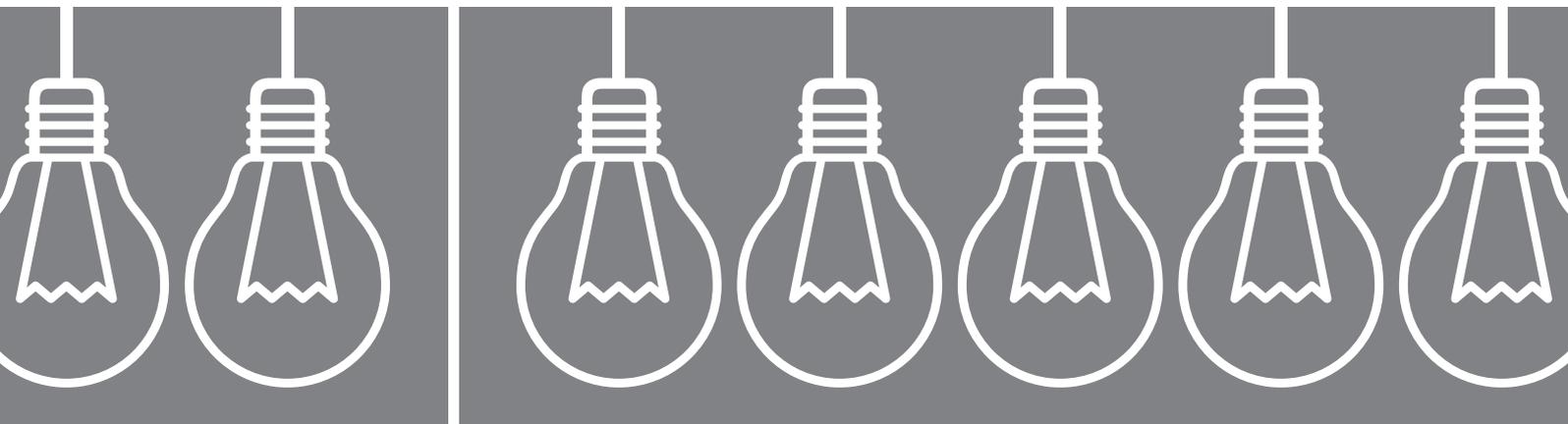




**EMILIA-ROMAGNA**  
UN PATRIMONIO DI  
CULTURE E UMANITÀ

2018   
ANNO EUROPEO  
DEL PATRIMONIO  
CULTURALE  
#EuropeForCulture



# ECONOMIA ARANCIONE IN EMILIA-ROMAGNA

**CULTURA**  
**CREATIVITÀ**  
**INDUSTRIA** 

## Credits

Le attività di ricerca e redazione del presente rapporto sono state realizzate da un gruppo di lavoro composto da:

- Coordinatore scientifico  
*Michele Trimarchi* (Economista della cultura)
- Comitato tecnico-scientifico:  
*Daniele Donati* (Docente di Diritto amministrativo, dei media, della cultura-Università di Bologna)  
*Fabrizio Montanari* (Università degli studi di Modena e Reggio Emilia)  
*Roberta Paltrinieri* (Sociologa della cultura - Università di Bologna)
- per ERVET (Emilia Romagna Valorizzazione Economica del Territorio):  
*Roberto Righetti* (Direttore Operativo ERVET, Responsabile ERVET del progetto di ricerca)  
*Roberta Dall'Olio* (Responsabile Unità Unione Europea Cooperazione Territoriale e Internazionale, Innovazione Sociale)  
*Daniela Boldarino* (Ricerca)

Tutte le attività sono state svolte in stretto contatto con l'Assessorato alla Cultura, Politiche giovanili e Politiche per la legalità della Regione Emilia-Romagna

I singoli contributi sono attribuibili ai seguenti autori:

**Cap. 1** è opera di *Michele Trimarchi*

**Cap. 2** è opera di *Andrea Margelli (Ervet)* con *Roberto Righetti, Claudio Mura (Ervet), Valentina Giacomini (Ervet)*

**Cap. 3** è opera di *Matteo Michetti (Ervet), Claudio Mura, Valentina Giacomini*

**Cap. 4:**

**4.1 – 4.2 – 4.3 – 4.4** sono opera di *Massimo Guagnini (Prometeia)* con *Roberto Righetti e Valentina Giacomini*

**4.5 – 4.6** sono opera di *Matteo Michetti* con *Roberto Righetti*

**Cap. 5** è opera di *Roberto Righetti e Silvia Ringolfi (Ervet)*

**Cap. 6:**

**6.1** è opera di *Roberta Dall'Olio, Silvia Tomasi (Ervet), Andrea Pignatti (Ervet), Rita Fioresi (Ervet), Graziana Galati (Ervet – Delegazione Regione Emilia-Romagna presso l'UE)*

**6.2** è opera di *Michele Trimarchi*

**6.3** è opera di *Gianni Cottafavi (R.E.R.)* con *Simona Giuliano (Osservatorio dello Spettacolo R.E.R.), Claudia Collina (IBACN), Daniela Boldarino*

**6.4** è opera di *Antonio Volpone (ATER – Ervet)* con *Marina Mingozi (R.E.R.)*

**6.5.1** è opera di *Silvano Bertini (R.E.R.)*

**6.5.2** è opera di *ASTER*

**6.5.3** è opera di *Flaviano Celaschi (Clust-ER), Massimo Garuti (Clust-ER), Barbara Busi (Aster), Elena Vai (You-Tool srl), Carlo Branzaglia (Accademia Belle Arti-Bologna), Federica Muzzarelli (Unibo), Massimiliano Fantini (Romagnatech), Sara Saleri (RE:Lab), Irene Giancaterino (Fondazione Democenter), Edi Valpreda (Progetto Tecnopolo Bologna)*

**6.5.4** è opera di *Silvia Porretta (Progetto Incredibol - responsabile Giorgia Boldrini, Comune di Bologna, Dipartimento cultura e promozione della città)*

**6.5.5** è opera di *Barbara Busi (Aster)*

**6.6** è opera di *Francesca Bergamini (R.E.R.)* ed *Elena Rossi (R.E.R.)*

**6.7** è opera di *Rita Trombini (Ervet)*

**6.8** è opera di *Daniela Boldarino*

Cap. 7 è opera di *Francesca Selleri (ricercatrice)*

Cap. 8 è opera di *Mariangela Dalfovo (ricercatrice)*

Cap. 9 è opera di *Laura Fattorini (ricercatrice)*

Cap. 10 è opera di *Nicole Lunardi (ricercatrice)*

Cap. 11 è opera di *Maria Naomi Galavotti (ricercatrice)*

Cap 12:

12.1 è opera di *Stefano Botti (Ervet)*

12.2 è opera di *Antonio Volpone con Pino Aiello (Osservatorio dello spettacolo R.E.R.), Simona Giuliano, Patrizio Cenacchi (Ater), Valentina Tosi (Ater)*

12.3 è opera di *Antonio Volpone con Valentina Tosi*

12.4 è opera di *Antonio Volpone con Brunella Argelli (IBACN), Manuela Cristoni (IBACN), Monica Ferrarini (IBACN) e Fiamma Lenzi (IBACN)*

12.5 è opera di *Roberto Righetti*

12.6 è opera di *Stefano Botti e Alberta Scheda (R.E.R.)*

12.7 è opera di *Massimo Cataldi (Ervet) e Stefania Capelli (Ervet)*

12.8 è opera di *Valentina Tosi con Simona Giuliano e Antonio Volpone*

12.9 è opera di *Valentina Tosi con Antonio Volpone*

Cap. 13 è opera di *Antonio Volpone*

Cap. 14 è opera di *Michele Trimarchi*

Editing a cura di *Lara Pasquini (Ervet) con Tiziana Capodieci (Ervet)*

## ERVET ringrazia

per la preziosa collaborazione:

- *gli Assessori alla Cultura dei Comuni capoluogo della Regione Emilia-Romagna*, che hanno attivamente partecipato ai lavori attraverso le interviste e la supervisione delle Schede di approfondimento relative ai 10 Comuni coinvolti;
- *Michele Trimarchi* ed il suo team per avere illuminato la strada
- *Roberta Paltrinieri, Fabrizio Montanari, Daniele Donati* per il contributo mai banale
- *i colleghi di Aster, con cui saremo presto ARTER. Mai nome fu più indicato per un rapporto di questo tipo*
- *Presidente e Direttore dell'associazione cluster Create*
- *l'Istituto per i beni artistici, culturali e naturali (IBC) e l'Osservatorio dello Spettacolo della Regione Emilia-Romagna*, che hanno messo a disposizione della presente ricerca i numerosi dati in loro possesso;
- *Massimo Mezzetti e Gianni Cottafavi* per averci dato di nuovo la possibilità
- *I tanti colleghi ed amici che abbiamo tenuto sotto pressione in questi mesi e che hanno usato del proprio tempo libero per redigere i diversi contributi*

*Roberto Righetti ringrazia in particolare Antonio Volpone per lo sforzo sovrumano, le ragazze ed i ragazzi di ERVET ed in particolare, per la loro pazienza e incredibile costanza, Claudio Mura, Matteo Michetti, Valentina Giacomini, Daniela Boldarino. Poi, come sempre, tocca a Lara Pasquini tenere tutto insieme.*



## Indice

Introduzione .....	4
Parte I - Mappe.....	8
<b>1. La creatività come fonte di crescita del territorio.....</b>	<b>8</b>
1.2 Un glossario della creatività .....	8
1.2 I fondamentali dell'economia culturale e creativa .....	13
1.3 Cultura e creatività nei diversi comparti economici .....	18
Parte I - Mappe.....	23
<b>2. Industrie culturali creative in Emilia-Romagna.....</b>	<b>23</b>
2.1 Il dibattito sui settori culturali e creativi .....	23
2.2. Filiere, ecosistemi e settori: un problema di policy .....	33
2.3 Il modello analitico dell'Emilia-Romagna .....	36
2.4 Le industrie culturali e creative in Emilia-Romagna.....	39
2.5 Caratteristiche strutturali delle imprese culturali e creative.....	53
2.6 Cultura materiale, settori associati, settori creative driven o altro? .....	70
<b>3. Dinamiche del mercato del lavoro regionale e caratteristiche del lavoro creativo in     Emilia-Romagna.....</b>	<b>78</b>
3.1 Il lavoro creativo: una introduzione.....	78
3.2 L'andamento dell'occupazione in Emilia-Romagna.....	85
3.3 L'occupazione culturale e creativa in Emilia-Romagna .....	97
3.4 Un altro punto di vista: il lavoro creativo a partire dalle comunicazioni obbligatorie.....	103
<b>4. Le industrie culturali e creative in Emilia-Romagna: struttura e scenario al 2020 .....</b>	<b>119</b>
4.1 Le caratteristiche strutturali dell'industria culturale e creativa .....	121
4.2 La struttura della domanda dei prodotti e dell'offerta dell'industria culturale e creativa .....	125
4.3 Le tendenze dell'ICC a livello nazionale.....	134
4.4 Lo scenario regionale al 2020.....	138
4.5 L'interscambio commerciale dei settori ICC .....	143
4.6 L'industria Culturale e Creativa: elementi di sintesi .....	145
<b>5. Città, città creative, Smart cities.....</b>	<b>151</b>
5.1 Misurare le città .....	151
5.2 Cultural Creative Cities Monitor .....	154
5.3 Smarter: città intelligenti per città creative .....	164
<b>6. Le politiche di stimolo e sostegno alla cultura e creatività .....</b>	<b>175</b>
6.1 Le politiche dell'Unione Europea.....	175
6.2. Le politiche nazionali per la Creatività.....	216
6.3 Le politiche per la cultura in Emilia-Romagna .....	223
6.4 Politiche giovanili e giovani creativi.....	265
6.5. Politiche industriali per le Industrie culturali e creative.....	274



6.5.1 Un inquadramento generale.....	274
6.5.2 Monitoraggio della S3 in Emilia-Romagna nell'ambito ICC.....	282
6.5.3 L'associazione cluster Create.....	304
6.5.4 INCREDIBOL! - un osservatorio sulle giovani ICC dell'Emilia-Romagna.....	338
6.5.5 Un ecosistema regionale dell'innovazione alla base dello sviluppo delle Industrie Culturali e Creative.....	350
6.6 La politica per le risorse umane.....	359
6.7 L'Agenda Digitale regionale - ADER 2015-2019.....	372
6.8 Le politiche per le ICC nei Comuni Capoluogo.....	376
<b>Parte II - Orizzonti.....</b>	<b>435</b>
<b>7. La creatività tra impresa e cultura.....</b>	<b>435</b>
7.1 Impresa culturale: che cos'è?.....	435
7.2. I problemi delle cosiddette "imprese culturali".....	439
7.3. Politiche culturali a sostegno dell'imprenditorialità culturale.....	443
7.4. Impresa creativa.....	447
7.5. Considerazioni conclusive.....	450
<b>8. Una mappa della creatività: esperienze e fermenti.....</b>	<b>453</b>
8.1. La forma urbis come cornice della creatività.....	453
8.2. Le città nel tempo e nello spazio.....	461
8.3. Città nel tempo: cambiamenti, connessioni, mutazioni.....	464
8.4. Qui e ora: interventi, traiettorie e strategie.....	467
8.5. Il paradigma economico emergente.....	471
8.6. Il cittadino come attore creativo.....	475
8.7. Strumenti di navigazione e nuove rotte.....	480
<b>9. Le forme della creatività nei progetti culturali emergenti.....</b>	<b>485</b>
9.1. Elementi di fondo: le forme della creatività.....	485
9.2. La creatività nei settori culturali.....	487
9.3. Le professioni della cultura.....	489
9.4. La crisi economica e i giovani creativi.....	491
9.5. La cultura e il tema dell'inclusione.....	493
9.6. I festival.....	495
9.7. In continua trasformazione: I luoghi che cambiano.....	496
9.8. In conclusione.....	498
<b>10. Industrie creative, tra cultura e funzionalità.....</b>	<b>499</b>
10.1. Confusione e continua evoluzione.....	499
10.2. Il valore culturale del cibo.....	500
10.3 L'Industria della Moda e il patrimonio tessile.....	510
10.4 La Motorvalley emiliano-romagnola tra meccanica, design e imprenditoria.....	514
<b>11. Orizzonti multiculturali e impatto sociale della creatività.....</b>	<b>517</b>
11.1. La società dei prossimi anni, versatile e complessa.....	517
11.2. I Centri interculturali in Emilia Romagna (l'esperienza professionale).....	520
11.3 Ibridazioni del saper fare e nuovi valori.....	523
11.4 L'impatto sociale dei processi creativi.....	529

11.5 Valutare, ovvero dar valore all’impatto sociale delle progettazioni creative.....	532
<b>Parte III – Un nuovo osservatorio (della cultura e creatività) .....</b>	<b>535</b>
<b>12. Lo stato delle informazioni (un focus sulla cultura).....</b>	<b>535</b>
12.1 I consumi culturali .....	535
12.2 Performing arts.....	562
12.3 Cinema e audiovisivo .....	613
12.4 Patrimonio culturale .....	646
12.5 Il turismo culturale in Emilia-Romagna.....	667
12.7 L’andamento dei contratti pubblici in Emilia-Romagna.....	699
12.8 La spesa delle Fondazioni bancarie .....	707
<b>13. Un progetto di osservatorio regionale delle ICC .....</b>	<b>726</b>
13.1. Verso un Osservatorio regionale della Cultura e della Creatività.....	729
13.2. Una mappa sintetica di funzionamento .....	731
13.3. Dominio di Analisi .....	733
13.4. Variabili e Livelli di Analisi.....	742
13.5. Governance.....	748
13.6. Funzioni – Servizi – Attività .....	753
13.7. Strumenti.....	757
<b>Parte IV – Considerazioni conclusive .....</b>	<b>765</b>
<b>14. Le politiche di stimolo e sostegno alla creatività: riflessioni conclusive .....</b>	<b>765</b>
14.1. Creatività ed economia: tematiche e controversie .....	765
14.2. Cultura e creatività: valore e disegno delle politiche .....	769
14.3. L’impatto di cultura e creatività sull’economia territoriale .....	772
14.4. Un’agenda per i prossimi anni: il quadro istituzionale .....	775
14.5. Una nuova cassetta degli attrezzi per le politiche regionali.....	778
14.6. Il possibile ventaglio degli strumenti di sostegno .....	780

## Introduzione

Nel corso del 2011 la Regione Emilia-Romagna ed ERVET (Società in house della Regione per lo sviluppo locale), con la collaborazione dell'Osservatorio dello spettacolo, svilupparono per la prima volta in Emilia-Romagna un'importante ricerca, contributo di analisi sull'industria culturale e della creatività.

[http://www.ervet.it/wp-content/uploads/downloads/2013/10/Rapporto\\_CC\\_20apr2012.pdf](http://www.ervet.it/wp-content/uploads/downloads/2013/10/Rapporto_CC_20apr2012.pdf)

Il rapporto "C/C Cultura & Creatività, ricchezza per l'Emilia-Romagna", che fu poi presentato nei primi mesi del 2012, presentava un quadro aggiornato quantitativo e qualitativo sulle dimensioni, l'andamento, la distribuzione territoriale e le principali caratteristiche delle industrie culturali e creative in questa regione - anche a confronto con altre regioni italiane ed europee - nonché delle politiche pubbliche regionali e locali ad esse direttamente o indirettamente rivolte. Il rapporto si poneva l'obiettivo principale di evidenziare il valore economico della cultura e della creatività, dato per acquisito il loro valore intrinseco.

La ricerca fece emergere dati importanti e dimostrò come cultura e creatività potessero essere inserite a buon diritto come uno dei tratti più pregnanti nella costruzione di un'identità e di un'economia regionale volta al futuro.

La crisi dei mercati, gli alti e bassi degli indici dello spread e la recessione che attraversavamo in quel momento, e dalla quale non è detto che il sistema-Paese sia ancora pienamente uscito, se da un lato ci hanno impartito una dura lezione sul rapporto tra speculazione finanziaria ed economia reale, dall'altro ci hanno indotto a ripensare il nostro modello di sviluppo.

Se vogliamo davvero ritornare a crescere, se vogliamo ricominciare a costruire un'idea di cultura a partire dall'insegnamento che ci impartisce la crisi di questi 10 anni alle nostre spalle, dobbiamo pensare a un'ottica di medio-lungo periodo in cui lo sviluppo passi obbligatoriamente per la valorizzazione dei saperi, delle culture, puntando in questo modo sulla capacità di guidare il cambiamento. La cultura e la ricerca innescano l'innovazione, e dunque creano occupazione, producono progresso e sviluppo. La cultura, in una parola, deve tornare al centro dell'azione di governo. In questa Regione abbiamo provato a fare questo, in primo luogo con un'azione pubblica volta a fotografare, raccontare le eccellenze e a dare un respiro strategico alle politiche per la creatività e la cultura.

"Conoscere per agire" è stato ed è il nostro motto. Da questo lavoro è scaturito un radicale cambiamento di marcia. Porre la reale funzione di sviluppo della cultura al centro delle scelte di governo, significa che la strategia e le conseguenti scelte operative, devono essere condivise tra diversi settori e assessorati della pubblica amministrazione, e tra questi e il Presidente della Regione. Non si tratta solo di una razionalizzazione di risorse e competenze, ma dell'assunzione di responsabilità condivise per lo sviluppo. In questi anni che ci dividono dalla prima ricerca, noi abbiamo provato a fare questo, anche se realisticamente una vera integrazione degli obiettivi sembrava inizialmente difficile, date alcune rigidità di partenza delle strutture relative ad ogni assessorato: tutto ciò non è comunque diventato un alibi per l'inazione.

Adesso aggiorniamo quella fotografia e nel 2018 presentiamo questa nuova ricerca che è in parte un aggiornamento della precedente, ma che ne implementa le ipotesi di lavoro: traiettorie su cui innestare nuove politiche.

Prima di tutto, perché “Economia Arancione”? L’arancione è considerato il colore della creatività. Ed è per questo che uno studio della Banca Interamericana di Sviluppo lo ha utilizzato per descrivere le industrie legate alla cultura: quelle che vanno dal cinema al teatro, dalla musica alla moda, dal design all’architettura, dalla moda alle tecnologie applicate ai beni culturali, all’editoria. Potremmo dire che per “Orange Economy” (che è stata oggetto di attenzione della politica prima in Australia e poi in Gran Bretagna, dove contare su un Ministro con competenze sul Digitale e sulla Cultura è considerato strategico per la Gran Bretagna post Brexit) si intendono le attività economiche che hanno la cultura come loro punto di partenza.

Insomma si tratta di una macrocategoria che ha oramai una sua configurazione ben definita di cui però non è facile misurare con precisione l’impatto sulla crescita economica e a livello occupazionale. Semplicemente perché ci sono molti lavoratori creativi anche fuori dal perimetro delle imprese creative più propriamente definite. Tutti questi professionisti sono creativi che lavorano in settori che potremmo dire “non direttamente culturali”. Però contribuiscono, spesso in maniera molto importante, al loro sviluppo. Quindi, se vogliamo, l’importanza della creatività va ben oltre i settori codificati in senso stretto.

Dobbiamo inoltre tenere presente che il settore dell’economia arancione è non solo “ampio”, ma uno di quelli che cresce di più. Bastano, per convincersene, le ultime stime che come ogni anno sono elaborate dalla Fondazione Symbola. Si parla di un comparto che vale 90 miliardi di euro. Il 6% dell’economia italiana nasce insomma qui, da questo settore, che occupa 1.5 milioni di persone e conta 413 mila imprese. E già questo è un primo dato importante, anche perché i settori dell’Economia Arancione crescono più della media dell’economia. Così, ad esempio, i dati ci dicono che tra il 2014 e il 2015, l’economia creativa italiana è cresciuta del 2.4% mentre quella ‘tradizionale’ dell’1.5%: un dato che ricorre anche a livello europeo. Ma, se vogliamo, l’aspetto ancor più interessante è che quando le imprese creative entrano in contatto con imprese tradizionali, queste ultime divengono più disponibili all’innovazione, più aperte e più competitive in senso moderno. Nell’attuale economia globale, è infatti la capacità innovativa la leva fondamentale di competitività per le economie più avanzate.

In ambito internazionale, ormai da tempo, la cultura ha assunto una valenza sempre più importante nei processi di creazione del valore.

Anche nel “consumare”, le persone cercano con sempre maggior frequenza beni a valenza culturale, quelli che li possano aiutare a confermare le proprie strutture mentali, a definire la propria immagine di sé, il proprio progetto di vita, i propri stili di vita. Sbaglieremmo se pensassimo che questa è una preoccupazione che appartiene solo ad una classe di privilegiati benestanti.

Il desiderio di soddisfare bisogni che non siano legati alle sole esigenze materiali di sopravvivenza, non appartiene più esclusivamente alle classi agiate delle nostre società, ma sta diventando, anche se

non sempre in modo consapevole, prerogativa anche delle classi meno abbienti: il consumatore richiede sempre nuovi prodotti e servizi nei quali la componente creativa innovativa diviene fondamentale.

Questo si riflette nella capacità produttiva di una impresa e di un territorio che passa progressivamente da produttore di beni e servizi a produttore di "modelli di identità". Cos'è, se non un modello identitario il made in Italy o in Emilia-Romagna? La sua forza è nella sua componente emozionale.

La stessa attrattività di un territorio passa dunque sempre più dalla sua capacità di offrire la propria componente esperienziale (emozionale) oltre a quella materiale (capitale fisico).

Diventa quindi chiara la relazione tra economia, società e territorio quale sistema complesso in grado di generare crescita e sviluppo, e diventa quindi evidente come nelle attuali società la competizione non avviene più tra singoli agenti, ma tra sistemi territoriali, in cui lo sviluppo degli elementi materiali ed immateriali in dialogo fra loro e in modo omogeneo, diviene condizione necessaria alla crescita competitiva del sistema e della sua capacità di attirare risorse e investimenti.

La cultura produce sviluppo agendo in primo luogo su una comunità stimolando l'apertura mentale, il desiderio di conoscenza e quindi la propensione a produrre e recepire l'innovazione.

In questi ultimi anni abbiamo lavorato proprio in questa direzione, per riconoscere e valorizzare il settore e per farne capire a tutti il peso, far crescere la consapevolezza del fatto che dietro il termine "cultura" e "creatività", apparentemente un po' elitari quando non frivoli, ci sono invece posti di lavoro, impatto economico, immagine italiana nel mondo e molte altre cose.

Da allora ad oggi sono stati compiuti passi importanti e questo tema è diventato patrimonio di tutta l'amministrazione regionale, a partire dal segnale che il Presidente Bonaccini ha assunto ad inizio della legislatura, quando si è impegnato a triplicare nel corso della legislatura le risorse a disposizione del bilancio della cultura. Impegno oggi in via di realizzazione, in controtendenza con il resto d'Italia.

Nel "Patto per il Lavoro", siglato il 20 luglio 2015, con cui la Regione e le componenti della società regionale si sono impegnate a contribuire al rilancio dello sviluppo e dell'occupazione in Emilia-Romagna, tra le priorità è stata indicata quella di rafforzare i sistemi produttivi ad alto potenziale di crescita, riconoscendo in quello delle industrie culturali e creative uno dei driver di innovazione e di sviluppo più rilevanti e coerenti per questo obiettivo.

In questo senso sono andate le leggi approvate in questi anni con cui si è arricchito il già molto avanzato quadro legislativo in materia della Regione. In particolare la legge n. 20 del 23 luglio 2014 "Norme in materia di cinema e audiovisivo" attuata attraverso un piano triennale di interventi che coinvolgono diversi settori della pubblica amministrazione: dalla Cultura alla Formazione, dalle Attività produttive al Turismo; la legge regionale n. 2 del 13 marzo 2018 "Norme in materia di sviluppo del settore musicale", prima in Italia nel suo genere, che punta a rafforzare il sistema musicale regionale e dare un'impronta trasversale e innovativa al comparto, supportando le potenzialità di crescita e sviluppo del settore nel suo insieme, con misure e interventi normativi e di sostegno economico che affrontino in forma integrata i diversi segmenti della filiera: da quello educativo-formativo a quello creativo, da quello produttivo a quello distributivo e promozionale.

A tutto questo si è aggiunto l'impegno, con la creazione di "Laboratori urbani", ad innestare innovazione e nuova creatività nelle nostre città. Abbiamo infatti un patrimonio pubblico dismesso enorme e di conseguenza abbiamo deciso di metterne una parte a disposizione delle imprese creative. In tutto il mondo c'è una precisa "architettura dell'innovazione" che sta rivitalizzando pezzi di città e reinventando edifici di archeologia industriale in spazi creativi: acceleratori, incubatori, spazi di coworking, fab-lab ecc. Questo è lo spirito dell'Emilia-Romagna, una Regione in cammino. I nostri avi non costruirono i campanili per guardare dall'alto in basso l'interno del perimetro dei loro paesi, ma per guardare lontano, oltre i muri, oltre il tempo presente.

Massimo Mezzetti  
ASSESSORE CULTURA, POLITICHE GIOVANILI  
E POLITICHE PER LA LEGALITÀ'



# Parte I - Mappe

## 1. La creatività come fonte di crescita del territorio

### 1.2 Un glossario della creatività

#### **La creatività: maneggiare con cura**

La creatività è un fenomeno complesso e per alcuni versi misterioso. Da molto tempo occupa un posto importante nel dibattito sulle dinamiche dell'economia contemporanea, anche sulla base del convincimento diffuso che il presente sia il periodo storico in cui non solo numerose esperienze produttive, sociali e culturali siano segnate da un elevato grado di creatività, ma anche la stessa crescita sia resa possibile da enzimi creativi che rendono le città più ospitali, i prodotti più amichevoli, i consumatori più consapevoli e la società migliore.

Un orientamento così palesemente (e acriticamente) celebrativo va preso con molta cautela. L'importanza della creatività – che nessuno intende negare o sminuire – può essere messa a fuoco nella sua molteplice cascata di effetti a patto di adottare un approccio delicato sul piano retorico e al tempo stesso rigoroso su quello tecnico. Non si trascuri il fatto che, proprio nell'ultimo decennio, si è spesso discusso di innovazione (talvolta di 'innovazione sociale', l'ennesimo dilemma tra etichette affascinanti e contenuti ambigui) e non si è chiarito fino in fondo il crinale che le separa attivandone magari una fertilizzazione reciproca.

Un primo elemento di cautela riguarda la necessità di superare l'oleografia tutta ottocentesca dell'artista creativo isolato e possibilmente incompreso, sulla scia friedrichiana<sup>1</sup> dell'*homo novus* che scardina le certezze aristocratiche e affronta coraggiosamente i marosi di un mondo tutto da costruire. La creatività attecchisce in eco-sistemi fertili, e si innesta efficacemente in processi lunghi e laboriosi cui concorrono molti individui inclini a lavorare in sinergia, e soprattutto molti versanti disciplinari. Dall'edilizia dei tempi antichi all'arte rinascimentale fino alla produzione audiovisiva e digitale dei nostri giorni, il creativo isolato non è mai esistito.

Tanto la creatività quanto l'innovatività, spesso ritenute omologhe e confuse come un unico ampio fenomeno, presuppongono un processo piuttosto complesso di addensamento territoriale e temporale, che si coagula nel tempo grazie alla convergenza graduale – e di norma progressiva – di risorse produttive, tecnici specializzati, talenti creativi e un ampio *milieu* sociale che costituiscono l'*humus* indispensabile perché processi innovativi e creativi si possano innestare su una spina dorsale istituzionale, economica e sociale che ne garantisca la solidità, ne rafforzi le dinamiche e ne faciliti la visibilità<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Il riferimento è a Caspar David Friedrich, pittore di 'paesaggi simbolici' cui il romanticismo carpì il dipinto "Viandante sul mare di nebbia" ("*Der Wanderer über dem Nebelmeer*", 1818, conservato ed esposto presso la Hamburger Kunsthalle) come rappresentazione metaforica del coraggio individuale e solitario in una realtà complicata e ostile.

<sup>2</sup> Il tema degli addensamenti territoriali e temporali, che sarà discusso più ampiamente nelle sezioni successive, è esaminato da Walter Santagata, *La fabbrica della cultura. Ritrovare la creatività può aiutare lo sviluppo del Paese*,

I processi innovativi e creativi si sviluppano spesso in sinergia e fertilizzazione reciproca. Anche per questo motivo può essere utile tracciarne una definizione semplice, che permetta l'adozione di criteri di base per comprenderne le rispettive dinamiche. Non è una questione accademica: tanto la costruzione di un eco-sistema favorevole a ciascuna e ad entrambe, a monte, quanto la predisposizione di strumenti regolamentari, finanziari, fiscali e tributari, a valle, possono dipendere in misura notevole dalla definizione che se ne intende accogliere, evitando il rischio concreto di legare azioni pubbliche e private a forme opinabili di auto-certificazione.

Una definizione della creatività si muove in un contesto caratterizzato da culture non sempre convergenti. Per inquadrarne la complessità e la dipendenza da sistemi talvolta opposti di valori, vincoli e priorità si può fare riferimento all'esempio del restauro archeologico, che incorpora in modo sommo forme di creatività interpretativa che comportano scelte selettive e in alcuni casi controverse. Nelle culture dell'Estremo Oriente il restauro archeologico è orientato alla ricostruzione fedele di un originale con materiali nuovi ma uguali a quelli utilizzati in passato, in modo da restituire all'osservatore la percezione esatta di come un palazzo o un monumento si presentassero quando furono costruiti e resi fruibili pubblicamente.

Nella cultura Mediterranea il restauro ha attraversato diverse concezioni, accomunate dall'esigenza imprescindibile di conservare l'originale, lasciando i 'vuoti' generati dall'incuria o dall'azione umana, oppure ricostruendo le lacune in modo che si veda la differenza tra parti originali e 'pròtesi', o – in alcuni casi, si pensi per tutti all'atto vandalico che colpì la Pietà Vaticana di Michelangelo – reintegrando completamente le parti mancanti. Sono scelte che derivano da un'intensa stratificazione di teorie ed esperienze (e talvolta ostacolate o favorite da un insieme di tabù e convincimenti quasi ideologici), ma come è comprensibile non possono produrre un'opzione 'oggettiva' e scolpita nel bronzo.

### **Possibili definizioni**

Allo stesso modo, il fenomeno che viene definito 'creatività' è inevitabilmente legato a diverse concezioni di fondo<sup>3</sup>. Nella cultura indiana, ad esempio, alcuni gruppi sociali definiscono creatività la riproduzione pedissequamente fedele di un originale; nella prassi jazzistica la creatività di ogni musicista è accolta come tale purché rispetti un numero convenzionale di battute, pari a quelle consentite a chiunque altro, nella stessa *session*; in letteratura l'azione dei traduttori si muove nel crinale scomodo della fedeltà all'originale temperata dall'esigenza di restituire al lettore significati complessi, atmosfere e stati d'animo muovendosi tra vocabolari, glossari e cataloghi gergali che richiedono comunque decisioni soggettive.

Quanto al rischio di attribuire un significato sostanzialmente omologo alla creatività e all'innovatività appare opportuno tentare di identificare una linea di separazione, pur nella consapevolezza che tra i due fenomeni risiede un'estesa area grigia. Un'azione innovativa sposta

---

Bologna, Il Mulino, 2007, e da Michele Trimarchi, "The Economics and Policy of Creativity. The Italian Perspective", *Creative Industries Journal*, vol. 2, n. 3, 2009, pp. 231-246.

<sup>3</sup> Sulla complessità dei fenomeni creativi v. per tutti R. Keith Sawyer, *Explaining Creativity. The Science of Human Innovation*, Oxford, Oxford University Press, 2006.

in avanti la soglia della conoscenza e della pratica lungo un sentiero chiaramente percettibile. Si parla di innovazione di processo e di prodotto, facendo riferimento all'innesto di un avanzamento in un percorso consolidato: introdurre passaggi digitali in un processo meccanico, adottare materiali con specifiche proprietà – ad esempio la biodegradabilità – in un prodotto esistente sono casi di innovazione. Nuovi, ma in sostanza prevedibili.

Che l'innovazione si sviluppi lungo un sentiero percettibile non la rende meno importante, e non ne riduce le capacità di fertilizzazione dei percorsi produttivi e distributivi. Il suo più solido valore consiste nell'introdurre, consolidare ed espandere una tendenza alla crescita, di norma associata alle possibili opportunità di ottimizzare i costi, di estendere i mercati, di migliorare i profili tecnici dei prodotti, di facilitare le connessioni con altri settori produttivi e commerciali. In questo senso la capacità innovativa di un territorio o di un comparto risente positivamente di un'atmosfera industriale (nell'accezione più ampia del termine, coniato da Alfred Marshall e ripreso da Giacomo Becattini<sup>4</sup>) e contribuisce a consolidarne l'impatto positivo sulle innovazioni.

La creatività è stata definita in svariati modi, riflettendo comprensibilmente la *weltanschauung* dominante in alcuni periodi storici e in alcune aree territoriali<sup>5</sup>. Per quanto l'associazione tra creatività e cultura sia ricorrente, soprattutto quando ci si muove entro l'area dell'industria culturale e creativa<sup>6</sup>, può essere utile mettere a fuoco la creatività come fenomeno generale: questo Rapporto si svolge nell'alveo consueto che connette i fenomeni creativi con l'ampio sistema culturale, tuttavia si concede alcune escursioni al di fuori dei confini convenzionali, sulla base della semplice constatazione che non necessariamente quello che definiamo culturale scaturisce da processi creativi, soprattutto negli anni più recenti nei quali la separazione tra cultura come insieme di oggetti e azioni da una parte, e cultura come processi di apprendimento e condivisione dall'altra sta finalmente sfumando per aprire la via a una lettura complessivamente antropologica dei fenomeni culturali, gli unici in grado di rispondere all'urgenza individuale e sociale di rappresentazione del sé.

L'Enciclopedia Italiana mette a fuoco la duplice prospettiva dalla quale la creatività può essere definita: da una parte si colloca la definizione di 'intelligenza creativa' come fonte, con i nove fattori elencati negli studi seminali di Joy Paul Guildford<sup>7</sup> (sensibilità ai problemi, capacità di produrre idee, flessibilità di principi, originalità nell'ideare, capacità di sintesi, capacità di analisi, capacità di definire e strutturare in modo nuovo le proprie esperienze e conoscenze, ampiezza del settore ideativo, capacità di valutazione). Dall'altra parte si trova l'analisi del processo creativo come modalità di soluzione di problemi non basata su strategie apprese in precedenza, seguendo

---

<sup>4</sup> Alfred Marshall, *Principles of Economics*, London, Macmillan, 1890; Giacomo Becattini, *Il mercato e le forze locali: il distretto industriale*, Bologna, Il Mulino, 1987.

<sup>5</sup> Ne offrono una descrizione sinottica (e critica) il *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo* (a cura di Walter Santagata), Milano, EGEA, 2009, e Gian Paolo Manzella, *L'economia arancione. Storie e politiche della creatività*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2017.

<sup>6</sup> Per una discussione sulle possibili definizioni dell'industria culturale e creativa v. la successiva sezione 1.2.

<sup>7</sup> In particolare Guildford dedicò allo studio dell'intelligenza creativa *The Nature of Human Intelligence* (1967) e *Creative Talents* (1985).

l'approccio di ricerca della *Gestalttheorie*<sup>8</sup>; questo versante della definizione rigetta la creatività come 'intuizione estemporanea', implica la 'ristrutturazione del campo percettivo', richiede conoscenza tecnica, studio e intuizione ('*insight*'), e verifica del processo.

La creatività può pertanto separarsi dall'innovatività facendo riferimento alla prevedibilità del percorso: mentre nei processi innovativi lo spostamento della soglia avviene lungo un sentiero consolidato e già battuto innestando elementi tecnici, metodologici e di contenuto che accrescano il valore di un processo o di un prodotto, i fenomeni creativi risultano comunque caratterizzati da una 'deviazione', da uno spostamento su un piano diverso e pertanto dalla costruzione di un percorso imprevedibile e inatteso. I termini 'nuovo' e 'originale' compaiono con notevole frequenza quando si vuole indicare la creatività. Si tratta dunque, se si accetta una sorta di descrizione grafica, di un avanzamento accompagnato da uno spostamento laterale e imprevisto. Una ricorrente definizione di creatività fa riferimento alla capacità di associare due o più cose esistenti in un modo non ancora esistente, il che indica con chiarezza una rottura nei confronti della convenzione.

### **Dinamiche creative**

La forza intuitiva della creatività non deve tuttavia indurre a ritenere che si possa trattare di un fenomeno occasionale o sporadico, per quanto simmetricamente non lo si può immaginare ricorrente e sistematico. La creatività è costruita su "una complessa interazione di fattori individuali (le caratteristiche che rendono un individuo capace di creatività), sociali (il consenso intorno ai criteri che ammettono il riconoscimento dello sforzo creativo ed il loro premio), e culturali (il complesso delle conoscenze condivise, tramandate come 'tradizione')"<sup>9</sup>.

Tra le possibili definizioni, che gli orientamenti e i limiti di questo Rapporto suggeriscono di sintetizzare senza farci trascinare in questioni indefinite e forse non indispensabili, si può considerare quella connessa alla prospettiva socio-biologica, secondo cui "la creatività è una delle funzioni cognitive che contribuiscono all'adattamento evolutivo"<sup>10</sup>, facendo riferimento non soltanto allo spazio ambientale umano, ma anche a quello delle altre specie; molti di quelli che definiamo 'paesaggi naturali' non sarebbero esistiti in assenza dell'uomo, con tutto il carico di responsabilità che la cosa comporta.

Il tema dell'adattamento evolutivo, che di primo acchito appare connesso all'eco-sistema naturale, va riferito piuttosto al paradigma economico, sociale e culturale che definisce la sequenza incrementale dello sviluppo, considerando anche e soprattutto le diverse intensità e rapidità con cui i mutamenti relativi si verificano e, in seguito a processi più o meno lunghi e controversi di metabolizzazione, vengono accettati e consolidati nella percezione materiale, nell'interpretazione

---

<sup>8</sup> La *Gestaltpsychologie* nasce in Germania negli anni Venti e propugna un'interpretazione dei fenomeni percettivi sulla base della loro capacità di organizzarsi in strutture. La teoria prende corpo nella rivista *Psychologische Forschung*, fondata nel 1921 da Max Wertheimer insieme a Kurt Goldstein, Hans Gruhle, Wolfgang Köhler e Kurt Koffka.

<sup>9</sup> [www.schizofreniaproject.org](http://www.schizofreniaproject.org), in cui si cita Platone (*Simposio*): "In effetti, per qualsiasi cosa che proceda da ciò che non è a ciò che è, senza dubbio la causa di questo processo è sempre una creazione".

<sup>10</sup> *Ibidem*.

critica e nella prassi condivisa. Sotto questo profilo è importante porre in risalto la differenza – talvolta equivocata – tra creatività e intelligenza<sup>11</sup>: quest’ultima è un ampio ventaglio di funzioni mentali volte alla risoluzione dei problemi (il c.d. *problem solving*, tema caro agli esperti di *management* anche in campo culturale), mentre la creatività appare indirizzata all’individuazione di problemi (*problem finding*) o, più specificamente, all’elaborazione di criteri e strumenti per determinarne i profili di fondo (*problem framing*) e per affrontarli (*problem facing*)<sup>12</sup>.

La capacità di interpretare le questioni in ebollizione e di elaborare approcci efficaci per affrontarle risulta cruciale negli anni che stiamo attraversando, nei quali il passaggio graduale ma deciso dagli ultimi rantoli del sistema manifatturiero seriale con la sua scala gerarchica di valori (efficienza, competizione, eccellenza) ai vagiti incerti e intensi di un sistema inedito, fondato su esperienza, relazione e prossimità, rimescola le carte di un ordine che era sembrato definitivo e pertanto genera da una parte entusiasmi non sempre circostanziati, dall’altra intrusioni piratesche che ne cercano di conquistare le aree più flebili: ne è un esempio piuttosto fastidioso l’assorbimento di *self-employed professionals* (etichetta attraente e fuorviante) in griglie contrattuali apparentemente fluide ma di fatto prive di ogni garanzia<sup>13</sup>.

La complessità di questo passaggio si associa a nuove concezioni del tempo e dello spazio; si pensi per tutti al crescente fenomeno dei *digital nomads*, che elaborano strategie aziendali per grosse compagnie multinazionali vivendo a Bali, Indonesia o a Chiang Mai, Thailandia in luoghi destrutturati che richiamano i cortili degli artigiani maghrebini<sup>14</sup>. Nel paradigma culturale, sociale ed economico emergente, comunque vada a dipanarsi e strutturarsi nei prossimi anni, la creatività risulta uno snodo essenziale per poter generare valore e benessere, dovendo abbandonare tutti gli ancoraggi convenzionali tanto nelle dinamiche interpersonali quanto negli strumenti concreti come le professioni, le imprese, le molteplici forme dell’azione pubblica.

---

<sup>11</sup> Il tema delle relazioni – e talvolta della fusione interpretativa – tra intelligenza e creatività è al centro delle ricerche di Hans-George Gadamer, che in *Wahrheit und Methode* investiga sulla natura dell’intelligenza umana, sostenendo tra l’altro, secondo l’interpretazione di Jadranka Skorin-Kapov (*The Intertwining of Aesthetics and Ethics: Exceeding of Expectations, Ecstasy, Sublimity*, Lanham, MD, Lexington Books, 2016), che “l’esperienza dell’arte è esemplare nel offrire verità che sono inaccessibili ai metodi scientifici, e questa esperienza è proiettata sull’intero dominio delle scienze umane”

<sup>12</sup> In questo senso può apparire riduttiva la lettura di Herbert Simon, che in “How Managers Express their Creativity”, *Across the Board*, vol. 23, 1986, sostiene che la creatività sia un buono strumento per risolvere i problemi.

<sup>13</sup> Il tema dei rapporti di lavoro, con la sua cascata di questioni legate alla combinazione di volontariato, precariato, contratti a progetto, scambi assistiti dalla partita IVA che di fatto nascondono le relazioni reali per sopravvivere in una gabbia normativa al tempo stesso rigida e protettiva, tocca molte aree del sistema culturale, con particolari picchi di complessità nel settore dello spettacolo dal vivo. Ne scrivono, con specifico riferimento a “Santarcangelo Festival dei Teatri”, Antonella Di Tillo e Fabiana Lanfranconi, *Equilibri precari. Nel labirinto del lavoro culturale*, Roma, Tools for Culture.

<sup>14</sup> V. Domenica Moscato, “Mangia, prega, ama ... e migra. L’homo sapiens divenuto digitale, tra bisogno di migrare e libertà di scelta”, [www.culturefuture.net](http://www.culturefuture.net), 13 settembre 2017.

## 1.2 I fondamentali dell'economia culturale e creativa

### L'industria culturale e creativa

Dagli anni Novanta intorno alla creatività si è sviluppato un filone di ricerca piuttosto consistente. Come è comprensibile e utile in un sistema economico, sociale e culturale retto da una gerarchia di valori strettamente legati al paradigma manifatturiero seriale, e dominato metodologicamente dagli equilibri di bilancio, queste ricerche hanno costruito le proprie investigazioni e interpretazioni su una lettura dimensionale della creatività come fenomeno complesso e tuttavia fotografabile in modo univoco in base a tassonomie convenzionali. Si tratta di un orientamento pienamente comprensibile per una varietà di ragioni.

Innanzitutto la frequente identificazione della creatività con l'arte e la cultura<sup>15</sup> ha finito per porle su un piano secondario rispetto ai comparti manifatturieri. Da poco più di due secoli si è radicata la convinzione che l'assetto del capitalismo fosse il punto d'arrivo naturale di tutti i secoli precedenti (non a caso ritenuti volta per volta oscuri, provvisori e comunque in evoluzione), e in quanto tale fosse lo stato del mondo ottimale, da consolidare e diffondere; il mondo definito come 'avanzato' ha tentato in tutti i modi di esportare tanto il sistema economico e finanziario che ne ha retto le dinamiche dalla fine del Settecento, quanto la democrazia elettiva come unico possibile mercato delle scelte politiche, con effetti non sempre confortanti. In questa credenza resa simile a una scienza esatta per un evidente e diffuso artificio accademico, l'arte, la cultura e la creatività risultano un'eccezione alla normalità<sup>16</sup>.

Inoltre, trattandosi di aree renitenti per propria natura alla standardizzazione e alla modellizzazione, si comprende perché le imprese culturali e creative e gli stessi professionisti che producono valore al loro interno, sono considerati destinati al fallimento, incapaci di reggersi secondo le regole del mercato, bisognosi di sussidi pubblici e di mecenatismo privato, in sintesi incapaci di stare al passo dell'economia e delle sue dinamiche. Dagli anni Sessanta si è diffusa la percezione, supportata dal fiorire graduale dell'economia della cultura, che il sistema culturale dovesse essere valutato secondo i parametri manifatturieri; dagli anni Ottanta il progressivo irrigidimento dei bilanci pubblici, tanto centrali quanto locali, ha spinto parte del sistema culturale stesso su una soglia di sopravvivenza che ha finito per indurre una palese 'sindrome di Stoccolma'

---

<sup>15</sup> Gli orientamenti e i limiti di questo Rapporto non consentono una digressione sui contenuti, i confini e le possibili aree di coincidenza tra quello che viene definito 'arte' e 'cultura' in una vulgata spesso carica di implicazioni meta-etiche, tecnicistiche, politiche. Si può però osservare che in gran parte del dibattito sui temi in questione emergono visioni, vincoli e ragionamenti comuni, a causa della condizione minoritaria di attività che risultano tuttora in buona parte secondarie e 'inutili' rispetto all'economia manifatturiera seriale e ai suoi valori convenzionali.

<sup>16</sup> Proprio con riferimento al *Simposio* di Platone, citato sopra, e ad altre recenti pubblicazioni, il tema della 'normalità' e della sua mancata coincidenza tra ciò che è considerato normale e ciò che è naturale, Telmo Pievani sottolinea come la natura si evolva per mutazioni: una società rigidamente normale non sarebbe andata sulla Luna. Ida Bozzi, "La normalità non esiste: sulla Lettura le riflessioni di tre esperti, *La Lettura*, 27 aprile 2018. Ciò fa comprendere quanto il sistema manifatturiero seriale abbia avuto bisogno di 'normalizzare' i protocolli sociali in nome di un homo oeconomicus del tutto artificiale: perfettamente informato, capace di valutare senza incertezze, razionale nelle scelte, in definitiva un accumulatore acritico che identifica la qualità con la quantità.

tra amministrazioni pubbliche e organizzazioni culturali, drenando buona parte della progettualità strategica del sistema culturale in cambio del conforto garantito dalla 'cattura regolatoria'<sup>17</sup>.

La reazione a queste interpretazioni ne ha seguito l'approccio dimensionale introducendo nella discussione teorica e nelle valutazioni politiche il filone degli *impact studies*, che intendono dimostrare la validità della spesa pubblica a sostegno della cultura misurando la cascata di spese originate – direttamente o indirettamente – dalla presenza di attività culturali in uno specifico territorio in termini di reddito, occupazione e valore aggiunto. Ora, il tema è molto delicato e richiederebbe una digressione intensa che questo Rapporto non consente; anche alla luce dell'eccessiva indulgenza muscolare che molti degli studi d'impatto rivelano, si può comunque considerare sintomo di una percepita debolezza intrinseca la stessa adozione di un ragionamento volto a giustificare la spesa pubblica per la cultura in base ai flussi monetari che essa può generare e non già per la più corretta attivazione di servizi che altrimenti sarebbero inaccessibili a molti cittadini.

Le indagini sull'industria culturale e creativa offrono molti spunti interpretativi che possono risultare utili per le stesse imprese che ne fanno parte, consentendo loro di mettere a fuoco tematiche generali, profili strategici ed elementi tecnici che dall'interno si percepiscono parzialmente e che pertanto potrebbero condurle a una più efficace interpretazione delle proprie dinamiche; certamente possono essere di notevole aiuto per le amministrazioni pubbliche, che grazie a investigazioni non pregiudiziali possono comprendere il grado di efficacia delle proprie politiche di sostegno e affinare criteri, meccanismi e strumenti adottati per consolidare e rafforzare il sistema culturale e creativo del proprio territorio; possono infine mostrare alla società in che modo la conoscenza approfondita del sistema, associata a intuizioni creative e resa opportunamente fertile da un reticolo di scambi e relazioni, possa generare valore e accogliere quel capitale umano che il sistema manifatturiero ha spesso costretto all'emigrazione territoriale o settoriale, e che il paradigma emergente ha bisogno di assorbire in modo pervasivo in quanto generatore di contenuti e per questo insostituibile.

## Valori culturali e processi creativi

Non è un caso che proprio negli ultimi anni si vada consolidando la consapevolezza che la formazione umanistica risulta necessaria proprio per le imprese produttive che sono costrette dai mutamenti in corso a interrogarsi sull'evoluzione della società e dei suoi valori, potendo contare sempre di meno sull'efficienza funzionale dei prodotti o sulla loro dimensione monetaria come simbolo sociale di successo<sup>18</sup>. Le grandi compagnie del comparto digitale multinazionale sono

---

<sup>17</sup> La teoria della '*regulatory capture*', sviluppata dal Nobel per l'economia Joseph Stiglitz, è applicabile a tutti i comparti della pubblica amministrazione nelle loro relazioni con l'industria, le attività produttive e commerciali e l'azione economica in generale. Una sintesi eloquente è offerta da Michael E. Levine e Jennifer L. Forrence, "Regulatory Capture, Public Interest, and the Public Agenda: Toward a Synthesis", *Journal of Law, Economics, and Organization*, vol. 6, 1990, pp. 169-78.

<sup>18</sup> Michael Ortner, "Why Studying Latin, More So Than Business, Is Ideal Training for Actually Running a Business", *Small Business Trends*, 15 aprile 2015. Il tema della crescente importanza delle discipline umanistiche nell'economia emergente è messo a fuoco da Valeria Morea e Michele Trimarchi, "2018: il mondo dubita e si interroga per disegnare

rette da *manager* con formazione umanistica: il CEO di Slack, Stewart Butterfield, è filosofo, forte di un Master in Filosofia presso l'University of Cambridge con specializzazione in filosofia della biologia, delle scienze cognitive e della mente; il CEO di Alibaba, Jack Ma, è laureato in Letteratura Inglese, materia che ha anche insegnato come *lecturer* presso la Hangzhou Dianzi University; quello di YouTube, Susan Wojcicki, combina la laurea in Storia e Letteratura (Harvard) con il Master in Economia (UCLA); Brian Chesky, CEO di Airbnb, è laureato in Design (Rhode Island)<sup>19</sup>.

Queste riflessioni suggeriscono un'interpretazione critica delle indagini sull'industria culturale e creativa, che superi una volta per tutte la deriva dimensionale. Conoscere la struttura, le dimensioni e le dinamiche è di fondamentale importanza, soprattutto per poterne tracciare una mappa ragionata, per cogliere le connessioni e le possibili sinergie tra i diversi settori che ne compongono l'ossatura, per mettere a fuoco le dinamiche che intercorrono tra infrastruttura, capitale umano e tipi di azioni realizzate nel corso del tempo.

Il rischio, che di norma viene generato da forme di curiosità frettolosa associata all'ansia di produrre notizie appetibili, consiste nell'indulgere nel desiderio di dimostrare che l'industria culturale e creativa non soffre di dimensioni negligibili in confronto a comparti più convenzionali dell'economia. Va detto, al solo scopo di rassicurare i non pochi professionisti dell'arte e della cultura affetti da un palese complesso d'inferiorità nei confronti dell'economia *mainstream*, che le rilevazioni SIAE del 2017, riferite al 2016, rivelano che in Italia i biglietti venduti per lo spettacolo dal vivo superano quelli venduti per le partite di calcio, 24,1 milioni di spettatori e 22,2 milioni di tifosi<sup>20</sup>.

In considerazione del dilemma che rischia di contrapporre una rilevazione estensiva dell'industria culturale e creativa come comparto produttivo da una parte, e la ricognizione tecnica e critica delle sue dinamiche di filiera dall'altra, questo Rapporto analizza il sistema creativo dell'Emilia-Romagna da una prospettiva duplice, consentendo un'interpretazione trasversale che non si limiti alla lettura sinottica e dimensionale, pur necessaria, dei fenomeni creativi e che ne arricchisca e completi l'interpretazione attraverso un'analisi narrativa dei processi, delle esperienze e delle dinamiche territoriali e settoriali.

In questo modo l'intera filiera creativa è messa a fuoco: l'infrastruttura territoriale, fatta di luoghi, regole, prassi e relazioni; la struttura dell'impresa, fatta di capitale umano, capacità gestionali, talenti creativi, processi decisionali, relazioni con i mercati a monte e a valle; l'emersione di talenti e fermenti dalla società come crogiolo multiculturale, in cui il saper fare e le scale dei valori si ibridano reciprocamente; il progresso dei settori artistici e culturali convenzionali nei quali la creatività risulta linfa essenziale e irrinunciabile, nonché fonte di anticipazione degli orizzonti dell'intera società; l'innesto della creatività in settori produttivi non associati di norma all'arte e alla cultura, che rafforzano la propria azione ed espandono i propri mercati grazie alla creatività, che

---

nuove strade", in *Io sono cultura. Rapporto Symbola 2018*.

<sup>19</sup> J.M. Olejarz, "Liberal Arts in the Data Age", *Harvard Business Review*, luglio-agosto 2017.

<sup>20</sup> Michela Finizio, "Spettacolo in Italia, incassi in crescita per musical e teatro", *Il Sole 24 Ore*, 14 agosto 2017. I dati sono raccolti nell'*Annuario dello Spettacolo 2016*, Roma, SIAE, 2017.

– come si è messo in luce sopra – è un’azione capace di combinare due o più cose esistenti in un modo non ancora esistente e di fatto inatteso.

### Le ricerche sulla creatività

Una definizione dell’industria culturale e creativa passa attraverso una varietà di impostazioni possibili, tutte ugualmente lecite e accettabili, pur nel loro inevitabile riflettere una visione più ampia e generale della società, dell’economia e in definitiva della scala dei valori culturali. È appena il caso di ripercorrere brevemente i capisaldi che segnano il percorso di questa definizione. La prima mappatura sistematica dell’industria culturale e creativa è dovuta allo studio del Department of Culture, Media, and Sport del governo britannico<sup>21</sup>, che adotta la prospettiva del riscontro che le attività creative possono mostrare nel sistema economico; da una parte si accredita la fonte del comparto in “creatività individuale, abilità e talento”, dall’altra si sottolinea il “potenziale di creazione di ricchezza e posti di lavoro attraverso lo sviluppo della proprietà intellettuale”. L’empirismo britannico percorre la spina dorsale di ogni industria culturale e creativa, e in fondo ne responsabilizza le azioni e ne garantisce la protezione normativa.

In seguito a questa apertura di fronte, dovuta anche al pragmatismo non pregiudiziale della cultura anglosassone, molte ulteriori analisi sono state realizzate coniugando in vario grado l’orientamento investigativo con un più forte bisogno di far luce sulle dimensioni e sui profili cruciali del comparto nei diversi Paesi che le hanno commissionate: Hong Kong, Francia, Taiwan, Singapore, Nuova Zelanda, Australia<sup>22</sup>. La nebulosità densa e facilmente contraddittoria del concetto stesso di creatività, quando sottratto alla psicologia cognitiva e trasportato di peso nelle rilevazioni economiche, costringe gli analisti – ma è anche la scelta adottata da Richard Florida<sup>23</sup> – a incasellare le attività ritenute creative in codici merceologici che finiscono per equiparare attività molto eterogenee<sup>24</sup>: non è detto che ogni studio di architettura sia per ciò stesso creativo, e anche all’interno di uno studio riconoscibile come tale vi saranno differenze nella capacità creativa dei singoli componenti, e possibilmente anche oscillazioni temporali dipendenti dall’addensarsi della fertilizzazione reciproca e dalle committenze esterne che della creatività costituiscono lo stimolo e l’indirizzo.

---

<sup>21</sup> DCMS, *Creative Industries Mapping Document*, London, DCMS, 1998.

<sup>22</sup> Per una lettura sinottica delle possibili prospettive interpretative v. Simon Roodhouse, *The Creative Industries: Definitions, Quantifications and Practice*, Conference Proceedings “The British Experience in International Perspective: Cultural Industries”, Centre for British Studies, Berlin, Humboldt Universität, 2006.

