8%), Bergamo (53,5%), Lecco (52,6%).