<sup>23</sup> Il libro *The Rise of the Creative Class: And How It’s Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*, New York, Basic Books, 2002, ha dato la stura a un intenso dibattito sulle fortune e i benefici della creatività in un mondo urbanizzato e alfabetizzato; lo stesso Florida, a distanza di pochi anni, ha revocato in dubbio quanto meno l’enfasi ottimistica che ne era scaturita, pur non rinnegando l’approccio metodologico (che forse è il punto più discutibile dell’intero lavoro). Il libro *The New Urban Crisis: How Our Cities Are Increasing Inequality*, New York, Basic Books, 2017, evidenzia come nuove diseguaglianze siano generate anche dal concentrarsi della classe creativa.

<sup>24</sup> Una forte critica alla mappatura dell’industria creativa in base ai codici delle attività produttive è offerta da J. Potts, S. Cunningham, J. Hartley e P. Ormerod, “Social Network Markets: a New Definition of the Creative Industries”, *Journal of Cultural Economics*, vol. 32, pp. 167-85.

Walter Santagata affronta la complessità dei fenomeni creativi partendo dall'impossibilità di costruire una teoria generale della creatività, quanto meno "fino a quando la neurobiologia e la psicologia non avranno svelato i meccanismi fisici (cervello e corpo, mente ed emozioni) della produzione di creatività"<sup>25</sup>. L'elenco dei possibili approcci è lungo e variegato, comprendendo la prospettiva economica che inquadra l'industria dei contenuti e dei servizi creativi, la prospettiva cognitiva e psicologica, quella dell'economia della cultura (tuttora una branca un po' forzata che oscilla tra l'atrofia dei manuali *mainstream* e l'arricchimento multidisciplinare che le credenze accademiche temono), quella dei processi linguistici e dell'apprendimento inferenziale, quella – immancabile in un sistema culturale che tende a ritenersi 'diverso' – psicoanalitica che connette la creatività a sindromi maniaco-depressive, sensi di colpa, schizofrenia<sup>26</sup>.

In sintesi, le numerose interpretazioni della creatività possono ricondursi essenzialmente a due possibili opzioni (è sempre Walter Santagata a metterlo in evidenza): da una parte essa è vista come l'ingrediente di base della società della conoscenza, delle tecnologie della comunicazione, delle innovazioni e delle industrie di contenuto. È un modello che si sviluppa nella cultura anglosassone e scandinava<sup>27</sup>, e lega la creatività all'innovazione e alla produzione di proprietà intellettuale. Dall'altra parte la creatività è considerata la fonte di qualità sociale, includendo tutte le possibili forme di cultura materiale e soprattutto le forme di disegno e strutturazione di territorio; si tratta di un approccio di ispirazione rinascimentale "che si caratterizza non solo per la coerenza logica tra i settori inclusi nell'analisi (...) ma anche per la sua capacità di andare oltre l'impatto delle industrie culturali sul mercato e sugli affari, assegnando grande rilevanza alla qualità sociale.

Una possibile interpretazione dei fenomeni creativi, elaborata in occasione dell'analisi dell'industria culturale e creativa in Lombardia<sup>28</sup>, si basa su un'analisi relativa ai profili convenzionali, sociali e relazionali della creatività, le cui diverse forme sono poste in una tassonomia che discende dall'area di interesse sociale sulla quale la creatività appare incidere; la sequenza delle forme di creatività si muove tra l'estremo della creatività 'pura' ('inutile', ossia non orientata ad alcuna finalità pratica secondo la topica sentenza del processo Brancusi vs. US<sup>29</sup>) e l'estremo opposto della creatività applicata ad attività industriali, secondo lo sviluppo che segue: a) creatività espressiva e interpretativa; b) creatività della visione urbana; c) creatività relazionale e delle dinamiche sociali; d) creatività per la qualità della vita; e) creatività dei sensi e dell'eno-gastronomia; f) creatività stilistica e del design; g) creatività funzionale e dell'artigianato; h) creatività della ricerca industriale. In questo modo alla creatività si restituisce quella capacità specifica di poter fertilizzare ogni attività

---

<sup>25</sup> *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Milano, EGEA, 2009, p. 8.

<sup>26</sup> *Ibidem*, in una rassegna asciutta e pregnante delle molteplici sfaccettature delle quali il fenomeno creativo si compone; più che interpretazioni alternative, Walter Santagata ne mette in risalto la complicata coesistenza nella cassetta degli attrezzi a disposizione degli analisti.

<sup>27</sup> V. per tutti KEA, *The Economy of Culture in Europe*, Bruxelles, European Commission.

<sup>28</sup> Michele Trimarchi, Alessandra Puglisi, Stefania Marconi, Serena Deganutto, Martha Mary Friel e Valeria Cavotta, *2009 Anno Europeo della Creatività*, Milano, IRER, 2009.

<sup>29</sup> Stéphanie Giry, "Art on Trial: An Odd Bird", *Legal Affairs*, settembre/ottobre 2002 ([www.legalaffairs.org](http://www.legalaffairs.org)).

umana rispettandone la natura e gli ambiti d'azione ma introducendo un nuovo e inaspettato enzima di valore<sup>30</sup>.

### 1.3 Cultura e creatività nei diversi comparti economici

#### **Arte, cultura, creatività: corrispondenze e discrepanze**

Si è già osservato che la creatività è di norma associata all'arte e alla cultura, e che al contrario essa di fatto innerva una molteplicità di settori dell'attività umana. La tassonomia che conclude la sezione precedente si basa proprio sull'osservazione che gli insiemi di creatività e cultura non necessariamente coincidono. In questo modo una buona proporzione delle misurazioni che vengono offerte regolarmente dai Rapporti sulla creatività e sulla cultura potrebbe risultare sovrastimata: da una parte si può concordare sulla fallacia di alcune credenze convenzionali: non tutto ciò che è esposto in un museo, o rappresentato su un palcoscenico, per ciò stesso merita automaticamente l'etichetta di arte, per quanto tale valutazione è lasciata a un *club* di esperti che non sempre concordano tra di loro; allo stesso modo non tutto quello che è considerato arte consente *in re ipsa* l'estrazione di un valore culturale, come mostra il caso estremo ma frequente delle opere depositate e pertanto negate alla fruizione anche di un singolo visitatore; nascondono con ogni probabilità un potenziale culturale, ma esso non è espresso assolutamente finché languono negli scatoloni di un deposito.

Lasciando il patrimonio consolidato e il repertorio da palcoscenico, la questione della mancata coincidenza tocca ogni attività che, pur rientrando in un comparto considerato creativo, non va etichettata come tale solo per la mera appartenenza a quel comparto. Non ogni cuoco, architetto, sarto, designer, drammaturgo, regista, attore, coreografo, scrittore, e ogni altra professione rientrante nel campo artistico e culturale è creativo. Allo stesso modo, il fatto che un'impresa rientri in un settore ad alto potenziale creativo non garantisce che lo possa esprimere comunque. Il dilemma si sviluppa dunque lungo il crinale che separa la necessità di identificare, misurare e valutare le attività creative e il loro impatto sulla società e sull'economia da una parte, e l'inevitabile soggettività associata alla mancanza di misure convenzionali dall'altra.

Tale mancata coincidenza e la relativa difficoltà a elaborare un metodo univoco e non controverso di mettere a fuoco i fenomeni creativi richiedono un'analisi meno pregiudiziale e più pragmatica, come suggeriscono Higgs e Cunningham<sup>31</sup> che, alla luce del ventaglio di attività produttive che la creatività può generare, dei flussi di occupazione che ne scaturiscono, e della complessità derivante dall'imperfetta corrispondenza tra tipologie di imprese e categorie di occupati, descrivono il comparto creativo attraverso quello che definiscono il '*creative trident approach*': l'insieme delle attività creative racchiude professionisti culturali occupati in imprese culturali,

---

<sup>30</sup> Michele Trimarchi, "The Economics and Policy of Creativity: The Italian Perspective", *Creative Industries Journal*, 2009, vol. 2, n. 3, pp. 231-46

<sup>31</sup> Peter Higgs e Stuart Cunningham, "Creative Industries Mapping: Where Have We Come from and Where Are We Going?", *Creative Industries Journal*, vol. 1, n. 1, pp. 7-30.

professionisti culturali occupati all'esterno dell'industria culturale, e infine professionisti non culturali occupati nell'industria culturale. Anche in questo caso le valutazioni tendenzialmente soggettive vanno a collidere con la struttura rigida delle classificazioni statistiche; sovrapposizioni ed esclusioni non si possono evitare *a priori*.

La creatività non è un'azione dal contenuto determinabile, ma un processo che si innesta in una varietà di comparti, strutture, percorsi e attività spostandone l'incedere lateralmente e pertanto arricchendone il valore in modo imprevisto e spesso non valutabile in tempi stretti. Nel paradigma ottocentesco, comprensibilmente, l'industria era indirizzata da una sequenza di innovazioni, mentre la creatività aveva un suo ambito preferenziale nel sistema dell'arte e della cultura. In questo modo, mantenendo il suo ruolo emotivo e le sue pretese etiche come coscienza pulita della borghesia manifatturiera, limitava la propria azione al tempo libero e incideva molto limitatamente sulla vita quotidiana; non si dimentichi che i fermenti creativi più significativi erano sistematicamente respinti ed esclusi fino a che la borghesia recalcitrante non riuscisse a metabolizzarli lentamente accentuandone la capacità decorativa.

Dagli anni Zero nuovi fenomeni emergono, si diffondono e talvolta si consolidano, per quanto una fase di passaggio così intensa e segnata da una pervasività della comunicazione a tutti i livelli e dal conseguente deradicamento di molti professionisti renda poco prevedibili le dinamiche che caratterizzano l'adeguamento di protocolli economici, sociali e culturali a una scala di valori tuttora nebulosa e possibilmente contraddittoria. Questa incertezza, che ha generato reazioni anche dure e sta revocando in dubbio le basi su cui l'ordine sociale si era adagiato, finisce per stimolare nuovi fenomeni creativi. Tornando alla relazione tra creatività e problemi discussa sopra, si può dire che oggi più che mai l'identificazione e la valutazione delle questioni da affrontare risulta cruciale.

### **Mutamenti sociali e valore della creatività**

Mentre una parte della società, e non a caso le istituzioni che la rappresentano nel paradigma democratico provano a reagire ai possibili – e temuti – cambiamenti con varie forme di arroccamento nostalgico, una parte più progettuale della società stessa agisce in modo resiliente attivando nuove forme di sinergia e di relazione. Questa ricomposizione delle dinamiche sociali è resa più complessa da flussi migratori che si affrontano da una sola prospettiva (l'eurocentrismo è duro a morire, e l'etichetta 'occidentale' non fa che atrofizzare una cultura che storicamente ha saputo ibridarsi quando occorreva) e che invece includono la fuga dalle guerre e dalle dittature, la ricerca di nuove prospettive economiche, la rilocalizzazione in sistemi professionalmente più accoglienti e inclusivi e con più agevole mobilità sociale; dai barconi delle rotte mediterranee al *brain drain* che si muove in aereo, tra alcuni decenni la mappa antropologica del mondo sarà cambiata irreversibilmente, comportando come è logico nuovi costi e nuovi benefici (lo dicevano già gli antichi Romani: *cujus commoda ejus incommoda*).

In questo quadro complesso e sorprendente la creatività gioca un ruolo per molti versi inedito, e finisce per risultare la risorsa di servizio che può accompagnare, in alcuni casi anticipare, l'andamento della realtà verso nuove relazioni con il tempo e con lo spazio, ossia con l'ordine stesso delle giornate, delle azioni sociali, delle strutture gerarchiche, della mobilità professionale.

Come i *clerici vagantes* nel Medioevo, i creativi dei prossimi anni si faranno carico di un innervamento magari scomposto ma certamente fertile di nuovi valori e possibilmente nuove opzioni di benessere combinando, come la definizione di creatività suggerisce, cose esistenti in un modo nuovo e inatteso. Da questa prospettiva la creatività si manifesta in qualsiasi area dell'attività umana e sociale, e può ridisegnare la struttura stessa dei valori; non mancano esempi eloquenti di intuizioni creative che possono generare modifiche sostanziali alla qualità della vita. La definizione di Walter Santagata, descritta sopra, rimane un eccellente filtro per comprendere a fondo il valore che la creatività può costruire in ogni comparto dell'economia.

Con le risorse giuste – la cosa tocca le città più avanzate – si può ridisegnare la mappa delle opzioni quotidiane e rendere i percorsi urbani *'bike-friendly, people-friendly, climate-friendly'*<sup>32</sup>. Dopo l'ondata di città pedonali (dagli anni Sessanta agli Ottanta), sedute e socievoli (tra gli anni Ottanta e il Duemila si era diffusa la 'cultura del cappuccino'), si è passati alla fase attiva, correndo e saltando, nuotando tra le barche ormeggiate o muovendosi in *skateboard* e finalmente, consapevoli del mutamento climatico ci si interroga su quanta acqua possa caratterizzare la vita quotidiana dei quartieri.

Copenaghen, anche da questo punto di vista incline a spostare in avanti la soglia della sperimentazione urbana, rende le proprie aree come delle spugne espandendo la vegetazione, costruendo laghi e stagni: "Fa bene al clima e fa bene alla vita quotidiana, perché l'aria diventa più fresca e questi spazi sono magnifici per svaghi adulti e giochi infantili"<sup>33</sup>, testimonia l'architetto Jan Gehl, che ha pilotato il cambiamento verso la riconquista delle strade da parte della gente. Mosca e New York, secondo Gehl, sono due esempi virtuosi in questo senso, avendo messo pedoni e ciclisti al centro delle dinamiche urbane, interpretando la parola 'efficiente' come 'completa'.

Sono processi nei quali l'orientamento e la partecipazione delle comunità e dei suoi gruppi sociali (dalle associazioni alle facoltà di Architettura) svolgono un ruolo determinante. Un'altra città in cui la questione è stata affrontata coraggiosamente, e senza timore di dissensi qualificati, è Bogotá, in cui solo il 20% della popolazione aveva accesso alle automobili eppure gli investimenti erano orientati al traffico, escludendo di fatto l'80% dei cittadini; il sindaco, Enrique Peñalosa, ha giocato la propria strategia sulla scommessa di rendere mobile l'80% fino ad allora escluso: raggiungere aree lontane ha redistribuito favorevolmente le opportunità di lavoro, dimostrando che una spesa municipale socialmente equilibrata genera una crescita complessiva maggiore.

## **Creatività e territorio**

Non è un caso che, in un quadro di collaborazione intellettuale, tecnica e culturale, Bologna sia attraversata dal fermento del ridisegno urbano anche grazie al progetto ROCK<sup>34</sup>, che pone gli interrogativi giusti all'area di via Zamboni, al grappolo di sedi universitarie e agli snodi di

---

<sup>32</sup> Annette Becker e Lessano Negussie, "Copenhagen Mastermind Jan Gehl isn't sold on 'smart cities'", *Citylab* (citylab.com), aprile 2018.

<sup>33</sup> *Ibidem*.

<sup>34</sup> ROCK. *Cultural Heritage Leading Urban Futures* è un progetto che coinvolge 32 partner di 13 Paesi dell'Unione Europea. V. [www.rockproject.eu](http://www.rockproject.eu)

piazza Scaravilli e piazza Verdi con la spinta all'apertura sistematica del Teatro Comunale alla città nelle sue componenti più cosmopolite e meno folcloristiche. Per quanto connesso a tematiche territoriali, a spazi funzionali e a flussi legati ai ritmi della vita universitaria e delle socialità giovanile, il progetto potrà innestare nuovi approcci e nuove opzioni pratiche soltanto a patto di scardinare le convenzioni relative ad ambienti per propria natura tradizionali e in buona parte renitenti al cambiamento. La creatività e la sua carica non pregiudiziale ne sono elementi imprescindibili.

Anche il comparto eno-gastronomico si interroga sul proprio futuro. Dopo anni di Masterchef e una cascata di bizzarre imitazioni tra il teatrale e il poliziesco arrivano segnali di ritorno alla logica elementare, con tutta l'inevitabile sequela di entusiasmo e scetticismo. Abbandonati sulle spiagge catalane i sifoni di Ferran Adrià tocca allo scandinavo Noma<sup>35</sup>, per anni primo ristorante al mondo nelle valutazioni dei critici, riallacciare i fili con la natura e con lo svolgersi delle stagioni.

Era stato il manifesto della partenza di René Redzepi nel 2004, replicato da Contra a New York, da Brae a Melbourne, da Lyle's a Londra: vincolare la creatività ai prodotti e alle preparazioni del territorio, dare importanza agli ingredienti selvatici. Un nuovo locale progettato dall'architetto danese Bjarke Ingels e situato sul bordo di Christiania (un posto dove le utopie sanno sopravvivere), design danese dello studio David Thulstrup, il nuovo Noma sembra indicare la via di una sorta di controverso 'sovranoismo' culinario<sup>36</sup>, che racconta del posto in cui si trova e sa combinare il vecchio saper fare (nel caso di Redzepi, la fermentazione) con inattesi slanci creativi (nuova cittadinanza gastronomica agli insetti).

Alla luce di queste esperienze, si vede che i processi creativi nascono e si sviluppano grazie a un *hardware* favorevole, costituito dal territorio, dalle sue dinamiche sociali ed economiche, e dalla sua capacità di attrarre, connettere e fertilizzare fermenti e talenti<sup>37</sup>. Dai casi più vistosi (si pensi alla moda a Parigi e a Milano, al design a Copenhagen e a Milano) a quelli caratterizzati da una dimensione sostanzialmente locale (Catania, Matera, Lecce, Bolzano, Modica nella recente esperienza italiana) si può porre in evidenza un chiaro processo moltiplicativo in base al quale l'intuizione di fondo viene se non generata comunque resa possibile dalla fertilità culturale e sociale del territorio, e accompagnata positivamente da un reticolo di dinamiche interattive e istituzionali che ne stimolano l'arricchimento e la diffusione, contribuendo alla crescita graduale del loro grado di sostenibilità. A questa prospettiva si comprende che la creatività è un fenomeno ecumenico e versatile, e non presenta settori preferenziali.

---

<sup>35</sup> Howie Kahn, "An exclusive look inside the new Noma", *Wall Street Journal* (wsj.com), 16 febbraio 2018. Monica Burton, "Take a look around René Redzepi's new Noma", *Eater* (eater.com), febbraio 2018. Josh Lee, "The new Noma: Copenhagen's best restaurant reviewed", *GQ* (gq-magazine.co.uk), 5 marzo 2018.

<sup>36</sup> Hillary Dixler Canavan e Monica Burton, "What the critics are saying about Noma 2.0", *Eater* (eater.com), aprile 2018.

<sup>37</sup> La fertilità dell'humus sul quale i processi creativi si innestano risulta il tema più delicato e cruciale. Si veda in proposito Enrico Bertacchini e Walter Santagata, *Atmosfera creativa. Un modello di sviluppo sostenibile per il Piemonte fondato su cultura e creatività*, Bologna, Il Mulino, 2012. Fabrizio Montanari, *Ecosistema creativo. Organizzazione della creatività in una prospettiva di network*, Milano, Angeli, 2018.

I processi creativi risultano pertanto degli importanti *driver* di sviluppo economico, di crescita culturale, di dinamismo sociale nell'ambito di una scala di valori dominata dalla conoscenza e dalle idee; a questi fini un elemento di fondo che spesso è trascurato nelle analisi, tuttora dominate dal dualismo tra pubblico e privato, è rappresentato dalla capacità di costruire un reticolo negoziale e trasparente nel quale la pubblica amministrazione e le istituzioni che ne disegnano l'orientamento strategico, insieme al comparto imprenditoriale privato che nel territorio di norma è radicato, e alle iniziative *grass-root* che provengono dalle aggregazioni sociali spontanee, superino la logica bizantina dei bandi *erga omnes* e dei sussidi acritici e mirati alla sopravvivenza, e invece progettino sinergicamente percorsi di medio periodo in cui venga facilitata e incentivata la capacità che gli enzimi creativi hanno di fertilizzare l'economia del territorio, seguendo l'andamento dei diversi comparti, anticipando lo *zeitgeist* e muovendosi flessibilmente tra i comparti in modo non pregiudiziale.

# Parte I - Mappe

## 2. Industrie culturali creative in Emilia-Romagna

### 2.1 Il dibattito sui settori culturali e creativi

#### Misurare l'economia arancione

Rispetto al primo rapporto ERVET redatto nel 2011 e pubblicato nel 2012 (di poco successivo quindi al Libro bianco della creatività di Walter Santagata del 2009 ed alla pubblicazione del Libro verde sulle industrie culturali e creative da parte della Commissione Europea nel 2010), il tema della creatività ha assunto un peso sicuramente maggiore nelle politiche dei paesi europei, e 'creatività' è divenuta una parola non più carica di un significato nuovo, rivoluzionario e, per taluni economisti, eccentrico, ma un concetto sempre più istituzionalizzato, valorizzato con la dignità che la lettura economica ha sempre assegnato, ad esempio, ai settori industriali manifatturieri.

La proliferazione di pubblicazioni di rapporti e studi prodotti dalle diverse Istituzioni internazionali, i data base statistici disponibili on-line e i progetti internazionali che coinvolgono le istituzioni locali, hanno portato ad una diffusa conoscenza dei modelli interpretativi principali, consolidando l'opinione che le industrie culturali e creative siano un settore sempre più importante nell'economia e nella società.

Il tema è ampiamente promosso dalle più influenti organizzazioni internazionali tanto che ogni grande Istituzione mondiale ha pubblicato il proprio rapporto, il proprio modello, la propria ricetta per il futuro: citiamo tra questi l'UNESCO, l'UNCTAD, la Commissione Europea e l'OECD. Le industrie culturali e creative (di seguito ICC) sono per tanto divenute, negli ultimi anni, uno dei principali oggetti di discussione circa il loro potenziale economico, con lo scopo di individuare nuovi settori produttivi in uno scenario internazionale contraddistinto da una agguerrita concorrenza in tutti gli ambiti (dalla manifattura tradizionale alla tecnologia).

Nel suo recente volume Fabrizio Montanari<sup>38</sup> certifica questo crescente interesse verso le ICC evidenziando come gli interventi citati in bibliografia sul tema della creatività siano oltre 30 mila e che, considerando le sole pubblicazioni, si è passati dalle circa 30 del 1985 alle oltre 500 del 2016. Se si considerano poi le citazioni delle pubblicazioni si è passati da due del 1985 a oltre 22.000 nel 2016 (Montanari, 2018). Succede cioè, come già successo negli anni passati, che la comunità scientifica, così come la politica e la società, segua tendenze a cui non sfuggono, oggi, le ICC: dopo la "internet economy" degli anni novanta, la "green economy" di questo ultimo decennio, si sta sempre più

---

<sup>38</sup> Fabrizio Montanari, *Ecosistema creativo*, Franco Angeli, 2018.

diffondendo l'attenzione verso la "orange economy"<sup>39</sup>, termine con cui recentemente si identifica questo ambito economico.

Le stime statistiche più recenti ci indicano come nel 2013 le ICC abbiano raggiunto, a livello globale, un fatturato di 2.250 miliardi di dollari, di cui 709 miliardi in Europa, occupando circa 30 milioni di persone<sup>40</sup>, di cui oltre 6,7 milioni nelle "visual arts" e 3,5 milioni nelle "performing arts". Il settore pesa quindi più dell'intera economia Indiana per ricchezza prodotta e più dell'industria automobilistica mondiale in termini di occupazione<sup>41</sup>.

Secondo la Commissione europea il settore culturale e creativo pesa per il 11,2% del totale delle imprese private e il 7,5% di tutte le persone occupate. In termini di valore aggiunto, inoltre, le ICC valgono approssimativamente il 5,3% del valore aggiunto europeo. Secondo il modello europeo a queste dovrebbero aggiungersi 1,7 milioni di occupati e un ulteriore 4% del valore aggiunto attribuibile alle industrie del *fashion* e del lusso.

Nel secondo rapporto "Italia creativa"<sup>42</sup>, l'industria della cultura e della creatività registra in Italia un valore economico complessivo di 47,9 miliardi di Euro e impiega più di un milione di persone. Secondo questo rapporto, inoltre, l'ICC presenta performance migliori rispetto al resto dell'economia italiana, facendo segnare un tasso di crescita di 0,9%, superiore a quello medio italiano. Anche l'occupazione presenta andamenti decisamente migliori rispetto alla media nazionale, con un tasso di crescita nel 2015 del 1,7% rispetto all'anno precedente, in confronto allo 0,8 dell'Italia nel suo complesso.

Infine, secondo il rapporto Symbola-Unioncamere<sup>43</sup>, "nel 2016 il sistema produttivo culturale e creativo in Italia ha sfiorato i 90 miliardi di euro, ovvero il 6% del Pil, grazie all'impiego di 1,5 milioni di occupati (il 6% del totale dell'economia). I valori complessivi della filiera sono in crescita sia in termini di valore aggiunto (+1,8%) che di occupati (+1,5%)".

Si tratta di valutazioni difficilmente confrontabili fra loro perché sono diversi gli approcci e i settori utilizzati, ma nel complesso convergenti nell'affermare che il peso di queste industrie sia significativo e, quindi, di per sé meritevole di attenzione, anche in ragione di andamenti decisamente migliori rispetto a quelli del resto dell'economia.

E' altrettanto chiaro che, malgrado le incertezze e un pizzico di confusione, rispetto al primo rapporto ERVET del 2012 il concetto di industrie culturali e creative si sia progressivamente istituzionalizzato, con persino il rischio che risulti fortemente inflazionato, come sottotraccia afferma nel suo libro Manzella.

Gli studi sul tema dei settori culturali e creativi nascono per esigenze di mappatura di campi di indagine nuovi e poco analizzati e spesso con intenti direttamente collegati a scelte di policy da parte

---

<sup>39</sup> La definizione di Economia arancione è di F. Buitrago Restrepo, *The orange economy: an infinite opportunity*, Interamerican Development Bank, Washington, 2013.

<sup>40</sup> Enrst&Young, *Italia Creativa*, 2015.

<sup>41</sup> G.P. Manzella, *L'Economia arancione*, Rubettino, 2017.

<sup>42</sup> Enrst&Young, *Italia Creativa*, 2016.

<sup>43</sup> Symbola-Unioncamere, *Io sono Cultura*, 2017.

dei governi nazionali o locali. Per questo motivo utilizzano approcci tradizionali e in parte limitanti, che da un lato analizzano particolari settori d'attività e dall'altro seguono il lavoro professionale culturale e creativo. Recentemente vi sono state analisi che hanno cercato di fondere questi approcci o comunque di dare visioni integrate, in parte ricadendo nei limiti e negli errori dei propri modelli di partenza.

In questo paragrafo ci si concentrerà sull'approccio settoriale, mentre quello successivo tratterà il tema del lavoro creativo.

Il concetto di industrie creative fu espresso inizialmente nel 1994 in Australia quando fu promossa la nuova politica culturale "Creative Nation"<sup>44</sup>, progettata per aiutare l'Australia a incarnare nuove opportunità informatiche e la crescita della cultura globale abilitata dai media digitali. Ma è soprattutto dal 1997, con l'avvento del Governo del New Labour in Gran Bretagna, che vengono promosse politiche a sostegno dei settori creativi, estesi a sport, turismo, parchi, parchi divertimento ed aree collegate. L'azione del governo si concentra nel promuovere le sinergie tra questi settori con quelli dei media e della tecnologia digitale, mentre contemporaneamente sostiene percorsi formativi idonei e l'attività di protezione intellettuale. Nel 1998 viene utilizzato per la prima volta in Europa il termine di "industrie creative" da parte del Dipartimento "*British Department for Culture, Media and Sport (DCMS)*" che le definisce come "*those industries that have their origin in individual creativity, skill, and talent and that have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property*" (DCMS, 1998, 2001). Nel 2000, sulla scia delle politiche del New Labour, il consulente Charles Landry pubblica il suo libro '*The Creative City: A toolkit for urban innovators*', nel quale definisce il concetto di città creative e fissa l'obiettivo di collegare lo sviluppo urbano all'innovazione e alle nuove forme di creatività, visione che condizionerà lo sviluppo di molte aree urbane inglesi come Londra e Glasgow. Ancora oggi le industrie culturali e creative sono centrali nella politica economia britannica, sia a livello nazionale che a quello locale.

Sul solco di questa impostazione che vede una stretta connessione tra le industrie culturali e creative e lo sviluppo urbano si inserisce il lavoro di Richard Florida che nel 2002 pubblica negli USA '*The Rise of the Creative Class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*', dove esprime la necessità di promuovere nel tessuto urbano la "classe creativa" al fine di incrementare lo sviluppo economico attraverso le famose tre T: "Talento", "Tecnologia" e "Tolleranza".

A livello di Commissione europea la prima importante citazione di questo fenomeno la si ha a metà del decennio scorso, con il rapporto pubblicato da KEA, dal titolo "*The economy of culture in Europe*" del 2006<sup>45</sup>, nel quale si dava molto risalto al peso economico ed occupazionale delle industrie culturali e creative, a cui è seguito nel 2010 il Libro Verde sulle industrie culturali e creative della Commissione Europea<sup>46</sup>, in cui si riassumono le linee di indirizzo europee per gli anni successivi, individuando nel potenziale di crescita e occupazione delle ICC, in gran parte inutilizzato, uno degli obiettivi per diventare competitiva nel nuovo ambiente globale in continua evoluzione. Sotto la guida della

---

<sup>44</sup> G.P. Manzella, *L'Economia arancione*, Rubettino, 2017, pa. 45.

<sup>45</sup> KEA, *The economy of culture in Europe*, 2006.

<sup>46</sup> Commissione Europea, *Libro Verde: le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare*, Aprile 2010.

Commissione è iniziata successivamente un'attività di promozione di metodi di classificazione comuni tra i paesi ed anche metodologie uniche per la rappresentazione statistica del fenomeno (si pensi ad esempio al *cluster observatory*). L'attenzione delle policy europee alle industrie culturali e creative è diventata sempre più orizzontale ai settori di attività istituzionale e ha riguardato non solo le iniziative strettamente connesse alla cultura, come quella della "Capitale europea della cultura", ma anche fondi finanziari come in *Cosme* e *Horizon 2020* che comprendono le industrie di questo settore ed il "Fondo europeo per gli investimenti strategici", che ha incluso queste industrie tra i suoi ambiti d'intervento, fino alla programmazione della più recente tornata di programmazione dei Fondi strutturali. In definitiva, possiamo affermare che oggi anche a livello europeo le industrie culturali e creative godono di una centralità nelle *policy* dell'Unione e dei singoli Stati, divenendo un obiettivo strategico trasversale all'economia, alla cultura ed alla società.

### I settori considerati

Pur risultando assodato il loro ruolo strategico, risultano ancora presenti diversi approcci interpretativi al fenomeno, tanto che si continua a parlare di diversi modelli per la definizione delle industrie culturali e creative.

Il primo modello elaborato in modo compiuto e molto diffuso nel Regno Unito e in altri Paesi anglosassoni è quello proposto dal già citato Dipartimento "*British Department for Culture, Media and Sport (DCMS)*", che individua, in modo pragmatico e funzionale, le attività economiche collegabili allo sfruttamento di proprietà intellettuali e con un potenziale di produzione di ricchezza ed occupazione. Il modello che ha il vantaggio tipico delle *policy* anglosassoni, risultando poco "accademico" e quindi di facile utilizzo per il *policy maker*, individua nove settori: *Advertising and marketing, Architecture; Crafts; Design and designer fashion; Film, TV, video, radio and photography; IT, software and computer services; Publishing, Museums; Galleries and Libraries; Music, performing and visual arts*. Questo modello richiama quello definito da WIPO (World Intellectual Property Organization)<sup>47</sup>, che si basa sulle industrie che interessano direttamente o indirettamente la creazione, la produzione, la diffusione e la distribuzione di opere protette da copyright.

Un secondo modello interpretativo, alla base dell'approccio europeo, è quello sviluppato da David Throsby<sup>48</sup> in *Economics and culture*, Cambridge University Press. Questo modello si basa sulla proposizione che è il valore culturale dei beni e dei servizi prodotti a caratterizzare queste industrie. Così più è pronunciato il contenuto culturale di un bene o di un servizio particolare, più forte è la pretesa di inclusione dell'industria che lo produce. Il modello afferma che le idee creative nascono dalle arti creative di base in forma di suono, testo e immagine e che queste idee e le influenze si diffondono verso l'esterno attraverso una serie di strati o "cerchi concentrici", con una percentuale di contenuti culturali e commerciali che diminuiscono mano a mano che ci si sposta ulteriormente dal centro.

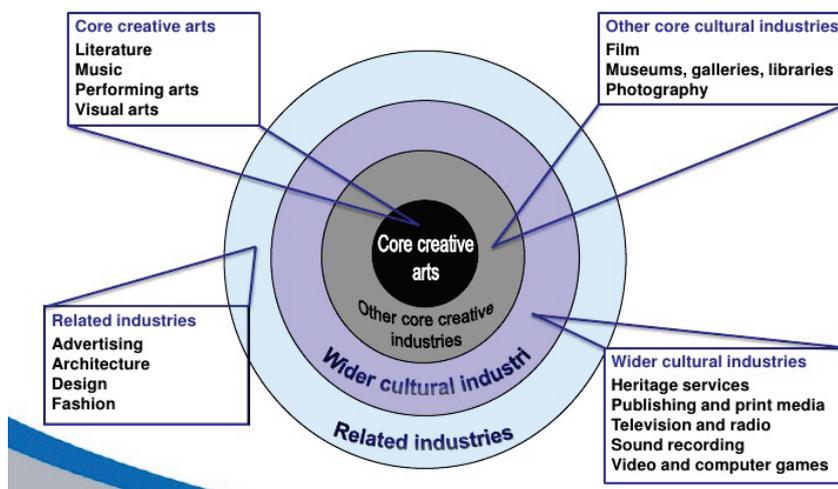
---

<sup>47</sup> International Bureau of WIPO, Conclusions by the Chair, WIPO/ACE/1/7, April 2003.

<sup>48</sup> Throsby, D., *Culture, Economics and Sustainability*, Journal of Cultural Economics, vol.19-n.3, 1995, pp 199-206.

Fig. 1 - Il modello a cerchi concentrici delle industrie culturali

**The concentric circles model of the cultural industries**



Fonte: D. Throsby, *Economics and culture*, Cambridge University Press, 2001

Throsby individua quattro categorie di imprese sulla base del livello di *cultural value* dei prodotti, in ordine decrescente:

- nel primo cerchio: le arti visive, lo spettacolo la musica e la letteratura;
- nel secondo cerchio: i musei, il cinema, la fotografia, le biblioteche e gli archivi;
- nel terzo cerchio: l’editoria, la televisione, i media, i videogiochi e i servizi museali;
- nel quarto cerchio: la pubblicità, la moda, il design e l’architettura.

Al centro del modello vi sono le attività più strettamente connesse con lo sviluppo della creatività stessa, quelle che stimolano gli altri settori che hanno un maggior contenuto economico. Questo modello ha rappresentato la base per classificare le industrie creative in Europa ed è stato utilizzato per la prima volta dal rapporto KEA, di cui si è detto sopra, per la Commissione europea<sup>49</sup>.

**Tav. 1 -** Modello KEA dell’industria culturali e creative

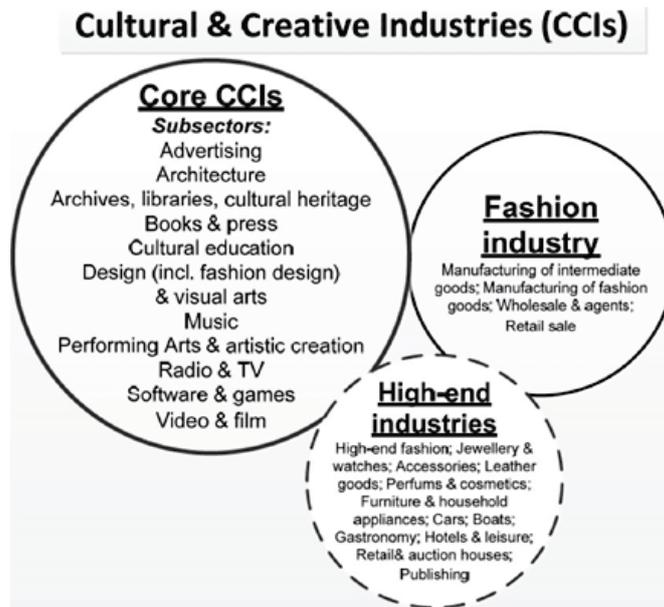
Cuore delle arti	Arti visive
	Arti dello spettacolo
	Patrimonio
Industrie culturali	Film e video
	Televisione e radio
	Musica
	Videogiochi
Industrie creative	Libri e stampa
	Design
	Architettura
	Pubblicità

<sup>49</sup> KEA, *The economy of culture in Europe*, 2006.

Il modello aggiunge un ulteriore livello definito "industrie connesse", che contiene produttori di computer, mp3, telefonia mobile, ecc., le cui attività possono essere considerate fortemente connesse alle industrie creative. Quest'ultimo passaggio, fondato sul modello di Throsby, è fondamentale perché permette di inserire nel modello interpretativo settori che in alcune realtà socio-economiche hanno un forte contenuto creativo e spesso risultano, come scriveva proprio Throsby, connesse in modo più debole, ma comunque derivate, da attività strettamente culturali. L'evoluzione di questo approccio ha portato l'Unione Europea, in un primo momento, a diffondere, attraverso il Regolamento (UE) n. 1295/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, una definizione di industrie culturali creative più ampia: *"tutti i settori le cui attività si basano su valori culturali e/o espressioni artistiche e altre espressioni creative, indipendentemente dal fatto che queste attività siano o meno orientate al mercato, indipendentemente dal tipo di struttura che le realizza, nonché a prescindere dalle modalità di finanziamento di tale struttura. Queste attività comprendono lo sviluppo, la creazione, la produzione, la diffusione e la conservazione dei beni e servizi che costituiscono espressioni culturali, artistiche o altre espressioni creative, nonché funzioni correlate quali l'istruzione o la gestione. I settori culturali e creativi comprendono, tra l'altro, l'architettura, gli archivi, le biblioteche e i musei, l'artigianato artistico, gli audiovisivi (compresi i film, la televisione, i videogiochi e i contenuti multimediali), il patrimonio culturale materiale e immateriale, il design, i festival, la musica, la letteratura, le arti dello spettacolo, l'editoria, la radio e le arti visive"*.

Successivamente, nel 2016, la Commissione Europea ha pubblicato il rapporto *"Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs"*. Secondo questo approccio, le ICC vengono definite come costituite dai settori culturali e creativi *core* - che ne rappresentano l'ambito più importante e che sostanzialmente coincidono con quelli descritti precedentemente - e, quindi, dall'industria della moda (compresa la distribuzione commerciale) e dalle industrie cosiddette *high-end* (del lusso), cioè i segmenti ad alto valore aggiunto di settori molto importanti per l'economia europea come l'*automotive*, la nautica, ecc.. Questo approccio, partendo dal modello KEA e utilizzando il modello di Throsby, include, contrariamente all'approccio anglosassone, anche settori produttivi manifatturieri tradizionali ma con un forte contenuto creativo incluso nei prodotti o nel processo produttivo e si estende, in qualche misura, anche verso la distribuzione commerciale. Il modello è illustrato nella figura seguente.

Fig. 2 - Le industrie culturali e creative per la Commissione Europea



Fonte: Commissione Europea, *Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs*, 2016.

### I modelli italiani

Il modello europeo risulta logicamente coerente con quello sviluppato in Italia dal "Libro Bianco sulla creatività", frutto del lavoro diretto da Walter Santagata per il Mibac, Ministero per i Beni e le Attività Culturali, nel 2009, che rappresenta il primo modello sviluppato nel nostro paese. Esso individua tre categorie principali di ICC: patrimonio storico artistico (patrimonio culturale, architettura, musica e spettacolo, arte contemporanea), industrie dei contenuti e dell'informazione e della comunicazione (Software, editoria, TV e radio, pubblicità, cinema) e, infine, i settori della cultura materiale (moda, design industriale e artigianato, industria del gusto). Si noti come i settori ICC della cultura materiale siano intesi in un senso più ampio rispetto alle industrie di fascia alta individuate dalla Commissione Europea, ma anche come si ritenga centrale, secondo questo approccio, inserire settori manifatturieri ad alto input di servizi culturale e creativo.

Questo approccio è stato ripreso anche nel secondo modello prodotto in Italia, quello della Fondazione Symbola che, sviluppato insieme a Unioncamere, ha la caratteristica di valorizzare proprio la componente della "cultura materiale" che in Italia, ma non solo, ha una notevole importanza. Nel modello Symbola vengono distinte due macro categorie, quella *core cultura* da un lato e quella delle industrie creative e dei settori *creative-driven* dall'altro.

Nella prima categoria, similmente ai modelli già descritti più sopra e consolidati nella letteratura internazionale che approfondisce l'economia della cultura, troviamo i settori strettamente legati alla cultura e alle industrie culturali. Si tratta dei settori del Patrimonio storico artistico, (musei, biblioteche, archivi, siti archeologici, monumenti); le *Performing arts* e le arti visive (rappresentazioni artistiche, divertimento, convegni, fiere); le Industrie culturali (cinematografia, televisione, editoria, industria

musicale, video giochi) e le Industrie creative (il design, l'architettura, la progettazione, la pubblicità e la comunicazione). Nel modello Symbola sono invece esclusi i settori della distribuzione e del commercio sia delle industrie culturali che di quelle creative.

A questi settori si aggiungono altre tipologie di imprese (cosiddette *creative driven*) appartenenti a settori diversi ma fondamentalmente collegati a campi quali quelli del *made in Italy*, dell'enogastronomia, dell'arredamento, imprese soggette a cosiddetti "percorsi di culturalizzazione"<sup>50</sup>, collegate al contributo delle professionalità creative ai settori dell'economia non strettamente legati alla cultura. Per evitare l'inserimento all'interno del novero dei settori di tutte le imprese di queste categorie, un ulteriore passo condotto è stato quello di identificare all'interno di questi settori le imprese artigiane, in particolare quelle in cui prevale la produzione sostanzialmente "non in serie". Questo approccio è quello che continua a seguire Unioncamere per il proprio rapporto Excelsior, cioè per l'analisi della domanda e dell'offerta di lavoro nei settori industriali e creativi. Negli ultimi due rapporti Symbola l'analisi si è ampliata utilizzando *proxy* per stimare unità locali e addetti a partire dalla struttura dell'occupazione e alla distribuzione dell'occupazione fra settori creativi e settori cosiddetti *creative driven* (ma di questo parleremo nel prossimo capitolo).

Il modello previsto dal rapporto "Italia Creativa" redatto da Enrst&Young per diversi soggetti del settore, si focalizza su 10 settori: architettura, arti performative, arti visive, audiovisivo, libri, musica, pubblicità, quotidiani e periodici, radio, videogiochi. Si tratta sostanzialmente dei settori ICC *core*, dove minori sono le differenze all'interno dei diversi studi internazionali. Non vengono trattati quindi i cosiddetti settori associati e viene escluso il tema del software.

La progressiva istituzionalizzazione della definizione settoriale trova ulteriore conferma nell'inserimento nel nostro Paese di queste industrie fra quelle che possono usufruire di uno specifico incentivo fiscale. Secondo la definizione della Legge di stabilità 2018, sono imprese culturali e creative quelle che hanno quale oggetto sociale, in via esclusiva o prevalente, l'ideazione, la creazione, la produzione, lo sviluppo, la diffusione, la conservazione, la ricerca e la valorizzazione o la gestione di prodotti culturali, intesi quali beni, servizi e opere dell'ingegno inerenti alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, alle arti applicate, allo spettacolo dal vivo, alla cinematografia e all'audiovisivo, agli archivi, alle biblioteche e ai musei nonché al patrimonio culturale e ai processi di innovazione ad esso collegati. Anche in questo caso la definizione sembra quindi chiudersi all'interno del settore ICC *core*, anche se il riferimento ai processi di innovazione fornisce una apertura notevole, soprattutto verso il mondo digitale.

Da questa breve rassegna è utile trarre alcune considerazioni conclusive:

- a) La definizione dei settori creativi si è progressivamente consolidata e i fattori unificanti di queste proposte di tassonomia sembrano essere, da un lato, il lavoro professionale creativo e, dall'altro, un qualche ragionamento in merito ai settori protetti dal copyright. Questa istituzionalizzazione, in parte richiesta anche dalle logiche di intervento della politica economica, contrasta in maniera evidente con il concetto stesso di creatività che per sua natura è *disruptive*, sovverte l'ordine con cui classifichiamo e guardiamo le cose. Fenomeni recenti per il nostro Paese, come la nascita di

---

<sup>50</sup> G.P. Manzella, "L'Economia arancione," Rubettino, 2017

- luoghi in cui si concentrano imprese e associazioni con caratteri diversi ma che per propria natura sono luoghi di creatività, oppure la nascita e crescita di piattaforme per lo scambio di contenuti multimediali, non sono agevolmente rappresentabili dalle statistiche ufficiali e anzi richiederebbero sforzi analitici aggiuntivi per adeguare classificazioni ed approcci di analisi;
- b) Buona parte delle riflessioni è in realtà condizionata dalla disponibilità di dati. Le difficoltà in questo campo sono molteplici. Implicito nel concetto di cultura e creatività è il concetto di scambio (inteso in senso naturalmente più ampio di quello semplicemente commerciale), ma le forme economiche attraverso cui questo scambio avviene sono molto complesse da stabilire e rappresentare e le forme stesse di impresa cambiano e sono difficilmente codificabili. Le rappresentazioni del settore ICC che si stanno consolidando non possono che avere il limite della disponibilità di dati affidabili e tempestivi. Ne consegue la necessità di passare dalla dimensione di mappatura a quella di osservatorio, valorizzando al massimo, come vedremo in uno dei capitoli conclusivi di questo rapporto, gli archivi amministrativi disponibili;
  - c) I sistemi di classificazione faticano a tener conto della riorganizzazione produttiva dei settori. Questo vale per il manifatturiero (la cui riduzione dimensionale non è altro che il riflesso di processi di espulsione di fasi produttive verso altri settori, spesso terziari), ma è significativo anche nell'ambito delle ICC. Un caso eclatante, ad esempio, è quello dell'esternalizzazione di funzioni di carattere operativo da parte delle pubbliche amministrazioni nei settori culturali o in ambito museale. Questa trasformazione porta alla crescita di occupazione in settori spesso non attribuiti alle ICC, per cui a contrazioni nelle statistiche specifiche non corrispondono riduzioni reali nelle attività;
  - d) Le classificazioni degli studi recenti tendono ad escludere dai settori considerati le piattaforme e la grande distribuzione commerciale. La cosa in sé è abbastanza stupefacente essendo proprio la recente rivoluzione commerciale a retroagire in modo significativo sull'organizzazione e sulle forme delle strutture produttive, oltre a produrre fenomeni di concentrazione territoriale a livello globale che modificano la struttura territoriale tradizionale di queste industrie. La motivazione di una supposta minor "creatività" del lavoro all'interno di questi settori è inoltre contraddetto non solo dall'esperienza comune, ma anche dalle trasformazioni in corso, che vedono spesso i nuovi operatori commerciali svolgere ruoli di promozione ben più ampi rispetto alla semplice intermediazione commerciale;
  - e) Spesso alcuni problemi di classificazione originano da aspetti eminentemente territoriali. Parlare di Fashion in Nord Europa, dove la dimensione manifatturiera è sostanzialmente scomparsa, non è esattamente la stessa cosa che farlo in Emilia-Romagna, dove al contrario rimane radicato un settore manifatturiero forte. Questo porta ad includere o a escludere settori sulla base di specificità territoriali, cosa in sé positiva dal punto di vista delle politiche, ma con diverse criticità dal punto di vista analitico;
  - f) Nel complesso appare criticabile la giustapposizione fra industrie culturali e creative delle classificazioni più recenti. Il concetto di creatività dovrebbe emergere come chiave di lettura dei fenomeni in corso all'interno delle industrie identificate, più che essere un elemento definitorio che le separa in gruppi. Una distinzione reale è semmai quello di chi opera prevalentemente per il consumatore finale e chi per il sistema delle imprese;

- g) Il turismo rimane in questo tipo di analisi un convitato di pietra. Non viene infatti inserito a pieno titolo fra i settori (si immagina per lo stesso motivo per cui non viene inserita la distribuzione) ma ci si affretta a valutare gli impatti economici del turismo culturale o d'affari, che come vedremo sono significativi;
- h) Irrisolto appare inoltre il problema del contributo che questi settori o gli input professionali creativi forniscono agli altri settori. Questo aspetto merita per la sua importanza un trattamento specifico.

## 2.2. Filiere, ecosistemi e settori: un problema di policy

Da diverso tempo la politica industriale della Regione Emilia-Romagna ha scelto di utilizzare come unità di indagine e di intervento quella delle filiere produttive. A partire dai Piani triennali delle attività produttive della fine degli anni Novanta, alla programmazione dei fondi strutturali, alla recente strategia di specializzazione intelligente, le filiere produttive sono state identificate come il riferimento obbligato per le misure di intervento regionale. Questa scelta deriva da due semplici considerazioni: da un lato la circostanza per cui la rappresentazione di un sistema industriale non possa limitarsi alla identificazione di settori produttivi descritti per prodotto o servizio, ma debba valorizzare anche il complesso sistema di fornitura e subfornitura che contribuisce a realizzare il prodotto e il servizio medesimo. Dall'altro che, in ragione di ciò, qualsiasi intervento pubblico proposto debba in un qualche modo valorizzare questa complessità, agendo di volta in volta sui fattori che possono sembrare strategici per lo sviluppo della filiera stessa. Questa visione sistemica si è ulteriormente ampliata con il concetto di ecosistema dell'innovazione, in cui la dimensione di relazione si amplia dal sistema economico fino a considerare anche la partecipazione di soggetti, come le università o le pubbliche amministrazioni, esterne al sistema produttivo.

Questo tipo di attenzione, che deriva in questa regione dai primi lavori di analisi dei distretti produttivi, non deve essere abbandonata, come in parte sembra succedere in alcuni approcci di analisi, se si tiene conto dell'evoluzione e delle dinamiche industriali di questi anni:

- a) L'economia si sta dirigendo sempre più verso la differenziazione e la personalizzazione dei prodotti; lo sviluppo dei big data e di *Industry 4.0* consente profilazioni evolute dei consumatori e allo stesso momento grandissima flessibilità operativa;
- b) Cresce la velocità di introduzione di prodotti e servizi, cresce l'interazione fra produttore e consumatore e la capacità di tradurre e interpretare velocemente, anche grazie all'*Internet of things*, le trasformazioni della società;
- c) Cresce il valore di aspetti intangibili come il significato, l'estetica, l'interfaccia con il consumatore;
- d) Cresce la dimensione esperienziale per enfatizzare e influenzare il comportamento umano;

Se questo è, le professioni e le imprese creative non possono che fornire input determinanti per lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi e, simmetricamente, è sempre più improbabile che questi beni e servizi possano essere prodotti senza l'associazione di creativi. La tendenza quindi è verso un rafforzamento delle dimensioni di filiera (e non tanto di una loro limitazione) e, dunque, verso un ecosistema della creatività.

Con riferimento alle industrie culturali e creative questo significa affrontare due problemi specifici.

Il primo è quello relativo alla descrizione della catena del valore delle industrie considerate, cioè delle imprese che producono beni e servizi cosiddetti culturali e creativi. In ambito cinematografico, ad esempio, significa considerare non solo la dimensione artistica ma anche quella più prettamente industriale e artigianale (le maestranze, i tecnici, ecc.), fino alla distribuzione finale del prodotto cinematografico; nel caso dell'architettura, la rappresentazione per filiera dovrebbe tener conto della complessa organizzazione reticolare del settore, della progettazione e della particolare attivazione che viene fatta di altre imprese su settori contigui o accessori.

Nell'ultimo decennio, queste trasformazioni "interne" alla filiera culturale e creativa hanno riguardato in modo particolare i cambiamenti indotti dalla rivoluzione digitale sull'economia (si pensi ad esempio al caso dell'*entertainment*, ma anche al campo della comunicazione o della pubblicità o dei media). Con la rivoluzione digitale, i lavori si trasformano, i settori plasticamente si adattano e le classificazioni statistiche, di fronte a rivoluzioni di questo tenore, invecchiano così precocemente da risultare quasi del tutto inutilizzabili. Non resta quindi che cercare tracce innovative e adeguare progressivamente i propri schemi di lettura.

Ma per quanto paradossale questo possa sembrare, il problema della trasformazione della filiera culturale creativa non è il problema principale per questo tipo di studio. Il problema, cui diverse ricerche che hanno preso l'avvio su questo tema si sono dovute concentrare e su cui hanno dato risposte molto diverse, è quello relativo, da un lato, a come trattare il fatto che quello culturale e creativo risulta un input fondamentale per lo sviluppo e la crescita di altre filiere produttive e, dall'altro, su come trattare la dimensione creativa artigianale.

Il primo aspetto affronta il problema di come si attivi la relazione fra settore cosiddetto *core* e gli altri settori produttivi (dal manifatturiero, ai servizi, alla pubblica amministrazione) e di quanto le attività cosiddette creative vengano integrate verticalmente all'interno delle imprese di altri settori.

Il problema non è cioè quello di riconoscere l'importanza della creatività intesa in senso lato (come l'abilità di generare idee nuove, oppure originali grazie all'immaginazione, cioè la capacità di creare immagini mentali di cose che i nostri sensi non percepiscono come reali in quanto al momento non esistenti, in altre parole di pensare qualcosa di nuovo), perché in questo senso diviene difficile limitare il campo dei settori interessati dall'agire creativo. Qualsiasi attività umana può avere queste caratteristiche.

Semmai il tema è quello di cercare di capire quali industrie o quali tipologie di imprese utilizzino in modo significativo input culturali creativi, cioè prodotti o servizi in senso ampio riconducibili al campo descritto nel settore *core* di cui ai paragrafi precedenti.

La letteratura recente su questo tema non ha risolto il problema che peraltro risulta centrale per il disegno delle politiche del futuro.

In estrema sintesi le scelte analitiche adottate sono di tre tipi:

- a) Una prima linea di lavoro è quella che ha cercato di operare ampliando la gamma di settori considerati, inserendo, più o meno arbitrariamente, all'interno dei lavori di mappatura quei settori che si riteneva utilizzassero in modo più significativo input creativo e culturale;
- b) Una seconda linea di lavoro ha preso come base di analisi le professioni creative, identificando a partire da dove le professioni creative venissero impiegate, i settori cosiddetti *creative driven*.
- c) In chiave più propriamente micro, sono stati utilizzati approcci di *network analysis*, approcci che trovano risultati molto interessanti, ma che allo stato attuale sono di difficile implementazione su ambiti estesi.

Nel complesso nessuno di questi approcci risolve definitivamente il problema. L'unica soluzione è probabilmente quella di adottare una visione dinamica del processo, che consenta di tenere sotto controllo i settori cosiddetti *creative driven* in modo da evidenziarne le trasformazioni e in particolare,

il loro eventuale e progressivo spostamento verso produzioni a maggiore intensità di input culturali e creativi. Dal nostro punto di vista questo significa passare dalle mappature statiche, in un qualche modo obbligate degli studi a scala nazionale o internazionali, ad approcci più in stile da osservatorio (come Ervet sta già ora facendo sul tema della *green economy*), risolvendo tramite analisi specifiche e approfondite l'incerta collocazione di imprese appartenenti a settori produttivi che non possono essere considerati tout court creativi.

Un secondo aspetto ancora irrisolto da considerare nella relazione fra cultura e creatività e sistema produttivo ha a che vedere con la dimensione artigianale. Il tema dell'artigianato artistico o dell'artigianato collegato al lusso, viene affrontato con grande difficoltà dagli studi di tipo settoriale. Come si è detto, nella tradizione dei rapporti Excelsior si sceglie la componente artigiana delle attività tipiche del *Made in Italy*, in quanto ritenuta quella più creativa e legata a tradizione e saperi consolidati. Al di là delle perplessità tecniche (le imprese artigianali sono molto diverse fra loro) è indiscutibile che la dimensione artigianale sia interessante per questo ambito sia nelle sue versioni tradizionali (artigianato artistico) che nei nuovi ambiti di interesse, come quello dei *Makers*. L'artigianato digitale è sicuramente un fenomeno da osservare con grande interesse a livello regionale. Anche per questo aspetto riteniamo che lo sforzo debba essere quello di operare secondo modelli come quelli descritti all'interno del capitolo sul nuovo osservatorio della cultura e creatività.

## 2.3 Il modello analitico dell'Emilia-Romagna

### La mappa settoriale

La prima mappatura delle industrie culturali e creative risale al lavoro ERVET del 2012. Si presentava nel seguente modo.

1. **Attività culturali, artistiche e di intrattenimento**
    - Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche*
    - Attività ricreative e di divertimento*
    - Conservazione e fruizione del patrimonio storico, artistico e culturale*
  2. **Media e industrie culturali**
    - Cinema e audiovisivo*
    - Editoria, stampa e lavorazioni collegate*
    - Musica (edizioni)*
    - Trasmissioni radio-televisive*
  3. **Servizi creativi**
    - Architettura, Progettazione e Design*
    - Fotografia*
    - Informatica (software, consulenza e gaming)*
    - Pubblicità e comunicazione*
  4. **Distribuzione prodotti delle industrie culturali**
  5. **Artigianato artistico**
    - Lavorazioni artistiche e artigianali*
    - Commercio beni d'arte e artigianato artistico*
- +**
- Cultura materiale**
  - Arredamento e prodotti casa (compresa distribuzione)*
  - Moda (compresi accessori e distribuzione)*
  - Food (esclusa la dimensione industriale e la ristorazione)*

Un'ulteriore rappresentazione del settore ICC è stata prodotta dalla Regione Emilia-Romagna a partire dallo studio ERVET, per la definizione dei settori strategici della *Smart Specialization Strategy (S3)* del Programma Operativo Regionale FESR: in questa definizione sono contenuti tutti i settori ICC *core* ma vengono aggiunti e integrati all'interno del perimetro alcuni settori della cultura materiale (in particolare il *fashion*), la fabbricazione di apparecchi elettronici, alcuni settori collegati allo sviluppo turistico e alcuni codici ATECO del settore dell'istruzione. Queste integrazioni riflettono peraltro il particolare obiettivo della S3 regionale e la necessità di concentrare l'attenzione sui processi di innovazione tecnologica.

Date queste premesse, in particolare l'analisi dei modelli italiani e l'incertezza relativa ai settori di tipo

*creative driven*, la scelta che abbiamo operato in questo studio è stata quella di non stravolgere quanto fatto nel rapporto precedente e, semmai, di aggiungere elementi di riflessione ulteriori, proponendo nuove chiavi di lettura tramite nuovi set di dati, come sarà più evidente nei prossimi paragrafi. Si tratta di una impostazione del tutto coerente con quella dei lavori italiani e, in particolare, con l'approccio seguito da Unioncamere e Symbola, da cui si differenzia sostanzialmente per tre elementi:

- a) Il nostro approccio valorizza la dimensione di filiera e artigianale interna al settore ICC e, quindi, considera, evidenziandoli a parte in modo che sia possibile identificarli correttamente, il settore della distribuzione collegato ai prodotti media e il lavoro artigianale. Come anticipato, riteniamo interessante analizzare l'evoluzione della distribuzione dei contenuti culturali, perché sono particolarmente interessanti anche per gli effetti di trasformazione che possono indurre sui sistemi produttivi. Allo stesso tempo, riteniamo il lavoro artistico artigianale da intendersi correttamente all'interno del settore.
- b) Un secondo elemento è l'inserimento del digitale nei servizi creativi e non nei media, come in altri studi di questo tipo. In questo caso l'obiettivo è di accentuare la dimensione pervasiva di questo settore anche con riferimento al settore manifatturiero e non solo la sua accessorietà alla trasformazione dei media. Se i cosiddetti servizi creativi sono il ponte fra attività core e sistema produttivo più generale, allora riteniamo più corretto inserire in questo ambito tutto il tema digitale.
- c) In prima battuta, si risolve il problema dei settori *creative driven* riproponendo i codici ATECO del cosiddetto *Made in Italy* classico, mantenendo il concetto di cultura materiale, anche se proporremo una stima di alcuni settori aggiuntivi così come propone la Commissione Europea. L'approccio comunitario, che pure rischia di ampliare in modo incontrollato i confini di questo tipo di industrie, ha nel caso regionale un certo interesse, se teniamo conto della specializzazione di questa regione nei settori ad alto valore aggiunto ad esempio nell'industria dell'*automotive* e della nautica.

Tav. 1. - Schema settoriale dell'economia della creatività: settori ICC standard, cultura materiale, altri settori di impatto

Economia creatività – visione allargata							
Settori ICC standard*			Cultura materiale*				Settori "High End" (Commissione Europea, 2016)
(Settori core) Attività culturali, arti e intrattenimento	(Settori core) Media e industrie culturali	Servizi creativi	Artigianato artistico	Sistema moda	Casa – arredo	Food	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spettacolo dal vivo, altre attività creative e artistiche</li> <li>• Attività ricreative e di divertimento</li> <li>• Conservazione e fruizione del patrimonio storico, artistico e culturale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cinema e audiovisivo</li> <li>• Editoria, stampa e lavorazioni collegate</li> <li>• Musica (registrata)</li> <li>• Trasmissioni radio-televisive</li> <li>• Distribuzione prodotti culturali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Architettura e Progettazione</li> <li>• Design</li> <li>• Fotografia</li> <li>• Informatica (software consulenza)</li> <li>• Pubblicità e comunicazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavorazioni artistiche e artigianali</li> <li>• Commercio beni d'arte, seconda mano ecc.</li> <li>• Distribuzione prodotti artistici e artigianali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tessile e abbigliamento</li> <li>• Pelli e calzature</li> <li>• ...</li> <li>• Distribuzione moda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobili e cucine</li> <li>• Prodotti in ceramica</li> <li>• ...</li> <li>• Distribuzione prodotti casa-arredo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produzione di paste alimentari</li> <li>• Produzione di vino e altri alcolici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Automotive</li> <li>• Nautica</li> <li>• Ricezione turistica</li> <li>• Cosmetica</li> <li>– Industria del gusto e della ristorazione creativa</li> </ul>
– Imprese innovative high-tech							

\* Gli elenchi puntati con il pallino riguardano settori/segmenti produttivi identificabili dai codici statistici (ATECO); quelli con il trattino riguardano invece categorie non trattate come tali dalle statistiche ufficiali.

## 2.4 Le industrie culturali e creative in Emilia-Romagna

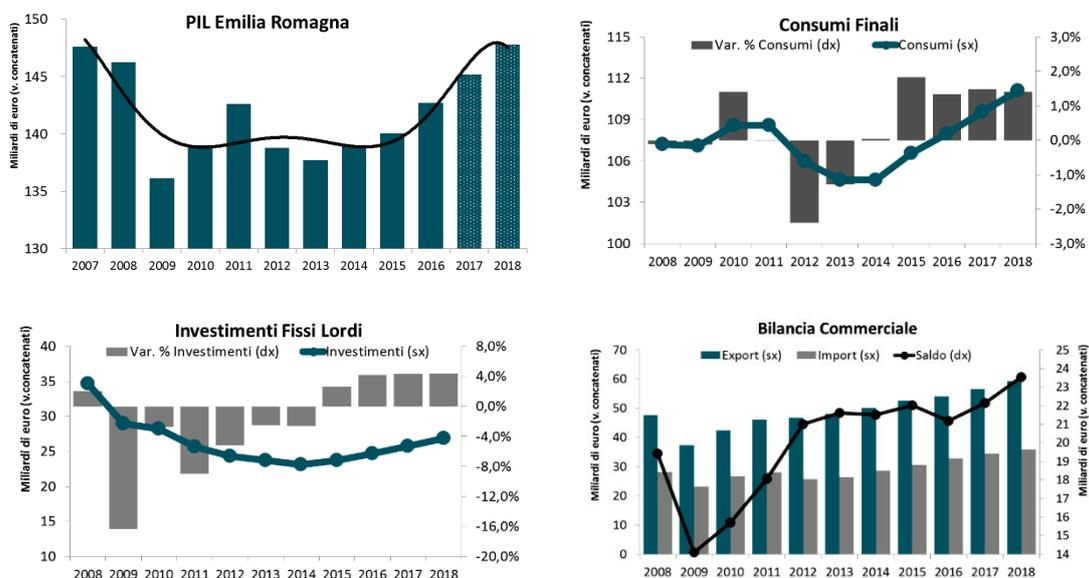
### Il contesto economico di riferimento

Il rapporto precedente presentava i dati 2008, l'anno della grande crisi finanziaria. Non venivano quindi ancora valorizzati gli effetti negativi della crisi e, al contempo, con la evidente incertezza che emergeva dai testi allora redatti, non si prevedeva l'ulteriore crisi che avrebbe fatto ricadere l'economia mondiale e quella regionale in una situazione critica nel 2012/2013. Con riferimento al 2012, il valore aggiunto regionale si stimava avrebbe fatto segnare una sostanziale crescita zero, dopo due anni positivi che seguivano il disastroso 2009.

In un orizzonte di lungo periodo emerge in misura significativa l'impatto della crisi economica internazionale sull'economia dell'Emilia-Romagna: nel 2017 la stima del PIL regionale a prezzi costanti risulta ancora inferiore al valore del 2007 (-1,6%) che dovrebbe essere recuperato nel corso del 2018, undici anni più tardi (a livello nazionale il riaggiungimento del livello pre-crisi è previsto addirittura tra il 2022-2023).

Nel corso dell'ultimo decennio l'andamento del prodotto interno regionale ha seguito una traiettoria del tipo *double dip recession*, evidenziando una prima fase acuta di contrazione nel 2009, un rimbalzo nei due anni successivi e poi una nuova fase recessiva nel biennio 2012-2013. A partire dal 2014 si è registrata una inversione di tendenza con un recupero dei valori della produzione che risulta ancora in corso.

Fig. 1 - Dinamica 2008-2018 del PIL dell'Emilia-Romagna e delle sue componenti



Fonte: elaborazioni Ervet su dati Prometeia

Le due fasi recessive evidenziate manifestano del resto caratteristiche differenti come suggeriscono i diversi andamenti delle componenti del PIL regionale nel corso degli ultimi anni. Il netto calo del 2009 è dipeso innanzitutto dalla reazione del sistema produttivo regionale allo shock della domanda su scala globale: le esportazioni delle imprese sono calate bruscamente, il saldo della bilancia commerciale regionale si è contratto e le imprese hanno significativamente ridotto gli investimenti. Diversamente la fase recessiva del biennio 2012-2013 si è caratterizzata come una crisi della domanda interna: al decremento continuativo degli investimenti delle imprese (pur se ad un ritmo più blando rispetto al 2009), si è aggiunta la contrazione dei consumi finali delle famiglie e della Pubblica Amministrazione. La domanda estera netta risultava in aumento, fornendo un contributo positivo al PIL regionale, pur se in misura non sufficiente a compensare il calo della domanda interna.

Nel 2014 il PIL dell'Emilia-Romagna torna a crescere grazie al contributo della domanda estera netta in presenza di una domanda interna ancora stagnante, per poi rafforzarsi a partire dal 2015 grazie al contributo positivo di tutte le sue componenti.

Come già evidenziato, la crescita economica dell'Emilia-Romagna è prevista in ulteriore consolidamento nel corso del 2018, trainata sia dall'incremento del saldo della bilancia commerciale che dai consumi finali e dagli investimenti delle imprese, che rimangono tuttavia la sola componente ancora al di sotto dei livelli pre-crisi (se considerati a prezzi fissi).

**Tav 2 - Inquadramento macroeconomico: Emilia-Romagna Vs Italia**

	<b>Variabile</b>	<b>Emilia Romagna</b>	<b>Italia</b>
<b>Popolazione</b>	Popolazione residente (2017)	4.457.318	60.589.445
	Stranieri residenti (2017)	529.337	5.047.028
	% stranieri su pop. Residente	11,9%	8,3%
	Var. % popolazione totale 2017/2016	+0,0%	-0,1%
	Var. % popolazione totale 2017/2008	+4,0%	+1,6%
<b>PIL</b>	PIL (2016, valori correnti)	153.927 milioni di euro	1.679.500 milioni di euro
	Var. % PIL 2016/2008 (valori concatenati)	-2,4%	-5,8%
<b>Export</b>	Esportazioni (2017 – valori correnti)	59.881 milioni di euro	442.005 milioni di euro
	Var. % export 2017/2016 (valori concatenati)	+4,8%	+5,6%
	Var. % export 2017/2008 (valori concatenati)	+18,7%	+15,0%
<b>Import</b>	Importazioni (2017 – valori correnti)	35.242 milioni di euro	381.317 milioni di euro
	Var. % import 2017/2016 (valori concatenati)	+5,0%	+5,4%
	Var. % import 2017/2008 (valori concatenati)	+21,9%	+7,7%
<b>Saldo commerciale</b>	Saldo commerciale (2017 – valori correnti)	+24.639 milioni di euro	+60.688 milioni di euro
<b>Apertura internazionale dell'economia</b>	Flusso commercio con l'estero (Export + Import 2016) sul PIL (2016)	57,6%	49,0%
	Unità locali (2015)	395.185	4.687.891
<b>Sistema produttivo</b>	Var. % UL 2015/2008	-5,2%	-3,8%
	Addetti alle UL (2015)	1.531.134	16.289.875
	Var. % Addetti 2015/2008	-9,7%	-9,4%
	Dimensione media delle UL (2015)	3,9 addetti	3,5 addetti

Fonte: elaborazioni Ervet su dati Istat e Prometeia

La fine del 2017 e i primi mesi del 2018 confermano un quadro positivo per l'economia a livello internazionale, con un rafforzamento del commercio con l'estero (cresciuto del 4,9% nel 2017, dopo un più fiacco 1,7% nel 2016), anche se persistono rischi di natura geopolitica. Di questo contesto ha beneficiato anche l'Italia, che, con una crescita annua del PIL 2017 stimata tra l' 1,5/1,6%, dovrebbe aver ottenuto il risultato migliore degli ultimi sette anni.

Il 2017 ha anche confermato il consolidamento della ripresa economica dell'Emilia Romagna, con una crescita del PIL reale stimata all'1,7%, dato che colloca la regione al primo posto a livello nazionale. La dinamica economica positiva dovrebbe proseguire nel 2018, con un tasso di crescita previsto dell'1,8%, riportando così il PIL regionale al di sopra del livello pre-crisi del 2007.

Prosegue il traino del commercio estero. Nel 2017 le esportazioni hanno superato il valore di 59 miliardi di euro (a valori correnti), confermando anche un saldo commerciale ampiamente positivo, il più alto tra tutte le regioni italiane (quasi 25 miliardi di euro, sempre a valori correnti). Dopo la crescita messa a segno nel 2017, nell'anno in corso la crescita dell'export regionale, calcolato a valori concatenati, dovrebbe ulteriormente rafforzarsi (+5,0%).

Si segnala la ripresa degli investimenti fissi, che – come osservato a livello nazionale – hanno beneficiato del Piano Nazionale Impresa 4.0. Dall'inizio della legislatura regionale al 2017 gli investimenti – in termini reali - sono cresciuti a doppia cifra (11,6%) e si prevede una dinamica positiva anche per il 2018, con una crescita stimata pari al 4,4% rispetto all'anno precedente. Questo dato contribuisce a comporre un bilancio del triennio 2014-2017 significativamente positivo, che ha visto crescere la produzione regionale del 4,5%, l'export del 12,7% e i consumi finali del 4,7%.

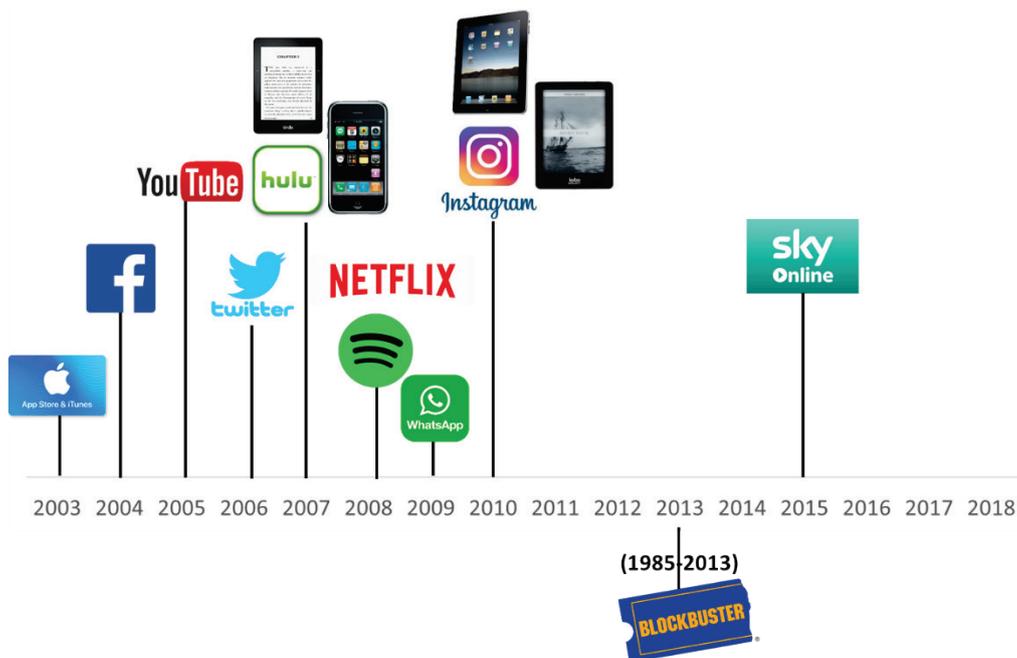
Un secondo elemento di cui non potevano tenere conto i dati presentati nel rapporto precedente che si riferivano al 2008, è la forza e la pervasività della trasformazione digitale. La trasformazione strutturale delle economie occidentali in ragione della crescita dell'economia digitale è profondissima ed in pochi anni ha trasformato il panorama industriale mondiale. Fra le grandi imprese presenti nella classifica di *Fortune* negli ultimi anni compaiono aziende che neppure esistevano venti anni fa; ed al contempo, scendono in classifica colossi che siamo da sempre stati abituati a considerare la quintessenza dell'economia mondiale. La trasformazione digitale cambia notevolmente l'impresa. La struttura produttiva che siamo abituati a conoscere ha una dimensione fisica, occupati posizionati in stabilimenti, catene del valore definite. Nelle nuove imprese-piattaforma non c'è quasi più nulla di tutto questo. Spesso il modello di business si basa su l'interazione di clienti e intermediari, senza che vi sia transazione fisica, ma solo intermediazione. L'effetto è devastante: *Airbnb* ora vale molto più di *Hilton*, *Uber* più di *General Motors*<sup>51</sup>. Ma al cambiamento dell'impresa si associa nel campo delle ICC, una trasformazione radicale del modo attraverso cui i contenuti culturali vengono prodotti, distribuiti e consumati. Questa rivoluzione cambia la composizione settoriale all'interno delle industrie culturali e creative, impatta in modo significativo e per ora negativamente su alcuni settori (come quello dei media e della distribuzione) e ne amplia altri (in particolare la produzione di software, il *gaming*, ecc.). Come testimonia la figura seguente (in cui vengono identificate le date di introduzione di alcuni prodotti o servizi oramai centrali per la produzione o il consumo culturale), i dati che presentammo

---

<sup>51</sup> Si veda Guido Caselli, *Il turismo invisibile*, Unioncamere Emilia-Romagna, 2017.

oramai 5 anni fa e che si riferivano spesso al 2008, non potevano tenere conto di questa rivoluzione, mentre come vedremo, quelli che presentiamo ora già cominciano ad evidenziarne gli effetti. Va peraltro detto che siamo davvero nella fase seminale di questa rivoluzione e che risulta ad oggi davvero difficile capire in che modo queste nuove modalità di concepire, produrre, distribuire, consumare contenuti culturali e creativi potranno assestarsi nel prossimo futuro.

Fig. 2 - Anno di introduzione sul mercato di servizi o device digitali



### Le industrie culturali e creative: una prima rappresentazione integrata

La complessità nel trovare una definizione dei settori produttivi legati alla cultura e creatività univocamente accettata dagli studiosi e dalle istituzioni internazionali - difficoltà presente anche in altri settori produttivi ma che qui sconta il fatto che il confronto intellettuale è iniziato più recentemente - si evidenzia anche nella minor disponibilità e rappresentatività di dati statistici.

In un mondo più destrutturato rispetto ai comparti produttivi industriali, anche a causa della maggior presenza di attività informali, non organizzate in forme giuridiche chiare, e con un presunto maggior grado di spontaneità, risulta molto difficile garantire la rappresentatività statistica dei dati settoriali che ne misurano l'importanza economica. Tale aspetto, che per alcuni è la prova del maggior contenuto non ordinario, "rivoluzionario" e "libero" di questo settore, è ad onore del vero una caratteristica comune a molti altri fenomeni oggetto di misurazione economica.

Sorvolando su questo dibattito, risulta comunque indiscutibile che le banche dati disponibili hanno limiti molto significativi e rendono molto difficile la rappresentazione statistica del valore economico di questi settori.

La banca dati SMAIL di Unioncamere Emilia-Romagna, il riferimento principale per le ricerche che misurano l'entità delle unità locali attive in regione e degli addetti corrispondenti, ha il pregio di produrre dati quasi in tempo reale, di includere soggetti anche non tipicamente imprenditoriali (come le associazioni che hanno dipendenti), di integrare le informazioni di tipo camerale con quelle provenienti da altre fonti amministrative (in particolare INPS) e quindi di assicurare dati sull'occupazione di maggiore puntualità. Essa però tende a sottostimare il peso dei liberi professionisti senza addetti (che non hanno l'obbligo di iscriversi alla Camera di commercio e non sono considerati all'interno delle banche dati INPS), che, dalle analisi condotte in alcuni comparti di questi settori, presentano un peso significativo<sup>52</sup>. Per questo motivo, al solo scopo di offrire una rappresentazione realistica (ancorché sempre indicativa del fenomeno), abbiamo integrato le banche dati in modo da offrire una descrizione dei settori ICC, che diventa l'unica possibile per cogliere in modo completo tutti gli aspetti delle attività culturali e creative.

Si è quindi proceduto a stimare il dato reale utilizzando, solamente per le categorie degli architetti, dei progettisti e dei designer, le informazioni presenti nella banca dati ASIA di ISTAT che invece è caratterizzata dal fatto di includere anche i dati delle partite IVA. Purtroppo tale banca dati risulta aggiornata solamente al 2015, per cui si è reso necessario operare una duplice integrazione: il dato relativo alla categoria dei servizi creativi contiene i dati SMAIL per tutti i settori produttivi tranne per quelli citati sopra che invece sono quantificati con i dati ASIA. I dati SMAIL fanno riferimento al 2017, mentre quelli ASIA al 2015, nella consapevolezza che in questo biennio non si è registrata una variazione significativa del numero delle unità locali e degli addetti.

Nelle tabelle che seguono si è quindi esplicitamente indicato (tramite apposita nota) il fatto che i dati di alcuni settori si riferiscono alla banca dati ASIA con riferimento all'anno 2015, l'ultimo disponibile. I dati così descritti rappresentano chiaramente una stima e come tale deve essere considerata.

**Tav. 3** - Unità locali e addetti per macrocategorie dei settori ICC standard, Emilia-Romagna (2017)

	N. UL	N. Add.	% UL	% Add.
Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	3.178	13.759	9,2%	15,4%
Media e industrie culturali	3.826	17.139	11,0%	19,2%
Servizi creativi*	21.575	46.688	62,2%	52,3%
Lavorazioni artigianali	582	2.473	1,7%	2,8%
<b>Totale Produzione ICC</b>	<b>29.161</b>	<b>80.059</b>	<b>84,1%</b>	<b>89,6%</b>
Distribuzione Artigianato artistico	2.902	5.013	8,4%	5,6%
Distribuzione Prodotti culturali	2.619	4.283	7,6%	4,8%
<b>Totale settori ICC</b>	<b>34.682</b>	<b>89.355</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
% totale Emilia-Romagna	7,6%	5,4%		

Fonte: elaborazioni ERVET su dati SMAIL ed ASIA; \* dati ASIA, anno 2015.

<sup>52</sup> Si è proceduto a confrontare le banche dati ASIA e SMAIL per le stesse annualità e la verifica ha condotto a ritenere che le principali differenze siano rinvenibili nelle categorie degli studi di architettura, ingegneria e nei *designer*, dove il lavoro libero professionale ha pesi significativamente maggiori rispetto ad altri comparti.

Il dimensionamento dei settori ICC in Emilia-Romagna nel 2017, definiti secondo l'impostazione sopra descritta, è riportata in Tav. 4. Sommando l'aggregato della 'Produzione ICC' alla "Distribuzione di prodotti culturali" e all' "Artigianato artistico", si stimano oltre 34 mila unità locali e 89 mila addetti, corrispondenti al 7,6% delle unità locali e al 5,4% degli addetti dell'intera economia regionale. Rispetto al rapporto precedente, il peso delle unità locali è rimasto sostanzialmente analogo, mentre è cresciuto di qualche decimale di punto il peso degli addetti sul resto dell'economia.

**Tav. 4 - Unità locali e addetti dei settori ICC e dell'Emilia-Romagna, 2008-2015-2017**

	2017		2015		2008	
	Unità Locali	Addetti	Unità Locali	Addetti	Unità Locali	Addetti
Totale settori ICC standard	34.682	89.355	34.757	85.428	34.858	87.747
Totale economia	454.252	1.649.726	456.653	1.573.404	476.720	1.643.098
Peso % ICC su totale economia	7,6%	5,4%	7,6%	5,4%	7,3%	5,3%

Fonte: elaborazioni Ervet su dati SMAIL + ASIA

L'incidenza dei settori ICC sul totale delle unità locali e degli addetti è leggermente cresciuta tra il 2008 ed il 2017: si registra una leggera crescita del peso percentuale delle unità locali, dal 7,3% del 2008 al 7,6% del 2017, mentre gli addetti passano dal 5,3% al 5,4%. Vi è una decisa differenza tra il peso percentuale dei settori ICC nelle unità locali con quello degli addetti dovuta, come vedremo più avanti, dalla minore dimensione media delle imprese ICC rispetto sia alla media regionale che alla media delle industrie della cultura materiale.

**Tav 5 - Unità Locali e Addetti dei settori ICC e dell'Emilia-Romagna, Variazioni percentuali**

	2008-2017		2008-2015		2015-2017	
	Unità Locali	Addetti	Unità Locali	Addetti	Unità Locali	Addetti
Totale settori ICC standard	-0,5%	1,8%	-0,3%	-2,6%	-0,2%	4,6%
Totale economia	-4,7%	0,4%	-4,2%	-4,2%	-0,5%	4,9%

Fonte: elaborazioni Ervet su dati SMAIL + ASIA

Andando ad analizzare più in dettaglio la variazione nel periodo 2008-2017 si evidenzia come i settori ICC abbiamo resistito meglio di altri settori alle dinamiche negative congiunturali della recente crisi economica.

Nel periodo 2008-2017 si registra una variazione positiva del numero degli addetti, pari a +1,8%, a cui corrisponde una crescita di oltre 1,6 mila addetti, mentre il numero delle unità locali è leggermente negativo (-0,5%), pari ad un decremento di 176 unità locali; la variazione percentuale nella media della regione risulta pari a -4,7% nelle unità locali e +0,4% negli addetti.

Nei settori ICC la variazione positiva degli addetti nel periodo 2008-2017 è risultata dunque superiore di oltre quattro volte rispetto alla media regionale, soprattutto grazie alla miglior tenuta nel periodo

di maggior crisi occupazionale (2008-2015), e a una crescita di poco inferiore alla media durante il successivo periodo 2015-2017, quando si registra una generale ripresa occupazionale.

**Tav. 6** - Unità Locali e Addetti per macrocategorie dei settori ICC standard, Emilia-Romagna, var. percentuali

	variazione 2008-2017		variazione 2015-2017	
	Unità Locali	Addetti	Unità Locali	Addetti
Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	11,3%	7,7%	3,8%	20,3%
Media e industrie culturali	-12,0%	-16,9%	-2,2%	-0,6%
Servizi creativi*	4,9%	15,7%	0,3%	4,3%
Lavorazioni artigianali	-18,0%	-31,1%	-3,2%	-11,1%
<b>Totale Produzione ICC</b>	<b>2,4%</b>	<b>3,5%</b>	<b>0,3%</b>	<b>5,0%</b>
Distribuzione Artigianato artistico	-3,5%	6,0%	-0,9%	4,9%
Distribuzione Prodotti culturali	-22,4%	-24,9%	-4,5%	-3,3%
<b>Totale settori ICC</b>	<b>-0,5%</b>	<b>1,8%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>4,6%</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati SMAIL ed ASIA \*\* dati ASIA, anno 2015

Tra le categorie della produzione di ICC la più importante in valore assoluto è quella dei "Servizi creativi", che risulta in continua crescita nel periodo 2008-2017, anche durante gli anni della crisi economica, rappresentando il 62,2% delle unità locali dei settori ICC e il 52,3% degli addetti. In particolare risulta significativa la crescita del numero degli addetti nel periodo 2008-2017, pari a +15,7%, che corrispondono a 4,4 mila addetti in più.

La seconda categoria in termini di peso percentuale sul totale dei settori ICC è quella dei "Media e industrie culturali", che rappresenta l'11,0% del totale delle unità locali e il 19,2% degli addetti. Nel periodo 2008-2017 questa categoria registra una contrazione sia del numero delle unità locali (-12%) che degli addetti (-16,9%). La variazione risulta negativa anche nel periodo 2015-2017.

Le "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento" rappresentano oltre il 9,2% del totale delle unità locali e il 15,4% degli addetti. Nel periodo 2008-2017 registra una crescita sia del numero delle unità locali (+11,3%) che degli addetti (+7,7%). In particolare risulta significativa la crescita del numero degli addetti nel periodo 2015-2017, pari a +20,3%, che corrispondono a 2,3 mila addetti in più.

Le "Lavorazioni artigianali" rappresentano circa l'1,7% del totale delle unità locali e il 2,8% degli addetti. Nel periodo 2008-2017 registrano una netta contrazione del numero delle unità locali (-18%) e degli addetti (-31,1%). La dinamica si mantiene negativa, anche se in misura minore, nel periodo 2015-2017.

Tav. 7 - Unità Locali e Addetti dei settori ICC standard, Emilia-Romagna (2017 e variazione % sul 2008)

I settori standard delle industrie culturali e creative	Dati 2017		Variazione % 2008-2017	
	Unità Locali	Addetti	Unità Locali	Addetti
<b>Attività culturali, artistiche e di intrattenimento</b>	<b>3.178</b>	<b>13.759</b>	<b>11,3%</b>	<b>7,7%</b>
Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche	2087	7.881	9,2%	4,0%
Attività ricreative e di divertimento	965	5.216	17,3%	10,8%
Patrimonio storico, artistico e culturale	126	662	3,3%	35,9%
<b>Media e industrie culturali</b>	<b>3.826</b>	<b>17.139</b>	<b>-12,0%</b>	<b>-16,9%</b>
Cinema - audiovisivo	796	2.582	-3,0%	3,8%
Editoria e stampa	1109	5.299	-14,3%	-21,8%
Lavorazioni legate alla stampa	1.557	8.255	-16,0%	-19,8%
Musica	225	380	2,5%	40,2%
Trasmissioni radio-TV	139	623	-13,9%	-20,8%
<b>Servizi creativi</b>	<b>21.575</b>	<b>46.688</b>	<b>4,9%</b>	<b>15,7%</b>
Architettura	4.079	4.560	-1,4%	-5,5%
Ingegneria/progettazione	6.168	8.187	9,4%	-0,8%
Design moda e industriale	2.023	3.650	-8,4%	-3,1%
Design grafico, tecnico	1.342	2.120	30,4%	35,3%
Fotografia	1.090	1.756	-10,3%	-6,7%
Informatica software e consulenza	3.446	16.619	18,8%	32,5%
Pubblicità e comunicazione	3.427	9.797	-0,1%	30,7%
<b>Lavorazioni artigianali</b>	<b>582</b>	<b>2.473</b>	<b>-18,0%</b>	<b>-31,1%</b>
<b>Totale produzione ICC</b>	<b>29.161</b>	<b>80.059</b>	<b>2,4%</b>	<b>3,5%</b>
Distribuzione Artigianato artistico	2.902	5.013	-3,5%	6,0%
Distribuzione Prodotti culturali	2.619	4.283	-22,4%	-24,9%
<b>Totale settori ICC standard</b>	<b>34.682</b>	<b>89.355</b>	<b>-0,5%</b>	<b>1,8%</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati SMAIL ed ASIA

Infine, i due settori relativi alla distribuzione dei prodotti ICC vedono registrare movimenti contrastanti nel periodo 2008-2017. Il settore della "Distribuzione dell'Artigianato artistico", il più consistente con 2,9 mila unità locali e 5 mila addetti, segna, coerentemente con un andamento regionale del commercio che vede i piccoli negozi sempre più in difficoltà, una variazione negativa del numero delle unità locali (-3,5%) e un incremento del +6% nel numero degli addetti. La categoria della "Distribuzione dei Prodotti culturali", che conta oltre 2,6 mila unità locali e 4,3 mila addetti, registra variazioni molto negative, pari rispettivamente a -22,4% e -24,9%, dovute in modo particolare alla contrazione del numero delle edicole e dei negozi di fotografia, soprattutto di sviluppo e stampa. Si noti però che nel periodo 2015-2017, periodo in cui l'economia regionale fa registrare un recupero del numero degli addetti e quindi una crescita dell'occupazione, i due settori mostrano andamenti contrapposti: da un lato il settore della "Distribuzione dell'Artigianato artistico" registra una leggera variazione negativa delle unità locali (-0,9%) e una variazione positiva degli addetti (+4,9%); dall'altro il settore della "Distribuzione dei Prodotti culturali" registra una variazione negativa sia delle unità locali (-4,5%) che degli addetti (-3,3%).

Nell'ambito dei "Servizi creativi", tra i comparti che hanno apportato il contributo più significativo nel periodo 2008-2017, quello del "Design grafico e tecnico" registra una crescita del 30% delle unità locali e di oltre il 35% del numero degli addetti, facendo segnare la migliore performance tra tutti i

settori ICC. Segue l' "Informatica software e consulenza" - il settore più importante in valore assoluto, rappresentando oltre il 34% degli addetti della categoria dei "Servizi creativi" - che nell'intervallo 2008-2017 fa registrare una variazione positiva di circa il 19% delle unità locali e di oltre il 32% nel numero degli addetti. Infine il settore "Pubblicità e comunicazione", che conta oltre 3,4 mila unità locali e 9,8 mila addetti, registra una variazione di oltre il 30% nel numero degli addetti, mentre le unità locali risultano stabili.

Rispetto alla categoria dei "Media e industrie culturali", l'unico settore che ha apportato un contributo positivo nel periodo 2008-2017 è quello della "Musica" che, a fronte di un peso specifico limitato quanto a consistenza (con 380 addetti complessivi), registra una variazione positiva delle unità locali del +2,5% e degli addetti di oltre il +40%. Il settore del "Cinema ed audiovisivo" conta 2,5 mila addetti circa, registrando una variazione del +3,8% nel numero degli addetti e del -3% nel numero delle imprese. Tutti gli altri settori fanno registrare una variazione negativa.

Nella categoria delle "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento", tutti i settori risultano in crescita e, in particolare, si segnala l'incremento significativo del numero di addetti del settore del "Patrimonio storico, artistico e culturale" pari a +35,9%.

### **La distribuzione delle industrie culturali e creative nelle province dell'Emilia-Romagna**

Le tabelle che seguono evidenziano la distribuzione su base provinciale, in valore assoluto e in peso percentuale sul totale regionale, delle unità locali e relativi addetti dei settori ICC.

Per quanto riguarda il numero delle Unità Locali, si conferma l'importanza della provincia di Bologna che, con 9,3 mila UL e oltre 26,1 mila addetti, rappresenta il 26,9% e il 29,2% del totale regionale delle unità locali e degli addetti. La seconda provincia per valori assoluti è quella di Modena, con 5,2 mila unità locali e oltre 13,4 mila addetti, pari al 15% circa del totale regionale. Queste due province rappresentano insieme quasi il 42% delle UL e oltre il 44% degli addetti del totale dei settori ICC nella regione.

Seguono le province di Parma (10% di UL e 10,5% di addetti), Reggio Emilia (10,5% di UL e 10% di addetti), Rimini (9,3% di UL e 9,6% di addetti), Forlì-Cesena (8,5% di UL e 7,5% di addetti) e Ravenna (8% di UL e 8,9% di addetti).

Infine, le province che segnalano una più modesta diffusione dei settori ICC sono quella di Piacenza (5,8% di UL e 5,3% di addetti) e di Ferrara (6% di UL e 4% di addetti).

**Tav. 8 -** Numero unità locali dei settori ICC per provincia e totale Emilia-Romagna. anno 2017

	PC	PR	RE	MO	BO	FE	RA	FO	RN	TOTALE
<b>Attività culturali, artistiche e di intrattenimento</b>	<b>171</b>	<b>270</b>	<b>317</b>	<b>386</b>	<b>791</b>	<b>238</b>	<b>311</b>	<b>313</b>	<b>381</b>	<b>3.178</b>
AA - Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche	114	184	207	241	643	144	164	191	199	2.087
AB - Attività ricreative e di divertimento	49	62	100	142	126	85	118	111	172	965
AC - Patrimonio storico, artistico e culturale	8	24	10	3	22	9	29	11	10	126
<b>Media e industrie culturali</b>	<b>227</b>	<b>328</b>	<b>446</b>	<b>637</b>	<b>1.080</b>	<b>172</b>	<b>287</b>	<b>346</b>	<b>303</b>	<b>3.826</b>
BA - Cinema - audiovisivo	38	71	95	80	266	33	80	71	62	796
BB - Editoria e stampa	64	94	111	185	332	53	82	99	89	1.109
BC - Lavorazioni legate alla stampa	94	134	201	323	372	72	100	138	123	1.557
BD - Musica	20	19	23	28	65	10	17	23	20	225
BE - Trasmissioni radio-TV	11	10	16	21	45	4	8	15	9	139
<b>Servizi creativi</b>	<b>1.222</b>	<b>2.344</b>	<b>2.244</b>	<b>3.314</b>	<b>6.072</b>	<b>1.248</b>	<b>1.616</b>	<b>1.821</b>	<b>1.694</b>	<b>21.575</b>
CA - Architettura	301	481	398	500	1.018	260	331	423	367	4.079
CB - Ingegneria/progettazione	329	673	538	792	1.902	409	490	528	507	6.168
CC - Design moda e industriale	72	194	256	462	560	97	120	158	104	2.023
CD - Design grafico, tecnico	64	157	174	210	373	59	95	105	105	1.342
CE - Fotografia	59	98	137	226	213	58	68	114	117	1.090
CF - Informatica software e consulenza	222	333	358	643	1.073	162	227	227	201	3.446
CG - Pubblicità e comunicazione	175	408	383	481	933	203	285	266	293	3.427
<b>Artigianato artistico</b>	<b>221</b>	<b>259</b>	<b>372</b>	<b>474</b>	<b>701</b>	<b>215</b>	<b>341</b>	<b>314</b>	<b>587</b>	<b>3.484</b>
DA - Lavorazioni artigianali	26	32	88	134	85	22	107	36	52	582
DB - Commercio artigianato artistico	195	227	284	340	616	193	234	278	535	2.902
<b>EA - Distribuzione prodotti culturali</b>	<b>157</b>	<b>253</b>	<b>251</b>	<b>374</b>	<b>687</b>	<b>204</b>	<b>219</b>	<b>213</b>	<b>261</b>	<b>2.619</b>
<b>Totale</b>	<b>1.998</b>	<b>3.454</b>	<b>3.630</b>	<b>5.185</b>	<b>9.331</b>	<b>2.077</b>	<b>2.774</b>	<b>3.007</b>	<b>3.226</b>	<b>34.682</b>

Fonte: Elaborazioni Ervet su banca dati SMAIL

**Tav. 10** – Addetti alle unità locali dei settori ICC per provincia e totale Emilia-Romagna. anno 2017

	PC	PR	RE	MO	BO	FE	RA	FO	RN	TOTALE
<b>Attività culturali, artistiche e di intrattenimento</b>	<b>670</b>	<b>1.234</b>	<b>952</b>	<b>1.054</b>	<b>3.106</b>	<b>467</b>	<b>2.825</b>	<b>727</b>	<b>2.724</b>	<b>13.759</b>
AA - Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche	414	921	595	754	2.656	241	600	517	1.183	7.881
AB - Attività ricreative e di divertimento	216	242	345	296	283	205	1.921	186	1.522	5.216
AC - Patrimonio storico, artistico e culturale	40	71	12	4	167	21	304	24	19	662
<b>Media e industrie culturali</b>	<b>1.101</b>	<b>1.243</b>	<b>2.159</b>	<b>3.493</b>	<b>4.904</b>	<b>552</b>	<b>848</b>	<b>1.498</b>	<b>1.341</b>	<b>17.139</b>
BA - Cinema - audiovisivo	88	189	620	176	1.033	73	158	122	123	2.582
BB - Editoria e stampa	329	509	360	1.138	1.759	143	202	372	487	5.299
BC - Lavorazioni legate alla stampa	624	485	1.105	2.023	1.757	295	430	851	685	8.255
BD - Musica	25	22	27	32	96	10	47	91	30	380
BE - Trasmissioni radio-TV	35	38	47	124	259	31	11	62	16	623
<b>Servizi creativi</b>	<b>2.418</b>	<b>5.524</b>	<b>4.504</b>	<b>7.177</b>	<b>15.515</b>	<b>1.904</b>	<b>3.094</b>	<b>3.515</b>	<b>3.038</b>	<b>46.688</b>
CA - Architettura	324	526	472	553	1.122	279	376	480	428	4.560
CB – Ingegneria/progettazione	490	835	707	1.101	2.534	510	696	677	636	8.187
CC - Design moda e industriale	115	339	489	860	1.128	114	222	249	133	3.650
CD - Design grafico, tecnico	75	246	398	377	506	80	136	147	154	2.120
CE - Fotografia	83	172	190	325	288	88	89	176	345	1.756
CF - Informatica software e consulenza	692	2.134	1.371	2.647	6.777	368	968	956	706	16.619
CG - Pubblicità e comunicazione	638	1.272	876	1.314	3.160	464	607	830	636	9.797
<b>Artigianato artistico</b>	<b>368</b>	<b>903</b>	<b>929</b>	<b>1.129</b>	<b>1.349</b>	<b>341</b>	<b>874</b>	<b>642</b>	<b>951</b>	<b>7.486</b>
DA - Lavorazioni artigianali	62	446	410	578	273	28	427	120	129	2.473
DB - Commercio artigianato artistico	306	457	519	551	1.076	313	447	522	822	5.013
<b>EA - Distribuzione prodotti culturali</b>	<b>211</b>	<b>467</b>	<b>364</b>	<b>545</b>	<b>1.243</b>	<b>293</b>	<b>301</b>	<b>363</b>	<b>496</b>	<b>4.283</b>
<b>Totale</b>	<b>4.768</b>	<b>9.371</b>	<b>8.908</b>	<b>13.398</b>	<b>26.117</b>	<b>3.557</b>	<b>7.942</b>	<b>6.745</b>	<b>8.550</b>	<b>89.355</b>

Fonte: Elaborazioni Ervet su banca dati SMAIL

**Tav. 11** - Distribuzione percentuale degli addetti alle unità locali dei settori ICC per provincia e totale Emilia-Romagna. anno 2017

	PC	PR	RE	MO	BO	FE	RA	FO	RN	TOTALE
<b>Attività culturali, artistiche e di intrattenimento</b>	<b>14,1%</b>	<b>13,2%</b>	<b>10,7%</b>	<b>7,9%</b>	<b>11,9%</b>	<b>13,1%</b>	<b>35,6%</b>	<b>10,8%</b>	<b>31,9%</b>	<b>15,4%</b>
AA - Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche	8,7%	9,8%	6,7%	5,6%	10,2%	6,8%	7,6%	7,7%	13,8%	8,8%
AB - Attività ricreative e di divertimento	4,5%	2,6%	3,9%	2,2%	1,1%	5,8%	24,2%	2,8%	17,8%	5,8%
AC - Patrimonio storico, artistico e culturale	0,8%	0,8%	0,1%	0,0%	0,6%	0,6%	3,8%	0,4%	0,2%	0,7%
<b>Media e industrie culturali</b>	<b>23,1%</b>	<b>13,3%</b>	<b>24,2%</b>	<b>26,1%</b>	<b>18,8%</b>	<b>15,5%</b>	<b>10,7%</b>	<b>22,2%</b>	<b>15,7%</b>	<b>19,2%</b>
BA - Cinema - audiovisivo	1,8%	2,0%	7,0%	1,3%	4,0%	2,1%	2,0%	1,8%	1,4%	2,9%
BB - Editoria e stampa	6,9%	5,4%	4,0%	8,5%	6,7%	4,0%	2,5%	5,5%	5,7%	5,9%
BC - Lavorazioni legate alla stampa	13,1%	5,2%	12,4%	15,1%	6,7%	8,3%	5,4%	12,6%	8,0%	9,2%
BD - Musica	0,5%	0,2%	0,3%	0,2%	0,4%	0,3%	0,6%	1,3%	0,4%	0,4%
BE - Trasmissioni radio-TV	0,7%	0,4%	0,5%	0,9%	1,0%	0,9%	0,1%	0,9%	0,2%	0,7%
<b>Servizi creativi</b>	<b>50,7%</b>	<b>58,9%</b>	<b>50,6%</b>	<b>53,6%</b>	<b>59,4%</b>	<b>53,5%</b>	<b>39,0%</b>	<b>52,1%</b>	<b>35,5%</b>	<b>52,3%</b>
CA - Architettura	6,8%	5,6%	5,3%	4,1%	4,3%	7,8%	4,7%	7,1%	5,0%	5,1%
CB - Ingegneria/progettazione	10,3%	8,9%	7,9%	8,2%	9,7%	14,3%	8,8%	10,0%	7,4%	9,2%
CC - Design moda e industriale	2,4%	3,6%	5,5%	6,4%	4,3%	3,2%	2,8%	3,7%	1,6%	4,1%
CD - Design grafico, tecnico	1,6%	2,6%	4,5%	2,8%	1,9%	2,2%	1,7%	2,2%	1,8%	2,4%
CE - Fotografia	1,7%	1,8%	2,1%	2,4%	1,1%	2,5%	1,1%	2,6%	4,0%	2,0%
CF - Informatica software e consulenza	14,5%	22,8%	15,4%	19,8%	25,9%	10,3%	12,2%	14,2%	8,3%	18,6%
CG - Pubblicità e comunicazione	13,4%	13,6%	9,8%	9,8%	12,1%	13,0%	7,6%	12,3%	7,4%	11,0%
<b>Artigianato artistico</b>	<b>7,7%</b>	<b>9,6%</b>	<b>10,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>5,2%</b>	<b>9,6%</b>	<b>11,0%</b>	<b>9,5%</b>	<b>11,1%</b>	<b>8,4%</b>
DA - Lavorazioni artigianali	1,3%	4,8%	4,6%	4,3%	1,0%	0,8%	5,4%	1,8%	1,5%	2,8%
DB - Commercio artigianato artistico	6,4%	4,9%	5,8%	4,1%	4,1%	8,8%	5,6%	7,7%	9,6%	5,6%
<b>EA - Distribuzione prodotti culturali</b>	<b>4,4%</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,8%</b>	<b>8,2%</b>	<b>3,8%</b>	<b>5,4%</b>	<b>5,8%</b>	<b>4,8%</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>									

Fonte: Elaborazioni Ervet su banca dati SMAIL

Analizzando nel dettaglio il peso percentuale nelle province dell'Emilia-Romagna delle singole categorie che compongono i settori ICC standard, emergono delle specializzazioni territoriali che sono collegate alle caratteristiche sociali, storiche e soprattutto imprenditoriali dei singoli territori locali: sinteticamente possiamo affermare che le province di Bologna, Parma e Modena sono specializzate nei "Servizi creativi" (grazie soprattutto al contributo dei settori del *design* e dell'informatica), le province di Ravenna e Rimini nei settori delle "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento" (grazie soprattutto alle attività ricreative e di divertimento), la provincia di Reggio-Emilia e Piacenza nei "Media ed industrie culturali".

Nello specifico delle singole province, Bologna risulta specializzata nei "Servizi creativi" che registrano il 65,1% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 59,4% degli addetti (la quota più elevata tra tutte le province), contro una media regionale pari, rispettivamente, a 62,2% e 52,3%. Si segnala, al contrario, una minor specializzazione nelle categorie dell' "Artigianato artistico" (7,5% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e 5,2% degli addetti) e delle "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento" (8,5% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e l'11,9% degli addetti).

La provincia di Modena, oltre alla specializzazione nei "Servizi creativi" (grazie soprattutto al settore dell'informatica) - che registra il 63,9% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia ed il 53,6% degli addetti contro una media regionale pari, rispettivamente, a 62,2% e 52,3% -, si caratterizza per un significativa presenza di "Media ed industrie culturali" (legata soprattutto al settore "lavorazioni legate alla stampa"), che rappresentano il 12,3% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 26,1% degli addetti contro una media regionale pari, rispettivamente, a 11% e 19,2%. Minora, invece, la specializzazione del sistema provinciale nelle "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento", che rappresenta il 7,4% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 7,9% degli addetti, la quota più bassa tra tutte le province della regione, contro una media regionale pari rispettivamente al 9,2% e al 15,4%.

Nella provincia di Reggio-Emilia si evidenzia, invece, una maggior specializzazione nell' "Artigianato artistico" - con il 12,2% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 10,4% degli addetti (a fronte di una media regionale pari rispettivamente al 10% e all'8,4%) - e nei "Media ed industrie culturali", che registrano il 12,3% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 24,2% degli addetti. Leggermente inferiore alla media regionale, la quota di UL e di addetti nella categoria dei "Servizi creativi".

A Parma, oltre che nell' "Artigianato artistico", si registra una specializzazione anche nei "Servizi creativi" (grazie soprattutto al settore dell'informatica), con il 67,9% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 58,9% degli addetti (contro una media regionale pari rispettivamente, al 62,2% e al 52,3%). Sotto la media regionale, invece, la quota di UL e addetti nella categoria dei "Media ed industrie culturali".

Nella provincia di Piacenza, nei "Media ed industrie culturali" (grazie ai settori "editoria e stampa" ed alle "lavorazioni legate alla stampa"), le quote di unità locali totali dei settori ICC (11,4%) e dei rispettivi addetti (23,1%) superano i valori regionali (11% e 19,2%).

Le specializzazioni della provincia di Ravenna, invece, sono quelle delle "Attività culturali, artistiche e

di intrattenimento” - che registra il 11,2% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 35,6% degli addetti, il valore più elevato in assoluto in regione – e dell' “Artigianato artistico” - che registra il 12,3% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e l'11% degli addetti.

Nelle stesse categorie, anche a Rimini si rilevano quote di UL e addetti superiori alla media regionale: le “Attività culturali, artistiche e di intrattenimento” rappresentano il 11,8% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 31,9% degli addetti; l' “Artigianato artistico”, invece, registra il 18,2% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 11,1% degli addetti.

La provincia di Ferrara, infine, risulta focalizzata sull'artigianato, considerato che registra una specializzazione nel settore dell' “Artigianato artistico” (in particolare nel commercio) - con il 10,4% delle unità locali totali dei settori ICC della provincia e il 9,6% degli addetti (contro una media regionale pari rispettivamente al 10% e all'8,4%) – e, in misura inferiore, nei “Servizi creativi” (con il 53,5% degli addetti, al di sopra del 52,3% del totale regionale).

## 2.5 Caratteristiche strutturali delle imprese culturali e creative

Una serie di riflessioni circa le caratteristiche strutturali dei settori ICC a confronto con le grandezze che contraddistinguono l'intero sistema produttivo regionale, possono essere condotte a partire da ciascuna delle due banche dati che sono state precedentemente integrate.

Come già anticipato la banca dati SMAIL di Unioncamere Emilia-Romagna si focalizza sulle imprese e su altri soggetti economici che hanno dipendenti, ma non considera i liberi professionisti senza addetti. Il sistema produttivo che viene analizzato risulta così di dimensioni medie leggermente superiori e risulta più spostato verso le forme più strutturate d'impresa. D'altro canto tale banca dati ha il pregio di restituire una fotografia del sistema produttivo a giugno 2017, dunque con un limitatissimo ritardo, in particolare se confrontata con ASIA-ISTAT, che a fronte di una maggiore capillarità nella rappresentazione del lavoro autonomo, risente di un ritardo di circa tre anni.

Per questa ragione nelle prossime pagine si farà riferimento a SMAIL per analizzare l'universo ICC dal punto di vista delle classi di addetti e della natura giuridica dei soggetti economici attivi nei vari settori di riferimento.

Diversamente si farà riferimento ad ASIA per rappresentare il sistema produttivo delle ICC dal punto di vista delle classi di fatturato, essendo questa una informazione non presente in SMAIL.

### **Dimensioni del fenomeno economico nel 2017**

Il confronto tra la fotografia 2017 dei settori ICC in Emilia-Romagna costruita attraverso i soli dati SMAIL (Tav. 9) e quella che integra anche i dati ASIA (Tav. 7) consente di constatare come gli ordini di grandezza per quanto riguarda in particolare gli addetti risultino del tutto assimilabili per quanto riguarda tutti i settori, ad eccezione dei "Servizi creativi": Architettura, Ingegneria/progettazione e *Design* evidenziano, infatti, valori più limitati non essendo adeguatamente rappresentati nella banca dati SMAIL a causa del fatto che quest'ultima non censisce le partite IVA. Le differenze riguardo a questo settore sono significative: oltre 9 mila soggetti economici in meno per un totale di 37,4 mila addetti nel conteggio SMAIL, contro i 46,7 mila del dataset integrato.

Sommando l'aggregato della Produzione ICC, alla Distribuzione di prodotti culturali e all' Artigianato artistico si ottengono circa 21 mila imprese, a cui corrispondono 80,5 mila addetti (contro 89,4 mila addetti del dataset integrato come da Tav. 7), pari al 5,5% delle imprese e al 4,9% degli addetti dell'intera economia regionale.

Questo rappresenta l'universo di riferimento delle ICC che viene usato come riferimento nelle prossime analisi relative alla struttura del sistema produttivo per classi di addetti e natura giuridica dei soggetti economici attivi.

**Tav. 9** - Imprese e addetti per categorie dei settori ICC standard, Emilia-Romagna (2017)

	<b>Numero imprese</b>	<b>Addetti</b>
<b>Attività culturali, artistiche e di intrattenimento</b>	<b>2.689</b>	<b>13.819</b>
AA - Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche	1.813	7.891
AB - Attività ricreative e di divertimento	789	5.273
AC - Patrimonio storico, artistico e culturale	87	655
<b>Media e industrie culturali</b>	<b>3.210</b>	<b>17.613</b>
BA - Cinema - audiovisivo	633	3.006
BB - Editoria e stampa	948	5.542
BC - Lavorazioni legate alla stampa	1.322	8.073
BD - Musica	205	375
BE - Trasmissioni radio-TV	102	617
<b>Servizi creativi</b>	<b>10.086</b>	<b>37.427</b>
CA - Architettura	46	78
CB - Ingegneria	1.055	4.207
CC - Design moda e industriale	1.282	3.350
CD - Design grafico, tecnico	706	1.380
CE - Fotografia	991	1.778
CF - Informatica software e consulenza	2.898	16.487
CG - Pubblicità e comunicazione	3.108	10.147
<b>Lavorazioni artigianali</b>	<b>487</b>	<b>2.486</b>
<b>Totale produzione ICC</b>	<b>16.472</b>	<b>71.345</b>
DB - Distribuzione artigianato artistico	2.245	4.929
EA - Distribuzione prodotti culturali	2.277	4.235
<b>Totale ICC</b>	<b>20.994</b>	<b>80.509</b>

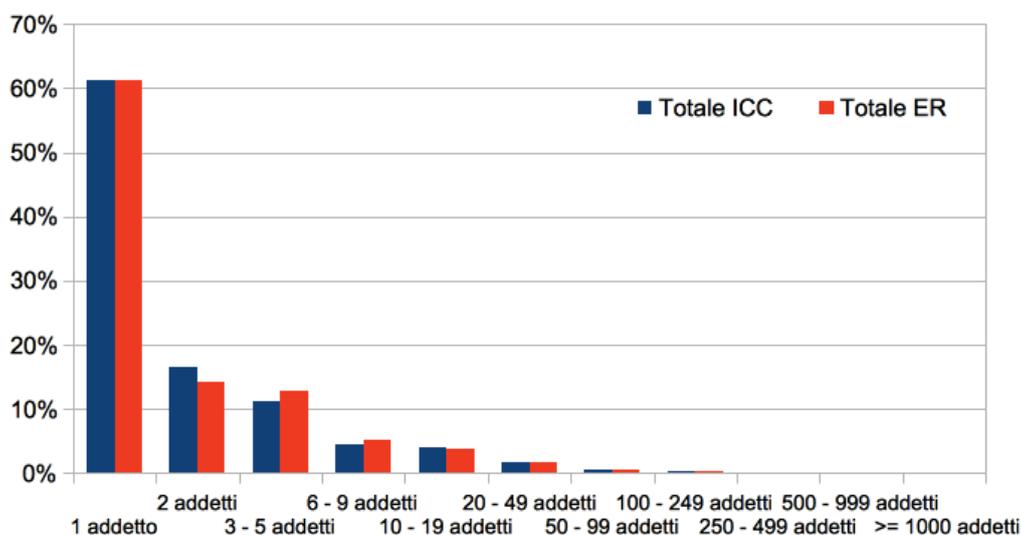
Fonte: elaborazioni ERVET su dati SMAIL (senza integrazione con ASIA)

### Le imprese ICC per classi di addetti

Analizzando la struttura delle imprese per classi di addetti, sempre con riferimento all'universo delle imprese ex-SMAIL, si evidenzia una forte propensione alla piccolissima dimensione: oltre 12,8 mila imprese, il 61% del totale delle imprese, hanno un solo addetto; oltre 3,4 mila imprese hanno due soli addetti; infine 2,3 mila imprese sono caratterizzate dalla presenza di 3-5 addetti. In totale l' 89,8% delle imprese presenta meno di 5 addetti.

Del resto tali percentuali non differiscono significativamente dalla struttura delle imprese che caratterizza la regione Emilia-Romagna, storicamente caratterizzata dalla presenza di moltissime piccole imprese e ditte individuali.

Fig. 3 - Struttura per classi di addetti, n° di imprese, Emilia-Romagna, 2017



Fonte: elaborazione Ervet dati SMAIL

I settori della "Distribuzione dei prodotti delle ICC" e quello dell' "Artigianato artistico" sono quelli che registrano la maggiore incidenza delle imprese con meno di 5 addetti, pari rispettivamente a circa il 97,4% e al 94,2% del totale delle imprese. Al contrario, i sotto-settori caratterizzati dalla maggior presenza di imprese con più di 5 addetti sono le "Lavorazioni legate alla stampa", l' "Informatica, software e consulenza", la "Pubblicità e comunicazione" e l' "Editoria e stampa".

Tav. 10 - Imprese per classe di addetti per categorie dei settori ICC, Emilia-Romagna (2017)

	Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	Media e industrie culturali	Servizi creativi	Artigianato artistico	Distribuzione prodotti culturali	totale ICC	% ICC
1 addetto	1.718	1.529	6.346	1.643	1.597	12.833	61,1%
2 addetti	384	521	1.527	579	441	3.452	16,4%
da 3 a 5 addetti	261	529	1.048	352	179	2.369	11,3%
da 6 a 9 addetti	111	250	477	70	25	933	4,4%
da 10 a 19 addetti	109	229	435	52	21	846	4,0%
da 20 a 49 addetti	65	114	158	23	10	370	1,8%
da 50 a 99 addetti	21	26	66	7	2	122	0,6%
da 100 a 249 addetti	15	9	24	5	2	55	0,3%
> 250 addetti	5	3	5	1	0	14	0,1%
<b>Totale</b>	<b>2.689</b>	<b>3.210</b>	<b>10.086</b>	<b>2.732</b>	<b>2.277</b>	<b>20.994</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazioni Ervet su dati SMAIL

La categoria delle "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento" registra 1.718 imprese con un solo addetto, di queste la maggioranza (pari a 1.175 unità) sono concentrate nel settore dello "Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche" e 498 nel settore delle "Attività ricreative e di divertimento"; 384 imprese registrano 2 addetti, suddivise per 265 unità nel settore dello "Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche" e 109 nel settore delle "Attività ricreative e di divertimento"; le imprese con più di 50 addetti sono a 41 pari al 1,5% del totale della numerosità delle imprese.

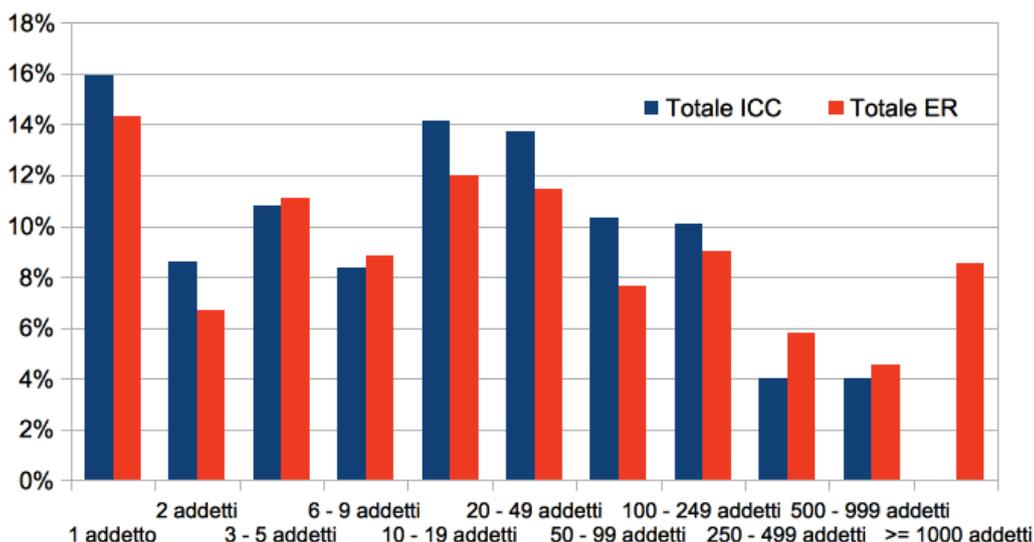
Nell'ambito dei "Media e industrie culturali" sono 1.529 le imprese con un solo addetto, suddivise prevalentemente nei seguenti settori: 487 nelle "Lavorazioni legate alla stampa", 473 nell' "Editoria e stampa", 374 nel "Cinema-audiovisivo". Altre 521 imprese registrano 2 addetti, di cui la metà, pari a 210 unità, sono attive nel settore delle "Lavorazioni legate alla stampa" e 156 nel settore dell' "Editoria e stampa". Le imprese con più di 50 addetti sono 38, pari all' 1,2% del totale.

La categoria dei "Servizi creativi" registra 6.346 imprese con un solo addetto: di queste, circa un terzo (2.011 unità) sono concentrate nel settore della "Pubblicità e comunicazione" e 1.644 nel settore dell' "Informatica software e consulenza". Altre 1.527 imprese registrano 2 addetti, suddivise più o meno equamente tra il settore della "Pubblicità e comunicazione" e quello dell' "Informatica software e consulenza". Le imprese con più di 50 addetti, infine, sono 95, pari allo 0,9% del totale della numerosità delle imprese.

Nell' "Artigianato artistico", invece, ci sono 1.643 imprese con un solo addetto, 579 imprese con 2 addetti, mentre quelle con più di 50 addetti sono 13, pari allo 0,5% del totale.

Il settore "Distribuzione dei prodotti culturali" registra 1.597 imprese con un solo addetto, 441 imprese con 2 addetti, mentre le imprese con più di 50 addetti sono 4.

Fig. 4 - Struttura per classi di addetti, n° di addetti, Emilia-Romagna, 2017



Fonte: elaborazione Ervet dati SMAIL

I dati relativi alla distribuzione del numero degli addetti per dimensione d'impresa fanno emergere una struttura per classi di addetti caratterizzata da una maggior propensione delle imprese ICC, rispetto alla struttura produttiva regionale, a concentrarsi nella fascia più piccola (1-2 addetti) e in quella intermedia (tra 10 e 249 addetti). Nettamente inferiore alla media regionale risulta invece la quota di addetti concentrati nelle imprese grandi (oltre i 250 addetti).

**Tav. 11** - Addetti delle imprese suddivise per classe di addetti per categorie dei settori ICC, Emilia-Romagna (2017)

	Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	Media e industrie culturali	Servizi creativi	Artigianato artistico	Distribuzione prodotti culturali	totale ICC	% ICC
1 addetto	1.718	1.529	6.346	1.643	1.597	12.833	15,9%
2 addetti	768	1.042	3.054	1.158	882	6.904	8,6%
da 3 a 5 addetti	960	1.947	3.901	1.242	648	8.698	10,8%
da 6 a 9 addetti	816	1.792	3.440	491	173	6.712	8,3%
da 10 a 19 addetti	1.431	3.063	5.886	734	288	11.402	14,2%
da 20 a 49 addetti	2.123	3.347	4.645	650	298	11.063	13,7%
da 50 a 99 addetti	1.354	1.921	4.454	454	131	8.314	10,3%
da 100 a 249 addetti	2.316	1.471	3.482	648	218	8.135	10,1%
> 250 addetti	2.333	1.501	2.219	395	0	6.448	8,0%
<b>Totale</b>	<b>13.819</b>	<b>17.613</b>	<b>37.427</b>	<b>7.415</b>	<b>4.235</b>	<b>80.509</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazione Ervet dati SMAIL

**Tav. 12** - Composizione percentuale per classe di addetti per le categorie dei settori ICC, Emilia-Romagna (2017)

	Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	Media e industrie culturali	Servizi creativi	Artigianato artistico	Distribuzione prodotti culturali	Tot. ICC	TOT. E-R
1 addetto	12,4%	8,7%	17,0%	22,2%	37,7%	15,9%	14,3%
2 addetti	5,6%	5,9%	8,2%	15,6%	20,8%	8,6%	6,7%
da 3 a 5 addetti	6,9%	11,1%	10,4%	16,7%	15,3%	10,8%	11,1%
da 6 a 9 addetti	5,9%	10,2%	9,2%	6,6%	4,1%	8,3%	8,8%
da 10 a 19 addetti	10,4%	17,4%	15,7%	9,9%	6,8%	14,2%	12,0%
da 20 a 49 addetti	15,4%	19,0%	12,4%	8,8%	7,0%	13,7%	11,5%
da 50 a 99 addetti	9,8%	10,9%	11,9%	6,1%	3,1%	10,3%	7,7%
da 100 a 249 addetti	16,8%	8,4%	9,3%	8,7%	5,1%	10,1%	9,0%
> 250 addetti	16,9%	8,5%	5,9%	5,3%	0,0%	8,0%	18,9%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazione Ervet dati SMAIL

In particolare, le categorie dell' "Artigianato artistico" e della "Distribuzione dei prodotti culturali" sono caratterizzate da una maggiore concentrazione degli addetti nelle imprese con meno di 5 addetti. La categoria dei "Media e industrie culturali" è invece caratterizzata da una concentrazione degli addetti nelle imprese della fascia dai 5-99 addetti, mentre tra i "Servizi creativi" si ha una concentrazione degli addetti nelle imprese nella fascia dai 6-20 addetti, in quella 50-99 addetti e nella fascia oltre i 250

addetti. Infine, la categoria delle "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento" si caratterizza per una maggiore concentrazione degli addetti nelle imprese di maggiori dimensioni, con almeno 100 addetti.

Questi numeri evidenziano una forte differenziazione tra le diverse categorie ICC nella struttura dimensionale delle imprese dovuta sia alle profonde differenze insite nei prodotti e servizi offerti (si pensi alla differenza tra la complessità della gestione di un teatro d'opera o un parco di divertimento con una radio o con l'attività di un fotografo), che al diverso grado di complessità ed articolazione del processo produttivo necessario per produrre il bene o servizio (si pensi alla complessità del settore dell'editoria e delle lavorazioni della stampa, o alla gestione di uno studio di architettura o design o di un cinema, a confronto con la gestione di un negozio di vendita al dettaglio di lavorazioni artigianali, o di un artigiano specializzato in una lavorazione creativa molto specifica, ma correlata alla specifica manualità dell'imprenditore).

Le tavole seguenti evidenziano l'andamento tra il 2008 ed il 2017 degli addetti delle imprese ICC per ciascuna delle classi di addetti considerate. Ne emergono alcuni dati significativi.

Ad eccezione della classe di imprese con un unico addetto, che nella media dell'intero settore ICC incrementano gli addetti (+1,2%), si registra una relazione inversa tra dimensione di impresa e andamento dell'occupazione. Le imprese fino a 9 dipendenti (le "microimprese") sperimentano un calo del numero di addetti, mentre le imprese superiori ai 10 addetti sperimentano un netto incremento degli addetti, significativamente superiore al dato medio dell'intero settore ICC (+4,6% sul 2008).

**Tav. 13** - Variazione addetti delle imprese 2008-2017 per classe di addetti (Valori Assoluti)

	Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	Media e industrie culturali	Servizi creativi	Artigianato artistico	Distribuzione prodotti culturali	totale ICC	TOT. E-R
1 addetto	259	-127	537	-141	-377	151	-17.578
2 addetti	28	-150	-198	-142	-224	-686	-8.256
da 3 a 5 addetti	24	-271	-272	10	-139	-648	-7.734
da 6 a 9 addetti	-207	-645	484	-85	-149	-602	-3.855
da 10 a 19 addetti	86	-576	1.634	24	-18	1.150	104
da 20 a 49 addetti	18	-597	1.760	-305	-84	792	-3.898
da 50 a 99 addetti	-69	-545	2.331	-183	-247	1.287	2.967
da 100 a 249 addetti	79	-451	1.548	-65	-195	916	-519
> 250 addetti	534	434	347	-103	0	1.212	20.172
<b>Totale</b>	<b>752</b>	<b>-2.928</b>	<b>8.171</b>	<b>-990</b>	<b>-1.433</b>	<b>3.572</b>	<b>-18.597</b>

Fonte: elaborazione Ervet dati SMAIL

Si tratta del resto di una dinamica in linea con le tendenze generali a livello regionale (e non solo): la dimensione d'impresa risulta una variabile sensibile nel determinare la performance dell'impresa,

come risulta con sempre maggior evidenza nelle analisi economiche empiriche, laddove emerge infatti una correlazione positiva tra dimensione d'impresa e performance economica, anche in termini di occupazione.

Occorre del resto segnalare che tale dinamica storica risulta trainata dal settore dei "Servizi creativi" non solo il più consistente in termini assoluti (come evidenziato nelle scorse pagine), con una dimensione d'impresa superiore alla media del settore ICC, ma anche quello che mette a segno la variazione 2008-2017 più positiva, con un incremento complessivo di oltre 8 mila addetti, concentrati per l'appunto nelle classi dimensionali più elevate.

**Tav. 14** - Variazione addetti delle imprese 2008-2017 per classe di addetti (Valori Percentuali)

	Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	Media e industrie culturali	Servizi creativi	Artigianato artistico	Distribuzione prodotti culturali	totale ICC	TOT. E-R
1 addetto	17,8%	-7,7%	9,2%	-7,9%	-19,1%	1,2%	-6,9%
2 addetti	3,8%	-12,6%	-6,1%	-10,9%	-20,3%	-9,0%	-7,0%
da 3 a 5 addetti	2,6%	-12,2%	-6,5%	0,8%	-17,7%	-6,9%	-4,1%
da 6 a 9 addetti	-20,2%	-26,5%	16,4%	-14,8%	-46,3%	-8,2%	-2,6%
da 10 a 19 addetti	6,4%	-15,8%	38,4%	3,4%	-5,9%	11,2%	0,1%
da 20 a 49 addetti	0,9%	-15,1%	61,0%	-31,9%	-22,0%	7,7%	-2,0%
da 50 a 99 addetti	-4,8%	-22,1%	109,8%	-28,7%	-65,3%	18,3%	2,4%
da 100 a 249 addetti	3,5%	-23,5%	80,0%	-9,1%	-47,2%	12,7%	-0,3%
> 250 addetti	29,7%	40,7%	18,5%	-20,7%	-	23,1%	6,9%
<b>Totale</b>	<b>5,8%</b>	<b>-14,3%</b>	<b>27,9%</b>	<b>-11,8%</b>	<b>-25,3%</b>	<b>4,6%</b>	<b>-1,1%</b>

Fonte: elaborazione Ervet dati SMAIL

## Le imprese ICC e la natura giuridica

Dal punto di vista della propensione imprenditoriale, ovvero del numero di imprenditori e liberi professionisti (definiti come indipendenti nella banca dati SMAIL) rispetto al totale degli addetti impiegati, il settore delle ICC evidenzia un'elevata propensione alla costituzione di imprese. Nel 2017, secondo i dati SMAIL, a fronte di oltre 80,5 mila addetti, ben 23,3 mila sono imprenditori pari al 29% del totale, mentre a livello regionale tale percentuale si attesta al 27,4%.

E' quindi un mondo caratterizzato da una forte intraprendenza imprenditoriale, costituito non solo da creativi di professione strutturati in forme associative o in organizzazioni informali, ma anche persone che intraprendono la strada dell'azienda e della ricerca del profitto. Tale percentuale è tuttavia in leggera contrazione a causa di una variazione negativa del numero assoluto di imprenditori, che nel periodo 2008-2017 si riducono di 531 unità, e al contrario un corrispondente significativo incremento del numero degli addetti dipendenti pari a +4.103; di conseguenza la percentuale degli imprenditori si è ridotta dal 31% del 2008 al 29,2% del 2017.

Tav. 15 - Numero di imprenditori per settore ICC, Emilia-Romagna, 2017

	Numero imprese	Addetti	% imprenditori	% dipendenti
<b>Attività culturali, artistiche e di intrattenimento</b>	<b>2.689</b>	<b>13.819</b>	<b>21,1%</b>	<b>78,9%</b>
AA - Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche	1.813	7.891	24,9%	75,1%
AB - Attività ricreative e di divertimento	789	5.273	16,8%	83,2%
AC - Patrimonio storico, artistico e culturale	87	655	10,2%	89,8%
<b>Media e industrie culturali</b>	<b>3.210</b>	<b>17.613</b>	<b>21,6%</b>	<b>78,4%</b>
BA - Cinema - audiovisivo	633	3.006	23,6%	76,4%
BB - Editoria e stampa	948	5.542	19,1%	80,9%
BC - Lavorazioni legate alla stampa	1.322	8.073	21,0%	79,0%
BD - Musica	205	375	63,7%	36,3%
BE - Trasmissioni radio-TV	102	617	17,2%	82,8%
<b>Servizi creativi</b>	<b>10.086</b>	<b>37.427</b>	<b>28,3%</b>	<b>71,7%</b>
CA - Architettura	46	78	66,7%	33,3%
CB - Ingegneria	1.055	4.207	26,4%	73,6%
CC - Design moda e industriale	1.282	3.350	42,4%	57,6%
CD - Design grafico, tecnico	706	1.380	55,8%	44,2%
CE - Fotografia	991	1.778	67,2%	32,8%
CF - Informatica software e consulenza	2.898	16.487	17,4%	82,6%
CG - Pubblicità e comunicazione	3.108	10.147	31,2%	68,8%
<b>Lavorazioni artigianali</b>	<b>487</b>	<b>2.486</b>	<b>23,9%</b>	<b>76,1%</b>
<b>Totale produzione ICC</b>	<b>16.472</b>	<b>71.345</b>	<b>25,1%</b>	<b>74,9%</b>
DB - Commercio artigianato artistico	2.245	4.929	54,0%	46,0%
EA - Distribuzione prodotti culturali	2.277	4.235	65,2%	34,8%
<b>Totale ICC</b>	<b>20.994</b>	<b>80.509</b>	<b>29,0%</b>	<b>71,0%</b>

Fonte: elaborazione Ervet dati SMAIL

La categoria in cui l'incidenza del numero degli imprenditori e liberi professionisti sul totale degli addetti è più alta è quella della "Distribuzione dei prodotti culturali", in cui il 69,1% degli addetti è rappresentato da ditte individuali, seguita dal settore del "Commercio artigianato artistico", con il 67,2%.

Segue la categoria dei "Servizi creativi" con il 41,3%, al di sopra della media regionale, grazie soprattutto all'elevata imprenditorialità dei settori dell' "architettura", dell' "ingegneria", del "Design" e della "Fotografia", come confermato in particolare dal raffronto con i dati provenienti dalla banca dati ASIA utilizzati per rimediare alla sotto-rappresentazione di questi comparti in SMAIL (si veda pagina seguente). Risulta invece inferiore alla media il livello di imprenditorialità nel settore "Informatica software e consulenza", con poco più del 28,3% di ditte individuali sul totale degli addetti.

Tav. 16 - Numero di imprese per forma giuridica e per settore ICC, Emilia-Romagna, 2017

	1 - Ditte individuali	2 - Società di persone	3 - Società azionarie	4 - Società a responsabilità limitata	5 - Cooperative	6 - Altre forme
<b>Attività culturali, artistiche e di intrattenimento</b>	<b>1.007</b>	<b>347</b>	<b>14</b>	<b>592</b>	<b>253</b>	<b>476</b>
AA - Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche	651	225	12	417	153	355
AB - Attività ricreative e di divertimento	351	117	2	160	67	92
AC - Patrimonio storico, artistico e culturale	5	5	0	15	33	29
<b>Media e industrie culturali</b>	<b>990</b>	<b>804</b>	<b>52</b>	<b>1.079</b>	<b>98</b>	<b>187</b>
BA - Cinema - audiovisivo	232	108	12	180	22	79
BB - Editoria e stampa	252	216	22	338	46	74
BC - Lavorazioni legate alla stampa	424	409	12	437	18	22
BD - Musica	78	58	1	56	2	10
BE - Trasmissioni radio-TV	4	13	5	68	10	2
<b>Servizi creativi</b>	<b>4.167</b>	<b>1.427</b>	<b>165</b>	<b>3.617</b>	<b>148</b>	<b>562</b>
CA - Architettura	12	4	1	24	1	4
CB - Ingegneria	76	179	29	685	39	47
CC - Design moda e industriale	692	224	2	324	5	35
CD - Design grafico, tecnico	492	75	1	109	10	19
CE - Fotografia	750	174	3	49	5	10
CF - Informatica software e consulenza	820	405	92	1.426	25	130
CG - Pubblicità e comunicazione	1.325	366	37	1.000	63	317
<b>Lavorazioni artigianali</b>	<b>313</b>	<b>82</b>	<b>10</b>	<b>70</b>	<b>3</b>	<b>9</b>
<b>Totale produzione ICC</b>	<b>6.477</b>	<b>2.660</b>	<b>241</b>	<b>5.358</b>	<b>502</b>	<b>1.234</b>
DB - Commercio artigianato artistico	1.508	418	7	238	8	66
EA - Distribuzione prodotti culturali	1.574	506	6	158	4	29
<b>Totale filiera ICC</b>	<b>9.559</b>	<b>3.584</b>	<b>254</b>	<b>5.754</b>	<b>514</b>	<b>1.329</b>

Fonte: elaborazione Ervet dati SMAIL

Le due restanti categorie risultano al di sotto della media regionale (pari al 45,5% di ditte individuali sul totale), per livello di imprenditorialità: la categoria dei "Media ed industrie culturali" con il 30,8% di ditte individuali; la categoria delle "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento" registra un livello di imprenditorialità leggermente superiore, con il 37,4% di ditte individuali sul totale, grazie al traino delle "Attività ricreative e di divertimento" da un lato, più che bilanciato dal comparto del "Patrimonio storico, artistico e culturale", che presenta una percentuale di ditte individuali inferiore al 10%.

Come anticipato, la banca dati ASIA fornisce dati a livello di impresa con un certo numero di anni di ritardo, ma con il pregio di considerare tutte le attività imprenditoriali, compresi quindi i liberi professionisti. In questo senso vale la pena evidenziare alcuni dati strutturali proprio sulla natura giuridica delle imprese, così da inquadrare meglio quella porzione di filiera che risulta sotto-rappresentata attraverso SMAIL.

I dati confermano che la forma giuridica delle imprese ICC prevalente è quella delle ditte individuali e dei liberi professionisti, che valgono complessivamente oltre il 70% del totale, con più di 22 mila imprese. Anche in termini di addetti impiegati, queste forme d'impresa sono le più diffuse e contano oltre 24 mila addetti pari al 34% del totale.

In termini settoriali, la concentrazione più elevata di imprenditori e liberi professionisti si registra in "architettura" - che conta oltre 3,8 mila imprese e 3,9 mila addetti, pari rispettivamente al 93% e al 85,8% del totale del settore - e in "ingegneria", che conta oltre 5,3 mila imprese e 5,6 mila addetti, pari rispettivamente al 87% e al 71% del totale del settore.

Le società a responsabilità limitata costituiscono la forma giuridica più diffusa dopo le ditte individuali ed i liberi professionisti, sia in termini di imprese (11,5%) che in termini di addetti (pari a circa 20 mila persone, ovvero il 27,6% del totale).

### Le imprese ICC e della cultura materiale per dimensioni di fatturato

L'Archivio statistico delle imprese attive (ASIA) gestito da ISTAT fornisce per le imprese attive censite, a differenza delle altre banche dati citate precedentemente, anche informazioni relative alla classe di fatturato di appartenenza.

Il 29% circa delle imprese ICC rientra nella classe di fatturato più bassa (0 – 19mila euro), a cui corrisponde una quota del 14,7% degli addetti totali, mentre nei settori della cultura materiale questa classe rappresenta il 14,6% in termini di imprese e il 4,1% in termini di addetti (rispetto alla media regionale, pari rispettivamente al 18,6% di imprese e al 5,9% di addetti).

La classe di fatturato più consistente in termini di imprese è quella che va da 20mila fino a 49mila euro, che rappresenta quasi un terzo delle imprese attive nel settore ICC e il 19,5% nella cultura materiale (a fronte del 26,4% nell'economia totale).

Se consideriamo unitariamente la soglia fino a 100 mila euro di fatturato - che risulta compatibile con l'attività di professionisti o imprese individuali, che lavorano autonomamente o con qualche collaboratore esterno – si rileva come tra le imprese ICC si concentri in questa classe quasi il 78% delle imprese attive (sopra la media dell'economia regionale, pari al 63,4%) e il 39% degli addetti (superiore al 19,9% medio dell'economia regionale). Dati più contenuti e inferiori alla media dell'economia regionale si riscontrano nei settori della cultura materiale, dove la classe fino 100 mila euro di fatturato nell'anno rappresenta il 52,4% delle imprese e il 13,8% degli addetti.

**Tav. 17** - Imprese attive per classe di fatturato in Emilia-Romagna (2014). Quote % su totale

Classe di fatturato (migliaia di euro)	% sul totale ICC	% su totale cultura materiale	% su totale regione
0-19	29,0%	14,6%	18,6%
20-49	32,0%	19,5%	26,4%
50-99	16,9%	18,3%	18,4%
100-199	9,7%	17,0%	14,2%
200-499	6,5%	15,2%	11,0%
500-1.999	4,2%	10,5%	7,7%
2.000-9.999	1,4%	3,6%	2,8%
oltre 10.000	0,3%	1,3%	0,9%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati ASIA Imprese (ISTAT)

All'estremo opposto, nei settori ICC le imprese con un fatturato superiore a 2 milioni di euro rappresentano poco meno del 2% del totale, che impiegano il 28% degli addetti del settore nel suo complesso. Quote leggermente superiori si rilevano nell'ambito della cultura materiale, dove le imprese ricadenti in questa fascia di fatturato sono pari al 4,9% (dato superiore alla media

dell'economia regionale, pari al 3,7%), che occupano oltre la metà degli addetti complessivi (55,2%, superiore al 48,5% rilevato per l'economia regionale).

Rispetto al primo rapporto pubblicato da Ervet nel 2012, che conteneva dati riferiti al fatturato delle imprese nel 2008, si registra una crescita del numero delle imprese nella soglia 0-49 mila euro, dove la percentuale sul totale passa dal 57,5% al 61%, mentre il peso del numero degli addetti nella medesima classe cresce dal 28% al 29,7%. Nello stesso periodo si è ridimensionato il peso percentuale delle imprese con fatturato sopra i 4 milioni di euro, passato dallo 0,8% al 0,7%, mentre al contrario è cresciuto il peso degli addetti (dal 19,2% al 20%).

**Tav. 18** - Addetti alle imprese per classe di fatturato in Emilia-Romagna (2014). *Quote % su totale*

Classe di fatturato (migliaia di euro)	% sul totale ICC	% su totale cultura materiale	% su totale regione
0-19	14,7%	4,1%	5,9%
20-49	15,0%	4,3%	7,3%
50-99	9,4%	5,3%	6,6%
100-199	7,4%	6,9%	7,4%
200-499	9,6%	10,3%	9,8%
500-1.999	16,0%	13,8%	14,3%
2.000-9.999	14,7%	12,4%	14,1%
oltre 10.000	13,3%	42,8%	34,5%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati ASIA Imprese (ISTAT)

Detto ciò, si osservano comunque di nuovo grandi differenze tra le categorie che compongono il settore ICC. Così ad esempio, le "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento" registrano un alto numero di imprese collocate nella fascia di fatturato sotto i 19 mila euro, pari al 42,2% del totale, a cui corrisponde il 22,6% degli addetti totali, al di sopra della media dei settori ICC e della relativa media regionale. E' altresì elevato il numero di addetti collocati nelle fasce di fatturato dai 200 mila a 2 milioni di euro, con il 10,4% delle imprese (in linea con il settore ICC) e il 31,9% degli addetti (a fronte del 25,6% del settore ICC).

Per quanto riguarda la categoria dell' "Artigianato artistico", la classe di fatturato con il numero maggiore di imprese è quella che va da 20 a 49 mila euro, che rappresenta il 30,6% delle imprese totali, a cui corrisponde il 15,5% degli addetti della categoria. Segue la classe fino a 19mila euro di fatturato, che rappresenta il 28,9% delle imprese e il 15,8% degli addetti. E' altresì consistente la classe di fatturato dai 50 ai 200 mila euro, che concentra il 26,1% delle imprese e il 19,1% degli addetti.

**Tav. 19** - Imprese per classe di fatturato in Emilia-Romagna nei settori ICC (2014) - Quote % su totale

Classe di fatturato (migliaia di euro)	Artigianato artistico	Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	Distribuzione prodotti culturali	Media e industrie culturali	Servizi creativi
0-19	28,9%	42,2%	52,0%	23,9%	25,2%
20-49	30,6%	27,7%	18,4%	22,3%	35,9%
50-99	15,5%	11,4%	10,9%	12,7%	19,3%
100-199	10,6%	6,9%	11,8%	10,8%	9,7%
200-499	7,0%	6,4%	4,9%	12,6%	5,7%
500-1.999	5,2%	4,1%	1,2%	12,3%	3,1%
2.000-9.999	1,7%	1,1%	0,6%	4,6%	1,0%
oltre 10.000	0,5%	0,3%	0,2%	0,8%	0,2%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati ASIA Imprese (ISTAT)

La classe di fatturato 20-49 mila euro rappresenta quasi il 36% delle imprese nella categoria dei "Servizi creativi", seguita dalla classe fino ai 19 mila euro (25,2%) e dalla classe 50-99 mila euro (19,3%). Considerate unitariamente queste tre classi rappresentano oltre l'80% delle imprese e il 45% degli addetti, più della media del settore ICC (rispettivamente pari al 78% e al 39%) e dell'economia regionale (63,4% e 19,9%).

Di segno opposto la categoria dei "Media e industrie culturali", che registra un numero di imprese collocate nella fascia di fatturato sotto i 19 mila euro, pari al 23,9% del totale per un numero corrispondente di addetti pari al 6,4%, a fronte di una media dei settori ICC pari rispettivamente al 29% e al 14,7%. Inferiori a quanto rilevato nella media dei settori ICC anche la consistenza relativa delle altre due classi di fatturato '20-49 mila euro' e '50-99 mila euro'. E' interessante notare, invece, come questa categoria presenti una distribuzione sia delle imprese che degli addetti più spostata sulle classi di fatturato maggiori: nella classe tra 200-1.999 mila euro si concentra il 24,9% delle imprese e il 33,7% degli addetti, a fronte rispettivamente del 10,7% e del 25,6% rilevati nel settore ICC; nella fascia di fatturato di 2.000-9.000 milioni di euro le imprese rappresentano il 4,6% del totale nella categoria dei "Media e industrie culturali" (solo il 1,4% nel settore ICC), mentre gli addetti il 22,2% della categoria (a fronte del 14,7% nel settore ICC).

**Tav. 20** - Addetti alle imprese per classe di fatturato in Emilia-Romagna nei settori ICC (2014) - Quote % su totale

Classe di fatturato (migliaia di euro)	Artigianato artistico	Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	Distribuzione prodotti culturali	Media e industrie culturali	Servizi creativi
0-19	15,8%	22,6%	37,7%	6,4%	13,8%
20-49	15,5%	12,7%	15,3%	5,2%	19,4%
50-99	10,0%	7,2%	8,7%	4,2%	12,0%
100-199	9,0%	6,5%	10,4%	5,0%	8,0%
200-499	9,8%	12,4%	6,1%	10,3%	9,0%
500-1.999	14,5%	19,5%	8,8%	23,4%	13,2%
2.000-9.999	15,7%	7,5%	9,4%	22,2%	13,7%
oltre 10.000	9,6%	11,7%	3,6%	23,3%	11,1%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati ASIA Imprese (ISTAT)

Infine, nella categoria della "Distribuzione dei prodotti culturali" oltre la metà (52%) delle imprese attiva rientra nella fascia di fatturato sotto i 19 mila euro, per una quota corrispondente di addetti pari al 37,7%, al di sopra sia della media dei settori ICC che della relativa media regionale, confermandosi come la categoria con le dimensioni minori di tutti i settori ICC. In tutte le altre fasce di fatturato si registra un minor numero di imprese e addetti rispetto alla media dei settori ICC, ad eccezione della fascia dai 100 ai 200 mila euro, che rappresenta l'11,8% in termini di imprese (9,7% nella media dei settori ICC) e il 10,4% in termini di addetti (7,4% nella media ICC).

### Una lettura dell'occupazione del settore delle ICC di lungo periodo

Una prospettiva di lungo periodo, seppure limitata al 2001-2015, sulla base dei dati censuari a livello di impresa (Censimento Industria e Servizi 2001) e di quelli derivanti dall'Archivio ASIA Imprese (2008 e 2015), può consentire di valutare le principali dinamiche strutturali circa l'andamento dei settori ICC prima e dopo la recente crisi economica.

In generale si registra un andamento molto positivo rispetto al Censimento del 2001, con una crescita delle imprese nel 2015 di oltre il 47% e degli addetti di quasi il 20%. Hanno contribuito maggiormente a questo risultato positivo i "Servizi creativi", che segnano una crescita consistente nel periodo 2001-2015, sia nel numero delle imprese che negli addetti, determinata interamente negli anni 2001-2008, a cui è seguita un periodo di contrazione negli anni successivi alla crisi economica (2008-2015).

Registrano un andamento positivo anche le "Attività culturali, artistiche e di intrattenimento" e il settore dell'"Artigianato artistico", soprattutto dal lato della numerosità delle imprese. Il settore dei "Media e industrie culturali" fa segnare, tra il 2001 e 2015, un incremento del numero delle imprese ma un calo degli addetti. Occorre evidenziare il fatto che negli anni 2001-2008, mentre tutti i settori registravano una crescita degli addetti a doppia cifra, il settore dei "Media e industrie culturali" non ha avuto incrementi significativi, segno del fatto che più che il ciclo economico, sono le profonde trasformazioni strutturali che ne hanno determinato l'andamento: in quegli anni, infatti, il settore dell'Editoria aveva ormai raggiunto il suo apice e si iniziavano ad intravedere le profonde trasformazioni scaturite dalla diffusione dell'informazione digitale e dalla diffusione di internet.

**Tav. 21** - Unità Locali e Addetti nei settori ICC dell'Emilia-Romagna. Valori assoluti: confronto Censimento 2011, ASIA 2008 e 2015

Categorie/settori	Censimento 2001		ASIA 2008		ASIA 2015	
	UL	Add.	UL	Add.	UL	Add.
Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	2.135	7.668	2.812	9.272	3.704	8.287
Media e industrie culturali	2.957	17.681	3.103	17.821	3.560	15.359
Servizi creativi	13.308	29.093	24.587	44.619	21.334	42.988
Distribuzione prodotti culturali	2.299	4.578	2.534	5.603	2.191	4.417
Artigianato artistico	1.615	4.425	2.232	5.584	2.082	4.824
<b>Totale economia della creatività - settori standard</b>	<b>22.314</b>	<b>63.445</b>	<b>35.268</b>	<b>82.899</b>	<b>32.871</b>	<b>75.874</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati ISTAT, Censimento Industria e Servizi (2011) e ASIA Imprese (2008, 2015)

I settori della "Distribuzione dei prodotti culturali" si sono invece caratterizzati per la contrazione nel periodo 2001-2015 sia del numero delle imprese che degli addetti. In questo settore, entrambi gli indicatori sono risultati in crescita fino all'inizio della crisi economica del 2008, a cui è seguita una contrazione molto più consistente che fa invertire la tendenza del ciclo positivo registrato nel 2001-2008. In questa dinamica hanno influito sia fattori strettamente connessi alla crisi economica del 2008, come il calo dei consumi finali, sia profonde trasformazioni strutturali, come ad esempio la proliferazione dei grandi centri distributivi a svantaggio dei piccoli negozi, la diffusione di altre forme di distribuzione tramite internet e l'economia digitale (vedi Amazon, E-bay).

**Tav. 22** - Unità Locali e Addetti nei settori ICC dell'Emilia-Romagna. Variazioni % 2015-2001; 2008-2001; 2015-2008

Categorie settori	Var. % 2001-2015		Var. %2001-2008		Var. % 2008-2015	
	Imprese	Addetti	Imprese	Addetti	Imprese	Addetti
Attività culturali, artistiche e di intrattenimento	+73,5%	+8,1%	+31,7%	+20,2%	+31,7%	-10,6%
Media e industrie culturali	+20,4%	-13,1%	+4,9%	+0,8%	+14,7%	-13,8%
Servizi creativi	+60,3%	+47,8%	+84,7%	+53,4%	-13,2%	-3,7%
Distribuzione prodotti culturali	-4,7%	-3,5%	+10,2%	+22,4%	-13,5%	-21,2%
Artigianato artistico	+28,9%	+9,0%	+38,2%	+26,2%	-6,7%	-13,6%
<b>Totale economia della creatività - settori standard</b>	<b>+47,3%</b>	<b>+19,6%</b>	<b>+58,0%</b>	<b>+30,7%</b>	<b>-6,8%</b>	<b>-8,5%</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati ISTAT, Censimento Industria e Servizi (2011) e ASIA Imprese (2008, 2015)

### La distribuzione territoriale su base provinciale e comunale<sup>53</sup>

A livello territoriale, la città metropolitana di Bologna conferma la propria specializzazione nei settori ICC, ospitando il 28,5% delle unità locali e il 30,5% degli addetti della regione. Seguono le province di Modena (oltre il 15% di UL e di addetti), Reggio Emilia e Parma (entrambe con quote superiori al 10%). Queste quattro province, complessivamente, concentrano quasi il 64% delle unità locali e il 67% degli addetti nei settori ICC.

<sup>53</sup> Questa analisi è stata condotta sui dati ASIA 2015 che si possono spingere al livello comunale. I valori non coincidono con quelli presentati nel paragrafo sulla distribuzione per province precedente, anche se forniscono una immagine dei pesi sostanzialmente simile.

**Tav. 23** - Unità Locali e Addetti dei settori ICC nelle province dell'Emilia-Romagna, Anno 2015

Provincia	% unità locali sul totale regionale	% addetti sul totale regionale	% UL su totale economia	% addetti su totale economia
CM Bologna	28,5%	30,5%	10,0%	6,2%
Modena	15,0%	15,6%	7,9%	4,5%
Reggio Emilia	10,3%	10,5%	7,6%	4,3%
Parma	10,1%	10,2%	8,3%	4,9%
Rimini	8,6%	8,9%	7,7%	5,7%
Forlì-Cesena	8,3%	7,7%	7,6%	4,4%
Ravenna	7,7%	7,2%	7,9%	4,4%
Piacenza	5,9%	5,3%	7,8%	4,3%
Ferrara	5,8%	4,1%	7,2%	3,5%
<b>Regione Emilia-Romagna</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>8,3%</b>	<b>5,0%</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati ASIA Unità locali (2015)

L'analisi della distribuzione territoriale delle unità locali e degli addetti per comune mostra una concentrazione nelle città capoluogo, che nel complesso contano oltre 17 mila unità locali e oltre 40 mila addetti, pari ad oltre il 50% del totale della filiera. Tra queste si distingue la città di Bologna, dove sono presenti il 16,0% delle UL regionali e il 16,9% degli addetti dei settori ICC della regione, e dove il settore ICC rappresenta, in termini di unità locali, il 12,4% dell'economia locale e, come addetti, l'8,4% di tutti gli addetti del comune. Seguono, il comune di Parma, Modena e Reggio Emilia, per numero di UL e di addetti. In termini di specializzazione, si segnalano anche Collecchio, Casalecchio di Reno, Faenza e Imola.

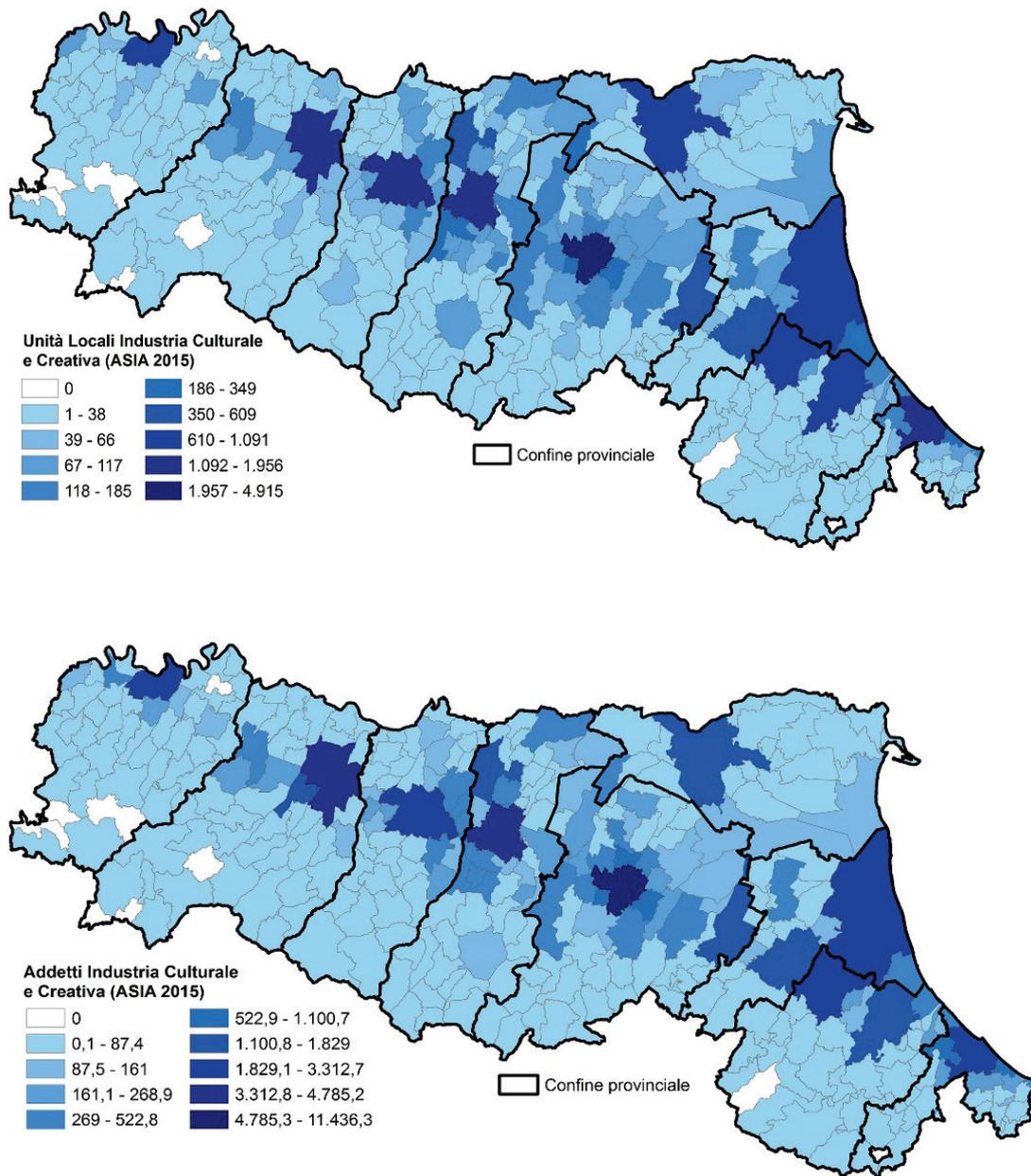
**Tav. 24** - Unità Locali e addetti dei settori ICC nei primi 15 Comuni dell'Emilia-Romagna, Anno 2015

Comune	Prov.	% UL sul totale regionale	% addetti sul totale regionale	% UL su totale economia	% addetti su totale economia
Bologna	BO	16,0%	16,9%	12,4%	8,4%
Modena	MO	6,0%	6,9%	10,4%	6,2%
Parma	PR	6,3%	5,9%	10,6%	5,6%
Reggio nell'Emilia	RE	4,9%	5,1%	9,6%	5,5%
Rimini	RN	4,4%	4,2%	8,6%	5,8%
Forlì	FC	2,9%	3,3%	8,6%	5,8%
Ravenna	RA	3,2%	3,2%	8,1%	4,6%
Piacenza	PC	3,3%	3,0%	10,1%	5,6%
Ferrara	FE	3,5%	2,5%	9,8%	4,9%
Cesena	FC	2,6%	2,4%	9,2%	5,1%
Carpi	MO	2,0%	2,1%	9,4%	6,5%
Imola	BO	1,8%	1,9%	10,7%	6,2%
Faenza	RA	1,6%	1,8%	10,6%	6,6%
Collecchio	PR	0,4%	1,8%	10,1%	15,4%
Casalecchio di Reno	BO	1,0%	1,5%	10,5%	8,7%

Fonte: elaborazioni ERVET su dati ASIA Unità locali (2015)

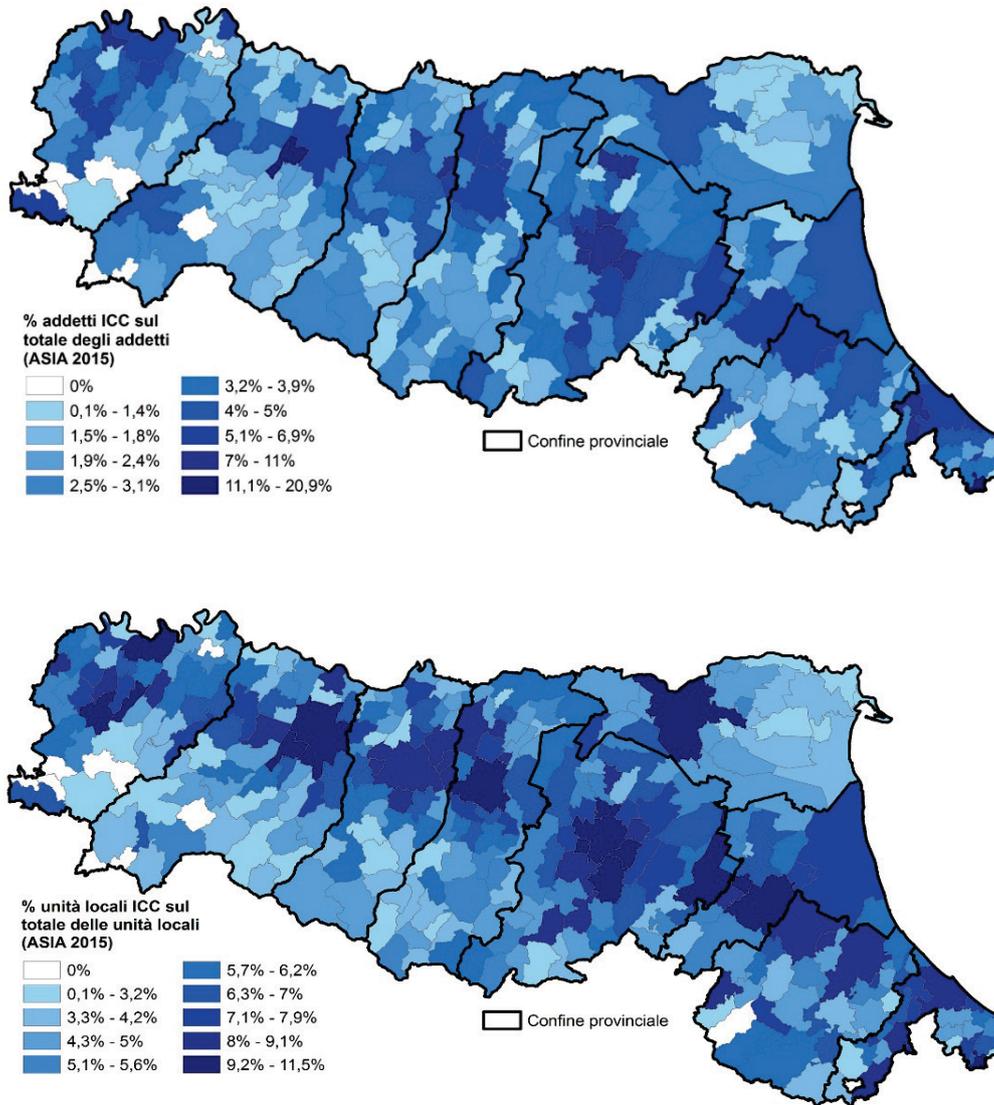
La distribuzione territoriale delle unità locali e degli addetti dei settori delle ICC è rappresentata nelle seguenti mappe, che evidenziano una concentrazione lungo la via Emilia e nelle città d'arte di Ferrara e Ravenna, a cui si aggiungono Collecchio e Carpi.

**Fig. 5.** - Distribuzione territoriale delle unità locali e degli addetti nei settori ICC dell'Emilia-Romagna  
Anno 2015, Valori Assoluti



Fonte: elaborazioni ERVET su dati ASIA Unità locali (2015)

Fig. 6 - Distribuzione territoriale delle unità locali e degli addetti nei settori ICC dell'Emilia-Romagna.  
Anno 2015, Valori % sul totale



Fonte: elaborazioni ERVET su dati ASIA Unità locali (2015)

## 2.6 Cultura materiale, settori associati, settori creative driven o altro?

Il titolo del paragrafo cita alcuni dei modi attraverso cui si è tentato nel tempo di denominare settori che si ritengono fortemente collegati a quelli delle *Industrie culturali e creative* in ragione di un utilizzo particolarmente significativo di input culturali e creativi. Come abbiamo visto, i settori presi in considerazione da studi e ricerche sono vari e si caratterizzano per aspetti anche molto diversi. Nella logica di non modificare eccessivamente i confini dei settori considerati nel rapporto precedente si è scelto di non cambiarne la struttura e di mantenere in questa chiave anche la definizione di cultura materiale che era stata utilizzata nel 2011.

Il dimensionamento dei settori della cultura materiale in Emilia-Romagna nel 2017 - definiti secondo il modello ERVET descritto precedentemente - è riportato nella tabella seguente. Sommando l'aggregato dei settori della produzione (Arredamento e prodotti per la casa, *Food* e Moda) con i settori della distribuzione commerciale, si contano circa 31 mila Unità Locali e 24 mila imprese, a cui corrispondono oltre 122 mila addetti, che rappresentano circa il 7% delle Unità Locali attive in regione e oltre il 7,5% degli addetti corrispondenti.

**Tav. 25** - Unità Locali e Addetti nei settori della cultura materiale, Emilia-Romagna (2017)

	Unità locali		Imprese	
	UL con addetti	Addetti	Imprese attive con addetti	Addetti
Arredamento e prodotti casa	4.147	37.920	3.410	37.918
Moda	7.069	35.242	6.364	36.039
Food	880	6.494	706	6.937
<b>Totale produzione</b>	<b>12.096</b>	<b>79.656</b>	<b>10.480</b>	<b>80.894</b>
Distribuzione Arredamento e prodotti casa	3.091	7.509	2.115	7.256
Distribuzione Moda	16.391	35.098	11.913	34.121
<b>Totale distribuzione</b>	<b>19.482</b>	<b>42.607</b>	<b>14.028</b>	<b>41.377</b>
<b>Totale Cultura materiale</b>	<b>31.578</b>	<b>122.263</b>	<b>24.508</b>	<b>122.271</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati SMAL

I settori della produzione della cultura materiale contano nel 2017 oltre 12 mila unità locali e circa 80 mila addetti, rappresentando rispettivamente oltre il 38% delle UL (42% delle imprese) e il 65% degli addetti delle UL del totale della filiera. Rispetto ai settori ICC, si registra un maggior contributo delle imprese attive nei settori della distribuzione, che contano oltre 19 mila unità locali, pari al 61% delle unità locali (57% delle imprese) e oltre 42 mila addetti nelle UL, pari al 34% del totale.

Nel periodo 2008-2017 si registra un andamento negativo dei settori della produzione della cultura materiale, con la perdita di oltre 23 mila addetti (-22,8%), mentre i corrispondenti settori della distribuzione registrano una variazione negativa più contenuta, pari a 1,5 mila addetti in meno (-3,4%). Nel medesimo periodo anche l'andamento del numero delle unità locali risulta negativo: la variazione del numero delle UL nei settori della produzione è pari a -2,4 mila unità (-16,8%), mentre nei settori della distribuzione si registra una variazione negativa di 2,6 mila unità (-12,1%).

Tra le categorie della produzione della cultura materiale, la più importante in termini di addetti è quello del settore dell' "Arredamento e prodotti della casa", che conta oltre 4 mila unità locali (pari al 13,1% del totale) e circa 38 mila addetti alle unità locali (31% del totale). Il settore risulta in profonda ristrutturazione nell'ultimo decennio: nel periodo 2008-2017 registra infatti una riduzione del numero degli addetti di oltre il 25%, pari ad una contrazione di circa 13 mila unità, mentre il numero delle UL registra una contrazione di circa 1.000 unità, pari a -19,2%.

La seconda categoria è quella del settore della "Moda", con oltre 7 mila unità locali (22,4% del totale) e oltre 35 mila addetti alle unità locali (28,8%). Anche questo settore risulta in profonda ristrutturazione nell'ultimo decennio: nel periodo 2008-2017 registra infatti una riduzione del numero degli addetti di circa il 23%, pari ad una contrazione di oltre 10 mila unità, mentre il numero delle UL registra una contrazione di circa 1,4 mila unità, pari a -17,1%.

Considerati congiuntamente, i settori della produzione della "Moda" e quello dell' "Arredamento e prodotti della casa" fanno segnare una riduzione di oltre 2,4 mila unità locali (a fronte di una contrazione di oltre 5 mila unità per il totale della cultura materiale) e di oltre 23 mila addetti (rispetto ai -25 mila del totale della cultura materiale).

Il settore del "Food" – che comprende produzione di paste alimentari, distillazione e miscelatura degli alcolici, produzione di vini - rappresenta poco più del 2,8% del totale delle unità locali (2,9% delle imprese) e il 5,3% degli addetti alle UL (5,7% degli addetti delle imprese). Nel periodo 2008-2017, mentre le unità locali attive e le imprese rimangono sostanzialmente stabili, si registra una riduzione del numero degli addetti di circa il 3,9%, pari 267 unità in meno. Nel breve periodo (2015-2017), invece, gli addetti fanno registrare un incremento dell'1,5%, recuperando parzialmente la contrazione degli anni precedenti. Rispetto agli altri settori della produzione, il "Food" sembra quindi l'unico settore ad aver reagito rispetto ai momenti più difficili della recente crisi economica.

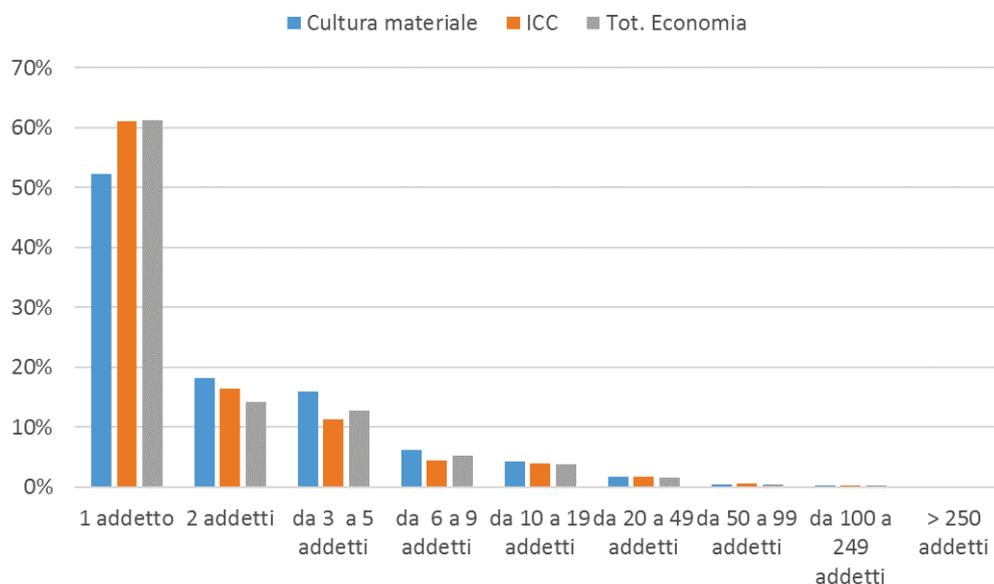
Per quanto concerne i settori della distribuzione della cultura materiale, quello della "Distribuzione dell'Arredamento e dei prodotti della casa" rappresenta circa il 9,8% del totale delle unità locali della cultura materiale (8,6% delle imprese) e oltre il 6,1% degli addetti. Nel periodo 2008-2017 si registra una riduzione sia del numero delle unità locali (600 unità in meno, pari a -16%) che degli addetti (1,1 mila unità in meno, pari a -13%). Nell'ultimo biennio 2015-2017, gli addetti fanno registrare un incremento del 3,3% recuperando parzialmente la contrazione successiva al 2008.

Infine, il settore della "Distribuzione della Moda", con oltre 16 mila unità locali e 35 mila addetti, rappresenta rispettivamente quasi il 52% delle unità locali della cultura materiale (48,6% delle imprese) e il 28,7% degli addetti dell'intera filiera. Anche per questo settore nel periodo 2008-2017 si rileva una contrazione delle unità locali (2 mila unità in meno, pari a -11%) e dei rispettivi addetti (300 unità in meno, pari a -1%), con una parziale ripresa a partire dal 2015 (+1,8% tra gli addetti).

Analizzando la struttura delle imprese per classi di addetti, emerge un'elevata presenza di imprese di piccolissima dimensione: oltre 12,8 mila imprese, il 52% delle imprese regionali, hanno un solo addetto; oltre 4,4 mila imprese hanno due soli addetti; 3,9 mila imprese sono caratterizzate dalla presenza di 3-5 addetti. Complessivamente il 70,6% delle imprese hanno meno di 5 addetti, a fronte del 77,6% registrato nei settori ICC e del 75% per l'economia regionale nel suo complesso. Tra i settori

della cultura materiale si osserva una quota maggiore di imprese nella fascia 3-9 addetti, pari al 22,2% delle imprese, a fronte del 15,7% dei settori delle ICC e del 18,1% dell'economia totale.

**Fig. 7 -** Imprese per classi di addetti per la cultura materiale In Emilia-Romagna, 2017. *Quote % sul totale*



Fonte: elaborazioni ERVET su dati SMAIL

I settori della distribuzione e quello della "Moda" sono quelli caratterizzati da una maggior propensione delle imprese nelle classi di piccolissima dimensione: "Distribuzione Arredamento e prodotti casa" e "Distribuzione Moda" registrano un'elevata incidenza di imprese con 1 addetto, pari rispettivamente al 49% e 58,1% del totale delle imprese, mentre il settore della "Moda" registra il 51% delle imprese con un solo addetto. Tali percentuali risultano comunque inferiori a quelle fatte registrare in media nei settori ICC (61,1%).

Particolarmente consistente, anche se con ordini di grandezza inferiori, anche la classe con 2 addetti, che rappresenta il 18,2% delle imprese della cultura materiale. Valori superiori caratterizzano il settore della "Distribuzione Arredamento e prodotti casa" (22,4%), quello del "Food" (22,2%) e quello della "Distribuzione Moda" (20,0%).

"Food" e "Arredamento e prodotti casa" sono i due settori con la quota maggiore della classe 3-9 addetti, rispettivamente pari al 33,6% e al 28,9% delle imprese del rispettivo settore, quota superiore a quella rilevata per l'intero settore della cultura materiale (22,2%), per i settori ICC (15,7%) e per l'economia regionale (18,1%).

Le differenze più significative emergono nelle classi dimensionali maggiori. Se consideriamo il numero delle imprese con più di 50 addetti, sono ancora i settori dell' "Arredamento e prodotti casa" e del "Food" a registrare una quota maggiore di imprese, pari rispettivamente al 2,9% nel primo caso e al 2,1% nel secondo, a fronte di un dato medio dell' 1,1% per la cultura materiale, dello 0,9% per i settori ICC e l'economia regionale.

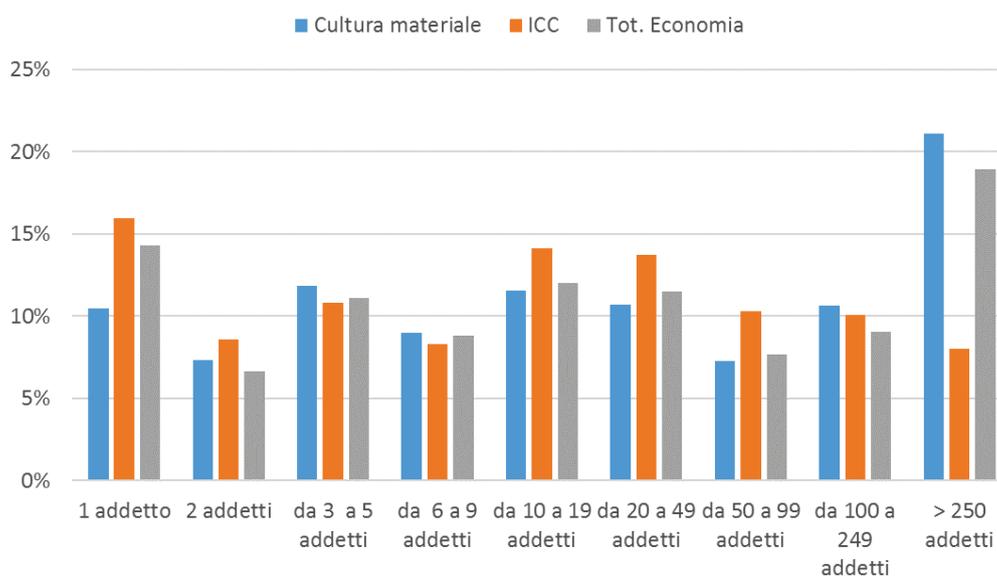
**Tav. 26** - Imprese per classi di addetti per la cultura materiale, i settori ICC e l'economia totale in Emilia-Romagna, 2017. Valori assoluti e quote % sul totale

	Arredamento e prodotti casa	Distribuzione Arredamento e prodotti casa	Food	Moda	Distribuzione Moda	Totale cultura materiale	% totale cultura materiale
1 addetto	1.391	1.037	229	3.243	6.923	12.823	52,3%
2 addetti	526	473	157	932	2.382	4.470	18,2%
3 - 5 addetti	628	414	183	965	1.718	3.908	15,9%
6 - 9 addetti	356	111	54	535	472	1.528	6,2%
10 - 19 addetti	272	55	45	447	253	1.072	4,4%
20 - 49 addetti	138	13	23	159	108	441	1,8%
50 - 99 addetti	42	7	7	37	34	127	0,5%
100 - 249 addetti	29	2	5	31	20	87	0,4%
250 - 499 addetti	18	2	2	12	3	37	0,2%
500 - 999 addetti	6	1	0	3	0	10	0,0%
>= 1.000 addetti	4	0	1	0	0	5	0,0%
<b>Totale</b>	<b>3.410</b>	<b>2.115</b>	<b>706</b>	<b>6.364</b>	<b>11.913</b>	<b>24.508</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazioni Ervet su dati SMAIL

In termini di addetti, tra le imprese attive nell'ambito della 'cultura materiale' si osserva che le imprese più piccole, con 1-2 addetti, impiegano quasi il 18% degli addetti complessivi, una quota inferiore a quanto rilevato per i settori ICC (24,5%) e per l'economia regionale (14,3%). Si registra, invece, un maggiore peso della classe >250 addetti, che rappresenta oltre il 21,1% del totale, una quota superiore alla media dell'economia regionale (18,9%) e più che doppia della media dei settori ICC (8,0%).

**Fig. 8** - Addetti per classi di addetti per la cultura materiale, i settori ICC e l'economia totale in Emilia-Romagna, 2017. Quote % sul totale



Fonte: elaborazione Ervet su dati SMAIL

**Tav. 27** - Addetti per classi di addetti per la cultura materiale, i settori ICC e l'economia totale In Emilia-Romagna, 2017. *Valori assoluti*

	Arredamento e prodotti casa	Distribuzione Arredamento e prodotti casa	Food	Moda	Distribuzione Moda	Totale cultura materiale
1 addetto	1.391	1.037	229	3.243	6.923	12.823
2 addetti	1.052	946	314	1.864	4.764	8.940
3 - 5 addetti	2.396	1.516	693	3.700	6.193	14.498
6 - 9 addetti	2.568	779	394	3.916	3.347	11.004
10 - 19 addetti	3.561	697	543	5.933	3.401	14.135
20 - 49 addetti	4.220	382	729	4.663	3.079	13.073
50 - 99 addetti	3.090	513	418	2.496	2.399	8.916
100 - 249 addetti	4.677	340	855	4.291	2.887	13.050
250 - 499 addetti	5.961	510	649	4.016	1.128	12.264
500 - 999 addetti	4.036	536	0	1.917	0	6.489
>= 1.000 addetti	4.966	0	2.113	0	0	7.079
<b>Totale</b>	<b>37.918</b>	<b>7.256</b>	<b>6.937</b>	<b>36.039</b>	<b>34.121</b>	<b>122.271</b>

Fonte: elaborazione Ervet su dati SMAIL

**Tav. 28** - Addetti per classi di addetti per la cultura materiale, i settori ICC e l'economia totale in Emilia-Romagna, 2017. *Quote % sul totale*

	Arredamento e prodotti casa	Distribuzione Arredamento e prodotti casa	Food	Moda	Distribuzione Moda	Totale cultura materiale
1 addetto	3,7%	14,3%	3,3%	9,0%	20,3%	10,5%
2 addetti	2,8%	13,0%	4,5%	5,2%	14,0%	7,3%
3 - 5 addetti	6,3%	20,9%	10,0%	10,3%	18,2%	11,9%
6 - 9 addetti	6,8%	10,7%	5,7%	10,9%	9,8%	9,0%
10 - 19 addetti	9,4%	9,6%	7,8%	16,5%	10,0%	11,6%
20 - 49 addetti	11,1%	5,3%	10,5%	12,9%	9,0%	10,7%
50 - 99 addetti	8,1%	7,1%	6,0%	6,9%	7,0%	7,3%
100 - 249 addetti	12,3%	4,7%	12,3%	11,9%	8,5%	10,7%
250 - 499 addetti	15,7%	7,0%	9,4%	11,1%	3,3%	10,0%
500 - 999 addetti	10,6%	7,4%	0,0%	5,3%	0,0%	5,3%
>= 1.000 addetti	13,1%	0,0%	30,5%	0,0%	0,0%	5,8%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: elaborazione Ervet su dati SMAIL

Nell'ambito della cultura materiale sono i settori distributivi quelli con una maggior presenza di addetti nelle imprese di piccolissime dimensioni: nella "Distribuzione Arredamento e prodotti casa" e "Distribuzione Moda" la quota di addetti delle micro-imprese con meno di 3 addetti è pari rispettivamente al 27,3% e al 34,3% del totale del settore di riferimento, a fronte di una quota pari al 17,8% per la cultura materiale. Gli addetti nella fascia 3-19 addetti sono pari rispettivamente al 41,2% e al 37,9%, contro una media della cultura materiale pari al 32,4%. Infine, gli addetti nella fascia oltre i 20 addetti rappresentano il 19,1% nel settore della "Distribuzione Arredamento e prodotti casa" e l'11,8% nel settore della "Distribuzione Moda", quote di gran lunga inferiori alla media della cultura materiale, pari al 31,8%.

I settori della produzione manifatturiero registrano, invece, una minor presenza di addetti nelle imprese di piccolissime dimensioni: gli addetti in imprese con meno di 3 addetti rappresentano rispettivamente il 6,4% nel settore "Arredamento e prodotti casa", il 14,2% nel settore "Moda" e il 7,8% nel settore "Food", quota percentuale inferiore alla media della cultura materiale pari a 17,8%.

Per quanto riguarda la fascia dimensionale 3-19 addetti, i settori "Arredamento e prodotti casa" (22,5%) e "Food" (23,5%) presentano una percentuale di addetti sul totale inferiore a quella del settore della cultura materiale nel suo complesso (32,4%). E' superiore a questo dato la quota di addetti del settore della "Moda" (37,6%). Mentre i settori "Arredamento e prodotti casa" (71,1%) e "Food" (68,7%) registrano una maggiore presenza di addetti nella fascia oltre i 20 addetti, contro una media della cultura materiale pari al 31,8%, il settore della "Moda" registra una percentuale di addetti sul totale pari al 48,2%.

Dal punto di vista della propensione imprenditoriale, ovvero del numero di imprenditori (definiti come indipendenti nella banca dati SMAIL) rispetto al totale degli addetti impiegati, il settore della cultura materiale mostra una significativa propensione alla costituzione di imprese - dovuta anche dalla presenza di una forte cultura manifatturiera della regione - ma comunque inferiore all'economia regionale e ai settori ICC.

Nel 2017, secondo i dati SMAIL, a fronte di oltre 122 mila addetti impiegati nei settori della cultura materiale, circa 29,3 mila sono imprenditori, pari al 24% del totale, percentuale inferiore a quella rilevata sull'economia totale (27,4%) e per i settori ICC (29%).

Tale percentuale, contrariamente a quanto rilevato per i settori ICC, risulta in leggero aumento a causa di una variazione negativa del numero assoluto di imprenditori, che nel periodo 2008-2017 si riducono di oltre 4,6 mila unità, e una maggiore contrazione del numero degli addetti dipendenti pari a -20,4 mila unità; di conseguenza la percentuale degli imprenditori è aumentata dal 23,1% del 2008 al 24% del 2017.

**Tav. 29** - Imprenditori e addetti alle dipendenze nei settori della cultura materiale in Emilia -Romagna (2017). Valori assoluti e quote % sul totale

	Valore assoluto		Quote % sul totale	
	Imprenditore	Dipendenti	Imprenditore	Dipendenti
Arredamento e prodotti casa	4.419	33.499	11,7%	88,3%
Food	886	6.051	12,8%	87,2%
Moda	7.437	28.602	20,6%	79,4%
Distribuzione Moda	13.749	20.372	40,3%	59,7%
Distribuzione Arredamento e prodotti casa	2.807	4.449	38,7%	61,3%
<b>Totale</b>	<b>29.298</b>	<b>92.973</b>	<b>24,0%</b>	<b>76,0%</b>

Fonte: elaborazione Ervet su dati SMAIL

I settori con la maggiore incidenza degli imprenditori sul totale degli addetti sono quelli della "Distribuzione Moda" (40,3%), caratterizzata dalla presenza di imprese di più piccola dimensione, e della "Distribuzione Arredamento e prodotti casa" (38,7%). Con una quota inferiore, ma comunque al di sopra della media del settore della cultura materiale, segue il settore della "Moda", con il 26,6% di

imprenditori sugli addetti totali. Si collocano al di sotto della media dei settori della cultura materiale il settore "Food", con poco più del 12% di imprenditori sul totale degli addetti, e il settore "Arredamento prodotti casa", con poco più dell'11%.

A livello di forma giuridica, invece, si rileva che le 13,5 mila Ditte individuali rappresentano il 54,9% del totale delle imprese, una quota superiore a quanto rilevato nei settori ICC (42,4%). Seguono le Società di persona, che - con oltre 5 mila unità - rappresentano il 21,4% del totale, a fronte di una quota del 17% nei settori ICC. Le Società a responsabilità limitata sono quasi 4,9 mila unità, pari al 20% circa del totale (rappresentano il 30% nei settori ICC del 30%). Con numeri più ridotti seguono le Società azionarie (384, pari all' 1,6% del totale) e le Cooperative (70, pari allo 0,3% del totale).

**Tav. 30** - Imprese attive per forma giuridica nei settori della cultura materiale dell'Emilia-Romagna (2017). Valori assoluti

	Ditte individuali	Società di persone	Società azionarie	Società a responsabilità limitata	Cooperative	Altre forme
Arredamento e prodotti casa	1.387	954	107	881	28	53
Food	313	205	22	143	15	8
Moda	4.028	1.061	81	1.110	16	68
Distribuzione Moda	6.851	2.448	157	2.180	11	266
Distribuzione Arredamento e prodotti casa	884	571	17	584	0	59
<b>TOTALE</b>	<b>13.463</b>	<b>5.239</b>	<b>384</b>	<b>4.898</b>	<b>70</b>	<b>454</b>

Fonte: elaborazione Ervet su dati SMAIL

Il settore in cui l'incidenza delle ditte individuali è maggiore è quella della "Moda" (63,3% delle imprese del settore), seguito dal settore della "Distribuzione Moda" (57,5%). L'incidenza delle Società di persone è maggiore nel settore del "Food" (29%), dell' "Arredamento e prodotti casa" (28%) e della "Distribuzione Arredamento e prodotti casa" (27%). Le Società a responsabilità limitata, invece, sono relativamente più numerose nella "Distribuzione Arredamento e prodotti casa" (27,6%) e nel settore "Arredamento e prodotti casa" (25,8%).

Come già accennato, nel periodo 2008-2017 si registra una variazione negativa sia nel numero degli addetti sia nelle unità locali. I settori della produzione della cultura materiale, quindi quelli più strettamente manifatturieri, sono stati quelli più penalizzati e questo ha creato una ricomposizione della filiera a vantaggio dei settori distributivi che, sebbene abbiano registrato andamenti negativi, si sono rafforzati in termini di peso percentuale. Occorre però precisare che nei settori della Moda e delle lavorazioni artigianali vi sono anche molte imprese caratterizzate da produzioni a minor valore aggiunto che stanno subendo la concorrenza internazionale, mentre le imprese collocate nelle fasce più alte del mercato, pur registrando margini di crescita sostenuti, non riescono a compensare la perdita di occupazione nei settori più tradizionali.

## I settori standard delle industrie culturali e creative e la cultura materiale

La rappresentazione "allargata" delle industrie culturali e creative, tale cioè da ricomprendere sia i settori standard, sia quelli della cultura materiale, arriva a contare più di 66 mila unità locali e quasi 212 mila addetti, cioè il 14,6% dell'economia regionale in termini di unità locali e il 12,8% in termini di addetti.

La parte di produzione è preponderante, pesando in termini di addetti circa il 37% sia per i settori ICC standard, che per la cultura materiale.

**Tav. 31** - Unità Locali e Addetti nei settori ICC standard e della cultura materiale dell'Emilia-Romagna (2017). Valori assoluti e quote %

		Unità Locali	Addetti	% Unità locali	% Addetti
<b>I settori standard delle industrie culturali e creative</b>	produzione ICC standard*	29.161	80.059	44,0%	37,8%
	distribuzione ICC standard	5.521	9.296	8,3%	4,4%
	<b>Totale settori ICC standard</b>	<b>34.682</b>	<b>89.355</b>	<b>52,3%</b>	<b>42,2%</b>
<b>Cultura materiale</b>	produzione cultura materiale	12.096	79.656	18,3%	37,6%
	distribuzione cultura materiale	19.482	42.607	29,4%	20,1%
	<b>Totale cultura materiale</b>	<b>31.578</b>	<b>122.263</b>	<b>47,7%</b>	<b>57,8%</b>
<b>ICC completa</b>	produzione ICC completa	41.257	159.715	62,3%	75,5%
	distribuzione ICC completa	25.003	51.903	37,7%	24,5%
	<b>Totale ICC completa</b>	<b>66.260</b>	<b>211.618</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazione Ervet su dati SMAIL (2017) e \*ISTAT-ASIA (2015)

## I Settori "high-end" della Commissione Europea

In base ad un approccio ancora più inclusivo, il perimetro dell'ecosistema creativo potrebbe estendersi ai cosiddetti settori "high-end", come definiti nel rapporto "*Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs*" pubblicato dalla Commissione Europea nel 2016 (vedi Figura 2). Dei settori citati nel rapporto, all'interno della cultura materiale, sono compresi i settori *High-end fashion, Jewellery & watches, Accessories e Leather goods* nel settore "Moda". *Furniture & household appliances* è in parte compreso nel settore "Arredamento e prodotti per la casa"; rimane fuori solo la parte di fabbricazione di elettrodomestici (che conta 103 imprese con 4.888 addetti nel 2017); *Publishing* è considerato invece tra i settori ICC standard, specificamente in "Media e industrie culturali".

Altri codici rimangono invece fuori dal campo di osservazione: il settore *Cars*, ad esempio, che conta 413 imprese e 14.762 addetti; *Boats* (138 imprese e 1.472 addetti); *Hotels* (5.266 imprese e 35.906 addetti) e *Perfums & cosmetics* (116 imprese e 1.638 addetti). I valori di imprese e addetti sono relativi sempre al 2017 (fonte: SMAIL Unioncamere).

Altri settori, infine, sono più difficilmente identificabili, come quelli di *Gastronomy e Retail & auction houses*.

## 3. Dinamiche del mercato del lavoro regionale e caratteristiche del lavoro creativo in Emilia-Romagna

### 3.1 Il lavoro creativo: una introduzione

#### Dal settore al lavoro

Non c'è alcun dubbio che il tentativo di definire e quantificare il lavoro culturale e creativo rappresenti da diversi anni uno dei principali sforzi di ricercatori e *policy makers*. Questa attenzione al lavoro creativo, piuttosto che verso l'impresa creativa, non è rimasta confinata esclusivamente ai temi specifici del mercato del lavoro (come le forme di ingresso in questo settore o la formazione richiesta o le peculiarità delle risorse umane che devono essere formate e impiegate per questo specifico settore), ma si è da subito spinta ben oltre questi limiti, sulla spinta di quattro principali fattori di interesse:

1. Nel tempo si è consolidata l'idea che il lavoro culturale e creativo rappresenti un bacino occupazionale importante ed in crescita almeno rispetto a quello di settori che invece hanno subito contrazioni, se non proprio pesanti perdite occupazionali. Sottende questa analisi la visione di un occidente de-industrializzato in cui tutto è sostanzialmente innovazione e creatività e in cui scompare di fatto la produzione di beni, de-localizzata in Oriente o in altri paesi lontani.
2. Un secondo elemento di riflessione, in parte collegato a quello precedente, è l'idea che si tratti di posti di lavoro a maggior valore aggiunto e quindi di per sé stessi più difendibili rispetto alla competizione internazionale di quanto siano quelli di altri settori. Questa visione si richiama una consolidata visione che, partendo dalla definizione di Robert Reich di Analisti simbolici<sup>54</sup>, tende ad identificare questi lavori come non standardizzabili e acquisibili dopo percorsi formativi ed esperienziali complessi e quindi, come tali, meno soggetti a competizione o sostituzione da parte delle nuove tecnologie (anche se le recenti innovazioni in questo ambito minano questa visione ottimistica almeno per quanto riguarda parte dei lavori che Reich analizzava alla fine del secolo scorso). Il recente lavoro di Enrico Moretti riprende, aggiornandolo, questo approccio<sup>55</sup>.
3. Il terzo elemento che rende l'attenzione al lavoro in questo ambito particolarmente forte è che, storicamente, si tende a far convergere l'attività creativa con la professione piuttosto che con l'impresa, quasi che questi due elementi siano di per sé in contrasto. Le modalità organizzative tipiche del lavoro artistico - come l'operare per progetto, la centralità del contenuto e l'autonomia operativa - sembrano amplificare questo aspetto rispetto all'organizzazione di impresa. Questa impostazione è peraltro confutata nel lavoro recente di Fabrizio Montanari<sup>56</sup>, che tende appunto a inserire dimensioni organizzative importanti nell'ambito della discussione sulla creatività.
4. Il quarto elemento ha a che vedere con la fiducia verso un ruolo particolarmente positivo della cosiddetta classe creativa per quanto concerne la trasformazione dei settori produttivi e delle città, con il conseguente focus sul lavoro.

---

<sup>54</sup> Robert Reich, *The work of nations*, Vintage Books, 1992.

<sup>55</sup> Enrico Moretti, *La nuova geografia del lavoro*, Mondadori, 2017.

<sup>56</sup> Fabrizio Montanari, *Ecosistema Creativo*, Franco Angeli, 2018.

Si tratta di una impostazione dei primi studi sul settore della creatività condotti in particolare nel Nord Europa e negli Stati Uniti, aree che sono state più fortemente colpite da processi di deindustrializzazione e in cui spesso questa particolare conformazione del sistema produttivo risultava essere coerente con quanto stava in effetti accadendo. Negli ultimi anni, diversi di questi presupposti sono stati messi in discussione. Il settore culturale e creativo risulta di particolare interesse anche in economie come quelle della nostra regione in cui la presenza del manifatturiero rimane elemento caratterizzante e trainante; la digitalizzazione ha reso meno difendibili i lavori creativi (o forse più che dei *jobs* si dovrebbe parlare di particolari *tasks* che compongono i *jobs*) di quanto ci si aspettasse; cresce una visione (che è anche di questo studio) secondo cui la dimensione sociale e imprenditoriale sia centrale per lo sviluppo di questi bacini occupazionali; si è drasticamente ridotta la visione egualitaria collegata alla crescita di questi lavori mentre crescono all'interno delle città creative le disuguaglianze fra lavoratori protetti e lavoratori dei servizi a basso valore aggiunto, reddito e protezione.

Tutto ciò premesso, la dimensione del lavoro è ancora oggi per le economie occidentali un fattore centrale nel dibattito politico economico; per quanto riguarda l'Emilia-Romagna, va da ultimo ricordato che il rafforzamento del lavoro e dell'occupazione è uno degli obiettivi di questa Giunta che ha firmato con le parti sociali, i soggetti territoriali, le Università e il terzo settore, all'avvio di legislatura, un Patto per il lavoro, che si pone l'obiettivo di aumentare la buona occupazione in regione.

### **Un tentativo di sintesi: il tridente creativo**

Dal punto di vista analitico, un tentativo di trovare una sintesi fra l'approccio che domina l'analisi sui settori ICC (cioè quello settoriale) e la necessità di rappresentare compiutamente il lavoro creativo, è quello proposto dal cosiddetto "modello del tridente creativo", maturato da studiosi australiani e sviluppato da ricercatori britannici nel primo decennio dei duemila.

Secondo questo modello la forza lavoro culturale e creativa si suddivide in tre parti:

- a) la popolazione occupata che svolge una professione culturale e creativa e lavora in questo settore (ad esempio un giornalista occupato nella redazione di un quotidiano o un ballerino che lavora in una determinata compagnia). Questo gruppo rappresenta la quintessenza del lavoro creativo, quello in cui la dimensione settoriale e quella lavorativa coincidono senza alcun dubbio;
- b) la popolazione occupata che svolge una professione culturale e creativa, ma lavora in un settore diverso da quelli ICC (ad esempio un *designer* di moda che lavora in un'azienda di abbigliamento). L'esistenza stessa di questo gruppo conferma la pervasività della dimensione creativa che non si limita a concentrarsi nei settori creativi, ma si propaga verso imprese di altri settori e con caratteristiche spesso molto diverse da quelle a cui siamo abituati nei settori creativi;
- c) i lavoratori occupati in un settore ICC, ma che non svolgono una professione creativa (ad esempio il responsabile amministrativo di un teatro). Queste professioni sono funzionali all'esercizio del lavoro creativo, ma non sarebbero (il condizionale è d'obbligo almeno per quanto riguarda la nostra esperienze con le piccole imprese creative) coinvolte direttamente nel processo creativo stesso.

Questo approccio consente di avere, almeno questo è l'obiettivo, una immagine più realistica dell'oggetto analizzato. In particolare consente:

- a) da un lato, di separare all'interno del lavoro nei settori creativi i lavori creativi dagli altri, escludendo le attività in settori correlati che non sono centrali per il processo creativo;
- b) dall'altro, di cercare il lavoro creativo negli altri settori e quindi (in particolare) di dedurre gli elementi di pervasività sull'economia della trasformazione creativa.

Secondo le prime stime presentate, i risultati evidenziano la potenza di questo approccio. Come si vede nelle due tabelle che seguono, in alcuni Paesi (come vedremo quelli a maggiore industrializzazione e questo è sicuramente un aspetto molto interessante da valutare), il numero di lavoratori creativi al di fuori dei settori specifici è molto significativo e comunque eccede quello degli occupati presenti all'interno dei settori creativi: in Francia, addirittura, i lavoratori creativi assunti al di fuori del settore creativo, sono quasi il doppio di quelli impiegati nei settori creativi. Oltre alla frammentazione imprenditoriale, significativa appare quella settoriale, che inevitabilmente pone ulteriori problemi alla rappresentatività di queste professioni.

Allo stesso tempo, anche il peso dei lavori creativi all'interno dei settori di specializzazione risulta essere non preponderante. In quasi tutti i casi ricostruiti da Nesta, il numero di lavoratori non creativi è decisamente superiore a quello dei lavoratori creativi a volte per rapporti decisamente significativi (sono quasi il doppio in Germania e quattro volte in Francia). Come succede sempre in questo ambito, quello che colpisce è la difficoltà dei sistemi tradizionali di analisi di catturare un fenomeno che per definizione è multiforme e complesso.

**Tav. 32.** - Occupati della classe creativa per tipo di industria. *Valori assoluti in migliaia*

	Creativi nelle industrie creative	Creativi nelle industrie tradizionali	Creativi in tutte le industrie
Germania	806	851	1.657
Francia	264	449	713
Olanda	190	187	377
Svezia	164	142	306
UK	816	570	1.386
Italia	499	576	1.075

Fonte: Nesta 2015, Fondazione Symbola 2016

**Tav. 33** - Occupati nelle industrie creative per tipo di lavoratore (Specialisti creativi e Lavoratori non creativi) *Valori assoluti in migliaia*

	Specialisti creativi	Lavoratori non creativi	Totale lavoratori
Germania	806	1.450	2.256
Francia	264	1.169	1.433
Olanda	190	377	567
Svezia	164	248	412
UK	816	1.405	2.221

Fonte: Nesta 2015, Fondazione Symbola 2016

## Pregi e limiti di una rilevazione a partire dall'occupazione

Ci si potrebbe chiedere dunque perché una impostazione di questo tipo non si sia definitivamente affermata come la principale strumentazione di analisi. Le principali obiezioni hanno a che vedere con tre fattori:

1. È importante considerare che non esiste una singola banca dati disponibile in grado di consentire la costruzione nel nostro Paese del Tridente creativo. Nella prima analisi internazionale condotta con questo approccio, i dati derivavano dai censimenti della popolazione e, quindi, erano soggetti sostanzialmente a errori tipici di questo tipo di rilevazioni (tipicamente errori di classificazione) che con ogni probabilità sono casuali e quindi non influiscono su un settore rispetto ad altri. Una analisi di questo tipo nel nostro Paese non può che prendere a riferimento l'indagine sulle Forze di lavoro, condotta in tutta Europa secondo le previsioni e le prescrizioni EUROSTAT. La *Rilevazione delle Forze di lavoro* condotta da ISTAT si basa su un campione della popolazione di un dato territorio e indaga la condizione occupazionale degli intervistati con riferimenti anche ai settori di impiego e alla professione svolta. Come qualsiasi rilevazione campionaria, i risultati della *Rilevazione delle Forze di lavoro* sono soggetti a errori statistici che tendono ad accentuarsi dove più elevato risulta il livello di disaggregazione della variabile che si intende analizzare. Poiché in questo caso ci interessano settori e professioni specifiche (spesso al quinto *digit* di disaggregazione, secondo la classificazione ATECO 2007 di ISTAT), si incorre in un rischio elevato di commentare errori statistici piuttosto che tendenze.
2. Un secondo elemento da valutare è che le rilevazioni sul lavoro hanno come riferimento i residenti di un territorio e non gli occupati delle sue imprese, che possono quindi essere residenti al di fuori del territorio di riferimento. Gli occupati nei settori creativi quindi possono non coincidere in ragione di questa peculiare differenza. Si deve tener conto inoltre che le indagini sul lavoro sono generalmente riferite alla condizione occupazionale in un dato istante di tempo, mentre i dati di impresa riportano l'occupazione media delle aziende per un certo periodo di tempo.
3. Un terzo elemento è che anche questo tipo di analisi sono condotte a partire da classificazioni internazionali e quindi risentono dei problemi già introdotti per le ICC, sia con riferimento ai settori che per quanto concerne le professioni.

Il principale pregio di questo tipo di indagini è che considerano l'occupazione complessiva del settore e non solo quella che ha come riferimento un'impresa commerciale. Vengono quindi inclusi gli occupati del settore pubblico (che sono rilevanti in alcuni ambiti quali il Patrimonio museale, le biblioteche gli archivi) o chi lavora come singolo professionista o in associazioni senza finalità di lucro. Per quanto riguarda i settori "core" delle ICC si tratta di una valutazione molto interessante che risolve alcuni dei problemi tecnici introdotti nel capitolo precedente.

Con tutti i limiti del caso, questo metodo consente di valutare la presenza di professionalità coerenti all'interno di altri settori. Pur nei limiti introdotti (i settori sono molto aggregati, le professioni sono classificate in modo non sempre coerente con le innovazioni), tale impostazione consente infatti di valutare i settori in un qualche modo contaminati dagli input della creatività.

## Le stime condotte per questo studio

In un mondo ideale la possibilità di identificare le professioni e i settori dipenderebbe dalla disponibilità di dati disaggregati e puntuali su imprese e professioni.

Per settori creativi si intendono quei settori che si concentrano sul creare e sfruttare prodotti culturali o che forniscono servizi simbolici o informazioni *business to business* in aree come l'architettura, la pubblicità, il *design*, i media e lo sviluppo di software. In questo la classificazione di riferimento è quella riferibile ai codici ATECO 2007.

Per occupazioni culturali e creative si intendono le professioni che sono coinvolte nella produzione di beni o servizi culturali e creativi. La classificazione di riferimento è quella delle professioni ISCO08 come rivista nella Classificazione delle Professioni 2011 (CP2011). Per entrambe le classificazioni il principale difetto è rappresentato dal fatto che non si tiene conto degli effetti della rivoluzione digitale che trasforma il panorama delle professioni e dei settori in modo continuo e spesso impreveduto, così come dei processi di trasformazione dell'organizzazione dei settori produttivi in generale, come ad esempio la crescita nel nostro Paese dell'esternalizzazione di intere fasi di produzione su soggetti terzi o la crescita di forme di *self-employment*, fattori entrambi che mettono a dura prova la categorizzazione secondo le forme a noi note.

Detto questo, per quanto riguarda i codici ATECO settoriali il riferimento è dato dall'approccio utilizzato in questo studio per i settori *core* creativi: *performing arts* e *heritage*, media e servizi culturali, servizi creativi e artigianato artistico. Non sono stati presi in considerazione, in coerenza con altri studi internazionali, i settori della distribuzione e quelli della cosiddetta cultura materiale/*high-end industries/creative driven sectors*. Nel primo caso significa abbandonare il concetto di filiera per quanto riguarda in particolare i media. Nel secondo caso, l'idea è quella di far derivare i settori di riferimento dalla valutazione della presenza e consistenza del lavoro creativo in ambiti diversi da quelli *core* e non tanto dall'utilizzo di nuovi codici ATECO.

Per quanto riguarda le professioni, il principale riferimento assunto in questo studio è dato dai codici identificati dal rapporto 2012 *Essnet-Culture*.

Le occupazioni culturali, secondo questo studio, includono "*occupations involved in the creative and artistic cycle i.e. creation, production, dissemination, and trade, preservation, education, management and regulation, as well as heritage collection and preservation* (pag 143. Rapporto Essnet 2012)". Secondo questo criterio sono state identificate 32 gruppi professionali, composti da occupazioni culturali, e 14 gruppi, in cui le professioni culturali sono comprese insieme ad altre professioni.

Sulla base delle indicazioni dello studio ESSnet si è provveduto ad integrare quanto indicato per migliorare l'aderenza della classificazione per le professioni con quella settoriale di questo studio. L'universo delle professioni e l'universo dei settori non è però del tutto sovrapponibile. Nel caso delle professioni, ad esempio, vengono inclusi gli insegnanti in materie collegate alla dimensione culturale o gli accompagnatori turistici, che dal punto di vista settoriale sono esclusi dal campo di indagine. Allo stesso tempo, sono ricompresi nell'analisi diverse figure artigianali che potrebbero non solo essere comprese in altri settori, ma che in ragione della classificazione utilizzata potrebbero nel complesso sovradimensionare l'oggetto di analisi. L'effetto netto di questo procedimento è quello di

aumentare il numero dei professionisti creativi, occupati principalmente in settori non creativi. Come già anticipato, si tratta di un primo esercizio di analisi a partire dalle banche dati del lavoro, che dovrà in seguito essere progressivamente affinato per consentire di giungere a stime più puntuali e precise. L'obiettivo che ci poniamo è quindi semplicemente quello di avere a disposizione una primissima indicazione sulla consistenza del lavoro creativo al di fuori dei settori creativi e della sua evoluzione nel tempo. Ciò che ci interessa proporre in questo paragrafo è comunque una diversa chiave di lettura del fenomeno a prescindere dalla perfetta sovrapposizione dei dati che, per definizione, non è possibile ottenere a partire dalle fonti a disposizione.

Al di là quindi del problema della disponibilità e affidabilità dei dati ai livelli di disaggregazione disponibili, il problema risiede appunto nella matrice di intersezione fra settori e professioni. In alcuni casi la relazione fra professione e settore è semplice, poiché esiste una disaggregazione analitica di entrambi: la presenza di musicisti, attori, scrittori, all'interno del settore ATECO delle *performing arts* è, come ci si può attendere, decisamente rilevante, così come di giornalisti all'interno del settore della pubblicazione di giornali o di intrattenitori radiofonici nel settore trasmissioni radio e televisive. Nel caso di settori ATECO molto ben identificati è altrettanto semplice evidenziare i lavori non creativi: per esempio, i contabili dentro i settori delle *performing art*, o le attività di segreteria nel campo dell'editoria.

La questione si complica quando le classificazioni del lavoro e dei settori disponibili sono più ampie rispetto a quelle necessarie per una quantificazione puntuale. Per esempio, gli studi di architettura sono contenuti all'interno di un codice ATECO che raggruppa settori diversi rispetto a quelli utili per la nostra analisi, con il rischio quindi di aumentare le professioni di tipo non creativo considerate all'interno di un settore cosiddetto creativo.

Tenuto conto di questi limiti si è proceduto secondo questa modalità:

- a) In primo luogo si è verificato quali professioni riconducibili al modello delle Industrie culturali creative non fossero previste dal Rapporto Essnet. Le professioni escluse, in larga parte quelle riferibili al campo digitale, sono state incluse fra quelle da considerare; non si è ritenuto al contempo di escludere quelle che in letteratura sono considerate professioni culturali, ma non trovano riferimento nei settori ATECO (come ad esempio gli insegnanti d'arte); ciò naturalmente porta ad una conseguente sovrastima dell'occupazione al di fuori dei settori creativi.
- b) Si è proceduto a costruire matrici di incrocio tra professioni e codici settoriali. A questo punto sono stati esclusi i lavoratori che pur essendo compresi nei settori ICC a due *digit* ATECO, manifestamente non potevano essere attribuiti agli stessi e, al contempo, si è provveduto a stimare il peso dei lavoratori trasversali (impiegati, addetti) proporzionalmente alle professioni considerate ed escluse.
- c) Quindi sono state effettuate stime per ridurre l'effetto derivante dalla variabilità delle diverse rilevazioni.

Come è evidente si tratta di una prima stima indicativa del peso del lavoro culturale e creativo soggetta a ulteriori perfezionamenti e affinamenti, che ha il solo scopo di evidenziare aspetti importanti per il dibattito in questo ambito. Come si vedrà, al di là della variabilità delle stime e della necessità di consolidare con opportune tecniche questi risultati, in ragione di alcune professioni

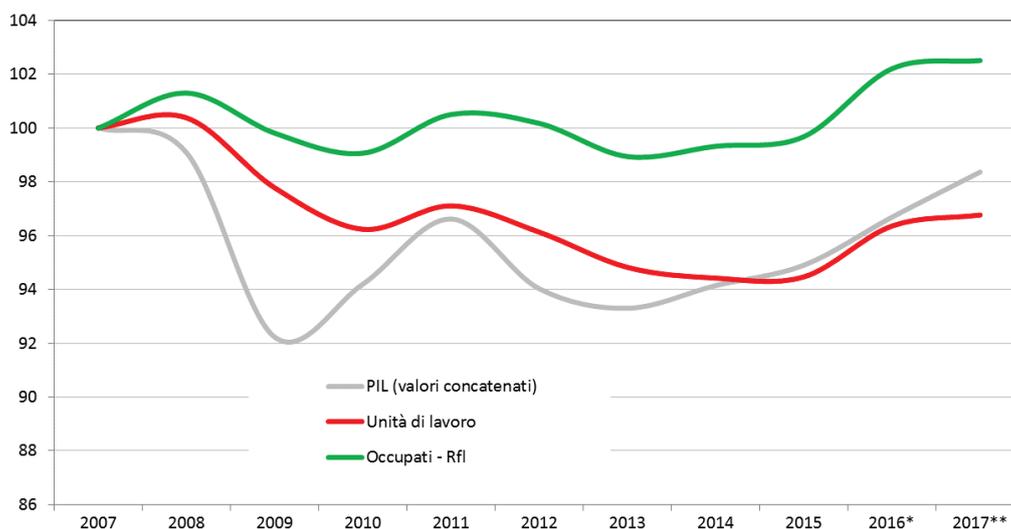
considerate e dell'ampiezza di alcuni settori, il modello tende quasi naturalmente ad ampliare il numero di professionisti creativi al di fuori del settore medesimo. Ma prima di presentare alcuni risultati, è conveniente inserirli all'interno del più ampio contesto del mercato del lavoro regionale.

## 3.2 L'andamento dell'occupazione in Emilia-Romagna

In Emilia-Romagna nel 2017, per il quarto anno consecutivo, si conferma la tendenza all'incremento dell'occupazione regionale. Le dinamiche del mercato del lavoro si sono sviluppate in un contesto di significativa crescita del PIL regionale, che secondo le stime più aggiornate dovrebbe aver chiuso l'anno con una crescita dell'1,7% sul 2016, il dato più elevato a livello nazionale.

L'input di lavoro, misurato in termini di Unità di lavoro equivalenti a tempo pieno (ULA), mostra, sempre con riferimento al 2017, una dinamica in linea con quella dell'occupazione stimata da ISTAT nella *Rilevazione sulle forze di lavoro*, ma più debole di quella del PIL. In un'ottica di lungo periodo emerge un'evidenza significativa: se in termini di persone occupate (di "teste") si è già raggiunto e superato il livello pre-crisi, per quanto riguarda la produzione interna e il volume di lavoro manca ancora un ultimo scalino per eguagliare i livelli del 2007.

Fig. 9 - Dinamica PIL, Unità di lavoro e occupati in Emilia-Romagna. 2008 - 2017, numeri indici (base 2007 = 0)



\* dato provvisorio per le Unità di lavoro (stima previsionale Prometeia, aprile 2018)

\*\* dato provvisorio per il PIL e le Unità di lavoro (stima previsionale Prometeia, aprile 2018)

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT (Conti economici territoriali e Rilevazione forze di lavoro), Prometeia

### Condizione professionale della popolazione in Emilia-Romagna

Nel 2017 l'occupazione complessiva ha raggiunto in Emilia-Romagna il livello di 1.973 mila unità, il dato più elevato di sempre. Dopo la rilevante crescita che si è avuta nel 2016 (+48,8 mila posti di lavoro sul 2015), nel 2017 l'aumento è stato di circa 5,9 mila occupati (+0,3%), portando così a 62 mila unità l'incremento occupazionale rispetto al 2014 (+3,2%).

Dal confronto tra il 2014 e 2017, in Emilia-Romagna, a fronte di una popolazione sostanzialmente stabile, si rileva una crescita delle forze di lavoro (occupati + persone in cerca di occupazione) di circa 26 mila unità (+1,3%).

Nel triennio il numero degli occupati è aumentato di 61,6 mila unità circa (+3,2%), mentre le persone in cerca di occupazione si sono ridotte di 35,5 mila unità circa (-20,5%).

**Tav. 34** - Dinamica del mercato del lavoro regionale nell'ultimo triennio (2014/2017). *Valori assoluti e variazioni %*

	2014	2017	Var.	Var %
<b>Occupati</b>	<b>1.911.463</b>	<b>1.973.043</b>	<b>+61.580</b>	<b>+3,2%</b>
Dipendenti	1.438.879	1.525.759	+86.880	+6,0%
Indipendenti	472.584	447.283	-25.301	-5,4%
<b>Persone in cerca di occupazione</b>	<b>173.277</b>	<b>137.827</b>	<b>-35.450</b>	<b>-20,5%</b>
<b>Inattivi</b>	<b>2.334.732</b>	<b>2.308.133</b>	<b>-26.599</b>	<b>-1,1%</b>
in età lavorativa	771.459	739.189	-32.270	-4,2%
in età non lavorativa	1.563.273	1.568.944	+5.671	+0,4%
<b>Popolazione</b>	<b>4.419.472</b>	<b>4.419.003</b>	<b>-469</b>	<b>0,0%</b>

Fonte: elaborazione su dati ISTAT– Rilevazione sulle forze di lavoro

## I principali indicatori del mercato del lavoro in Emilia-Romagna

In progressivo miglioramento gli indicatori principali del mercato del lavoro.

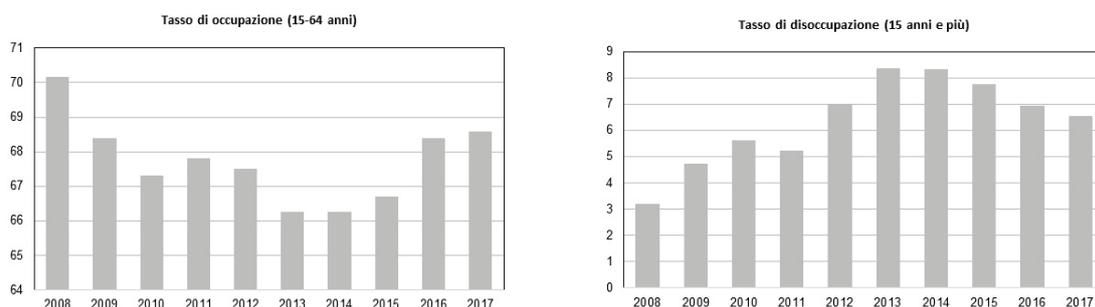
Il tasso di occupazione 15-64, dopo un 2016 molto positivo, migliora ulteriormente a tutti i livelli territoriali nel 2017: in Emilia-Romagna è al 68,6% (68,4% nel 2016), inferiore solo a quello del Trentino Alto Adige (70,2%). Pur risultando ancora inferiore rispetto al valore pre-crisi (70,2% nel 2008), il tasso di occupazione regionale si colloca nettamente al di sopra dei valori della EU28 e dell'Area Euro (rispettivamente pari al 67,6% e al 66,3%). Il tasso di occupazione cresce in regione dal 2004 (68,3%) fino al 2007-2008 (70,2%), per poi calare bruscamente nel 2009 all'avvio della crisi economica, attestandosi a partire dal 2010 e fino al 2015 su valori inferiori al 2004. Nell'ultimo triennio sono stati recuperati in regione 2,3 punti percentuali nel tasso di occupazione 15-64 anni.

Nel 2017 prosegue, per il quarto anno consecutivo, il miglioramento del tasso di disoccupazione, dopo l'inversione di tendenza del 2014 dai minimi del 2013. Il tasso di disoccupazione cala al 6,5% (-0,4 punti percentuali sul 2016), dinamica in linea sia a quella della macroarea di riferimento (-0,5 punti percentuali, che porta il tasso del Nord Est al 6,3%), che alla dinamica nazionale (-0,5 punti percentuali, all'11,2%). Tra le regioni italiane solo il Trentino Alto Adige (4,4%), il Veneto (6,3%) e la Lombardia (6,4%) fanno segnare tassi migliori di quello regionale.

Negli anni precedenti la crisi internazionale, l'Emilia-Romagna e il Nord Est si erano caratterizzati per le percentuali più basse a livello europeo (sotto al 4%) del tasso di disoccupazione, in linea con quelle delle più avanzate regioni del continente. A livello nazionale il tasso di disoccupazione era sceso al di sotto dell'8% delineando una chiara dinamica decrescente. Con la recessione iniziata nel 2008-2009, tale andamento si è invertito: il tasso di disoccupazione è passato in regione dal minimo storico nel 2007 (2,8%), al 5,6% nel 2010. Dopo un lieve recupero nel 2011 (5,2%), il numero di persone in cerca di lavoro è tornato a salire rapidamente, raggiungendo valori inediti in Emilia-Romagna, con l'8,4% di

disoccupati nel 2013, un valore tra l'altro superiore a quello della macro area di riferimento (7,7% nello stesso anno). Valori così elevati sono dipesi da vari fattori: dalla contrazione della domanda di lavoro conseguente al deterioramento del ciclo economico; dall'ampliamento della forza lavoro per il contributo dell'aumento della durata della vita lavorativa a seguito delle riforme pensionistiche; dall'ingresso di nuove persone attive prima situate al di fuori del mercato del lavoro regionale, motivate dalla necessità di difendere il tenore di vita proprio e delle loro famiglie. Emilia-Romagna e Nord-Est, nonostante gli incrementi recenti, continuano tuttavia a mantenersi al di sotto dei valori della EU28 e dell'Area Euro (rispettivamente 7,6% e 9,1%).

**Fig. 10** - Tasso di occupazione e di disoccupazione in Emilia-Romagna. 2008 – 2017. *Valori percentuali*



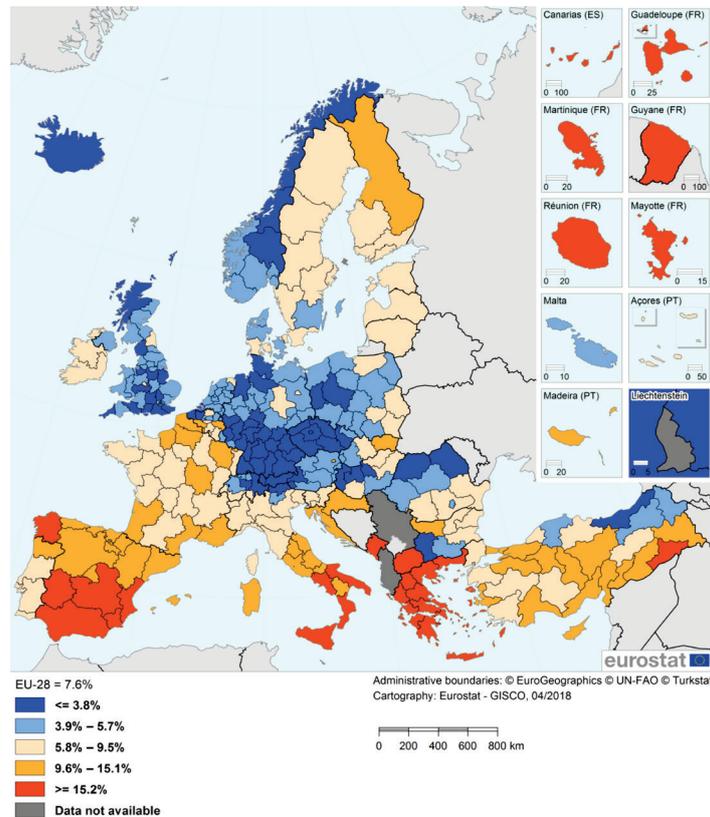
Fonte: elaborazioni su dati ISTAT – Rilevazione sulle forze di lavoro

**Tav. 35** - Tasso di occupazione e di disoccupazione per regione. *Valori percentuali*

	Tasso di occupazione			Tasso di disoccupazione		
	15-64 anni			15 anni e oltre		
	2008	2016	2017	2008	2016	2017
Trentino AA	68,5	69,3	70,2	2,8	5,2	4,4
<b>Emilia-Romagna</b>	<b>70,2</b>	<b>68,4</b>	<b>68,6</b>	3,4	6,8	6,3
Lombardia	66,9	66,2	67,3	3,7	7,4	6,4
Valle d'Aosta	67,8	66,4	67,1	<b>3,2</b>	<b>6,9</b>	<b>6,5</b>
Veneto	66,4	64,7	66,0	4,3	7,5	6,7
Toscana	65,3	65,3	66,0	3,3	8,7	7,8
FVG	65,2	64,7	65,7	5,0	9,5	8,6
Piemonte	65,2	64,4	65,2	5,1	9,3	9,1
Umbria	65,3	62,7	62,9	5,4	9,7	9,5
Liguria	63,6	62,7	62,4	4,8	9,6	10,5
Marche	64,7	62,2	62,2	4,7	10,6	10,6
Lazio	60,2	59,9	60,9	7,5	11,1	10,7
Abruzzo	58,8	55,7	56,8	6,6	12,1	11,7
Molise	54,1	51,9	51,7	11,0	13,3	12,8
Sardegna	52,3	50,3	50,5	9,1	12,8	14,6
Basilicata	49,6	50,3	49,5	12,2	17,3	17,0
Puglia	46,6	44,3	44,5	11,6	19,4	18,8
Campania	42,4	41,2	42,0	12,5	20,4	20,9
Calabria	44,0	39,6	40,8	13,7	22,1	21,5
Sicilia	44,1	40,1	40,6	12,0	23,2	21,6

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

Fig. 11 - Tasso di disoccupazione nelle regioni europee (2017)



Fonte: EUROSTAT

Il valore aggregato delle variabili fin qui considerate nasconde dinamiche molto diversificate tra le classi di età. I dati del 2017 introducono alcuni elementi positivi, in linea con l'inversione di tendenza già in corso, anche per le classi di età più giovani. Gli occupati di 15-24 anni, ad esempio, crescono del 3,5% (+3,1 mila unità) rispetto al 2016 e si riducono leggermente le persone in cerca di occupazione (-1,1%). Più incerti i dati occupazionali per la classe 25-34 anni: calano gli occupati su base annuale da un lato (-1,9%), diminuiscono i disoccupati dall'altro (-1,5%).

Nell'ultimo triennio, i principali indicatori del mercato del lavoro – tasso di attività, di occupazione e di disoccupazione – fanno segnare un progressivo miglioramento anche per le classi più giovani. Rispetto al 2014, risulta in leggera crescita il tasso di attività per la classe 15-29 anni, che nel 2017 ha raggiunto il 45,8% (+0,6 punti percentuali rispetto a tre anni prima). Se migliora la partecipazione tra i più giovani (nella classe 15-24 anni il tasso è in crescita di 0,8 punti percentuali), risulta sostanzialmente stabile quella della classe 25-34 anni (80,6% nel 2017).

**Tav. 36** - Dinamica del mercato del lavoro regionale nell'ultimo triennio (2014/2017). Valori % e variazioni in punti percentuali

Indicatore	Classe di età	2014	2015	2016	2017	Δ 2017/2014
Tasso di attività	15-24 anni	29,5	29,2	29,8	30,2	+0,8
	15-29 anni	45,2	45,3	46,6	45,8	+0,6
	18-29 anni	55,4	55,6	57,2	56,7	+1,3
	25-34 anni	80,7	80,3	81,3	80,6	-0,1
	<b>15-64 anni</b>	<b>72,4</b>	<b>72,4</b>	<b>73,6</b>	<b>73,5</b>	<b>+1,1</b>
Tasso di occupazione	15-24 anni	19,2	20,6	23,2	23,8	+4,6
	15-29 anni	34,5	35,6	38,8	38,3	+3,8
	18-29 anni	42,5	43,9	47,9	47,5	+5,0
	25-34 anni	71,9	71,2	73,2	72,6	+0,7
	<b>15-64 anni</b>	<b>66,3</b>	<b>66,7</b>	<b>68,4</b>	<b>68,6</b>	<b>+2,3</b>
Tasso di disoccupazione	15-24 anni	34,9	29,5	22,0	21,3	-13,7
	15-29 anni	23,7	21,3	16,7	16,4	-7,3
	18-29 anni	23,4	21,0	16,3	16,2	-7,1
	25-34 anni	10,9	11,4	9,9	10,0	-1,0
	<b>15 anni e più</b>	<b>8,3</b>	<b>7,7</b>	<b>6,9</b>	<b>6,5</b>	<b>-1,8</b>

Fonte: elaborazione su dati ISTAT– Rilevazione sulle forze di lavoro

Il tasso di occupazione evidenzia un trend in significativo miglioramento a partire dal 2014, con variazioni positive per le classi giovanili, superiori al dato complessivo dei 15-64enni, ad eccezione che per la classe 25-34 anni. Nel 2017 il tasso tra i 15-29enni ha raggiunto il 38,3%, quasi 4 punti percentuali in più rispetto al 2014. Tale miglioramento è anche più consistente se si considera la classe di 18-29 anni (con un tasso pari al 47,5%, in miglioramento di 5 punti percentuali), mentre la classe 25-34 anni evidenzia un incremento di 0,7 punti percentuali.

Positivo il trend anche per quanto riguarda il tasso di disoccupazione, in particolare per le fasce fino ai 29 anni, che presentano andamenti più favorevoli rispetto al valore aggregato relativo agli over 15enni. Il tasso si è ridotto rispetto al 2014 di 7,3 punti percentuali tra i giovani di 15-29 anni. Anche in questo caso risulta sottoperformante la classe dei 25-34enni (dal 10,9% del 2014 al 10,0% del 2017).

In termini di genere, infine, continuano ad evidenziarsi disparità importanti: per il tasso di occupazione tra i 15-29enni, ad esempio, è di ben 10 punti percentuali il divario a favore della componente maschile (43,3% tra i maschi; 33,2% tra le femmine), divario che è cresciuto rispetto al 2014. Significativo e in crescita, il divario anche per quanto riguarda il tasso di disoccupazione: tra i 15-29 anni, il tasso di disoccupazione maschile è calato nel 2017 al 13,3%, quello femminile - sebbene in calo - risulta ancora essere oltre 7 punti percentuali più alto (20,4%).

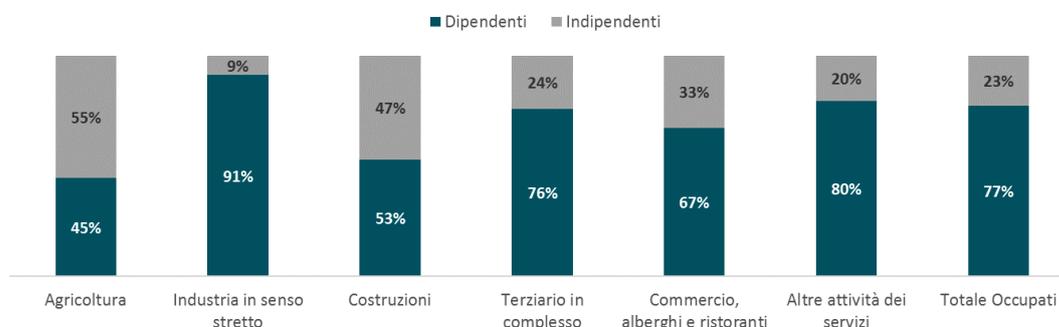
### Occupati dipendenti e indipendenti in Emilia-Romagna

Il recupero dei livelli occupazionali pre-crisi è tanto più vero se si considera la componente di lavoro dipendente, che rappresenta comunque la quota preponderante del mercato del lavoro regionale. Nel 2017 gli occupati dipendenti sono stimati da ISTAT in circa 1.526 mila unità (il 77% del totale).

In progressivo calo gli occupati indipendenti, stimati nel 2017 in 447 mila unità circa (il 23% degli occupati totali), che comprendono: imprenditori, liberi professionisti, lavoratori autonomi, coadiuvanti nell'azienda di un familiare (se prestano lavoro nell'impresa senza il corrispettivo di una retribuzione contrattuale come dipendenti), soci di cooperativa, collaboratori (con e senza progetto) e prestatori d'opera occasionali.

Tra i macrosettori di attività economica, l'*Industria in senso stretto* si caratterizza per avere la quota preponderante di occupati dipendenti (pari al 91% dell'occupazione stimata per il settore), seguita dalle *Altre attività dei servizi* (80%)<sup>57</sup>, dal *Commercio, alberghi e ristorazione* (67%), dalle *Costruzioni* (53%) e l'*Agricoltura* (45%).

**Fig. 12** - Ripartizione % degli occupati dipendenti/indipendenti per settore di attività economica in Emilia-Romagna. Quote percentuali 2017



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

**Tav. 37** - Numero occupati dipendenti/indipendenti in Emilia-Romagna. Valori in migliaia e variazioni percentuali

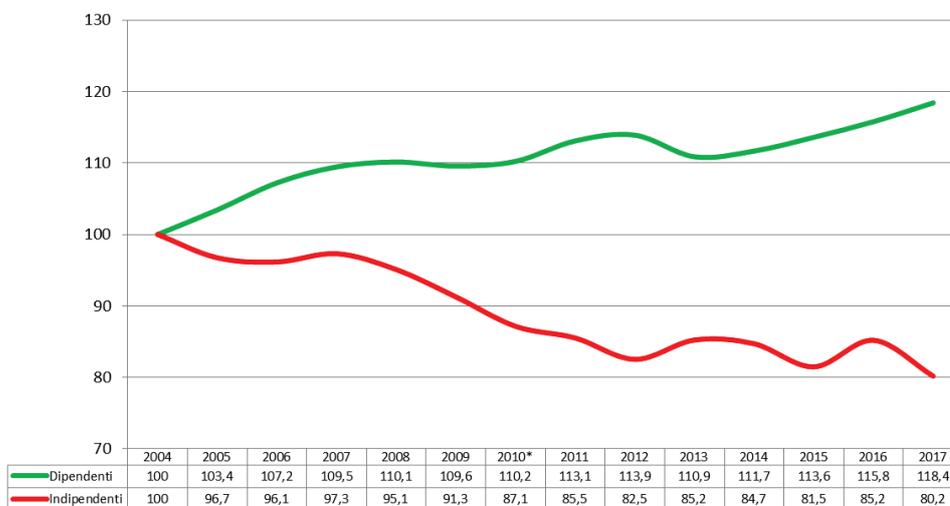
Variabile	Genere	2008	2016	2017	Var. %	
					2017 - 2016	2017 - 2008
<b>Dipendenti</b>	Uomini	739,4	767,6	784,3	2,2%	6,1%
	Donne	679,7	724,3	741,4	2,4%	9,1%
	<b>Totale</b>	<b>1.419,2</b>	<b>1.491,9</b>	<b>1.525,8</b>	<b>2,3%</b>	<b>7,5%</b>
<b>Indipendenti</b>	Uomini	356,1	311,3	301,2	-3,3%	-15,4%
	Donne	174,4	164,0	146,1	-10,9%	-16,2%
	<b>Totale</b>	<b>530,5</b>	<b>475,3</b>	<b>447,3</b>	<b>-5,9%</b>	<b>-15,7%</b>

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

La crescita occupazionale nel 2017 è stata interamente determinata dalla componente di lavoro dipendente (+34 mila, +2,3%). Continuano invece a diminuire gli occupati indipendenti (-28 mila, -5,9%), con maggiore intensità tra le donne.

<sup>57</sup> Un macro-settore abbastanza variegato, all'interno del quale solo le *Attività immobiliari, servizi alle imprese e altre attività professionali e imprenditoria* (58%) e *l'Amministrazione pubblica e difesa assicurazione sociale obbligatoria* (100%) si distanziano significativamente dalla media del macrosettore.

Fig. 13 - Dinamica Degli Occupati Dipendenti / Indipendenti. Numero indice, 2004=100



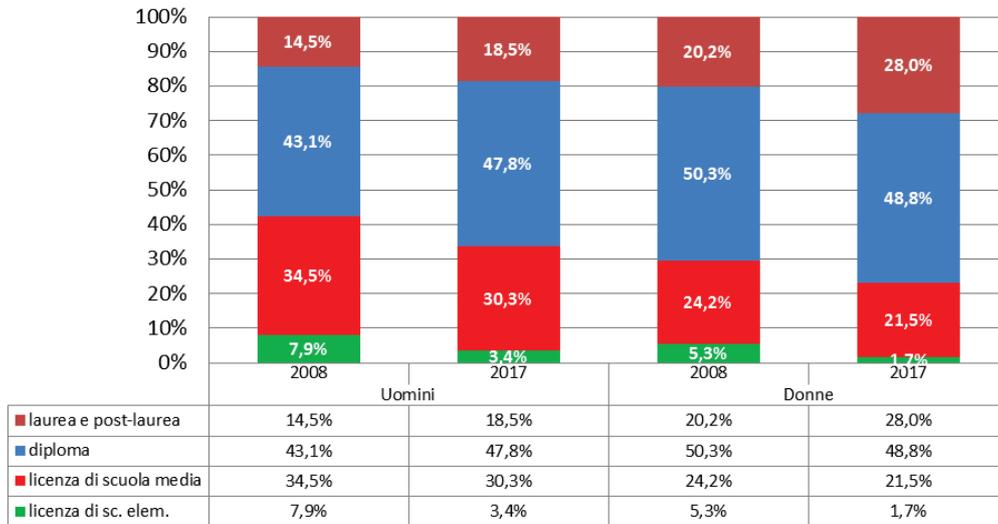
Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

### Livello di istruzione di occupati e giovani in Emilia-Romagna

I dati sull'occupazione per titolo di studio evidenziano una netta correlazione tra crescita occupazionale e livello di istruzione. La crescita degli occupati regionali risulta infatti trainata dall'aumento dell'occupazione delle persone diplomate o con laurea e titolo post-laurea (+5,7 mila, pari a +1,3% rispetto al 2016), mentre gli occupati con titolo inferiore al diploma risultano in sostanziale contrazione non solo in Emilia-Romagna, ma anche ai livelli territoriali superiori.

Gli occupati con titolo di laurea terziario raggiungono la quota del 22,8% del totale, al di sopra del dato del Nord Est (21,1%) e di quello nazionale (22,4%), in decisa crescita rispetto al passato (erano pari al 17% nel 2008). In termini di genere l'occupazione femminile risulta in media più istruita di quella maschile: in Emilia-Romagna nel 2017 il 28,0% delle lavoratrici vanta almeno un titolo di laurea e il 48,8% il diploma, contro rispettivamente il 18,5% e il 47,8% dei lavoratori. Stessi ordini di grandezza si ritrovano anche agli altri livelli territoriali.

Fig. 14 - Quota % occupati per titolo di studio e genere



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

Il tasso di occupazione per la classe 15-64 anni ha raggiunto nel 2017 l'82,5% tra i laureati e il 73,9% tra le persone diplomate. I rispettivi tassi di occupazione maschili sono superiori a quelli femminili, anche se tra gli occupati laureati il *gender gap* è notevolmente inferiore a quella dei tassi riferiti all'occupazione complessiva: solo 4,7 punti percentuali per quanto riguarda il tasso di occupazione dei laureati (peraltro in netto calo rispetto ai 7,0 del 2016 e agli 8,4 del 2015), a fronte dei 13,1 punti percentuali del tasso di occupazione complessivo.

Alcune altre indicazioni utili possono essere tratte, più in generale, dall'analisi dei livelli di scolarizzazione della popolazione residente, soprattutto tra le classi più giovani, dal momento che il tema dell'*education* rappresenta un ambito di grande interesse per il miglioramento continuo dell'ecosistema regionale in chiave di competitività internazionale, sul quale continuare a investire, così da ridurre progressivamente il gap nei confronti delle regioni benchmark europee su alcuni indicatori specifici.

Tra questi, un indicatore utilizzato anche nell'ambito della strategia *Europa 2020*, utile a posizionare l'Emilia-Romagna nel quadro europeo e monitorarne i progressi nel tempo, è rappresentato dal livello di istruzione dei giovani di 30-34 anni, per i quali si prevede di raggiungere il valore target europeo del 40% di giovani con istruzione terziaria (laurea o post-laurea) entro il 2020. Per l'Italia, il target nazionale è stato fissato al 27%. Nel 2017, in Emilia-Romagna, i giovani di 30-34 anni si sono fermati per la maggior parte al diploma di scuola secondaria superiore (45,2%). Quelli con istruzione terziaria sono il 29,9%, dato superiore alla media nazionale (26,9%) e a quella del Nord Est (28,7%), ma ancora distante dalla media europea (UE 28 = 39,9%). In Germania i laureati rappresentano il 34,0% dei giovani; percentuali più alte si rilevano anche in Francia, con il 44,3%, e in Spagna, con il 41,2%. D'altra parte, l'analisi dei dati evidenzia come la quota di giovani con un livello di istruzione primaria o secondaria inferiore, il 24,9%, risulta essere ancora elevata, a fronte di una media UE28 pari al 16,9%. Le donne risultano mediamente più istruite degli uomini: nel 2017 a fronte di una quota di laureati tra

i 30 e 34 anni di sesso maschile del 23,9% del totale, le donne con istruzione terziaria rappresentano il 35,9%.

**Tav. 38** - Tasso di istruzione terziaria nella fascia d'età 30-34 anni. *Valori % e variazione in punti percentuali*

	2008	2014	2015	2016	2017	$\Delta$ 2017/2014
<b>Emilia-Romagna</b>	<b>22,0</b>	<b>25,1</b>	<b>28,8</b>	<b>29,6</b>	<b>29,9</b>	<b>+4,8</b>
<i>maschi</i>	18,3	18,9	23,6	24,1	23,9	+5,0
<i>femmine</i>	25,7	31,1	33,9	35,1	35,9	+4,8
<b>Italia</b>	<b>19,2</b>	<b>23,9</b>	<b>25,3</b>	<b>26,2</b>	<b>26,9</b>	<b>+3,0</b>
Nord Est	19,3	24,6	27,5	28,9	28,7	+4,1
UE 28	31,1	37,9	38,7	39,1	39,9	+2,0

\* Popolazione in età 30-34 anni che ha conseguito un livello di istruzione 5 e 6 (Isced97) in percentuale sulla popolazione nella stessa classe di età

Fonte: ISTAT– Indicatori territoriali per le politiche di sviluppo, EUROSTAT

### L'occupazione nei settori di attività economica

Le indicazioni relative al settore economico di appartenenza del lavoratore e dunque all'andamento dei livelli occupazionali settoriali, risultano tanto più attendibili quanto più vengono lette in serie storiche lunghe, ovvero sul medio-lungo periodo, così da individuare tendenze più solide e significative rispetto ai movimenti annuali di breve periodo, che soffrono strutturalmente di un maggior grado di volatilità<sup>58</sup>.

In questo senso il 2017 non sembra rappresentare in alcun modo un anno di rottura delle dinamiche occupazionali per come sono andate delineandosi negli anni precedenti in relazione ai diversi macro-settori dell'economia regionale, quanto piuttosto una continuazione delle medesime.

<sup>58</sup> Dal confronto delle varie fonti informative a disposizione, per alcuni settori – come ad esempio l'Industria in senso stretto – la Rilevazione sulle forze di lavoro ISTAT sembrerebbe non cogliere la ripresa occupazionale in atto nell'ultimo triennio, come invece indicato – a livello nazionale, come per l'Emilia-Romagna – dagli indicatori sul valore aggiunto/produzione industriale, dall'export manifatturiero e, in particolare, dalla dinamica positiva delle posizioni di lavoro dipendente misurata attraverso le comunicazioni obbligatorie del SILER. Per questa ragione, si è preferito utilizzare i dati di quest'ultima fonte per svolgere un'analisi più dettagliata delle dinamiche settoriali, tenuto anche conto del fatto che la componente di lavoro dipendente risulta nettamente preponderante specie nei settori più rilevanti in termini occupazionali, quali appunto nell'Industria in senso stretto (9/10 del totale) e nel Terziario (oltre 2/3).

**Tav. 39** - Numero di occupati 15 anni e oltre per settore in Emilia-Romagna e confronto con Italia e Nord Est. Valori in migliaia e variazioni percentuali.

	Emilia-Romagna				Italia	Nord Est	
	2008		2017				2017
	migliaia	% sul tot	migliaia	% sul tot			% sul tot.
Agricoltura	73,8	3,8%	79,9	4,0%	3,8%	3,7%	
Industria in senso stretto	516,3	26,5%	504,2	25,6%	19,9%	25,6%	
Costruzioni	150,1	7,7%	103,8	5,3%	6,1%	5,7%	
Terziario	1.209,5	62,0%	1.285,2	65,1%	70,2%	65,0%	
<i>Commercio, alberghi, ristoranti</i>	404,2	20,7%	395,5	20,0%	20,6%	20,0%	
<i>Altri servizi</i>	805,3	41,3%	889,7	45,1%	49,6%	45,0%	
<b>Totale economia</b>	<b>1.949,7</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.973,1</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

Nel medio-lungo periodo, assumendo cioè il 2008 come riferimento iniziale, il sistema economico regionale nella sua interezza, genera una dinamica storica caratterizzata da un certo grado di resilienza. Lo stock di occupati pre-crisi economica è stato ristabilito e anzi superato, anche se risulta mutata la composizione settoriale dell'occupazione regionale.

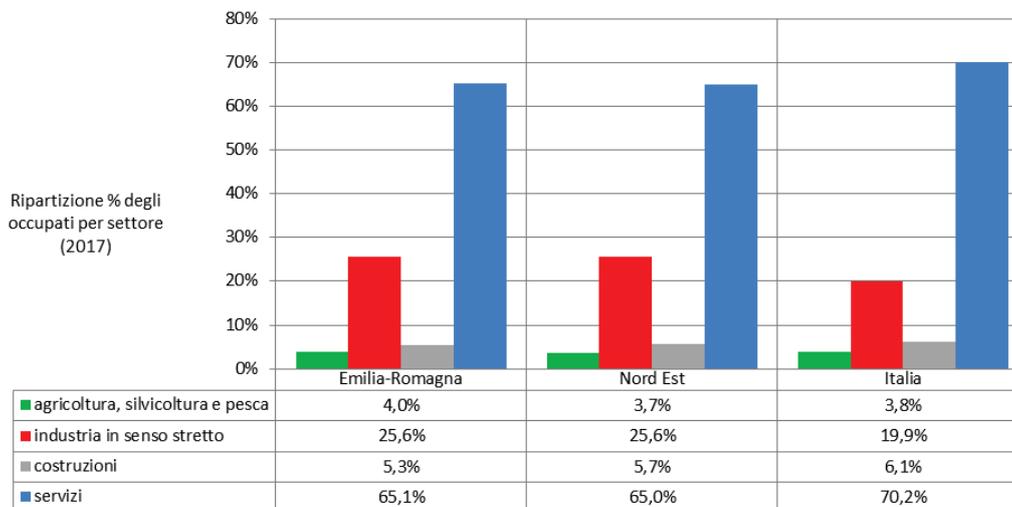
L'occupazione agricola evidenzia un andamento peculiare rispetto agli altri settori dell'economia. Già prima della deflagrazione della crisi internazionale l'occupazione risulta infatti in netta contrazione. Il trend al ribasso continua fino a circa il 2014, quando si verifica un'inversione di tendenza, con un recupero occupazionale che con diversi livelli di intensità si è andato rafforzando nel corso dell'ultimo biennio, determinando il recupero dell'occupazione pre-crisi economica.

Il settore manifatturiero dopo la significativa contrazione dei livelli occupazionali nella prima fase della crisi economica, a partire dal 2014/2015 ha invertito la tendenza, iniziando un percorso di recupero occupazionale che, seppur con un andamento altalenante, risulta ancora in corso. Nel 2017, almeno in Emilia-Romagna, lo stock di occupati risulta non distante dai i valori pre-crisi.

Il settore delle Costruzioni ha risentito più di tutti gli altri dell'inversione del ciclo economico internazionale a partire dal 2008, avendo vissuto fino a quel momento una fase di vero e proprio boom produttivo. Come tale rappresenta l'unico settore con un livello occupazionale nettamente ridimensionato rispetto alla situazione pre-crisi (quasi 1/3 degli occupati in meno rispetto al 2008), anche se l'emorragia dei posti di lavoro sembra essersi arrestata nel corso dell'ultimo biennio.

Per quanto riguarda il variegato macro-settore dei servizi, il processo di "terziarizzazione" dell'economia rappresenta il fenomeno di riallocazione della manodopera più appariscente all'interno dei sistemi economici avanzati negli ultimi decenni e dunque anche in Emilia-Romagna. Il Terziario rappresenta infatti l'unico macro-settore nel quale tutti e tre i livelli territoriali, Emilia Romagna, Nord Est e Italia, registrano un incremento di occupazione rispetto al 2008. Nondimeno vale la pena sottolineare che l'incremento occupazionale si concentra nel settore degli *Altri servizi*, mentre il settore del *Commercio, alberghi e ristoranti* risulta in lieve contrazione rispetto al 2008.

Fig. 15 - Ripartizione % degli occupati per settore di attività economica in Emilia-Romagna, Italia e Nord Est.  
Quote percentuali 2017



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT

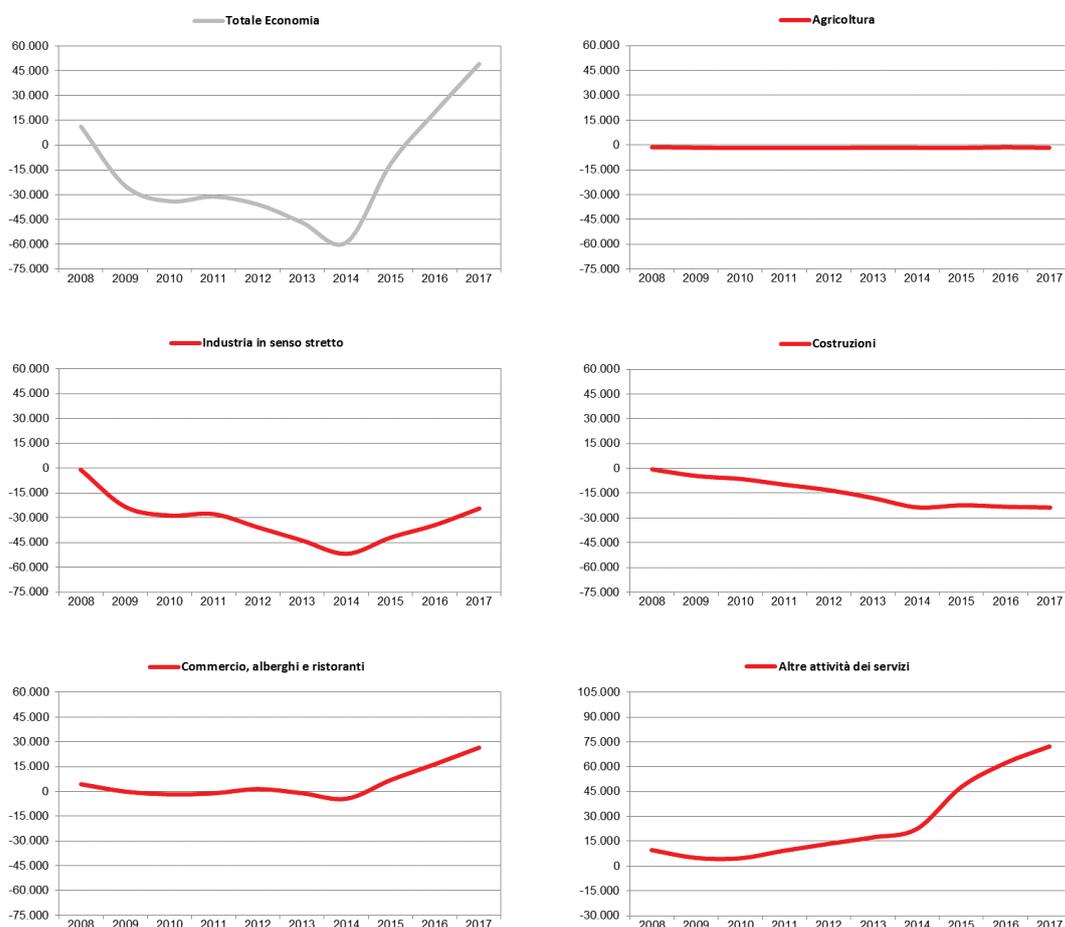
Nell'ambito del lavoro dipendente nel 2017 prosegue la crescita dell'occupazione nell'Industria in senso stretto e nei Servizi. Sulla base dei dati ricavati dal *Sistema informativo lavoro Emilia-Romagna* (SILER), l'aumento delle posizioni di lavoro dipendente<sup>59</sup> (dato dall'insieme dei contratti a tempo indeterminato, determinato, somministrato e di apprendistato) nel 2017 è stato trainato dai *Servizi* (+20 mila posizioni di lavoro, equamente ripartite tra '*Commercio, alberghi e ristoranti*' e '*Altre attività di servizi*') e dall'*Industria in senso stretto* (+9,9 mila unità), che ha visto rafforzarsi la crescita rispetto all'anno precedente. Nelle *Costruzioni* sono ancora assenti segnali di inversione del trend occupazionale alle dipendenze, anche se – con un saldo annuale leggermente negativo (-495 posizioni di lavoro dipendente) – sembra confermarsi la fine della sistematica emorragia di posizioni di lavoro in atto dal 2008 al termine del 2014.

In un'ottica di più lungo periodo, sempre nell'ambito del lavoro dipendente, grazie alla dinamica positiva iniziata nel 2015, sono state recuperate tutte le posizioni di lavoro perse negli anni 2008-2014. Già nel 2016 era stato superato il livello di fine 2007 e con il saldo positivo dell'ultimo anno si è arrivati a 48.945 posizioni di lavoro dipendente sopra il livello pre-crisi. La ripresa si è accompagnata alla progressiva terziarizzazione dell'economia e dell'occupazione regionale. Mentre tra le *Altre attività di servizi* la crisi sembra non aver avuto effetti sul saldo delle posizioni di lavoro, che sono cresciute ininterrottamente (+72.110 unità rispetto alla fine del 2007), nel *Commercio, ristoranti e servizi* la dinamica positiva si è rafforzata dal 2015 in poi, consentendo di cumulare 26.586 posizioni di lavoro in più rispetto al pre-crisi. In deciso recupero l'occupazione nell'*Industria in senso stretto* che, grazie

<sup>59</sup> Le posizioni di lavoro dipendente sono misurate come saldo tra attivazioni e cessazioni di contratti (rilevate attraverso le comunicazioni obbligatorie del SILER); come tale il saldo delle posizioni lavorative relativo ad un certo intervallo di tempo, rappresenta la variazione assoluta dello stock delle posizioni nello stesso arco di tempo. Si tenga conto, inoltre, che le posizioni di lavoro non corrispondono al numero degli occupati (teste), dal momento che un singolo lavoratore può essere titolare di più contratti di lavoro contemporaneamente.

alla dinamica positiva dell'ultimo triennio (con la creazione di 27.316 nuove posizioni di lavoro dipendente), sta progressivamente risalendo la china (mancano ancora 24.413 posizioni di lavoro per raggiungere il livello di fine 2007). Se *l'Agricoltura, silvicoltura e pesca* non si è scostata di molto dallo zero, mantenendosi leggermente al di sotto del livello occupazionale pre-crisi (-1.743 unità), nelle *Costruzioni* la ripresa dell'occupazione dipendente resta purtroppo ancora lontana: nelle dinamiche di medio/lungo periodo l'unico elemento realmente positivo che emerge, anche a livello locale, sta nella circostanza che, nel più recente triennio di ripresa, parrebbe cessata la grande emorragia di posti di lavoro consumatasi negli anni di crisi, con lo scoppio della bolla immobiliare (a fine 2017 sono 23.595 le posizioni di lavoro dipendente in meno rispetto a fine 2007).

**Fig. 16** - Saldo cumulato delle posizioni lavorative dipendenti per attività economica (Ateco 2007) in Emilia-Romagna. 2008 - 2017, numeri indici (base 31 dicembre 2007 = 0)



(a) Il sistema delle Comunicazioni obbligatorie (CO) produce dati sui flussi di attivazioni, cessazioni, trasformazioni e proroghe delle posizioni lavorative ma non produce dati sui livelli delle posizioni lavorative, che sono dati di stock. Dalla relazione tra stock e flussi è però possibile derivare indicazioni sulle variazioni (implicite) delle posizioni. Per ogni serie storica, partendo da un numero iniziale di posizioni pari a 0, assunto come base di una serie di «numeri indici» riferita ad un determinato giorno (il 31 dicembre 2007, ossia la fine del trimestre immediatamente anteriore allo sviluppo delle attuali serie storiche), è possibile ricostruire, tramite i saldi attivazioni-cessazioni cumulati, l'andamento indicativo delle serie storiche delle posizioni lavorative dipendenti, come numeri indici a base fissa di «pseudo-stock».

Fonte: elaborazioni su dati SILER

### 3.3 L'occupazione culturale e creativa in Emilia-Romagna

#### L'occupazione complessiva del tridente creativo in Emilia-Romagna

La *Rilevazione sulle forze di lavoro*, condotta trimestralmente da ISTAT, rappresenta la principale fonte di informazione statistica sul mercato del lavoro italiano e regionale, con risultati comparabili a livello europeo. Si tratta di una indagine campionaria<sup>60</sup> - e come tale soggetto ad errore statistico - che fornisce le stime dei principali aggregati del mercato del lavoro (condizione occupazionale, tipo di lavoro, esperienze di lavoro, ricerca di lavoro ecc.), disaggregate per le principali caratteristiche socio-demografiche. Il microdato ad uso pubblico della Rilevazione delle forze di lavoro, rilasciato pubblicamente da ISTAT<sup>61</sup>, consente di elaborare stime per alcune variabili ad un differente livello di aggregazione rispetto a quelle ufficiali. Pur tenendo conto dell'errore campionario, che può risultare anche significativo nel caso di insiemi relativamente piccoli, e della minore precisione e accuratezza di queste stime rispetto a quelle ufficiali, tali elaborazioni possono comunque fornire alcune indicazioni utili per l'analisi dell'occupazione dei settori economici e delle professioni culturali e creative.

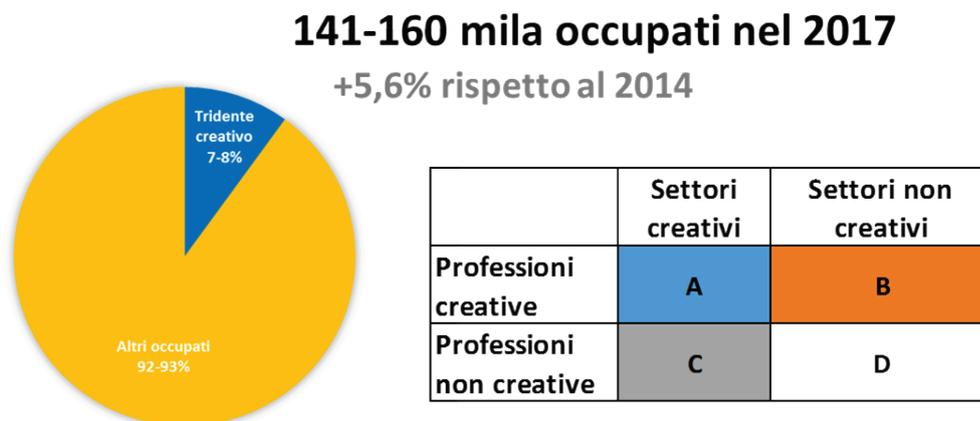
Nel 2017 in Emilia-Romagna il tridente creativo, cioè l'insieme delle professioni creative ovunque siano svolte e dei lavoratori non creativi dei settori ICC, sulla base delle stime elaborate a partire dai microdati ad uso pubblico della Rilevazione sulle forze di lavoro dell'ISTAT, conta circa 141-160mila occupati, una quota compresa tra il 7-8% dell'occupazione totale regionale. La forbice di valori è legata alla inclusione/esclusione di una serie di occupati appartenenti a specifiche professioni – si tratta principalmente di professioni artigianali e digitali – la cui presenza al di fuori dei settori creativi può essere difficilmente definita a partire dalle definizioni date.

---

<sup>60</sup> Il campione annuale utilizzato da ISTAT è composto da oltre 250 mila famiglie residenti in Italia (per un totale di circa 600 mila individui). L'universo di riferimento dell'indagine è costituito dai componenti delle famiglie residenti, con l'esclusione dei membri permanenti di convivenze (istituti religiosi, caserme, ecc.)

<sup>61</sup> Micro.STAT ad uso pubblico: <https://www.istat.it/it/archivio/127792>

Fig. 17 - Gli occupati del tridente creativo in Emilia-Romagna



Fonte: elaborazione su microdati ISTAT, Rilevazione forze di lavoro

Al suo interno, le professioni creative (A+B) rappresentano una quota compresa tra il 5-6% dell'occupazione totale regionale (102-121mila occupati) e il 72-76% dell'occupazione del tridente culturale/creativo, la maggior parte dei quali impiegati nei settori non creativi.

Gli occupati nei settori creativi (A+C) sono stimati attorno ai 79mila (4% dell'occupazione regionale; il 49-56% dell'occupazione del tridente culturale/creativo), distribuiti più o meno equamente tra professioni creative e non creative.

**Tav. 40** - Occupati del tridente culturale creativo in Emilia-Romagna. Anno 2017. Valori assoluti e quote % sull'occupazione regionale

	Settori creativi	Settori non creativi		Settori creativi	Settori non creativi
<b>Professioni creative</b>	40 mila	62-81 mila	<b>Professioni creative</b>	2,0%	3,1-4,1%
<b>Professioni non creative</b>	39 mila	1,78-1,81 mln	<b>Professioni non creative</b>	2,0%	91,9-92,9%

Fonte: elaborazione su microdati ISTAT, Rilevazione forze di lavoro

In termini dinamici, rispetto al 2014 si evidenzia in regione una dinamica occupazionale positiva. Se in termini di quota % sull'occupazione totale, il peso del tridente culturale/creativo – considerato nella sua perimetrazione più ampia - resta sostanzialmente stabile, come numerosità sono stimati in crescita di circa il +5,6%, dinamica positiva più intensa di quanto osservato sull'occupazione complessiva (+3,2%).

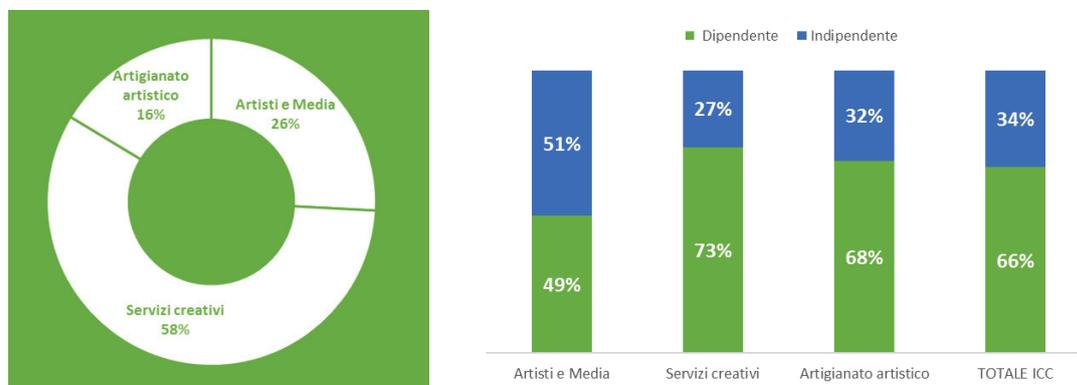
All'interno del tridente, si osserva una crescita sostenuta in particolare degli occupati in professioni non creative impiegati nei settori creativi (gruppo C), seguita dagli occupati con professioni creative impiegati in settori creativi (gruppo A). In leggera contrazione, invece gli occupati con professioni creative nei settori non creativi.

## Le professioni creative

Le professioni culturali e creative possono essere ricondotte a tre gruppi principali. Il gruppo 'Artisti e media', che includono le professioni legate al mondo delle Arti (pittori, scultori, registi, ballerini, ma anche i tecnici restauratori, gli insegnanti di discipline artistiche e letterarie, ecc.) e quelle del settore della comunicazione e dei media (giornalisti, scrittori, presentatori radio, cameramen, ecc.). Nel gruppo dei 'Servizi creativi', invece, si annoverano progettisti di software, di sistemi, architetti, pianificatori e paesaggisti, come anche specialisti nelle pubbliche relazioni, disegnatori industriali e fotografi. Nel terzo gruppo, infine, quello dell' 'Artigianato creativo', sono compresi i maestri di arti e mestieri, gli stuccatori e decoratori, gli orafi, gli artigiani delle lavorazioni artistiche, i falegnami come anche i sarti, ecc.

L'analisi delle professioni culturali e creative a partire dalle stime degli occupati (derivanti dai microdati ad uso pubblico della Rilevazione sulle forze di lavoro di ISTAT) mostra che in Emilia-Romagna, nel 2017, circa i due terzi degli occupati nella cultura e creatività hanno un contratto di lavoro dipendente, mentre il restante terzo sono indipendenti (collaboratori o lavoratori autonomi). Nella definizione adottata da ISTAT, gli indipendenti comprendono: imprenditori, liberi professionisti, lavoratori autonomi, coadiuvanti nell'azienda di un familiare (se prestano lavoro nell'impresa senza il corrispettivo di una retribuzione contrattuale come dipendenti), soci di cooperativa, collaboratori (con e senza progetto) e prestatori d'opera occasionali.

Fig. 18 - Gli occupati del tridente creativo in Emilia-Romagna per gruppo di professioni. Anno 2017. quote %



Fonte: elaborazione su microdati ISTAT, Rilevazione forze di lavoro

Circa il 58% degli occupati nella cultura e creatività sono riconducibili al gruppo di professioni ricomprese tra i *Servizi creativi*. Poco più di un quarto (26%) sono invece impiegati nel gruppo di professioni *Artisti e Media*. Il restante 16% rientra invece nel gruppo dell'*Artigianato artistico*.

Il gruppo più significativo in termini occupazionali, quello dei Servizi creativi, è il medesimo a presentare la quota più elevata di lavoratori alle dipendenze: il 73% contro il 66% medio dell'intero settore creativo. Si caratterizza inoltre come il gruppo con la più spiccata propensione alla tecnologia. Oltre un quinto degli occupati complessivi svolge la professione di *Disegnatore industriale*, il 14% è formato da *Tecnici esperti in applicazioni*, il 13% da *Analisti e progettisti di software*, l'8% da *Tecnici*

*programmatori*. Insieme, queste 4 professioni valgono quasi il 60% dei lavoratori totali del gruppo dei *Servizi creativi*.

Secondo per numerosità complessiva è il gruppo degli *Artisti e Media*, nell'ambito del quale si ritrova la quota relativamente più alta di lavoratori indipendenti (il 51% contro una media del 34%). Dei tre gruppi considerati, questo si caratterizza per la maggior varietà di professioni, di cui un'ampia gamma sono tipicamente svolte in forma autonoma. L'11,1% del totale è rappresentato da *Grafici, disegnatori e allestitori di scena*, il 10,8% da *Insegnanti di discipline artistiche e letterarie*, il 9,4% da *Giornalisti*, l'8,1% da *Interpreti e traduttori a livello elevato*, il 7,3% da *Pittori, scultori, disegnatori e restauratori di beni culturali*, il 6,3% da *Compositori, musicisti e cantanti*.

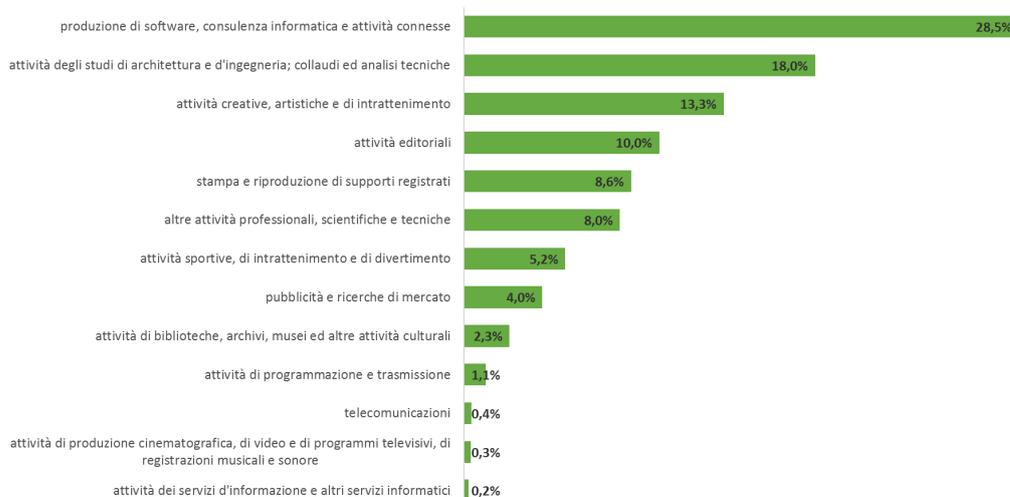
Infine il gruppo dell'*Artigianato artistico* evidenzia una quota di lavoratori dipendenti pari al 68% del totale, in linea dunque con la media dell'intero settore creativo. Circa un quinto del totale risultano *Falegnami ed attrezzisti di macchine per la lavorazione del legno*, il 14,1% *Sarti e tagliatori artigianali, modellisti e cappellai*, il 13,2% *Pittori, stuccatori, laccatori e decoratori*, l'11,8% *Tappezzieri e materassai*, il 7,7% *Vasai e professioni assimilate (prodotti in ceramica ed abrasivi)*.

Come risulta abbastanza chiaro dalla analisi, i risultati che vedono una forte incidenza di lavoratori creativi in settori non creativi, sono condizionati dalla dinamica di professioni come quelle artigianali o digitali, in cui prevalgono problemi di classificazione dell'occupazione. Sarà compito dell'Osservatorio della cultura e creatività, nelle prossime analisi, cercare di delimitare maggiormente il campo di analisi, modificando ad esempio l'impostazione sulla classificazione delle professioni. In particolare risultano problematiche le impostazioni metodologiche che riflettono sistemi produttivi molto diversi da quello emiliano romagnolo, che permane fortemente caratterizzato da una presenza di forti comparti industriali.

## **I settori creativi**

I settori creativi che in regione concentrano un maggior numero di occupati sono quelli della '*Produzione di software e della consulenza informatica*' (con il 28,5% dell'occupazione complessiva dell'ICC), delle '*Attività degli studi di architettura e di progettazione*' (18,0%), delle '*Attività creative, artistiche e di intrattenimento*' (13,3%) e delle '*Attività editoriali*' (10%), che considerate congiuntamente rappresentano quasi il 70% dell'occupazione culturale e creativa.

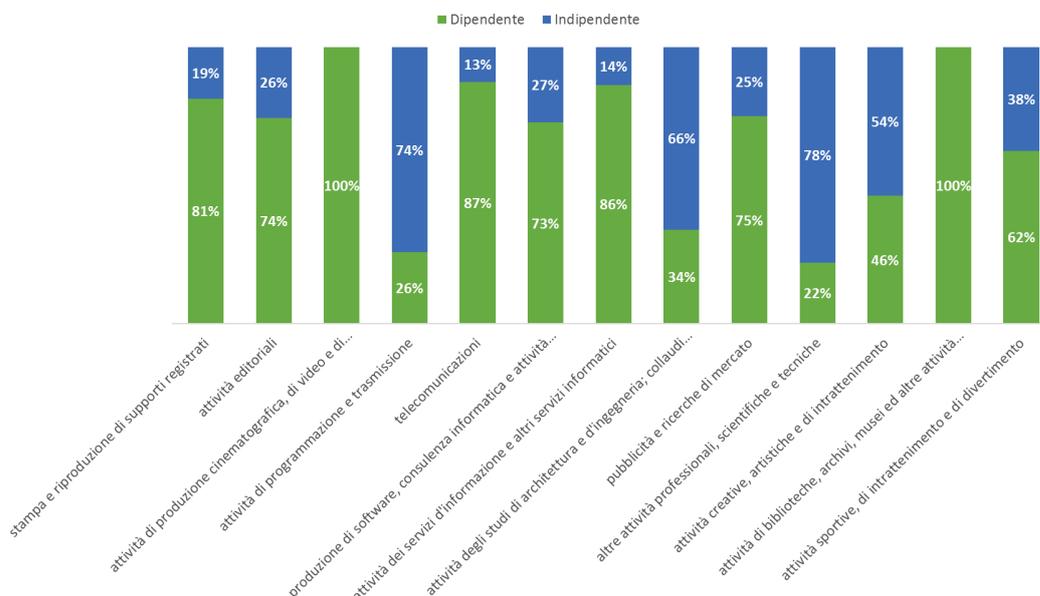
Fig. 19 - Gli occupati del tridente creativo in Emilia-Romagna per divisione Ateco. Anno 2017. Quote %



Fonte: elaborazione su microdati ISTAT, Rilevazione forze di lavoro

A livello di settori economici, si rileva che tra quelli culturali e creativi (ICC), il 59% circa degli occupati sono dipendenti, mentre il restante 41% risulta essere un occupato indipendente (a livello complessivo, in regione, i dipendenti rappresentano il 77% dell'occupazione).

Fig. 20 - Gli occupati del tridente creativo in Emilia-Romagna per divisione Ateco e tipologia di occupazione dipendente/indipendente. Anno 2017. Quote %



Fonte: elaborazione su microdati ISTAT, Rilevazione forze di lavoro

Rispetto al valore medio per i settori ICC, si rileva una quota maggiore di occupati alle dipendenze nei settori della stampa, delle attività editoriali e di produzione cinematografica e registrazioni musicali, nelle telecomunicazioni, nella produzione di software, nelle attività dei servizi di informazione, nella pubblicità e nelle attività di biblioteche, archivi e musei, nelle attività sportive e di intrattenimento.

Gli occupati indipendenti rappresentano invece la maggioranza nelle attività di programmazione e trasmissione, nelle attività degli studi di architettura e d'ingegneria, nelle altre attività professionali, scientifiche e tecniche, nelle attività creative e artistiche.

### 3.4 Un altro punto di vista: il lavoro creativo a partire dalle comunicazioni obbligatorie

Ad integrazione dell'analisi condotta attraverso le stime campionarie ISTAT è possibile indagare, con un livello di dettaglio superiore, i dati derivanti dal Sistema Informativo lavoro dell'Emilia-Romagna (SILER), che mette in qualità le informazioni di origine amministrativa collegate alle comunicazioni obbligatorie<sup>62</sup>. Le elaborazioni che seguono prendono in considerazione i lavoratori che nell'arco di un anno solare sono stati titolari di almeno un contratto di lavoro, di qualunque durata (da una giornata in su), compresi nelle seguenti tipologie: tempo indeterminato, tempo determinato, apprendistato, somministrazione, lavoro intermittente, lavoro parasubordinato e lavoro autonomo nello spettacolo. Sono inclusi – sebbene non rappresentino dei rapporti di lavoro in senso stretto – anche i tirocini, che rappresentano comunque una quota residuale rispetto al totale. Sono esclusi, perché non compresi nella banca dati, tutti i lavoratori indipendenti (autonomi e partite IVA), in quanto non soggetti ad obblighi di trasmissione delle comunicazioni obbligatorie, che rappresentano circa il 23% degli occupati dell'economia complessiva della regione e circa un terzo degli occupati nei settori creativi.

Per effetto di queste caratteristiche, la fotografia rappresentata attraverso i dati di fonte SILER risulta essere più completa e solida per quei settori e quelle professioni dove è maggiormente diffuso il lavoro dipendente, quello intermittente e anche il lavoro autonomo nello spettacolo (come ad esempio, nel settore dello *Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche*, nelle *Attività ricreative e di divertimento* e anche nel *Cinema*). Risultano invece sottorappresentati i settori e le professioni nel cui ambito sono preponderanti i professionisti con partita IVA, come nel caso degli architetti, degli ingegneri e dei progettisti in genere.

Nell'ambito del lavoro dipendente, del lavoro parasubordinato e del lavoro autonomo nello spettacolo, in Emilia-Romagna nel corso del 2017 sono circa 181,5 mila<sup>63</sup> – pari al 10% del totale - i

---

<sup>62</sup> La Comunicazione Obbligatoria (CO), il cui primo riferimento normativo è l'art. 9-bis del DL n. 510/1996, convertito in legge n. 608/1996, comma 2, è un vincolo che ricade in capo al datore di lavoro che, al momento dell'instaurazione, proroga, trasformazione, cessazione di un rapporto di lavoro dipendente o parasubordinato, deve darne comunicazione al Servizio competente del Centro per l'Impiego nel cui ambito territoriale è ubicata la sede di lavoro.

Nel tempo, grazie all'estensione della platea dei soggetti e delle tipologie contrattuali oggetto di CO e con l'introduzione, attraverso la legge n. 296/2006, della trasmissione telematica si è progressivamente consolidata la copertura dei rapporti di lavoro censiti, così da poter disporre a partire dal 2008 di un quadro informativo completo e tempestivo sull'andamento del mercato del lavoro, quantomeno per la componente di lavoro dipendente e parasubordinato.

L'unità elementare monitorata dal SILER è rappresentata quindi dalle comunicazioni del datore di lavoro al Centro per l'impiego di competenza territoriale. Ciascuna CO ingloba una serie di informazioni relative all'azienda (sede operativa), al lavoratore (non necessariamente residente nella stessa sede del datore di lavoro) ed alle caratteristiche del lavoro che viene attivato. Di conseguenza la banca dati del SILER può offrire una serie dettagliata e completa di informazioni quantitative e qualitative sull'evoluzione della domanda di lavoro dipendente e parasubordinato delle imprese con sede in Emilia-Romagna.

<sup>63</sup> Si deve tenere conto che lo stock di lavoratori titolari di almeno un contratto derivante dal SILER è sottorappresentato, dal momento che non sono inclusi tutti i lavoratori che hanno attivato un contratto di lavoro (principalmente di lavoro dipendente a tempo indeterminato) prima che venisse introdotta la trasmissione telematica delle comunicazioni obbligatorie (in vigore dal 2008) e che non siano mai state oggetto di successive trasformazioni contrattuali di qualsiasi tipo. Tale sotto-rappresentazione può avere effetti specificamente su alcune elaborazioni, illustrate nelle pagine seguenti,

lavoratori titolari di almeno un contratto di lavoro presso imprese attive in regione riconducibili nell'ambito del tridente culturale e creativo, considerato nel suo modello più ampio (incluso cioè anche le professioni artigianali e digitali).

Il numero di lavoratori è elaborato a partire dalle comunicazioni obbligatorie archiviate nel Sistema informativo lavoro dell'Emilia-Romagna (SILER) e si riferisce a tutti i lavoratori che anno avuto almeno una giornata di contratto nel corso del 2017, prendendo in considerazione le seguenti tipologie contrattuali: contratti a tempo indeterminato, a tempo determinato, apprendistato, somministrazione, lavoro intermittente, lavoro parasubordinato, lavoro autonomo nello spettacolo. A queste si aggiungono anche i tirocini.

**Tav. 41** - I lavoratori titolari di almeno un contratto di lavoro nel corso del 2017 nell'ambito del tridente culturale-creativo in Emilia-Romagna. Quote % sull'occupazione regionale

	Settori creativi	Settori non creativi
Professioni creative	2,3%	4,8%
Professioni non creative	2,8%	90,1%

Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

Nell'ambito del tridente culturale e creativo, il numero maggiore di lavoratori si concentra – come già osservato anche con le stime elaborate a partire dei microdati ISTAT – nelle professioni creative impiegate nei settori non creativi: si tratta di circa 87,4 mila lavoratori (incluso anche le professioni artigianali e digitali), il 48% circa dei lavoratori del tridente, il 4,8% di tutti i lavoratori titolari di almeno un contratto in Emilia-Romagna. Seguono i lavoratori con professioni non creative impiegati in settori creativi: si tratta di 51,5 mila persone circa, il 23% del tridente e il 2,8% dei lavoratori totali. Il terzo gruppo per numerosità è invece quello dei lavoratori con professioni creative impiegati in settori creativi: 42,6 mila lavoratori, pari al 23% del tridente e al 2,3% dei lavoratori totali.

Rispetto al 2014, nel corso del 2017 il numero dei lavoratori attivi nell'ambito del tridente culturale e creativo è cresciuto di circa 11,1 mila unità, una variazione pari a +6,5%, più intensa di quella osservata sull'intero universo dei lavoratori tracciati attraverso i microdati ISTAT (+5,6%). Una crescita maggiore a quella media del tridente si osserva nel gruppo di Professioni creative/Settori creativi (gruppo A, +11,8%) e nel gruppo Professioni non creative/Settori non creativi (gruppo C, +9,2%).

come ad esempio la distribuzione percentuale dei lavoratori per classe di età.

**Tav. 42** - Dinamica 2017-2014 dei lavoratori titolari di almeno un contratto di lavoro nell'ambito del tridente culturale-creativo in Emilia-Romagna. Anni 2014-2017. *Variazione in valori assoluti e variazioni %*

	Settori creativi	Settori non creativi
Professioni creative	+11,8%	+2,7%
Professioni non creative	+9,2%	+5,5%

Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

Di seguito per ciascuno dei tre gruppi che compongono il tridente creativo, sono rappresentate le caratteristiche principali dei lavoratori, i contratti di lavoro più diffusi, le professioni e i settori con le maggiori consistenze, da cui emergono alcune evidenze interessanti. Ad esempio, l'età media dei lavoratori risulta essere più bassa tra i lavoratori impiegati nei settori creativi, sia in professioni creative che non creative. In termini di tipologie contrattuali, invece, se nel gruppo "Professioni creative nei Settori creativi" si rileva un utilizzo particolarmente rilevante del Lavoro autonomo nello spettacolo, in quello delle "Professioni creative nei Settori non creativi" è più diffuso il lavoro dipendente a tempo indeterminato, mentre nel terzo gruppo – quello delle "Professioni non creative nei Settori creativi" – è significativa la quota sia del lavoro dipendente a tempo determinato che del lavoro intermittente.

#### **Gruppo A – Professioni creative/Settori creativi**

Il 64% circa dei quasi 43 mila lavoratori titolari di un contratto di lavoro dipendente, intermittente o parasubordinato nel corso del 2017 è costituito da uomini, mentre il restante 36% è rappresentato da donne. La quota preponderante (86%) è costituito da lavoratori italiani, mentre il restante 14% da stranieri.

Il 40% dei lavoratori di questo gruppo ha meno di 30 anni, a cui si aggiunge un altro 41% con età compresa tra i 30 e 44 anni<sup>64</sup>.

Quasi il 37% di loro ha un contratto a tempo indeterminato, seguito dal 24,1% rappresentato dai lavoratori autonomi dello spettacolo e dal 19,7% con contratti a tempo determinato. Con quote più ridotte, i lavoratori in apprendistato (7,4%) e quelli con contratto di lavoro intermittente (6,1%).

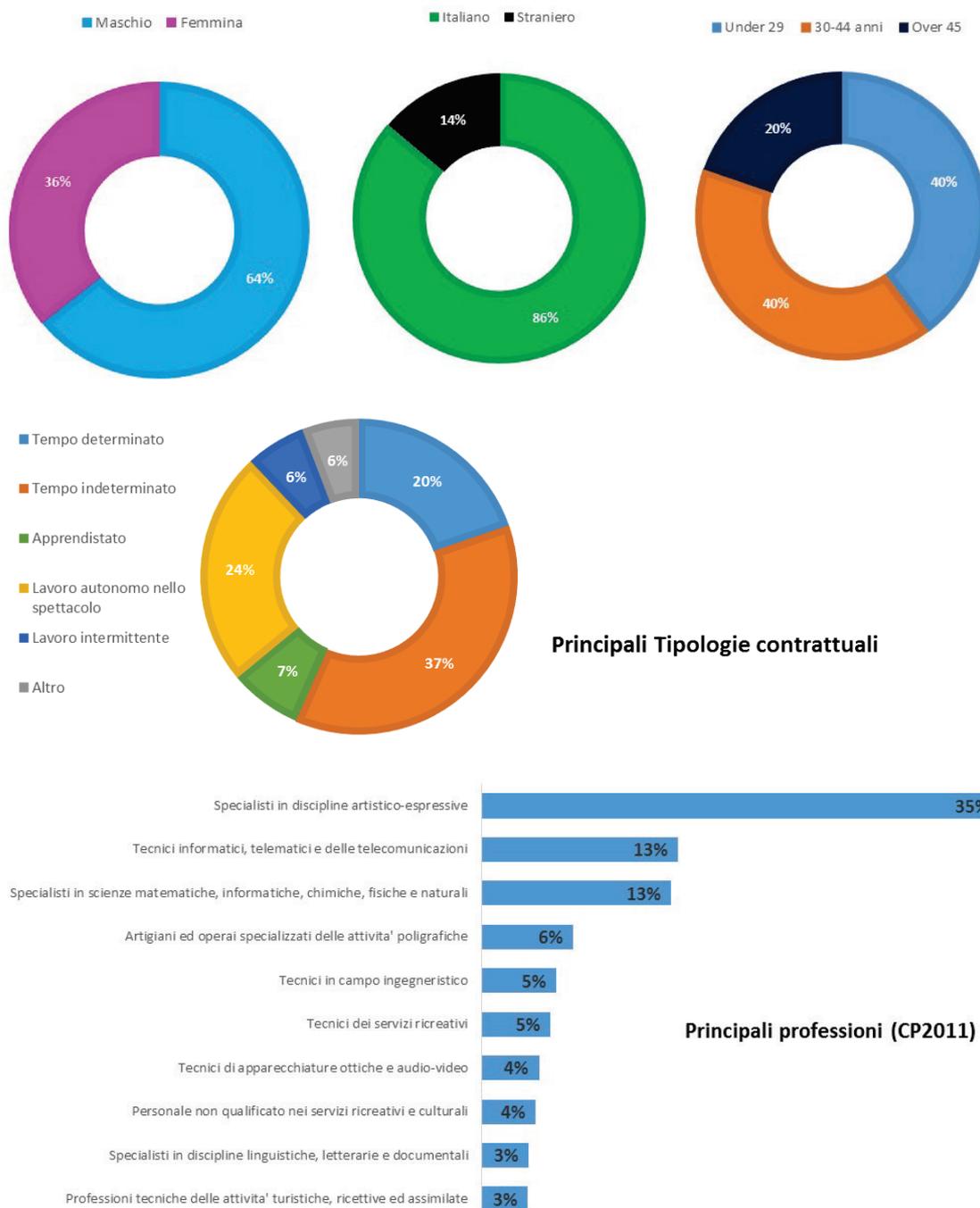
Oltre un terzo dei lavoratori del gruppo sono *Specialisti in discipline artistico-espressive* (35%), seguiti da *Tecnici informatici, telematici e delle telecomunicazioni* (13%) e *Specialisti in scienze matematiche, informatiche, chimiche, fisiche e naturali* (13%). Con quote inferiori, gli *Artigiani ed operai specializzati delle attività poligrafiche* (6%), i *Tecnici in campo ingegneristico* (5%) e i *Tecnici dei servizi ricreativi* (5%).

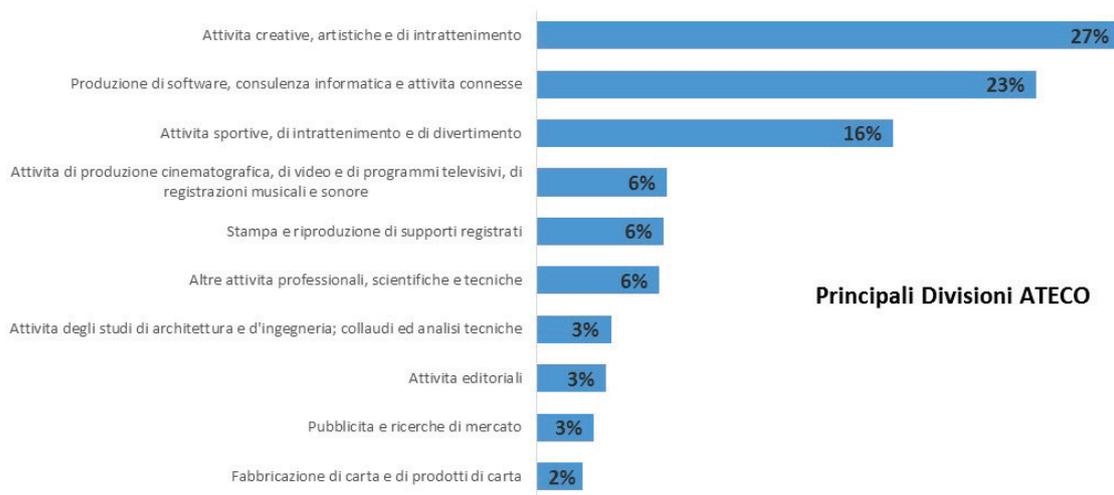
A livello settoriale, infine, si evidenzia una maggiore concentrazione di lavoratori nelle *Attività creative, artistiche e di intrattenimento* (27%), *Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse* (23%), *Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento* (16%). Più distanziati, invece, con una quota

<sup>64</sup> Come accennato all'inizio del paragrafo, le classi di età più anziane possono essere sottorappresentate rispetto alla realtà, dal momento che il SILER risulta fornire una indicazione completa, per le tipologie contrattuali già richiamate, solo per tutti i lavoratori attivati a partire dal 2008.

pari al 6% circa, le Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore, la Stampa e riproduzione di supporti registrati, le Altre attività professionali, scientifiche e tecniche.

Fig. 21 - Principali caratteristiche dei lavoratori del Gruppo A "Professioni Creative/Settori Creativi. Anno 2017





Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

### Gruppo B – Professioni creative/Settori non creativi

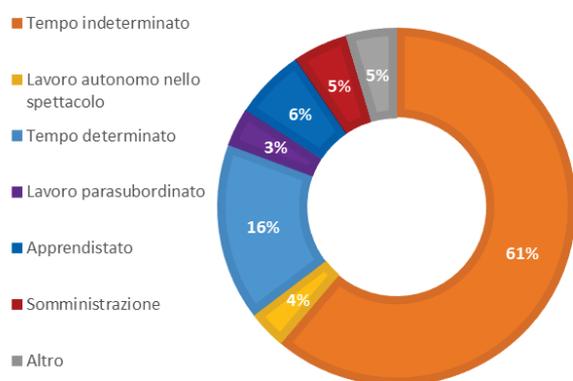
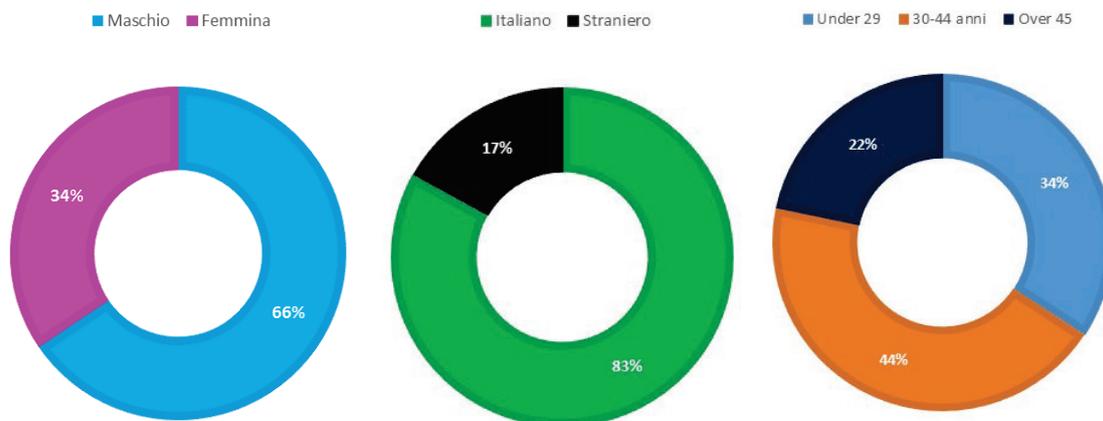
I due terzi degli 87 mila lavoratori che rientrano nel gruppo delle "Professioni creative nei settori non creativi" sono uomini; oltre otto lavoratori su 10 sono italiani. La fascia di età più consistente (44% del totale) è rappresentata dai lavoratori con età compresa tra 30 e 44 anni, seguita dagli *under 29 anni* (34%).

A livello di tipologie contrattuali, si rileva che in questo gruppo è maggiormente diffuso il lavoro dipendente a tempo indeterminato, che rappresenta il 61% del totale, dato anche più elevato della media dell'economia regionale (54%). Segue il tempo determinato (16%), l'Apprendistato (6%) e la Somministrazione (5%).

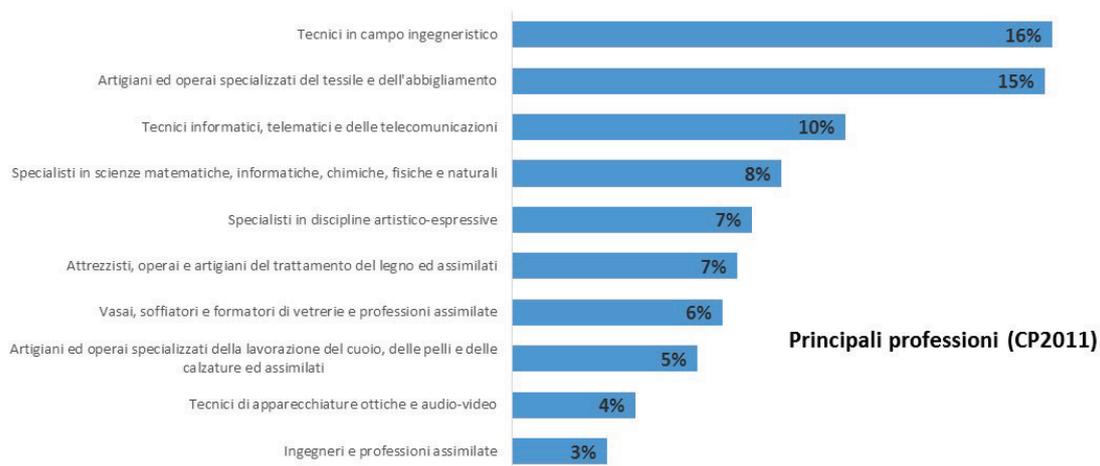
Tra le professioni creative più numerose si evidenziano i *Tecnici in campo ingegneristico* (16% del totale), gli *Artigiani ed operai specializzati del tessile e dell'abbigliamento* (15%), i *Tecnici informatici, telematici e delle telecomunicazioni* (10%).

In termini di settori, invece, il maggiore numero di lavoratori si rileva nel settore della *Confezione di articoli di abbigliamento, di articoli in pelle e pelliccia* (11%), in quello della *Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature* (9%), della *Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi* (7%) e nell'*Istruzione* (5%).

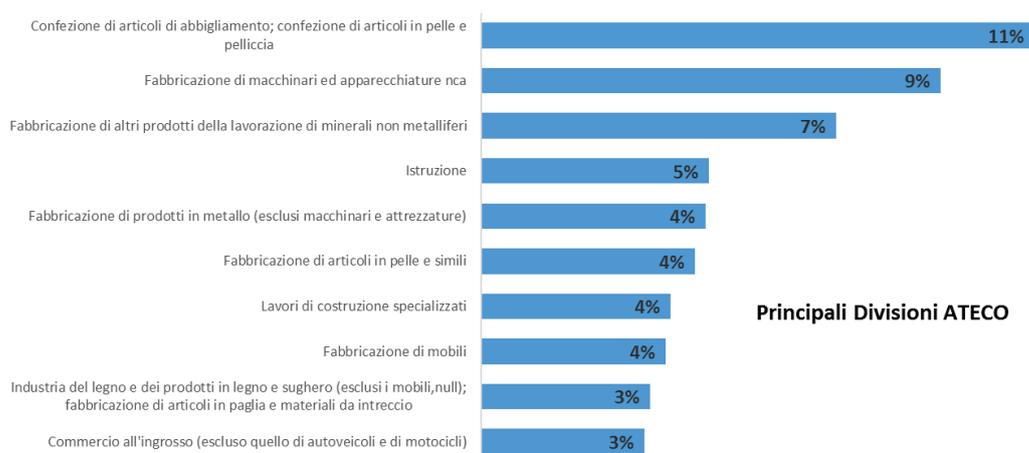
Fig. 22 - Principali caratteristiche dei lavoratori del Gruppo B "Professioni Creative/Settori Non Creativi". Anno 2017



**Principali Tipologie contrattuali**



**Principali professioni (CP2011)**



Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

### Gruppo C – Professioni non creative/Settori creativi

Si rileva un maggior equilibrio di genere tra i lavoratori del gruppo C, ma con un leggero vantaggio per la componente femminile, che rappresenta il 54% dei titolari di almeno un contratto nel corso del 2017. Gli italiani rappresentano sempre la componente preponderante, pari all'89% del totale.

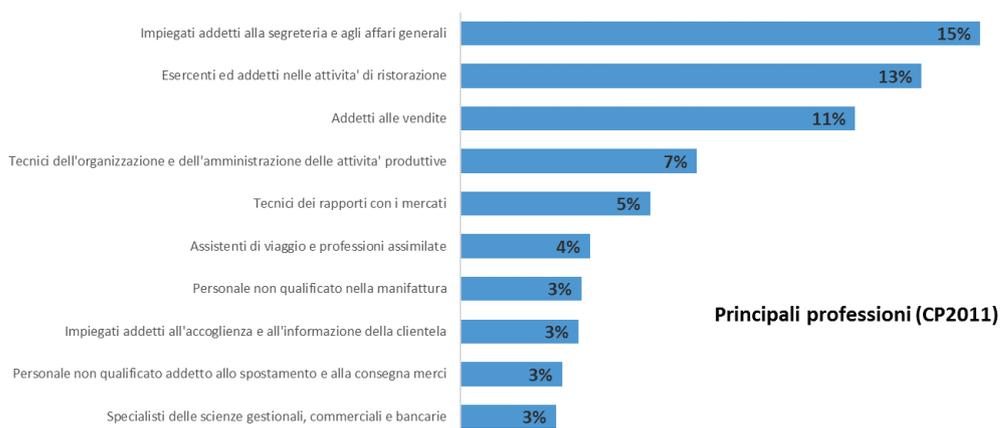
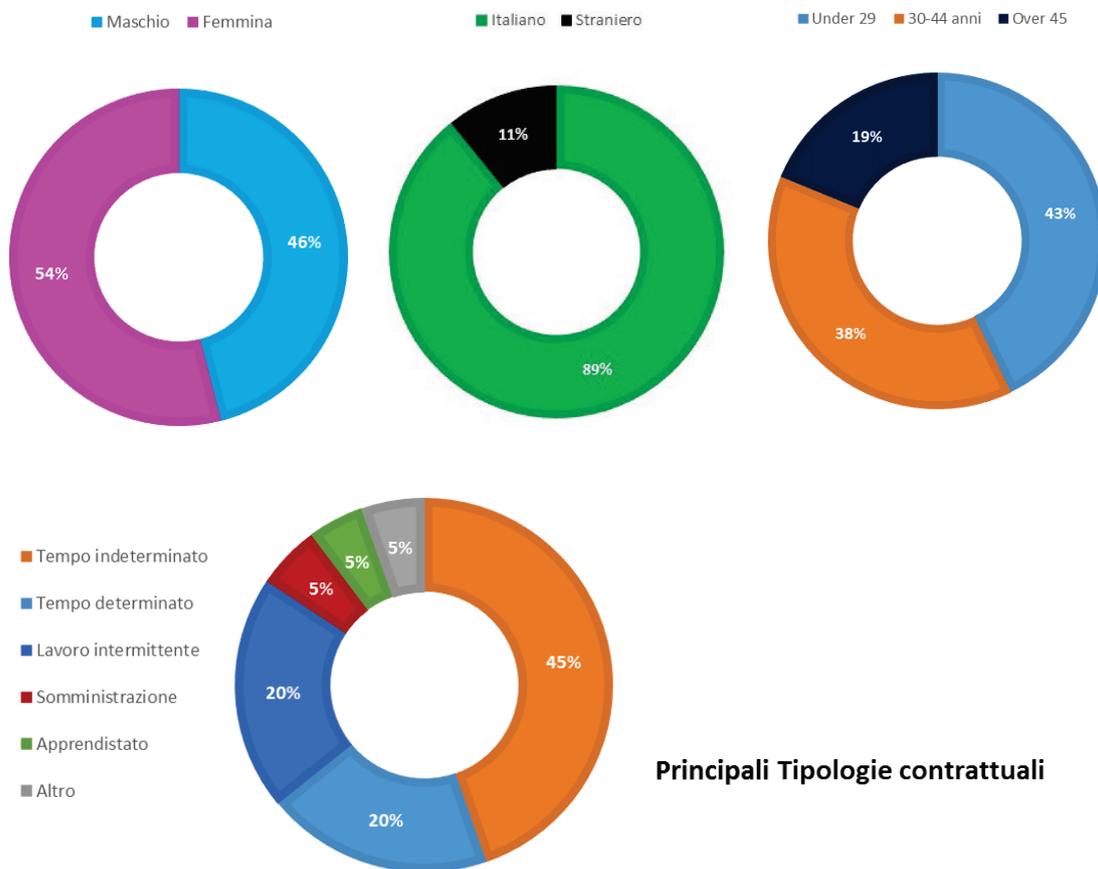
Più di 4 lavoratori su 10 (il 43% del totale del gruppo C) hanno meno di 30 anni, mentre un altro 38% ha un'età compresa tra 30 e 44 anni.

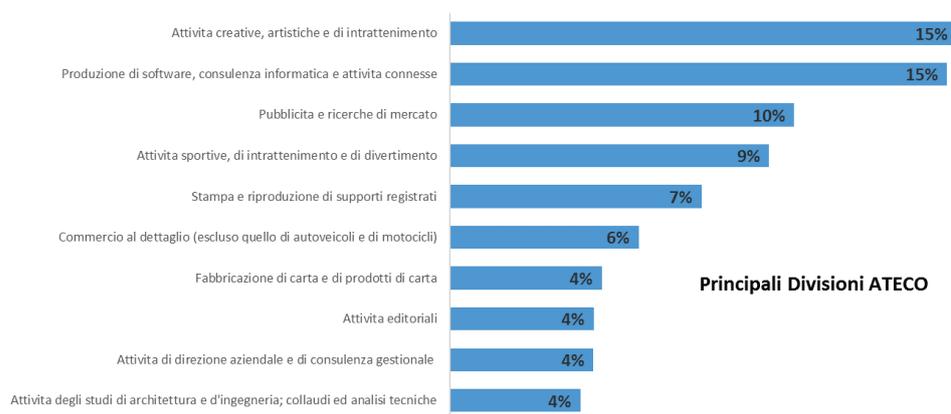
In termini di tipologie contrattuali utilizzate, in questo gruppo, è il contratto a tempo indeterminato ad essere più diffuso, utilizzato per il 45% dei lavoratori. Segue il lavoro intermittente (20%) e i contratti da tempo determinato (19%). Con una quota più ridotta, i contratti di apprendistato e di somministrazione (entrambi con il 5%).

Le professioni non creative più diffuse in questo gruppo sono quelle degli *Impiegati addetti alla segreteria e agli affari generali* (15%), degli *Esercenti ed addetti nelle attività di ristorazione* (13%), gli *Addetti alle vendite* (11%), i *Tecnici dell'organizzazione e dell'amministrazione delle attività produttive* (7%) e i *Tecnici dei rapporti con i mercati* (5%).

A livello settoriale, invece, le divisioni ATECO più rappresentate sono quelle delle *Attività creative, artistiche e di intrattenimento* (15% dei lavoratori), della *Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse* (15%) e della *Pubblicità e ricerche di mercato* (10%).

Fig. 23 - Principali caratteristiche dei lavoratori del Gruppo C "Professioni Non Creative/Settori Creativi". Anno 2017





Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

## La dinamica delle giornate di contratto nei settori e nelle professioni creative in Emilia-Romagna

Ragionare in termini di numero di lavoratori titolari di almeno un contratto di lavoro nell'ambito del tridente culturale-creativo, così come fatto sino a qui, ci ha permesso di confrontare gli ordini di grandezza ottenuti dalla banca dati SILER con quelli emersi dalla *Rilevazione sulle Forze di lavoro* di ISTAT. In entrambi i casi si parla di lavoratori, ovvero di "teste".

Per quanto si tratti di un'informazione fondamentale ai fini della presente analisi, essa rappresenta una proxy perfettibile del volume di lavoro contenuto in ciascun quadrante del tridente, per la ragione immediata per cui ogni lavoratore può svolgere una quantità di lavoro differente, a seconda delle caratteristiche del suo contratto.

Una misura più raffinata del volume di lavoro generato si ottiene considerando la dimensione della 'durata' dei contratti di lavoro. A questo proposito, in assenza di informazioni specifiche sulle ore/giornate lavorate da ciascun lavoratore<sup>65</sup>, una buona proxy del volume di lavoro generato dai contratti esistenti può essere calcolata attraverso le giornate di contratto che separano l'avviamento di un contratto fino alla sua cessazione<sup>66</sup>. Tale variabile consente di calcolare, in un arco di tempo pre-determinato (ad esempio l'anno solare), il "volume di lavoro teorico" generato dal contratto di lavoro, espresso come numero di giornate solari di contratto generate (0,5 giornate per i lavoratori part-time)<sup>67</sup>.

<sup>65</sup> Utilizzate ad esempio da ISTAT nei Conti Economici Territoriali per la stima delle Unità di Lavoro.

<sup>66</sup> Le giornate di contratto non equivalgono alle giornate effettivamente lavorate. Le prime sono infatti necessariamente superiori alle seconde, dato che nell'anno solare si contano 365 giornate mentre le giornate di lavoro effettivo sono di molto inferiori (vedi fine settimana, ferie ecc.). Inoltre, il calcolo delle giornate di contratto non tiene conto dei lavoratori che beneficiano di ammortizzatori sociali. Per tale ragione, il volume di lavoro calcolato attraverso le giornate di contratto risulta sovrastimato per i lavoratori che usufruiscono di questi ammortizzatori sociali.

<sup>67</sup> O anche in termini di Unità di Lavoro Attive teoriche (ULA teoriche), calcolate dividendo il numero di giornate di contratto generate in un anno per 365 giorni.

Tale variabile rappresenta una misura realistica del lavoro (giornate di contratto) attivato nell'arco di un determinato periodo, in particolare per quelle tipologie contrattuali per le quali l'inizio e la fine del rapporto di lavoro corrispondono al 'periodo effettivamente lavorato'. Questo accade, con buona approssimazione, per il cosiddetto lavoro dipendente in senso stretto, che include il tempo determinato, il tempo indeterminato, l'apprendistato e la somministrazione.

Viceversa il numero di giornate che dividono l'inizio e la fine di una posizione contrattuale risulta essere meno preciso (e maggiormente sovrastimato) in particolare nel caso del lavoro intermittente e del lavoro autonomo nello spettacolo (se e quando le giornate effettive di lavoro dovessero essere di gran lunga inferiori alla durata formale del contratto), che per questa ragione non sono stati inclusi nelle analisi che seguono<sup>68</sup>.

Nell'ambito del lavoro dipendente e del lavoro parasubordinato, in Emilia-Romagna, nel corso del 2017 si contano in tutto 38,7 milioni di giornate di contratto – pari a circa l'8,5% delle giornate di contratto dell'intero sistema produttivo regionale - riconducibili al tridente culturale e creativo.

Si tratta di una percentuale leggermente inferiore rispetto a quella riferita al numero di lavoratori (che si collocava intorno al 10% del totale): se ne ricava l'indicazione di un numero inferiore di giornate di contratto per singolo lavoratore o in altri termini un livello più alto di turnover in capo ai lavoratori del tridente rispetto alla media dell'occupazione regionale. Circostanza plausibile considerata la natura talvolta più volatile delle attività ICC quando confrontate per esempio con le attività manifatturiere.

**Tav. 43** - Giornate di contratto totali (lavoro dipendente e parasubordinato) nel corso del 2017 nell'ambito del tridente culturale-creativo in Emilia-Romagna. *Valori assoluti e quote % sull'occupazione regionale*

	Settori creativi	Settori non creativi
Professioni creative	1,5%	4,9%
Professioni non creative	2,1%	91,5%

Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

Nell'ambito del tridente culturale e creativo, il numero maggiore di giornate si concentra – come già osservato per i lavoratori (con entrambe le stime ISTAT e SILER) – nelle professioni creative impiegate nei settori non creativi: si tratta di circa 22,2 milioni di giornate, il 57,4% delle giornate del tridente, il 4,9% delle giornate di contratto totali. Seguono le giornate abbinate alle professioni non creative impiegate in settori creativi: 9,5 milioni, il 24,5% del tridente e il 2,1% delle giornate totali. Il terzo gruppo per numerosità è invece quello delle professioni creative impiegate in settori creativi: 7,0 milioni di giornate, pari al 18,1% del tridente e all'1,5% dei lavoratori totali. Complessivamente, i pesi

<sup>68</sup> Il limite evidenziato può riguardare anche il lavoro parasubordinato, che però è stato incluso nelle analisi che seguono, dal momento che uno degli effetti più rilevanti della recente riforma del mercato del lavoro, attraverso il *Jobs Act* e la decontribuzione per i nuovi contratti a tempo indeterminato, è consistito proprio nella trasformazione di buona parte di lavoro parasubordinato in lavoro dipendente.

tra i tre gruppi non cambiano significativamente, laddove si ragioni in termini di lavoratori o di giornate di contratto.

**Tav. 44** - Dinamica 2017-2014 delle giornate di contratto totali (lavoro dipendente e parasubordinato) nell'ambito del tridente culturale-creativo in Emilia-Romagna. Anni 2014-2017. *Variazione in valori assoluti e variazioni %*

	Settori creativi	Settori non creativi
Professioni creative	+5,1%	+0,1%
Professioni non creative	-2,8%	+3,0%

Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

Rispetto al 2014, nel corso del 2017 il numero di giornate di contratto nell'ambito del tridente culturale e creativo è cresciuto di circa 83,8 mila unità, una variazione pari allo 0,2%, inferiore quindi a quella rilevata in termini di lavoratori (+5,6% con ISTAT, +6,5% con il SILER). Questo dato sembra suggerire un aumento del turnover dei lavoratori ovvero della parcellizzazione del volume di lavoro svolto in capo ad un numero crescente di lavoratori. Una crescita significativamente maggiore a quella media del tridente si osserva nel gruppo di professioni creative/settori creativi (gruppo A, +5,1%), in linea con quanto già emerso anche in termini di lavoratori (+11,8%).

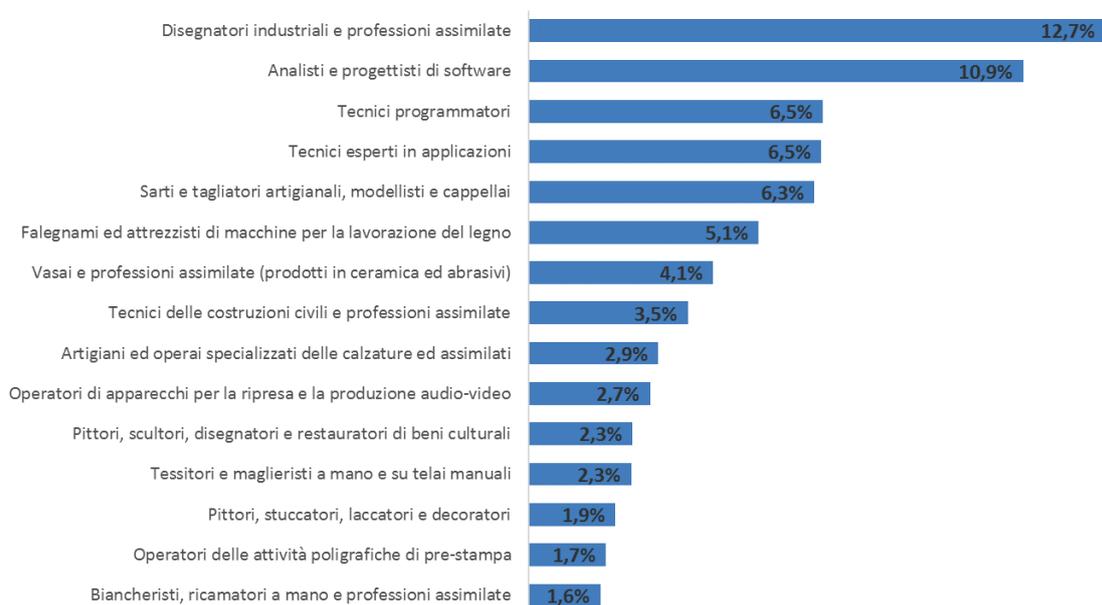
Nel seguito dell'analisi ci soffermiamo sull'insieme delle professioni creative da un lato e dei settori creativi dall'altro, evidenziando, sempre in termini di giornate di contratto, le consistenze al 2017 e gli andamenti nel corso dell'ultimo triennio.

Le professioni creative sono quelle contabilizzate nei gruppi A e B. In Figura 16 sono illustrate le principali professioni creative per numero di giornate di contratto generate nel corso del 2017. In Figura 17 le medesime professioni risultano scomposte in base al contributo, in termini di giornate, dei settori creativi (gruppo A) e non creativi (gruppo B). Le professioni legate all'informatica (*Analisti e progettisti di software, Tecnici programmatori e Tecnici esperti in applicazioni*), risultano ben distribuite tra settori creativi e non; tuttavia emerge chiaramente il contributo prevalente dei settori non creativi (che, lo ricordiamo, valgono il 57,4% del totale delle giornate di contratto del tridente). Si conferma quindi l'apporto della creatività al di fuori del suo perimetro settoriale d'elezione: gli input creativi (le professioni), si innervano e alimentano produzioni e attività che creative in senso stretto non sono.

In Figura 18 osserviamo le principali professioni creative da un punto di vista dinamico, evidenziando la variazione delle giornate di contratto nel corso del triennio 2014-2017. Il quadro di sintesi risulta coerente con i macro-trend dell'economia regionale (e non solo).

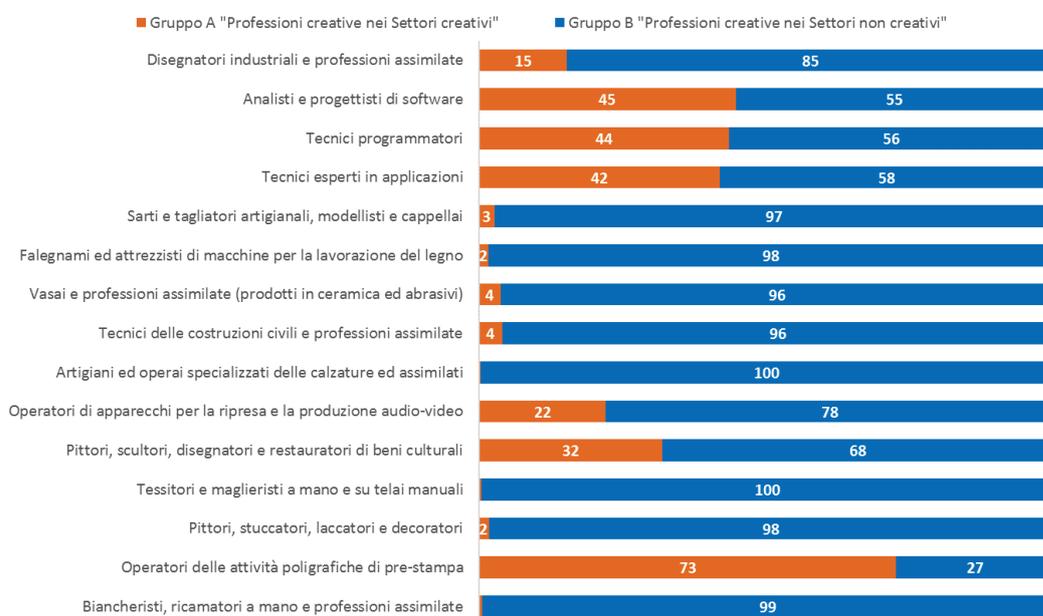
Crescono significativamente le professioni legate all'informatica e alle riprese audio-video da un lato, mentre si riducono le giornate abbinate alle professioni più tradizionali, in particolare quelle artigiane, tra gli altri sarti e tessitori, falegnami e vasai, artigiani delle calzature, stuccatori e decoratori, biancheristi e ricamatori.

**Fig. 24** - Le principali professioni creative che hanno generato il volume maggiore di giornate di contratto.  
Anno 2017. Quote % sul totale delle professioni creative



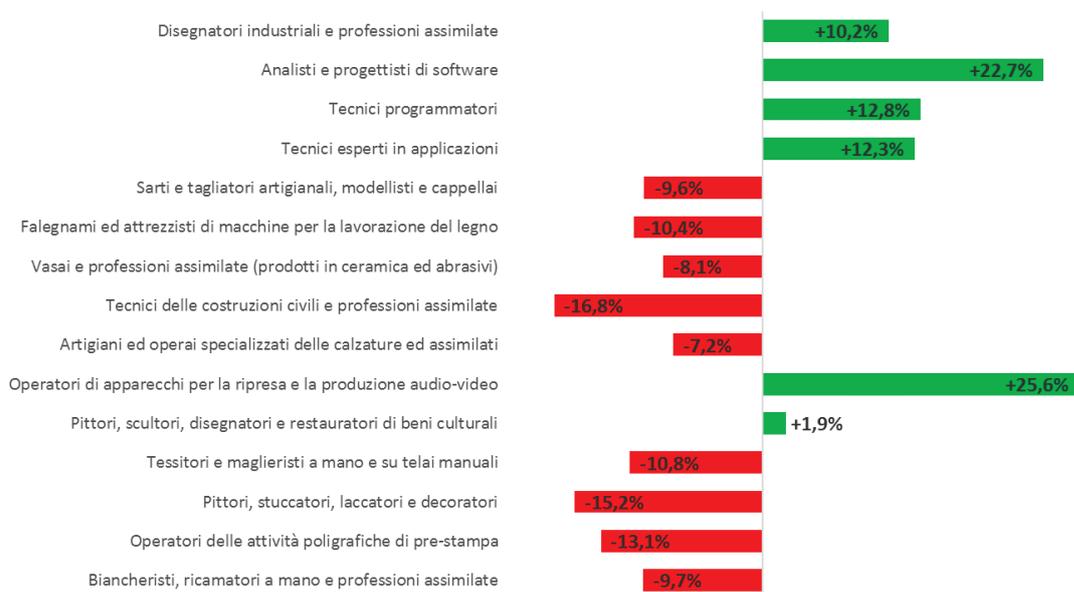
Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

**Fig. 25** - Le principali professioni creative che hanno generato il volume maggiore di giornate di contratto.  
Anno 2017. Quote % del gruppo A e B



Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

Fig. 26 - Dinamica delle giornate di contratto 2017/2014 per le principali professioni creative. Var. % 2017/2014



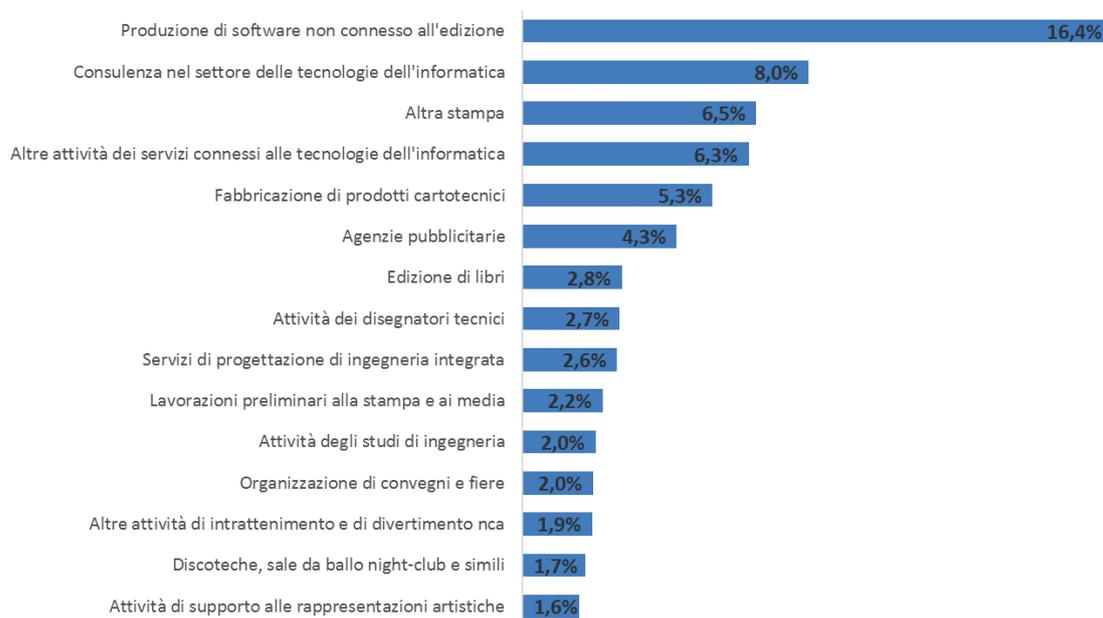
Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

I settori creativi sono quelli contabilizzati nei gruppi A e C. In Figura 19 sono illustrati i principali settori creativi per numero di giornate di contratto generate nel corso del 2017: risulta centrale il ruolo delle produzioni e della consulenza nel campo dell'informatica.

In Figura 20 gli stessi settori risultano scomposti in base al contributo, in termini di giornate, delle professioni creative (gruppo A) e non creative (gruppo C). La ripartizione risulta qui relativamente omogenea: all'interno dei settori creativi convivono in dosi assimilabili professioni creative e non creative (come risulta del resto dall'ammontare totale delle giornate dei gruppi A e C).

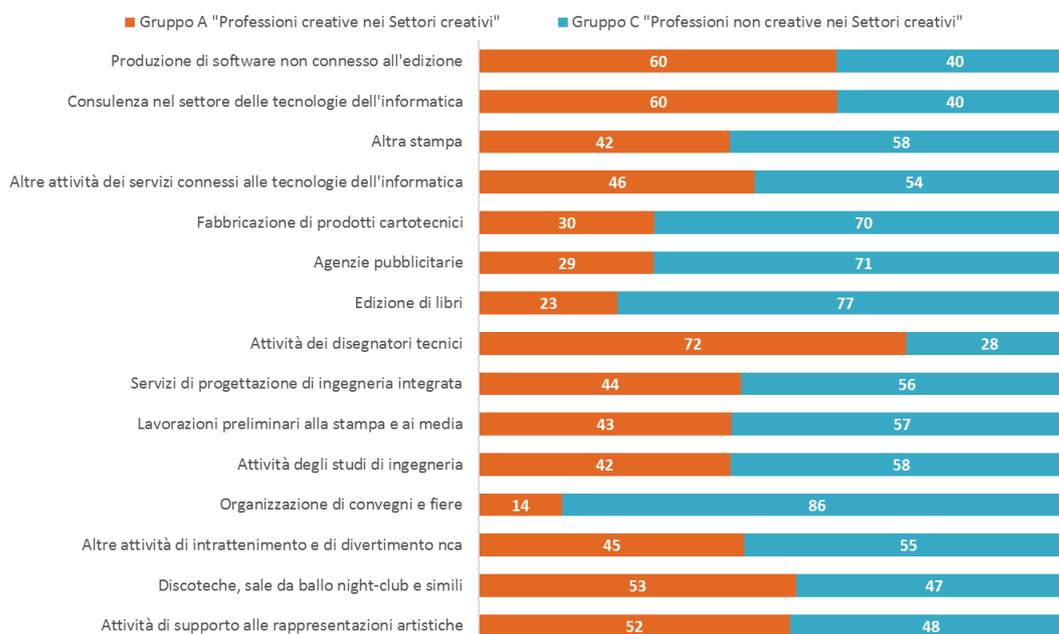
In Figura 21 osserviamo i principali settori creativi da un punto di vista dinamico, evidenziando la variazione delle giornate di contratto nel corso del triennio 2014-2017. Anche in questo caso emergono indicazioni allineate alle tendenze più generali dell'economia. Si conferma la crescita dei settori della produzione di software, della consulenza e altre attività informatiche, pubblicità e organizzazione di convegni e fiere, oltreché l'insieme delle attività legate all'ingegneria e alla progettazione tecnica. Al contrario si riducono alcuni settori tradizionali quali quello della stampa, dei prodotti cartotecnici e dell'edizione di libri che vivono una fase storica difficile a causa dello spiazzamento legato all'espansione dei giganti del tech in primis Amazon, ma anche l'industria del divertimento, delle discoteche e di altre forme di intrattenimento.

**Fig. 27** - I principali settori creativi che hanno generato il volume maggiore di giornate di contratto.  
Anno 2017. Quote % sul totale delle professioni creative



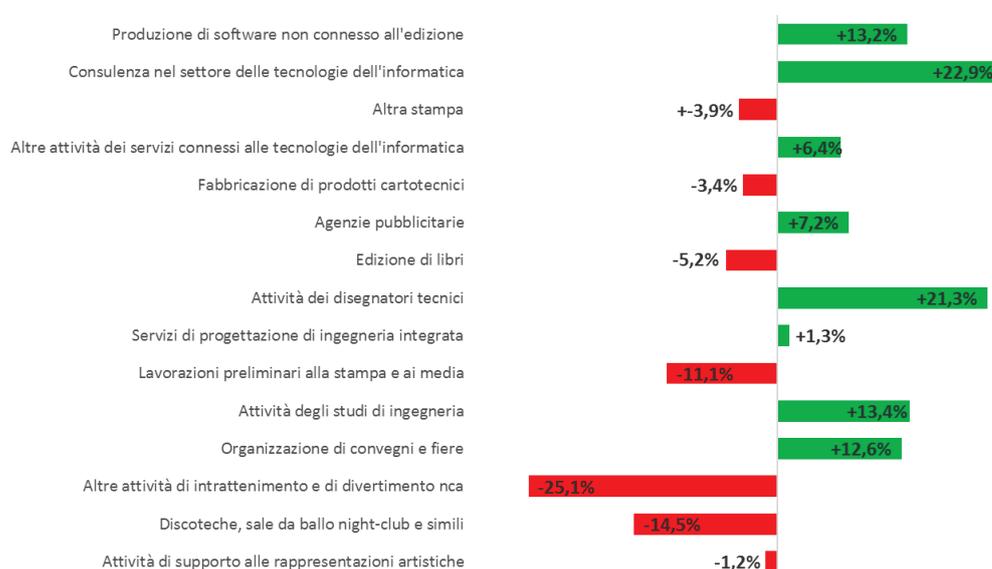
Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

**Fig. 28** - Dinamica delle giornate di contratto 2017/2014 per i principali settori creativi. Var. % 2017/2014



Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

Fig. 29 - I principali settori creativi che hanno generato il volume maggiore di giornate di contratto. Anno 2017. Quote % del gruppo A e B



Fonte: elaborazione su dati SILER-CRISP

### Professioni creative e livelli di competenza della forza lavoro attiva

Le professioni CP2011 possono essere raggruppate, a seconda del livello di competenza ad esse associato, in tre gruppi principali: *low*, *medium*, *high*. Il livello di competenza di ciascuna professione è definito operativamente considerando la natura del lavoro che caratterizza la professione, il livello di istruzione formale (così come descritto dalla classificazione internazionale Isced97) e l'ammontare di formazione o di esperienza richieste per eseguire in modo adeguato i compiti previsti<sup>69</sup>.

Delle 76 professioni considerate 'creative', ben 46 (61%) sono riconducibili al gruppo *high skill*, a cui è generalmente associato un bagaglio di conoscenze e competenze ottenute come risultato di un percorso di istruzione superiore o di una laurea di primo livello o secondo livello, sostituibile in alcuni casi da una vasta e rilevante esperienza lavorativa nel settore. Rientrano in questo gruppo, ad esempio, le professioni tecniche e specialistiche, istruttori e professori.

Le altre professioni rientrano per la maggior parte (29 professioni, pari al 38% del totale di quelle creative) nel gruppo *medium skill*, a cui è generalmente associato il completamento del primo o secondo livello di istruzione secondaria, così come la partecipazione a corsi di formazione professionale dopo il ciclo di istruzione secondaria. Si tratta, in questo caso, di operatori e artigiani.

Solo una delle professioni cosiddette creative può essere associata, infine, al gruppo *low skill*, per il quale non è richiesta una specifica formazione, se non quella primaria. Si tratta nello specifico del Personale non qualificato nei servizi ricreativi e culturali.

<sup>69</sup> ISTAT, *La classificazione delle professioni*, 2013.

Tra tutti i lavoratori che nel 2017 in Emilia-Romagna hanno avuto almeno un contratto di lavoro nell'ambito delle professioni creative (gruppi A + B), quelli riconducibili al gruppo *high skill* rappresentano il 67%, a fronte di un valore medio per l'economia regionale del 23%.

Tale proporzione viene confermata anche analizzando le giornate di contratto le quali lavoratori *high skill* rappresentano una quota del 68% del totale delle professioni creative (a fronte del 26% per l'economia complessiva).

## 4. Le industrie culturali e creative in Emilia-Romagna: struttura e scenario al 2020

L'obiettivo di questo paragrafo è quello di utilizzare il modello input-output regionale di Prometeia (MRIO) per aggiornare al 2017 il quadro informativo sulle branche dell'industria culturale e creativa (ICC) dell'Emilia-Romagna e sviluppare uno scenario al 2020 coerente con gli scenari nazionali e regionali di Prometeia (*Rapporto di Previsione* del marzo 2018 e *Scenari per le economie locali* dell'aprile 2018).

Alla presentazione del quadro informativo sull'ICC sono premesse alcune analisi che evidenziano le caratteristiche strutturali delle attività comprese nell'ICC.

Per utilizzare le informazioni dei conti nazionali e delle tavole input-output (TIO)<sup>70</sup>, è necessario ricondurre le attività dell'ICC alla classificazione delle attività economiche che è utilizzata da queste fonti e che sostanzialmente è un'aggregazione delle branche ATECO a due cifre. L'utilizzo delle branche delle TIO porta ad alcuni compromessi nella rappresentazione delle attività ICC, in quanto in alcuni casi si devono utilizzare settori più aggregati di quanto sarebbe opportuno, in base al modello teorico. Utilizzando i dati di Asia 2015, elaborati da ERVET, è possibile misurare la precisione della rappresentazione dell'ICC che si ottiene utilizzando l'aggregazione delle branche delle TIO.

Come si evidenzia dalla Tav. 1, in alcuni casi (Stampa, Attività editoriali, Produzione cinematografica, Pubblicità) la copertura è elevata (vicina o superiore al 90%), ovvero la maggior parte delle attività comprese nella branca sono attribuibili all'ICC. In altri casi (Informatica, Architettura e Ingegneria, Attività creative) l'indice di copertura è compreso tra il 50% ed il 60% e quindi solo una metà delle attività della branca è riconducibile alle ICC. Infine in due branche (Attività professionali e Attività sportive) il peso dell'ICC è di poco superiore al 30% e sono quindi prevalenti attività diverse dall'ICC.

Le elaborazioni che sono presentate nei paragrafi successivi sono sempre disaggregate per branca in modo da evidenziare le differenti caratteristiche delle singole attività e di consentire di definire un valore aggregato per l'ICC, inserendo o meno le branche meno rappresentative.

---

<sup>70</sup> Nelle ultime versioni del SEC le tavole IO sono parte integrante dei conti nazionali.

**Tav. 1** - L'industria creativa e culturale raccordata alla classificazione delle attività economiche della tavola input-output

branca	legenda	% copertura addetti
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	100,0%
V58	Attività editoriali	98,0%
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	100,0%
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	52,4%
- di cui: V62	<i>Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse</i>	83,1%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	55,5%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	88,8%
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	33,7%
- di cui: V74	<i>Altre attività professionali, scientifiche e tecniche</i>	36,8%
V90_92	Attività creative, artistiche e d'intrattenimento; attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività culturali; attività riguardanti scommesse e case da gioco	58,6%
- di cui: V90	<i>Attività creative, artistiche e di intrattenimento</i>	100,0%
- di cui: V91	<i>Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali</i>	100,0%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	32,7%

Fonte: elaborazione ERVET su dati Asia 2015

## 4.1 Le caratteristiche strutturali dell'industria culturale e creativa

Per meglio analizzare le tendenze e le prospettive dell'ICC sono state effettuate alcune elaborazioni relative alla tipologia di organizzazioni che operano nel campo dell'ICC. In particolare utilizzando il Censimento dell'Industria e dei Servizi del 2011<sup>71</sup> è stato evidenziato per ogni branca dell'ICC il peso delle imprese, delle istituzioni pubbliche e delle istituzioni non profit in Italia ed in Emilia-Romagna (Tav. 2A e 2B).

### **Impresa**

Unità giuridico-economica che produce beni e servizi destinabili alla vendita e che, in base alle leggi vigenti o a proprie norme statutarie, ha facoltà di distribuire i profitti realizzati ai soggetti proprietari, siano essi privati o pubblici. Tra le imprese sono comprese: le imprese individuali, le società di persone, le società di capitali, le società cooperative (nella rilevazione censuaria del 2011 sono escluse le cooperative sociali), i consorzi di diritto privato, gli enti pubblici economici, le aziende speciali e le aziende pubbliche dei servizi. Sono considerate imprese anche i lavoratori autonomi e i liberi professionisti.

### **Istituzione non profit**

Unità giuridico-economica dotata o meno di personalità giuridica, di natura privata, che produce beni e servizi destinabili o non destinabili alla vendita e che, in base alle leggi vigenti o a proprie norme statutarie, non ha facoltà di distribuire, anche indirettamente, profitti o altri guadagni diversi dalla remunerazione del lavoro prestato ai soggetti che l'hanno istituita o ai soci. Secondo tale definizione, costituiscono esempi di istituzione non profit: le associazioni, riconosciute e non riconosciute, le fondazioni, le cooperative sociali, i comitati. Rientrano tra le istituzioni non profit anche le organizzazioni non governative, le organizzazioni di volontariato, le organizzazioni non lucrative di utilità sociale (Onlus), i partiti politici, i sindacati, le associazioni di categoria, gli enti ecclesiastici civilmente riconosciuti.

### **Istituzione pubblica**

Unità giuridico-economica la cui funzione principale è quella di produrre beni e servizi non destinabili alla vendita e/o di ridistribuire il reddito e la ricchezza e le cui risorse principali sono costituite da prelevamenti obbligatori effettuati presso le famiglie, le imprese e le istituzioni non profit o da trasferimenti a fondo perduto ricevuti da altre istituzioni dell'amministrazione pubblica.

Fonte: Istat, Glossario (<https://www.istat.it/it/metodi-e-strumenti/glossario>)

<sup>71</sup> Mancano fonti più aggiornate che permettano di ricostruire su base omogenea la situazione per anni più recenti.

In molte branche che ospitano le attività ICC il ruolo delle imprese è assolutamente prevalente, come è evidenziato dal fatto che hanno un peso in termini di addetti pari o superiore al 99%.<sup>72</sup> Si tratta in particolare delle branche: Stampa e riproduzione di supporti registrati, Attività editoriali, Attività di produzione cinematografica, Attività di programmazione e trasmissione, Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse, Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici, Attività degli studi di architettura e d'ingegneria, Pubblicità e ricerche di mercato, Altre attività professionali, scientifiche e tecniche.

In alcune branche che ospitano attività ICC è comunque significativa la presenza di altre forme organizzative. In particolare nella branca delle Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali il 77,9% degli addetti in Emilia-Romagna appartiene alle istituzioni pubbliche e l' 11,4% alle istituzioni non profit. Nelle Attività creative, artistiche e di intrattenimento il 25,8% degli addetti appartiene alle istituzioni non profit, e il 7,7% alle istituzioni pubbliche. Nelle Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento l'11,8% degli addetti è concentrato nelle istituzioni non profit (Tav. 2B).

---

<sup>72</sup> L'analisi è condotta sulla classificazione Ateco a 2 cifre. Nella Tav. 2 sono comunque riportati anche i dati per le branche più aggregate delle TIO.

Tav. 2A - Imprese, Istituzioni e non profit nelle branche dell'ICC in Italia (2011, quote %)

Italia		unità locali				addetti alle unità locali			
branche	legenda	imprese	istituzioni pubbliche	istituzioni non profit	totale	imprese	istituzioni pubbliche	istituzioni non profit	totale
18	Stampa e riproduzione di supporti registrati	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
58	Attività editoriali	98,0%	0,0%	2,0%	100,0%	99,6%	0,0%	0,4%	100,0%
59	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	99,7%	0,2%	0,1%	100,0%	99,7%	0,1%	0,1%	100,0%
60	Attività di programmazione e trasmissione	99,6%	0,1%	0,4%	100,0%	99,9%	0,1%	0,0%	100,0%
59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	99,7%	0,1%	0,2%	100,0%	99,8%	0,1%	0,1%	100,0%
62	Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	99,8%	0,2%	0,0%	100,0%
63	Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	99,3%	0,7%	0,0%	100,0%
62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	99,6%	0,4%	0,0%	100,0%
71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	99,9%	0,1%	0,0%	100,0%
73	Pubblicità e ricerche di mercato	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	99,7%	0,3%	0,0%	100,0%
74	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	99,8%	0,2%	0,0%	100,0%
75	Servizi veterinari	98,5%	1,5%	0,0%	100,0%	88,1%	11,9%	0,0%	100,0%
74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	99,8%	0,2%	0,0%	100,0%	99,0%	1,0%	0,0%	100,0%
90	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	48,7%	0,3%	51,0%	100,0%	67,7%	10,3%	21,9%	100,0%
91	Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali	3,8%	11,7%	84,4%	100,0%	16,3%	72,6%	11,1%	100,0%
92	Attività riguardanti scommesse e case da gioco	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
90_92	Attività creative, artistiche e d'intrattenimento; attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività culturali; attività riguardanti scommesse ...	37,7%	4,1%	58,2%	100,0%	56,2%	30,9%	12,8%	100,0%
93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	22,8%	0,4%	76,8%	100,0%	83,4%	2,4%	14,2%	100,0%
<b>Totale ICC</b>		<b>77,7%</b>	<b>0,7%</b>	<b>21,7%</b>	<b>100,0%</b>	<b>93,8%</b>	<b>3,8%</b>	<b>2,4%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Totale Italia</b>		<b>91,2%</b>	<b>1,9%</b>	<b>6,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>82,0%</b>	<b>14,5%</b>	<b>3,5%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazioni su dati Istat, Censimento Industria e Servizi 2011

Tav. 2B - Imprese, Istituzioni e non profit nelle branche dell'ICC in Emilia-Romagna (2011, quote %)

Emilia-Romagna		unità locali				addetti alle unità locali			
branche	legenda	imprese	istituzioni pubbliche	istituzioni non profit	totale	imprese	istituzioni pubbliche	istituzioni non profit	totale
quote percentuali									
18	Stampa e riproduzione di supporti registrati	99,6%	0,3%	0,1%	100,0%	99,8%	0,2%	0,0%	100,0%
58	Attività editoriali	97,8%	0,0%	2,2%	100,0%	99,8%	0,0%	0,2%	100,0%
59	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	99,3%	0,7%	0,0%	100,0%	99,4%	0,6%	0,0%	100,0%
60	Attività di programmazione e trasmissione	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
59_60	<i>Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione</i>	99,4%	0,6%	0,0%	100,0%	99,5%	0,5%	0,0%	100,0%
62	Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
63	Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
62_63	<i>Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione</i>	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
73	Pubblicità e ricerche di mercato	99,9%	0,0%	0,1%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
74	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
75	Servizi veterinari	99,4%	0,6%	0,0%	100,0%	97,6%	2,4%	0,0%	100,0%
74_75	<i>Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari</i>	99,9%	0,1%	0,0%	100,0%	99,8%	0,2%	0,0%	100,0%
90	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	50,7%	0,6%	48,7%	100,0%	66,5%	7,7%	25,8%	100,0%
91	Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali	4,6%	11,1%	84,3%	100,0%	10,7%	77,9%	11,4%	100,0%
92	Attività riguardanti scommesse e case da gioco	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
90_92	<i>Attività creative, artistiche e d'intrattenimento; attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività culturali; attività riguardanti scommesse e case da gioco</i>	38,4%	4,1%	57,4%	100,0%	57,7%	26,1%	16,2%	100,0%
93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	24,5%	0,2%	75,2%	100,0%	87,0%	1,2%	11,8%	100,0%
Totale ICC		77,7%	0,6%	21,7%	100,0%	94,6%	2,7%	2,7%	100,0%
Totale Emilia-Romagna		91,4%	1,5%	7,1%	100,0%	84,7%	11,7%	3,6%	100,0%

Fonte: elaborazioni su dati Istat, CIS 2011

## 4.2 La struttura della domanda dei prodotti e dell'offerta dell'industria culturale e creativa

Le Tavole Input-Output (TIO) per l'Emilia-Romagna, relative al 2013, forniscono alcune informazioni sulla struttura delle risorse (o se si preferisce dell'offerta) e degli impieghi (o se si preferisce della domanda), che possono essere utili per caratterizzare la diversa situazione delle branche. Si tenga conto che le TIO regionali non sono di fonte ufficiale ma derivano da stime di Prometeia ottenute utilizzando metodi indiretti di regionalizzazione. Trattandosi di stime è quindi necessario utilizzare i risultati con l'opportuna cautela.

L'analisi della struttura degli impieghi presenta la composizione della domanda finale ed intermedia che si rivolge ai prodotti ICC (Tav. 3) ed evidenzia differenze molto rilevanti a livello di singola branca.

Un aspetto che è possibile evidenziare ricorrendo alle TIO e che risulta invece difficile ricostruire da altre fonti informative, è il ruolo degli impieghi intermedi cioè degli acquisti di beni e servizi da utilizzare nel processo produttivo.<sup>73</sup> Nell'aggregato delle ICC il peso degli impieghi intermedi è pari al 51,0%, con valori particolarmente elevati nelle branche della Stampa (67,1%), degli Studi di architettura e ingegneria (74,2%) e della Pubblicità (75,6%). Una parte delle attività ICC risulta quindi costituita come servizi per le imprese. La rilevanza che gli impieghi intermedi rivestono per diverse branche dell'ICC, richiede un supplemento di analisi per evidenziare quelle che sono le principali "branche clienti" dell'ICC. Il quadro completo della situazione è complesso ed è necessario mettere a fuoco diversi elementi.

In primo luogo occorre considerare che le branche che compongono l'economia regionale sono in una certa misura clienti di sé stesse, ovvero che una parte degli scambi avviene tra unità produttive che operano nello stesso settore di attività. In generale la quota degli "auto-impieghi" è un indice sia dell'eterogeneità delle attività comprese nella branca, che della divisione del lavoro che esiste tra le unità produttive, che possono essere specializzate su differenti fasi del processo produttivo. Nel settore ICC dell'Emilia-Romagna la quota degli auto-impieghi varia tra l'1,2% nella Pubblicità e il 40,8% nelle Attività creative, artistiche e di intrattenimento, con un valore medio per il settore ICC nel suo complesso del 18,9% (Tav. 4A). I valori elevati di questo indicatore riscontrati nell'Informatica (16,6%) ed in parte nella Stampa (9,4%), possono forse essere interpretati come un risultato di una specializzazione per fasi produttive, mentre i valori particolarmente elevati delle Attività creative (40,8%) e delle Attività di intrattenimento (23,7%), potrebbero almeno in parte derivare dalla eterogeneità dei servizi prodotti.

---

<sup>73</sup> Consumi intermedi: Il valore dei beni e dei servizi consumati quali input in un processo di produzione, escluso il capitale fisso il cui consumo è registrato come ammortamento. I beni e i servizi possono essere trasformati oppure esauriti nel processo produttivo (Istat, Glossario). Si ricorda che nella terminologia delle TIO consumi ed impieghi sono sinonimi.

**Tav. 3** - La struttura degli impieghi per i prodotti dell'ICC in Emilia Romagna (milioni di € a valori correnti e quote % 2013)

branche	legenda	Totale Impieghi intermedi	Spesa per consumi finali delle famiglie	Spesa per consumi finali delle ISP	Spesa per consumi finali delle AA. PP.	Investimenti fissi lordi	Variazione delle scorte e oggetti di valore	Esportazioni	Esportazioni interregionali	Totale impieghi finali	Totale impieghi ai prezzi d'acquisto
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	894	32	0	0	0	-17	5	418	438	1.332
V58	Attività editoriali	532	826	0	0	136	0	180	635	1.777	2.309
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	518	531	0	0	55	6	242	90	924	1.442
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	3.011	5	0	35	1.645	7	179	1.673	3.544	6.555
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	4.102	120	0	17	0	-45	164	1.172	1.428	5.531
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	2.378	0	0	0	0	67	76	622	766	3.143
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	2.028	179	0	35	0	12	31	1.014	1.272	3.300
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	653	1.844	76	272	26	18	9	538	2.783	3.435
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	515	277	82	80	0	0	2	680	1.122	1.636
<b>Totale ICC</b>		<b>14.630</b>	<b>3.815</b>	<b>159</b>	<b>438</b>	<b>1.862</b>	<b>49</b>	<b>887</b>	<b>6.844</b>	<b>14.054</b>	<b>28.684</b>

branche	legenda	Totale	Spesa per	Spesa per	Spesa per	Investimenti	Variazione	Esportazioni	Esportazioni	Totale	Totale
		Impieghi intermedi	consumi finali delle famiglie	consumi finali delle ISP	consumi finali delle AA. PP.	fissi lordi	delle scorte e oggetti di valore			impieghi finali	impieghi ai prezzi d'acquisto
		quote %									
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	67,1%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	-1,3%	0,4%	31,4%	32,9%	100,0%
V58	Attività editoriali	23,0%	35,8%	0,0%	0,0%	5,9%	0,0%	7,8%	27,5%	77,0%	100,0%
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	35,9%	36,8%	0,0%	0,0%	3,8%	0,4%	16,8%	6,3%	64,1%	100,0%
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	45,9%	0,1%	0,0%	0,5%	25,1%	0,1%	2,7%	25,5%	54,1%	100,0%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	74,2%	2,2%	0,0%	0,3%	0,0%	-0,8%	3,0%	21,2%	25,8%	100,0%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	75,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%	2,4%	19,8%	24,4%	100,0%
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	61,5%	5,4%	0,0%	1,1%	0,0%	0,4%	0,9%	30,7%	38,5%	100,0%
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	19,0%	53,7%	2,2%	7,9%	0,7%	0,5%	0,3%	15,7%	81,0%	100,0%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	31,4%	16,9%	5,0%	4,9%	0,0%	0,0%	0,1%	41,6%	68,6%	100,0%
<b>Totale ICC</b>		<b>51,0%</b>	<b>13,3%</b>	<b>0,6%</b>	<b>1,5%</b>	<b>6,5%</b>	<b>0,2%</b>	<b>3,1%</b>	<b>23,9%</b>	<b>49,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Prometeia, TIO Emilia-Romagna

Un secondo aspetto che merita attenzione è quello relativo agli scambi che avvengono tra le branche ICC, al netto degli auto-impieghi. Anche in questo caso il posizionamento delle singole branche ICC è piuttosto differenziato: Stampa (20,2%), Produzione Cinematografica (33,2%) e Attività sportive e di intrattenimento (20,4%), risultano le branche che hanno la quota più elevata di vendite verso altre branche ICC. In particolare il 9,9% degli impieghi intermedi della Stampa è acquistata dalle Attività editoriali, il 23,1% delle vendite della Produzione Cinematografica è assorbita dalla Pubblicità ed il 15,5% delle vendite delle Attività di intrattenimento va alle Attività Creative. Le altre branche presentano una minore integrazione a livello di ICC ed in particolare le branche degli Studi di architettura e d'ingegneria, della Pubblicità e delle Altre attività professionali sono poco integrate con le altre attività ICC, come è evidenziato dalla una quota ridotta di impieghi intermedi, compresa tra il 5% ed il 12% (Tav. 4A).

**Tav. 4A** - La struttura degli impieghi intermedi dell'ICC in Emilia-Romagna (quote % sul totale degli impieghi intermedi; 2013)

branche	legenda	Impieghi nella stessa branca	Impieghi in altre branche ICC	Totale impieghi nelle branche ICC
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	9,4%	20,2%	29,7%
V58	Attività editoriali	5,3%	12,6%	17,8%
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	5,9%	33,2%	39,2%
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	16,6%	5,7%	22,3%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	3,1%	9,3%	12,4%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	1,2%	5,2%	6,5%
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	2,9%	12,1%	15,0%
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	40,8%	10,5%	51,3%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	23,7%	20,4%	44,1%
<b>Totale ICC</b>				<b>18,9%</b>

Fonte: Prometeia, TIO Emilia-Romagna

L'ultimo aspetto che è opportuno prendere in considerazione è quello relativo agli impieghi intermedi di prodotti ICC che sono assorbiti dalle altre branche. Non è possibile per motivi di spazio presentare tutte le informazioni; si è di conseguenza concentrata l'attenzione sulle 10 branche che sono i principali acquirenti di prodotti ICC e che rappresentano il 50,3% di tutti gli impieghi intermedi (Tav. 4B).

**Tav. 4B** - La struttura degli impieghi intermedi dell'ICC in Emilia Romagna (*quote % sul totale degli impieghi intermedi; 2013*)

branche	legenda	V46	V10_12	V28	V62_63	V29	V69_70	VF	V80_82	V64	V47
		Commercio all'ingrosso, escluso quello di autoveicoli e di motocicli	Industrie alimentari, delle bevande e del tabacco	Fabbricazione di macchinari e apparecchiature n.c.a.	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	Fabbricazione di autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	Attività legali e contabilità; attività di sedi centrali; consulenza (..)	Costruzioni	Serv. di investigazione e vigilanza; att. di servizi per edifici e per paesaggio; att. Amministrative (...)	Prestazione di servizi finanziari	Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	1,0%	1,4%	3,7%	1,9%	1,7%	4,1%	1,9%	7,1%	5,8%	0,1%
V58	Attività editoriali	7,9%	4,4%	3,7%	3,7%	0,6%	2,8%	6,3%	4,2%	0,8%	5,7%
V59 60	Att. di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali (..)	3,3%	7,4%	1,3%	0,9%	0,2%	2,2%	3,9%	2,6%	0,1%	4,6%
V62 63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	7,1%	2,6%	6,0%	16,6%	2,8%	3,2%	3,5%	1,8%	9,8%	3,5%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	7,2%	3,3%	8,9%	3,6%	11,1%	7,2%	5,5%	5,1%	0,0%	2,2%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	17,8%	20,6%	4,3%	0,7%	2,6%	1,2%	2,1%	2,4%	2,7%	5,0%
V74 75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	7,3%	2,8%	7,2%	5,3%	5,5%	7,5%	6,1%	4,4%	3,9%	2,5%
V90 92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	3,1%	10,5%	0,7%	0,6%	0,1%	2,2%	3,9%	2,5%	0,2%	5,5%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	3,0%	10,4%	0,7%	0,6%	0,0%	2,2%	3,8%	2,4%	0,2%	5,4%
<b>Totale ICC</b>		<b>8,1%</b>	<b>6,5%</b>	<b>5,9%</b>	<b>5,6%</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,5%</b>	<b>4,2%</b>	<b>3,7%</b>	<b>3,4%</b>	<b>3,3%</b>
<b>Totale economia</b>		<b>5,4%</b>	<b>10,0%</b>	<b>11,0%</b>	<b>1,2%</b>	<b>4,6%</b>	<b>1,3%</b>	<b>7,1%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,9%</b>	<b>2,4%</b>

Fonte: Prometeia, TIO Emilia-Romagna

- Il Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli) è la branca cliente più importante per il complesso dell'ICC in quanto assorbe l'8,1% del totale degli impieghi intermedi. È in particolare la branca della Pubblicità quella che dipende maggiormente dalla domanda del commercio all'ingrosso, che rappresenta in effetti 17,8% degli impieghi intermedi della branca.
- Le Industrie alimentari rappresentano lo sbocco per il 6,5% degli impieghi intermedi dell'ICC, una quota che peraltro è decisamente inferiore a quella che caratterizza l'economia nel suo complesso (10,0%). Anche in questo caso è la Pubblicità ad evidenziare la maggiore quota di impieghi intermedi (20,6%), seguita dalle Attività creative (10,5%) e dalle Attività sportive e di intrattenimento (10,4%).
- In ordine di rilevanza il terzo cliente dell'ICC è la Meccanica (Fabbricazione di macchinari e apparecchiature) che assorbe il 5,9% degli impieghi intermedi complessivi dell'ICC, con una punta dell'8,9% degli Studi di architettura e ingegneria, seguiti dalle Altre attività professionali (7,2%).
- L'Informatica ha una posizione particolare in quanto è nel contempo parte costitutiva dell'ICC, ma è anche cliente dell'ICC stessa, in quanto assorbe il 5,6% degli impieghi intermedi dei prodotti ICC. In larga parte è l'effetto della forte quota di auto-impieghi (16,6%) già segnalata sopra, alla quale si aggiungono anche acquisti significativi di prodotti delle Altre attività professionali (5,3%) ed in parte dell'Editoria (3,7%).
- L'Industria automobilistica assorbe il 5,0% degli impieghi intermedi dei prodotti ICC, con punte del 11,1% per gli Studi di architettura e ingegneria<sup>74</sup> e del 5,5% per le Altre attività professionali<sup>75</sup>.

Nel complesso l'analisi dettagliata delle prime 5 branche clienti segnala la presenza di significative interdipendenze tra diversi settori industriali e terziari e le branche ICC e di fenomeni di specializzazione che si evidenziano per il fatto che in genere le branche clienti concentrano i loro acquisti su un numero ristretto di prodotti ICC. Commercio all'ingrosso ed Industria alimentare sono clienti soprattutto della Pubblicità, Meccanica ed Industria automobilistica acquistano servizi di ingegneria ed altri servizi professionali, etc.<sup>76</sup> Estendendo l'analisi alle altre principali branche clienti la situazione non cambia ed in genere gli scambi intersettoriali sono concentrati su pochi prodotti. Si tratta di una ulteriore conferma del carattere piuttosto eterogeneo delle branche che compongono l'ICC, che non solo evidenziano una quota di impieghi intermedi molto diversa (cfr. la prima colonna della Tav. 3), ma che hanno anche una struttura degli impieghi intermedi molto differenziata.

Gli impieghi finali (Tav. 3) hanno un rilievo decisamente superiore alla media dell'ICC (49,0% degli impieghi totali), nell'Editoria (77,0%), nella Produzione cinematografica (64,1%), nelle Attività creative (81,0%) e nelle Attività sportive e di intrattenimento (68,6%).

Negli impieghi finali a livello di aggregato ICC hanno un certo rilievo la spesa per consumi finali delle famiglie (13,3%), gli investimenti fissi lordi<sup>77</sup> (6,5%), le esportazioni internazionali (3,1%) e quelle

<sup>74</sup> Si ricorda che la branca della TIO comprende non solo gli studi di architettura e d'ingegneria (Ateco 71.1), ma anche i collaudi e le analisi tecniche (Ateco 71.2) che non fanno parte dell'ICC.

<sup>75</sup> Nella branca sono comprese le attività di design specializzate (Ateco 74.1) che fanno parte dell'ICC.

<sup>76</sup> Si segnala che la branca delle Costruzione assorbe il 5,5% degli impieghi intermedi dei servizi di ingegneria e architettura ed il 6,1% dei servizi delle Altre attività professionali (Tav. 4B).

<sup>77</sup> Si ricorda che negli investimenti fissi lordi sono ora (SEC 2010) contabilizzate anche le spese in R&S, il software ed altri

interregionali (23,9%). La situazione delle singole branche è comunque piuttosto eterogenea, in quanto per alcune, come l'Informatica, le spese per consumi finali sono trascurabili, mentre gli investimenti rappresentano il 25,1% degli impieghi totali, mentre in altre branche quali le Attività editoriali e le Attività di produzione cinematografica i consumi delle famiglie rappresentano oltre il 35% della domanda. Anche componenti della domanda finale di minore rilevanza, quali la spesa per consumi finali delle ISP e quella delle AA. PP., sono comunque rilevanti (10% circa) per le Attività creative e per le Attività sportive e di intrattenimento.

Le esportazioni interregionali ed internazionali hanno un peso significativo in diverse branche, con caratterizzazioni specifiche legate alla struttura dell'offerta ed in particolare con la specializzazione settoriale dell'ICC dell'Emilia-Romagna.<sup>78</sup> L'elevato livello della quota delle esportazioni interregionali che si riscontra in tutte le branche, è da mettere in relazione con la divisione dei cicli produttivi che si registra a livello regionale e che comporta in molti casi flussi significativi sia delle importazioni che delle esportazioni. Il saldo del commercio interregionale non è necessariamente bilanciato, ma dipende in larga misura dalla localizzazione delle attività produttive e da quella della domanda (ovvero dai clienti).

**Tav. 5** - Il valore aggiunto nelle branche dell'ICC in Emilia Romagna ed in Italia (*milioni di € a valori correnti, quote % e indice di specializzazione; 2013*)

branche	legenda	Italia	Emilia-Romagna	Quota % su Italia	Indice di specializzazione
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	4.359	405	9,3%	103,8%
V58	Attività editoriali	3.124	297	9,5%	106,2%
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	5.820	84	1,4%	16,1%
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	26.146	2.070	7,9%	88,4%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	19.533	1.523	7,8%	87,0%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	3.717	223	6,0%	67,0%
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	13.546	1.449	10,7%	119,4%
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	10.032	447	4,5%	49,7%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	5.771	682	11,8%	131,8%
<b>Totale ICC</b>		<b>92.047</b>	<b>7.180</b>	<b>7,8%</b>	<b>87,0%</b>
<b>Totale economia</b>		<b>1.444.106</b>	<b>129.413</b>	<b>9,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Prometeia, TIO Emilia-Romagna

La struttura delle risorse (Tav. 6) evidenzia come a livello di aggregato ICC l'incidenza della produzione sia pari al 57,7% delle risorse complessive, mentre le importazioni dall'estero rappresentano il 2,7% e quelle dalle altre regioni italiane il 35,3%. Il ruolo dei margini di commercio e trasporto è piuttosto ridotto (1,2%) in quanto in genere le attività di distribuzione commerciale sono tipiche dei prodotti

investimenti "immateriali".

<sup>78</sup> Si anticipano qui alcuni aspetti dell'analisi delle importazioni internazionali ed interregionali che è presentata nel paragrafo successivo.

agricoli ed industriali ed in effetti tra le branche ICC solo le Attività editoriali registrano un'incidenza significativa dei margini. Le Imposte meno contributi ai prodotti hanno nel complesso delle branche ICC un'incidenza limitata (3,1%), che risulta comunque molto più elevata in alcune branche come le Attività creative (11,8%), che sono prevalentemente orientate alla domanda finale delle famiglie.<sup>79</sup>

Un aspetto particolarmente rilevante dell'eterogeneità delle branche ICC è rappresentato dall'incidenza sulle risorse delle importazioni internazionali ed interregionali che passa dal 15,9% delle Attività sportive e di intrattenimento all'84,6% delle Attività di produzione cinematografica. La diversa quota delle importazioni è correlata a due fattori:

- la minore o maggiore *tradability*<sup>80</sup> dei beni e dei servizi ICC. Alcune tipologie di servizi vanno "consumate" sul luogo di produzione e danno luogo a ridotti flussi commerciali;
- la presenza in regione di un'adeguata capacità produttiva ovvero specializzazione (cfr. il paragrafo precedente e la Tav. 5).

---

<sup>79</sup> Le imposte comprendono l'IVA non detraibile.

<sup>80</sup> *Tradability is the property of a good or service that can be sold in another location distant from where it was produced. A good that is not tradable is called non-tradable.* (<https://en.wikipedia.org/wiki/Tradability>)

Tav. 6 - La struttura delle risorse per i prodotti dell'ICC in Emilia Romagna (milioni di € a valori correnti e quote % 2013)

branche	legenda	Produzione ai prezzi base	Importazioni cif	Importazioni interregionali	Totale risorse ai prezzi base	Margini di commercio e trasporto	Imposte meno contributi ai prodotti	Totale risorse ai prezzi d'acquisto
<b>valori assoluti</b>								
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	968	5	343	1.316	1	14	1.332
V58	Attività editoriali	1.091	76	733	1.900	328	81	2.309
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	202	115	1.105	1.422	1	19	1.442
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	4.238	242	1.970	6.450	0	106	6.555
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	3.456	163	1.820	5.440	0	91	5.531
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	1.623	129	1.338	3.090	0	53	3.143
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	2.431	13	788	3.231	0	69	3.300
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	1.217	28	1.772	3.017	11	407	3.435
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	1.331	2	257	1.591	0	46	1.636
<b>Totale ICC</b>		<b>16.557</b>	<b>773</b>	<b>10.127</b>	<b>27.457</b>	<b>342</b>	<b>885</b>	<b>28.684</b>
<b>quote %</b>								
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	72,7%	0,4%	25,8%	98,8%	0,1%	1,1%	100,0%
V58	Attività editoriali	47,3%	3,3%	31,7%	82,3%	14,2%	3,5%	100,0%
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	14,0%	8,0%	76,7%	98,6%	0,1%	1,3%	100,0%
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	64,7%	3,7%	30,0%	98,4%	0,0%	1,6%	100,0%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	62,5%	3,0%	32,9%	98,4%	0,0%	1,6%	100,0%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	51,6%	4,1%	42,6%	98,3%	0,0%	1,7%	100,0%
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	73,7%	0,4%	23,9%	97,9%	0,0%	2,1%	100,0%
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	35,4%	0,8%	51,6%	87,8%	0,3%	11,8%	100,0%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	81,3%	0,1%	15,7%	97,2%	0,0%	2,8%	100,0%
<b>Totale ICC</b>		<b>57,7%</b>	<b>2,7%</b>	<b>35,3%</b>	<b>95,7%</b>	<b>1,2%</b>	<b>3,1%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Prometeia, TIO Emilia-Romagna

### 4.3 Le tendenze dell'ICC a livello nazionale

Prima di affrontare il quadro informativo delle branche ICC a livello regionale è opportuno analizzare le tendenze di lungo periodo che si registrano a livello nazionale. La disponibilità delle informazioni dei conti nazionali consente in effetti un'analisi dell'andamento dei livelli produttivi delle branche ICC dal 1995 al 2017<sup>81</sup> e permette di individuare alcune tendenze di tipo strutturale.

Concentrando l'attenzione sul valore aggiunto, le tendenze di lungo periodo sono evidenziate nelle Tav. 7A-7C che indicano come il complesso delle attività ICC presenti una fase di crescita sostenuta tra il 1995 ed il 2000, per poi sperimentare un significativo rallentamento tra il 2001 ed il 2017 (Tav. 7C). Anche nella prima fase di crescita intensa che vede il peso dell'ICC crescere dal 6,0% al 6,9% del totale nazionale si segnalano comunque andamenti molto differenziati a livello di branca, con la Stampa (-0,3%) e l'Editoria (1,0%) che evidenziano dinamiche meno brillanti. Nel periodo 2001-2007 l'ICC nel suo complesso presenta un significativo rallentamento, con un tasso medio annuo di crescita che si riduce dal 4,8% allo 0,9% e con numerose branche in stagnazione (Stampa, Studi di architettura e ingegneria, Attività sportive e di intrattenimento) o che sperimentano una riduzione dei livelli produttivi (Produzione cinematografica, Pubblicità, Altre attività professionali). L'Informatica e le Attività creative realizzano una buona crescita in un contesto che è comunque di rallentamento e solo l'Editoria presenta un miglioramento rispetto al periodo precedente (Tav. 7C). Gli anni 2008-2013 sono caratterizzati dagli effetti della crisi internazionale che provoca la riduzione generalizzata della produzione in tutte le branche ICC ed in tutti i macro-settori dell'economia. L'unica eccezione è rappresentata dall'Informatica che presenta una modesta crescita (0,5%), ma nel complesso l'ICC ha una riduzione dei livelli produttivi maggiore di quella dell'economia nel suo complesso (-2,2% rispetto al -1,4%) e di conseguenza la sua quota sul valore aggiunto totale scende al 6,5% nel 2013 (Tav. 7A). La crisi colpisce in modo particolare l'Editoria (-10,8%), la Pubblicità (-4,1%), la Stampa (-3,6%) e le Altre attività professionali (-3,4%). Gli ultimi anni sono caratterizzati da un recupero delle attività ICC (+1,4% medio annuo), significativo ma non eccezionale. I divari tra le branche si allargano ulteriormente, in quanto Editoria (-6,4%), Stampa (-1,1%), Pubblicità (-1,1%) e Produzione cinematografica (-0,9%) non escono dalla fase recessiva, mentre hanno una crescita significativa le Attività sportive e di intrattenimento (4,1%), gli Studi di architettura e ingegneria (3,1%), l'Informatica (1,8%) e le Attività creative (1,8%).

La sintesi dei mutamenti di lungo periodo del settore dell'ICC emerge dall'andamento dei numeri indice (Tav. 7B). Rispetto al 1995, nel 2017 l'Editoria ha ridotto i propri livelli produttivi del 54,4%, la Stampa del 23,9%, le Altre attività professionali del 7,3% e la Pubblicità del 6,3%. Viceversa l'Informatica ha aumentato la propria produzione del 114,1%, le Attività creative del 58,7%, le Attività sportive e di intrattenimento del 31,5%, gli Studi di architettura e d'ingegneria del 18,1% e la

---

<sup>81</sup> I conti nazionali offrono un'informazione completa a livello delle branche della TIO fino al 2015, mentre per il biennio successivo offrono solo informazioni ad un livello superiore di aggregazione. Per alcune branche si è proceduto ad una stima dei dati 2016-2017 utilizzando le informazioni delle indagini Istat su fatturati e prezzi di vendita nell'industria e nei servizi e salvaguardando comunque la coerenza con i dati aggregati dei conti nazionali.

Produzione cinematografica del 13,1% (Tav. 7B).

**Tav. 7A** - Il valore aggiunto delle branche dell'ICC in Italia (*quote % sul totale*)

		1995	2000	2007	2013	2017
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%
V58	Attività editoriali	0,4%	0,4%	0,4%	0,2%	0,2%
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	1,0%	1,4%	1,7%	1,9%	1,9%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	1,4%	1,6%	1,5%	1,4%	1,5%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%	0,3%
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	1,1%	1,2%	1,0%	0,9%	0,9%
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	0,4%	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%
<b>Totale ICC</b>		<b>6,0%</b>	<b>6,9%</b>	<b>6,8%</b>	<b>6,5%</b>	<b>6,6%</b>
	Agricoltura, silvicoltura e pesca	2,1%	2,1%	1,9%	2,1%	1,9%
	Industria in senso stretto (attività estrattiva, attività manifatturiere, fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, fornitura di acqua, reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento)	21,7%	20,7%	20,4%	18,7%	18,9%
	Costruzioni	5,9%	5,6%	6,2%	4,9%	4,5%
	Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli, trasporti e magazzinaggio, servizi di alloggio e di ristorazione, servizi di informazione e comunicazione	22,4%	23,8%	24,4%	24,3%	25,3%
	Attività finanziarie e assicurative, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto	48,8%	47,9%	47,2%	50,1%	49,4%
	<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazione su dati Istat

**Tav. 7B** - Il valore aggiunto delle branche dell'ICC in Italia (*numeri indice 1995 = 100*)

		1995	2000	2007	2013	2017
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	100,0	98,6	98,8	79,5	76,1
V58	Attività editoriali	100,0	105,2	118,2	59,4	45,6
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	100,0	136,4	132,2	117,1	113,1
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	100,0	155,0	192,9	199,4	214,1
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	100,0	123,7	124,1	104,5	118,1
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	100,0	129,6	125,7	97,9	93,7
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	100,0	118,9	110,9	89,9	92,7
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	100,0	123,5	152,5	147,7	158,7
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	100,0	129,6	128,8	111,9	131,5
<b>Totale ICC</b>		<b>100,0</b>	<b>126,5</b>	<b>134,3</b>	<b>117,7</b>	<b>124,5</b>
	Agricoltura, silvicoltura e pesca	100,0	110,7	104,9	105,5	103,3
	Industria in senso stretto (attività estrattiva, attività manifatturiere, fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, fornitura di acqua, reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento)	100,0	105,1	112,0	94,4	98,6
	Costruzioni	100,0	104,4	124,9	90,1	85,0
	Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli, trasporti e magazzinaggio, servizi di alloggio e di ristorazione, servizi di informazione e comunicazione	100,0	116,9	129,9	119,3	128,2
	Attività finanziarie e assicurative, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto	100,0	108,0	115,2	112,7	115,0
	<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>110,0</b>	<b>119,2</b>	<b>109,8</b>	<b>113,4</b>

Fonte: elaborazione su dati Istat

**Tav. 7C** - Il valore aggiunto delle branche dell'ICC in Italia (*tassi % di var. medi annui*)

		1995-2000	2001-2007	2008-2013	2014-2017
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	-0,3	0,0	-3,6	-1,1
V58	Attività editoriali	1,0	1,7	-10,8	-6,4
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	6,4	-0,4	-2,0	-0,9
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	9,2	3,2	0,5	1,8
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	4,4	0,0	-2,8	3,1
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	5,3	-0,4	-4,1	-1,1
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	3,5	-1,0	-3,4	0,8
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	4,3	3,1	-0,5	1,8
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	5,3	-0,1	-2,3	4,1
<b>Totale ICC</b>		<b>4,8</b>	<b>0,9</b>	<b>-2,2</b>	<b>1,4</b>
	Agricoltura, silvicoltura e pesca	2,1	-0,8	0,1	-0,5
	Industria in senso stretto (attività estrattiva, attività manifatturiere, fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, fornitura di acqua, reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento)	1,0	0,9	-2,8	1,1
	Costruzioni	0,9	2,6	-5,3	-1,4
	Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli, trasporti e magazzinaggio, servizi di alloggio e di ristorazione, servizi di informazione e comunicazione	3,2	1,5	-1,4	1,8
	Attività finanziarie e assicurative, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto	1,6	0,9	-0,4	0,5
	<b>Totale</b>	<b>1,9</b>	<b>1,1</b>	<b>-1,4</b>	<b>0,8</b>

Fonte: elaborazione su dati Istat

## 4.4 Lo scenario regionale al 2020

Gli scenari al 2020 per le branche ICC dell'Emilia Romagna sono state realizzati utilizzando il MRIO che, come tutti i modelli Input-Output, è alimentato da uno scenario sulle componenti della domanda finale.<sup>82</sup>

Il modello MRIO è attualmente aggiornato al 2013 e quindi per produrre le previsioni fino al 2020 è stato necessario aggiornare le informazioni sulla domanda finale, sulla produzione e sull'occupazione<sup>83</sup>.

Gli scenari così ottenuti, relativi al valore aggiunto ed alle unità di lavoro<sup>84</sup> (Tav. 8 e 9), vanno considerati come uno scenario tendenziale, che potrebbe essere ulteriormente affinato inserendo differenti ipotesi sullo sviluppo di particolari componenti della domanda che possono derivare da eventi o da programmi di spesa.

Prima di analizzare le tendenze recenti è opportuno segnalare che in Emilia-Romagna le branche dell'ICC valgono nel 2017 una quota sul totale dell'economia regionale del 5,4% in termini di valore aggiunto e del 6,9% in termini di unità di lavoro (Tav. 8B e 9).

Nell'analizzare l'andamento recente dell'ICC e le sue prospettive di crescita va tenuto presente quanto evidenziato nel paragrafo precedente, ovvero i forti differenziali di crescita che esistono tra le branche dell'ICC a livello nazionale, che sono confermati anche a livello regionale. In effetti in Emilia-Romagna è risultata molto intensa la contrazione dell'attività produttiva sperimentata tra il 2010 ed il 2013 dalle Attività editoriali (-11,2% medio annuo), dalla Produzione cinematografica (-16,6%) dalle Attività creative (-13,5%). Altre branche presentano invece dinamiche positive significative, soprattutto l'Informatica (4,1%), gli Studi di architettura e ingegneria (5,8%) e le Attività sportive e di intrattenimento (6,8%). Purtroppo le informazioni regionali sono disponibili a livello di branca solo a partire dal 2010 e non permettono quindi di valutare quanto è avvenuto nei primi anni della crisi. Tra il 2007 ed il 2010 il valore aggiunto complessivo si è ridotto in Emilia-Romagna ad un tasso medio annuo del -1,9%, mentre nel periodo 2011-2013 è rimasto stazionario. È probabile che i divari nella

---

<sup>82</sup> Ad eccezione delle importazioni e delle esportazioni interregionali che sono calcolate dal modello.

<sup>83</sup> Per l'aggiornamento della base dati del MRIO sono stati utilizzati:

- I conti regionali (CR) che offrono informazioni aggiornate al 2016 per macro-branca su valore aggiunto e occupazione e sulle componenti della domanda finale (valori aggregati).
- Le statistiche sul commercio (COE) che offrono informazioni sui beni fino al 2017.
- Le statistiche sulla bilancia dei pagamenti dei servizi (BOP) che offrono informazioni sui servizi fino al 2017 a livello nazionale.
- Le TIO nazionali aggiornate al 2014 ed i conti nazionali aggiornati al 2017.

Per gli scenari al 2020 sono stati utilizzati:

- Gli scenari per le componenti della domanda finale disaggregate per prodotto sviluppate a livello nazionale da Prometeia.
- Per l'andamento degli aggregati, gli scenari nazionali e regionali di Prometeia (*Rapporto di Previsione* del marzo 2018 e *Scenari per le economie locali* dell'aprile 2018).

<sup>84</sup> Non è stata inserita la tavola sulla produzione, che è comunque disponibile, in quanto la dinamica della produzione (tassi di variazione) è identica a quella del valore aggiunto. Questo risultato deriva dalle caratteristiche del modello MRIO utilizzato che utilizza coefficienti del valore costanti nel tempo.

dinamica registrata tra il 2010 ed il 2013 riflettano almeno in parte la diversa diffusione ed intensità del processo di ripresa dai primi anni della crisi. Questa ipotesi sembra confermata anche dalle stime relative alla dinamica dell'ICC tra il 2014 ed il 2017, che vede un'attenuazione dei divari tra le branche, ma anche il permanere di segnali negativi in alcune delle branche che già mostravano segni di debolezza.

Le previsioni per il 2018-2020 indicano una ripresa dell'ICC nel suo complesso, con una crescita produttiva che presenta una significativa accelerazione rispetto agli anni precedenti (1,7% rispetto all'1,1% in media d'anno). Tutte le branche tornerebbero a crescere, anche se con una diversa intensità. Studi di architettura e ingegneria, Stampa e Informatica sono le branche più dinamiche.

La dinamica occupazionale riflette in larga misura quella produttiva, ma con alcune specificità. L'ICC nel suo complesso continua a creare posti di lavoro anche negli anni iniziali del decennio (+0,5% in media d'anno), quelli caratterizzati a livello aggregato regionale da una riduzione delle unità di lavoro (-0,5% in media d'anno nel 2010-2013). Negli anni successivi (2014-2017) la dinamica occupazionale si consolida e si diffonde ad altre branche come l'Editoria, la Produzione cinematografica e la Pubblicità che ad inizio decennio erano in palese difficoltà. In previsione ci si attende un ulteriore miglioramento della dinamica occupazionale (+0,9% in media d'anno nel 2018-2020), trainata dalle tre branche che creano più occupazione in termini assoluti: l'Informatica, gli Studi di architettura e d'ingegneria e le Altre attività professionali. Non a caso si tratta di branche che sono tra quelle che hanno una struttura della domanda più orientata verso i servizi alle imprese (cfr. sopra e Tav. 3) e che quindi sono più di altre trainate dalla ripresa complessiva dell'industria e dei servizi.

**Tav. 8A** - Il valore aggiunto delle branche dell'ICC in Emilia Romagna (*milioni di € a valori concatenati anno base 2010*)

	2013	2017	2020	
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	447	487	518
V58	Attività editoriali	262	221	231
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	79	77	79
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	1.994	1.963	2.075
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	1.439	1.539	1.640
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	242	228	236
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	1.299	1.469	1.544
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	409	427	438
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	659	722	747
<b>Totale ICC</b>	<b>6.830</b>	<b>7.134</b>	<b>7.508</b>	
	Agricoltura, silvicoltura e pesca	3.099	3.272	3.331
	Industria in senso stretto (attività estrattiva, attività manifatturiere, fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, fornitura di acqua, reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento)	31.466	34.136	36.549
	Costruzioni	5.785	5.202	5.471
	Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli, trasporti e magazzinaggio, servizi di alloggio e di ristorazione, servizi di informazione e comunicazione	27.305	29.420	31.139
	Attività finanziarie e assicurative, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto	57.026	59.217	61.150
<b>Totale</b>	<b>124.682</b>	<b>131.247</b>	<b>137.639</b>	

Fonte: Prometeia

**Tav. 8B** - Il valore aggiunto delle branche dell'ICC in Emilia Romagna (quote % sul totale)

		2013	2017	2020
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	0,4%	0,4%	0,4%
V58	Attività editoriali	0,2%	0,2%	0,2%
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	0,1%	0,1%	0,1%
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	1,6%	1,5%	1,5%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	1,2%	1,2%	1,2%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	0,2%	0,2%	0,2%
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	1,0%	1,1%	1,1%
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	0,3%	0,3%	0,3%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	0,5%	0,5%	0,5%
<b>Totale ICC</b>		<b>5,5%</b>	<b>5,4%</b>	<b>5,5%</b>
	Agricoltura, silvicoltura e pesca	2,5%	2,5%	2,4%
	Industria in senso stretto (attività estrattiva, attività manifatturiere, fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, fornitura di acqua, reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento)	25,2%	26,0%	26,6%
	Costruzioni	4,6%	4,0%	4,0%
	Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli, trasporti e magazzinaggio, servizi di alloggio e di ristorazione, servizi di informazione e comunicazione	21,9%	22,4%	22,6%
	Attività finanziarie e assicurative, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto	45,7%	45,1%	44,4%
	<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazione su dati Istat

**Tav. 9** - Le unità di lavoro delle branche dell'ICC in Emilia Romagna (*quote % sul totale*)

		2010	2013	2017	2020
V18	Stampa e riproduzione su supporti registrati	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%
V58	Attività editoriali	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
V59_60	Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore; attività di programmazione e trasmissione	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
V62_63	Programmazione, consulenza informatica e attività connesse; attività dei servizi d'informazione	1,3%	1,5%	1,5%	1,5%
V71	Attività degli studi di architettura e d'ingegneria; collaudi e analisi tecniche	1,3%	1,4%	1,5%	1,5%
V73	Pubblicità e ricerche di mercato	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
V74_75	Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; servizi veterinari	1,4%	1,5%	1,6%	1,6%
V90_92	Attività creative, artistiche e di intrattenimento	0,8%	0,7%	0,7%	0,6%
V93	Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%
<b>Totale ICC</b>		<b>6,6%</b>	<b>6,8%</b>	<b>6,9%</b>	<b>7,0%</b>
	Agricoltura, silvicoltura e pesca	3,8%	3,5%	3,7%	3,5%
	Industria in senso stretto (attività estrattiva, attività manifatturiere, fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, fornitura di acqua, reti fognarie, attività di trattamento dei rifiuti e risanamento)	21,2%	21,3%	20,1%	20,0%
	Costruzioni	7,9%	6,7%	6,1%	6,1%
	Commercio all'ingrosso e al dettaglio, riparazione di autoveicoli e motocicli, trasporti e magazzinaggio, servizi di alloggio e di ristorazione, servizi di informazione e comunicazione	26,6%	27,0%	27,9%	28,4%
	Attività finanziarie e assicurative, attività immobiliari, attività professionali, scientifiche e tecniche, amministrazione e servizi di supporto	40,5%	41,6%	42,3%	42,0%
	<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazione su dati Istat

## 4.5 L'interscambio commerciale dei settori ICC

Nel 2017 le esportazioni regionali dell'industria della cultura e creatività ammontano a circa 225 milioni di euro, un valore residuale rispetto al totale delle esportazioni dall'Emilia-Romagna nello stesso anno (lo 0,4%). I settori ICC si caratterizzano del resto come un insieme di attività e produzioni rivolte innanzitutto ad un consumo di prossimità che dunque si compie per la gran parte all'interno del mercato regionale e nazionale.

L'export delle industrie della cultura e creatività regionali vale il 14,6% sul totale nazionale della stessa filiera, al di sopra del contributo dell'export dell'Emilia-Romagna al totale dell'export italiano, pari nel 2017 al 13,4%.

Nel 2017 i settori ICC hanno registrato importazioni per un valore totale di 139,6 milioni di euro, cosicché il saldo commerciale risulta positivo per oltre 85 milioni di euro.

In termini merceologici oltre il 70% dell'export totale è rappresentato da *Prodotti delle attività editoriali* (principalmente libri e periodici), mentre un altro 15-16% è costituito dai *Prodotti delle attività cinematografiche, video e televisive*. Le restanti categorie merceologiche valgono insieme meno del 15% dell'export complessivo (circa 30 milioni di euro in tutto).

In chiave storica l'export a livello di comparto registra un alto livello di volatilità come emerge nella seguente tabella. I *Prodotti delle attività editoriali* rappresentano sempre la quota preponderante dell'export complessivo dei settori ICC.

**Tav. 10** – Esportazioni dei settori ICC, anni 2007-2012-2017 (valori correnti in euro)

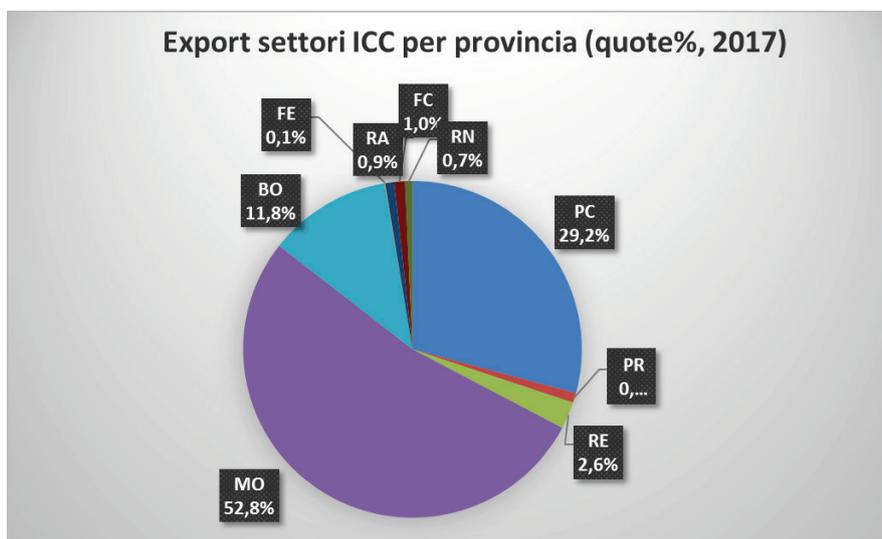
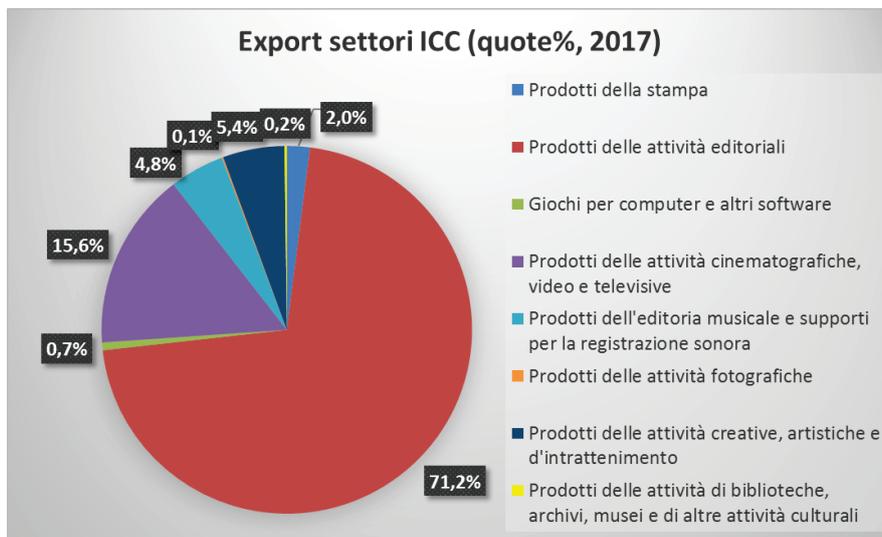
Export - settori ICC (euro)	2007	2012	2017
Prodotti della stampa	3.610.815	5.238.628	4.524.915
Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	137.239.029	190.646.243	160.176.544
Giochi per computer e altri software a pacchetto	14.490.883	9.511.245	1.538.323
Prodotti delle attività cinematografiche, video e televisive	3.615.588	7.318.197	35.143.516
Prodotti dell'editoria musicale e supporti per la registrazione sonora	1.832.821	6.674.451	10.726.191
Prodotti delle attività fotografiche	388.229	648.498	276.126
Prodotti delle attività creative, artistiche e d'intrattenimento	3.261.410	3.933.461	12.124.966
Prodotti delle attività di biblioteche, archivi, musei e di altre attività culturali	1.564.778	109.588	428.349
<b>Tot ICC</b>	<b>166.003.553</b>	<b>224.080.311</b>	<b>224.938.930</b>

Fonte: elaborazioni ERVET su dati Istat - Coeweb

Dal punto di vista territoriale si mette in evidenza il ruolo centrale della provincia di Modena che vale oltre la metà dell'export complessivo nel 2017 (il 52,8%). Segue Piacenza con il 29,2% e Bologna con l'11,8%. Del tutto residuale il contributo delle restanti province.

I Paesi della UE28 rappresentano il baricentro commerciale dell'export dei settori ICC, assorbendo oltre l'84% dell'export totale. Trascurabili risultano quindi le altre aree geografiche di destinazione.

Fig. 1 – Esportazioni dei settori ICC dell'Emilia-Romagna per comparto, provincia ed area di destinazione (valori%, anno 2017)



Fonte: elaborazioni ERVET su dati Istat - Coeweb

## 4.6 L'industria Culturale e Creativa: elementi di sintesi

Non c'è alcun dubbio che il tentativo di definire e quantificare l'ambito delle attività culturali e creative rappresenti da diversi anni uno dei principali sforzi di ricercatori e *policy makers*. Sulla scia dell'opinione sempre più consolidata per cui le industrie culturali e creative (di seguito ICC) siano un settore via via più strategico nel campo dell'economia e della società, si è assistito ad una proliferazione di studi e pubblicazioni, a partire dalle principali organizzazioni internazionali (tra le altre UNESCO, UNCTAD, Commissione Europea, OECD).

Pur risultando assodato il ruolo strategico delle ICC, la letteratura dedicata continua a far riferimento ad una molteplicità di approcci interpretativi tramite cui delimitare e definire il fenomeno. Non esiste infatti un criterio univoco tramite cui individuare l'ambito di riferimento delle ICC. La natura stessa delle ICC sfugge alle tradizionali classificazioni di tipo settoriale e/o merceologico, in quanto solo in parte esse si disvelano sotto-forma di beni o servizi creativi "fatti e finiti", nel senso che la produzione rappresenta in sé, compiutamente, il precipitato di un processo eminentemente creativo. Diversamente la creatività, intesa come input, irrorata e innerva una gamma molto più ampia di attività umane, con intensità e gradienti diversi, per cui in base al criterio valutativo operato, risulterà lecito (in quanto puramente soggettivo), riconoscere al limite che "tutto è ICC o nulla è ICC".

Contemporaneamente, da un punto di vista questa volta operativo, nella ricostruzione del perimetro dell'oggetto di analisi, occorre (come sempre), fare i conti con le informazioni accessibili, ovvero con le banche dati a disposizione del ricercatore. In un ambito più destrutturato rispetto ai comparti produttivi industriali, anche a causa della maggior presenza di attività informali, non organizzate in forme giuridiche strutturate e con un presunto maggior grado di spontaneità, risulta molto difficile garantire la rappresentatività statistica dei dati settoriali che ne definiscono il perimetro, permettendo di quantificarne il peso specifico in chiave economica e occupazionale.

La presente analisi parte dal precedente lavoro di ERVET del 2012, con l'obiettivo di restituire un quadro più aggiornato e se possibile completo del fenomeno. Questa immagine non può che derivare dalla lettura integrata di dati, nella convinzione che non esistono numeri risolutivi dell'enigma, ma solo indizi e tracce da cui derivare letture e osservazioni.

Proviamo ad elencare questi indizi:

- In gran parte delle branche economiche che ospitano le attività ICC il ruolo delle imprese è assolutamente prevalente, con un peso in termini di addetti pari o superiore al 99%<sup>85</sup>. In altre branche risulta invece significativa la presenza di altre forme organizzative. In particolare le istituzioni non profit hanno un peso rilevante nelle branche delle Attività creative, artistiche e di intrattenimento (25,8% degli addetti in Emilia-Romagna), nelle Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento (11,8% degli addetti) e nelle Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali (11,4%). Queste ultime poi evidenziano un peso rilevante delle istituzioni pubbliche, con una quota degli addetti pari al 77,9%.

---

<sup>85</sup> Fonte: Censimento dell'Industria e dei Servizi del 2011, Istat.

- Nel 2017 in Emilia-Romagna il peso delle branche dell'ICC sul totale dell'economia regionale può essere stimato nel 5,4% in termini di valore aggiunto e nel 6,9% in termini di unità di lavoro.
- Rispetto invece alla dimensione nazionale, l'insieme delle ICC valgono il 7,8% del totale nazionale in termini di valore aggiunto, al di sotto dunque del contributo medio regionale, pari al 9,0%. Nondimeno alcune branche racchiudono produzioni rispetto alle quali l'Emilia-Romagna vanta una specializzazione su scala nazionale, quali le Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento (11,8% del V.A. totale nazionale), il Design, fotografia e altre attività professionali (10,7%), le Attività editoriali (9,5%) e la Stampa (9,3%). Nel complesso il settore delle ICC ha avuto un grande periodo di sviluppo nella seconda metà degli anni '90, seguito da una fase di consolidamento durante gli anni 2000. La crisi ha pesato molto negativamente, anche se in modo differenziato tra i diversi comparti; a partire dal 2015 si è registrata tuttavia una inversione di tendenza con un recupero dei valori.
- In Emilia-Romagna nel 2017 erano occupate in settori della produzione culturale e creativa circa 80 mila persone distribuite su quasi 30 mila unità locali, pari al 6,4% delle U.L. e al 4,9% degli addetti totali a livello regionale. Se consideriamo anche la distribuzione specialistica di beni culturali questi valori salgono a 34,7 mila UL per oltre 89 mila addetti (rispettivamente il 7,6% ed il 5,4% dei totali dell'Emilia-Romagna). In termini occupazionali la parte del leone la fanno i Servizi creativi (Architettura, progettazione e design; Fotografia; Software, *gaming* e consulenza informatica; Pubblicità e informazione): con 46,7 mila addetti<sup>86</sup>, il 52,3% del totale; seguono i Media e l'industria culturale (Cinema e audiovisivo; Editoria e stampa; Musica; Trasmissioni radio-TV): 17,1 mila addetti, il 19,2% del totale; quindi le Attività culturali, artistiche e di intrattenimento (Spettacolo dal vivo e altre attività creative e artistiche; Attività ricreative e di divertimento; Patrimonio storico, artistico e culturale): circa 13,8 mila addetti, il 15,4% del totale delle ICC, anche se questo dato è con ogni probabilità sottostimato a causa del peso dell'occupazione nel settore pubblico nella parte "*Heritage*".
- Nel periodo 2008-2017 si registra una variazione positiva del numero degli addetti, pari al +1,8%, a cui corrisponde una crescita di oltre 1,6 mila addetti, mentre il numero delle unità locali è leggermente negativo (-0,5%) pari ad un decremento di 176 unità locali; la variazione percentuale nella media della regione risulta pari a -4,7% nelle unità locali e +0,4% negli addetti. Nei settori ICC la variazione positiva degli addetti nel periodo 2008-2017 è risultata dunque superiore di oltre quattro volte rispetto alla media regionale, soprattutto grazie alla miglior tenuta nel periodo di maggior crisi occupazionale (2008-2015) e ad una crescita di poco inferiore alla media durante il successivo periodo 2015-2017, quando si registra una generale ripresa occupazionale su scala regionale.
- Da un punto di vista territoriale le province di Bologna e Modena concentrano rispettivamente il 29,2% ed il 15% degli addetti complessivi. Seguono, allineate su valori intorno al 10% del totale, le province di Parma, Reggio-Emilia, Rimini e Ravenna. In generale si evidenziano delle specializzazioni provinciali che sono collegate alle caratteristiche sociali, storiche e soprattutto

---

<sup>86</sup> Fonte: elaborazioni ERVET su dati SMAIL ed ASIA \* \* dati ASIA, anno 2015

imprenditoriali dei singoli contesti locali: sinteticamente è possibile affermare che le province di Bologna, Parma e Modena sono specializzate nei Servizi creativi (grazie soprattutto al contributo dei settori del design e dell'informatica), le province di Ravenna e Rimini nei settori delle Attività culturali, artistiche e di intrattenimento (grazie soprattutto alle attività ricreative e di divertimento).

- Il settore si caratterizza per la presenza di piccole e piccolissime imprese. I dati relativi alla forma giuridica prevalente delle imprese ICC confermano l'elevata quota di lavoro autonomo presente, nella tipologia delle ditte individuali e dei liberi professionisti che valgono complessivamente oltre il 70% del totale (contro il 60% del sistema produttivo a livello regionale). Anche in termini di addetti impiegati, queste forme d'impresa sono le più diffuse e contano oltre il 30% degli addetti totali (a fronte del 21,3% medio regionale), con una maggior concentrazione relativa nei comparti dell'Architettura (con l'85,8% del totale del comparto) e della Progettazione (71% del totale del comparto). Le società a responsabilità limitata costituiscono la forma giuridica più diffusa dopo le ditte individuali ed i liberi professionisti, sia in termini di imprese pari all'11,5% e soprattutto in termini di addetti, con il 27,6% del totale.
- I dati relativi alla dimensione d'impresa fanno emergere una struttura per classi di addetti caratterizzata da una maggior propensione delle imprese ICC, rispetto alla struttura produttiva regionale, a concentrarsi nella fascia più piccola (1-2 addetti) ed in quella intermedia (tra 10 e 249 addetti). Netamente inferiore alla media regionale risulta invece la quota di addetti concentrati nelle imprese grandi (oltre i 250 addetti).
- Il quadro complessivo caratterizzato da una dimensione d'impresa inferiore rispetto alla media regionale, viene confermato ed anzi si rinforza, guardando alla dimensione d'impresa in termini di fatturato. Il 29% circa delle imprese ICC rientra nella classe di fatturato più bassa (0 – 19mila euro), a cui corrisponde una quota del 14,7% degli addetti totali (a fronte di una media regionale, pari al 18,6% di imprese e al 5,9% di addetti). Se consideriamo unitariamente la soglia fino a 100 mila euro di fatturato - che risulta compatibile con l'attività di professionisti o imprese individuali, che lavorano autonomamente o con qualche collaboratore esterno - si rileva come tra le imprese ICC si concentri in questa classe quasi il 78% delle imprese attive (sopra la media dell'economia regionale, pari al 63,4%) e il 39% degli addetti (superiore al 19,9% medio dell'economia regionale). All'estremo opposto, nei settori ICC le imprese con un fatturato superiore a 2 milioni di euro rappresentano poco meno del 2% del totale, che impiegano il 28% degli addetti del settore nel suo complesso (contro una media regionale pari al 3,7% e 48,5% rispettivamente).
- L'universo delle ICC considerato fino a qui, può essere esteso adottando un approccio maggiormente inclusivo che, sulla scia di una crescente letteratura internazionale, ricomprenda tutta una serie di altre attività economiche *culture-driven*, ovvero rispetto alle quali la creatività rappresenta un input (o più propriamente un bene intermedio). Si tratta principalmente dei settori dell'Arredamento e dei prodotti per la casa, con relativo settore della distribuzione, della Moda (compresi calzature e accessori) e relativa distribuzione e del settore del *Food*. Tale rappresentazione "allargata" delle industrie culturali e creative, tale cioè da ricomprendere sia i settori standard, sia quelli della cultura materiale, arriva a contare nel 2017 più di 66 mila unità locali e quasi 212 mila addetti, cioè il 14,6% dell'economia regionale in termini di unità locali e il

12,8% in termini di addetti.

- In base ad un approccio ancora più inclusivo, il perimetro dell'ecosistema creativo potrebbe estendersi ai cosiddetti settori "high-end", come definiti nel rapporto "*Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs*" pubblicato dalla Commissione Europea nel 2016. Una quota di questi comparti sono già ricompresi nell'ambito della cultura materiale: vedi *High-end fashion, Jewellery & watches, Accessories e Leather goods* nel settore "Moda"; *Furniture & household appliances* nel settore "Arredamento e prodotti per la casa", ad esclusione della parte di Fabbricazione di elettrodomestici (che conta 103 imprese con 4.888 addetti nel 2017); *Publishing* rientra invece tra i settori ICC standard, specificamente in "Media e industrie culturali". Altri codici rimangono invece fuori dal campo di osservazione: il settore *Cars*, ad esempio, che conta nel 413 imprese e 14.762 addetti; *Boats* (138 imprese e 1.472 addetti); *Hotels* (5.266 imprese e 35.906 addetti) e *Perfums & cosmetics* (116 imprese e 1.638 addetti). I valori di imprese e addetti sono relativi sempre al 2017<sup>87</sup>.
- Dal punto di vista analitico, un tentativo di trovare una sintesi fra l'approccio che domina l'analisi sui settori ICC, di tipo prettamente settoriale (che abbiamo seguito fino a qui) e la necessità di rappresentare compiutamente il lavoro creativo, in termini di mansioni e professioni svolte, è quello proposto dal cosiddetto "modello del tridente creativo", maturato da studiosi australiani e sviluppato da ricercatori britannici nel primo decennio dei duemila. Secondo questo modello la forza lavoro culturale e creativa si suddivide in tre gruppi. Gruppo A: la popolazione occupata che svolge una professione culturale e creativa e lavora in questo settore (ad esempio un giornalista occupato nella redazione di un quotidiano o un ballerino che lavora in una determinata compagnia). Questo gruppo rappresenta la quintessenza del lavoro creativo, quello in cui la dimensione settoriale e quella lavorativa coincidono senza alcun dubbio; Gruppo B: la popolazione occupata che svolge una professione culturale e creativa, ma lavora in un settore diverso da quelli ICC (ad es. un designer di moda che lavora in un'azienda di abbigliamento). L'esistenza stessa di questo gruppo conferma la pervasività della dimensione creativa che non si limita a concentrarsi nei settori creativi, ma si propaga verso imprese di altri settori e con caratteristiche spesso molto diverse da quelle a cui siamo abituati nei settori creativi; Gruppo C: la popolazione occupata in un settore ICC, ma che non svolge una professione creativa (ad es. il responsabile amministrativo di un teatro). Queste professioni sono funzionali all'esercizio del lavoro creativo, ma non sarebbero coinvolte direttamente nel processo creativo stesso.
- Nel 2017 in Emilia-Romagna il tridente creativo, sulla base delle stime elaborate a partire dai microdati ad uso pubblico della Rilevazione sulle forze di lavoro dell'ISTAT, conta circa 141-160mila occupati, una quota compresa tra il 7-8% dell'occupazione totale regionale. Come è evidente si tratta di una prima stima indicativa del peso del lavoro culturale e creativo soggetta ad ulteriori perfezionamenti ed affinamenti, che ha il solo scopo di evidenziare aspetti importanti per il dibattito in questo ambito.
- Nell'ambito del tridente, le professioni creative (A+B) rappresentano una quota compresa tra il 5-

---

<sup>87</sup> Fonte: Unioncamere Emilia-Romagna/ SMAIL

6% dell'occupazione totale regionale (102-121mila occupati) e il 72-76% dell'occupazione del tridente culturale/creativo, la maggior parte dei quali impiegati nei settori non creativi. Gli occupati nei settori creativi (A+C) sono stimati attorno ai 79mila (4% dell'occupazione regionale; il 49-56% dell'occupazione del tridente culturale/creativo), distribuiti più o meno equamente tra professioni creative e non creative. Pur considerando le diverse metodologie, vale la pena sottolineare che l'ordine di grandezza degli occupati nei settori creativi (A+C) è in linea con il valore degli addetti nei settori delle ICC standard (senza il comparto della distribuzione) visti in precedenza, in entrambi i casi attorno alle 80 mila unità.

- In termini dinamici, rispetto al 2014 si evidenzia in regione una dinamica occupazionale positiva. Se in termini di quota % sull'occupazione totale, il peso del tridente culturale/creativo – considerato nella sua perimetrazione più ampia - resta sostanzialmente stabile, come numerosità sono stimati in crescita di circa il +5,6%, dinamica positiva più intensa di quanto osservato sull'occupazione complessiva (+3,2%). All'interno del tridente, si osserva una crescita sostenuta in particolare degli occupati in professioni non creative impiegati nei settori creativi (gruppo C), seguita dagli occupati con professioni creative impiegati in settori creativi (gruppo A). In diminuzione, invece gli occupati con professioni creative nei settori non creativi.
- L'analisi dei flussi delle Comunicazioni Obbligatorie, derivanti dall'archivio SILER<sup>88</sup>, ci consente di ottenere ulteriori informazioni. Nell'ambito del lavoro dipendente e del lavoro parasubordinato, in Emilia-Romagna, nel corso del 2017 si contano in tutto 38,7 milioni di giornate di contratto – pari a circa l'8,5% delle giornate di contratto dell'intero sistema produttivo regionale - riconducibili al tridente culturale e creativo. Il numero maggiore di giornate si concentra – come già osservato per i lavoratori– nelle professioni creative impiegate nei settori non creativi (gruppo B): circa 22,2 milioni di giornate, il 57,4% delle giornate del tridente, il 4,9% delle giornate di contratto totali. Seguono le giornate abbinata alle professioni non creative impiegati in settori creativi (gruppo C): 9,5 milioni, il 24,5% del tridente e il 2,1% delle giornate totali. Il terzo gruppo per numerosità è invece quello delle professioni creative impiegati in settori creativi (gruppo A): 7,0 milioni di giornate, pari al 18,1% del tridente e all'1,5% dei lavoratori totali.
- Rispetto al 2014, nel corso del 2017 il numero di giornate di contratto nell'ambito del tridente culturale e creativo è cresciuto di circa 83,8 mila unità, una variazione pari allo 0,2%, inferiore quindi a quella rilevata in termini di lavoratori (+5,6% con ISTAT). Al netto delle differenti fonti informative utilizzate, questo dato sembra suggerire un aumento del turnover dei lavoratori ovvero della parcellizzazione del volume di lavoro svolto in capo ad un numero crescente di lavoratori.
- Si segnala che le industrie culturali e creative impiegano una forza lavoro mediamente più giovane rispetto a quella dell'intera regione e che evidenzia livelli di *skills* (scolarizzazione formale + competenze professionali), superiori alla media della forza lavoro attiva in Emilia-Romagna.

---

<sup>88</sup> Ciascuna CO ingloba una serie di informazioni relative all'azienda (sede operativa), al lavoratore (non necessariamente residente nella stessa sede del datore di lavoro) ed alle caratteristiche del lavoro che viene attivato. Di conseguenza la banca dati del SILER può offrire una serie dettagliata e completa di informazioni quantitative e qualitative sull'evoluzione della domanda di lavoro dipendente e parasubordinato delle imprese con sede in Emilia Romagna.

- L'analisi, pur nella varietà delle banche dati utilizzate, restituisce un quadro coerente delle recenti dinamiche economiche e occupazionali relative all'industria culturale e creativa ed in linea con i macro-trend dell'economia regionale (e non solo). Negli ultimi anni, pur nell'ambito di un contesto macro segnato dalla crisi economica internazionale, sono risultati in crescita i comparti e le professioni connesse alla produzione di software, alla consulenza e altre attività informatiche, oltreché l'insieme delle attività legate all'ingegneria, al design e alla progettazione tecnica. Al contrario si riducono alcuni settori tradizionali (spesso spiazzati dall'innovazione tecnologica e dal protagonismo dei nuovi grandi *players* globali) quali le Attività editoriali, la Produzione cinematografica, televisiva, musicale e radiofonica, le Attività e professioni artigiane (tra gli altri sarti e tessitori, falegnami e vasai, artigiani delle calzature, stuccatori e decoratori ecc...).
- Le previsioni per il 2018-2020 indicano una ripresa dell'ICC nel suo complesso, con una crescita produttiva che presenta una significativa accelerazione rispetto agli anni precedenti (1,7% in media d'anno). Tutte le branche tornerebbero a crescere, anche se con una diversa intensità. Studi di architettura e ingegneria, Stampa e Informatica sono le branche più dinamiche, mentre Produzione cinematografica e Attività creative rimangono i fanalini di coda. La dinamica occupazionale riflette in larga misura quella produttiva, ma con alcune specificità. In previsione ci si attende un ulteriore miglioramento della dinamica occupazionale (+0,9% in media d'anno nel 2018-2020), trainata dalle tre branche che creano più occupazione: l'Informatica, gli Studi di architettura e d'ingegneria e le Altre attività professionali. Non a caso si tratta di branche che sono tra quelle che hanno una struttura della domanda più orientata verso i servizi alle imprese e che quindi sono più di altre trainate dalla ripresa complessiva dell'industria e dei servizi.

## 5. Città, città creative, Smart cities

### 5.1 Misurare le città

Il saggio di Mariangela Dalfovo in questo rapporto evidenzia come non sia solo il contesto organizzativo ad avere effetti sulla creatività, ma anche il contesto più allargato, quello che si sviluppa con agenti esterni all'organizzazione culturale e creativa.

Nel suo recente volume Fabrizio Montanari si pone esplicitamente l'obiettivo di "creare un ponte tra gli studi organizzativi che hanno adottato una prospettiva sociale di creatività e quelli di geografia economica e sociologia urbana che hanno affrontato il tema della creatività nei contesti territoriali, cercando di sfruttarne le potenziali complementarità" (Montanari, 2018, pag 89). In questo ambito particolare attenzione viene rivolta ai cosiddetti third places, i quali comprendono un insieme variegato di spazi di socializzazione e di incontro che assumono un ruolo centrale nello sviluppo di progetti di innovazione e creativi.

Nel lungo testo introduttivo alla ricerca del 2012 Roberto Grandi concentrava la propria attenzione sulla letteratura emergente in merito al cultural planning ed alla città creativa evidenziando quelle che venivano considerate pre-condizioni o condizioni per l'emergere di una città creativa (definizione come vedremo di per sé instabile, se di creatività stiamo parlando):

"I fattori che venivano e vengono generalmente considerati in letteratura hanno a che vedere con:

1. "La prossimità e l'accesso a una varietà di saperi, idee e competenze professionali altamente qualificate. Tutto questo appare strettamente legato alla presenza di elementi come università, centri di ricerca, servizi avanzati (Santagata et al. 2009: 65).
2. La presenza di un tessuto imprenditoriale innovativo e "una base finanziaria adeguata che permetta iniziative sperimentali senza regolamenti troppo stretti" (Landry 2008: 140). Questa può essere considerata, certamente, una delle condizioni che rendono possibile la nascita di nuove imprese con una certa continuità.
3. La presenza di quella classe creativa i cui indicatori, a parere di Richard Florida sono: talento, tecnologia, tolleranza. Il successo del testo di Florida, che presenta degli spunti interessanti per definire le caratteristiche dei milieu creativi, è dovuto, principalmente, alla sua presunta efficacia operativa e predittiva resa possibile dagli indici di talento, tecnologia e tolleranza che ricava nelle sue analisi e che utilizza per classificare le città in un continuum che va da quelle più creative a quelle meno creative<sup>3</sup>. L'alta notiziabilità di queste classifiche e l'illusione che forniscano, soprattutto ai politici e ai pubblici amministratori, quadri sufficientemente rappresentativi della realtà hanno portato ad una sopravvalutazione della ricerca complessiva di Richard Florida. Considerato che quella che chiama classe creativa è parte del milieu creativo è utile approfondirne le caratteristiche. Richard Florida (2002: 8) definisce in primo luogo "il nucleo centrale della classe creativa che include gli scienziati, gli ingegneri, gli architetti, i designer, gli educatori e formatori, gli artisti, i musicisti, chi si dedica all'entertainmet e coloro la cui funzione economica è creare nuove idee, nuova tecnologia e/o nuovi contenuti. Attorno a questo nucleo, la classe creativa si compone anche di un gruppo più ampio di professionisti creativi nel business,

nella finanza, nella attività normativa, salute e campi correlati". Si tratta, sempre a parere di Florida (Ibidem: 8): "di persone impegnate nella soluzione di problemi complessi che coinvolgono una grande quantità di giudizi ed opinioni indipendenti e che richiedono alti livelli di formazione o capitale umano. Inoltre tutti i componenti della classe creativa – sia che siano artisti o ingegneri, musicisti o informatici, scrittori o imprenditori – condividono un ethos creativo comune che valorizza la creatività, l'individualità, la differenza e il merito. Per i componenti della classe creativa ogni aspetto ed ogni manifestazione di creatività – tecnologica, culturale e economica – è interconnessa e inseparabile". Questo "sentire comune" è particolarmente significativo allorché un territorio si propone di attrarre talenti che abbiano le caratteristiche della classe creativa di Florida<sup>89</sup>.

4. Processi efficaci di diffusione dell'istruzione e densità di competenze ad alta qualificazione (Glaeser 2001) anche in riferimento alla totalità della forza lavoro. Questa caratteristica supera, in parte, uno dei limiti del concetto di classe creativa di Richard Florida che non considera come l'esistenza delle condizioni urbane che favoriscono la presenza di una consistente classe creativa nascondono la necessità funzionali al mantenimento e sviluppo di una classe creativa forse altrettanto consistente numero di lavoratori con mansioni ripetitive e bassi salari.
5. "Consumi evoluti legati ad attività creative, ricreative e culturali. Si tratta di consumi legati a una maggiore predisposizione delle persone a spendere in questo genere di attività" (Santagata et al. 2009: 69). Città con queste caratteristiche hanno più elevate capacità di attrarre la "classe creativa" che vede questi luoghi non solo come piacevoli da vivere ma anche come l'occasione, essendo frequentati da persone con caratteristiche simili alle loro, di realizzare incontri e scambi di idee che costituiscono la materia prima della creatività. Questa tesi è espressa in maniera convincente da Elizabeth Currid (2007) riferita a New York City<sup>4</sup> ma, in proporzioni diverse, è applicabile a tutte le città con una densità elevata di "classe creativa".
6. "Un ambiente multidisciplinare e sinergicamente dinamico che ponga in relazione gli sviluppi nei campi delle scienze e delle arti" (Landry 2008: 140).
7. Instabilità strutturale in quanto le città creative sono luoghi non stabili e non confortevoli dove, come sostiene Hall (1998), le routine sono continuamente minacciate dalle classi creative.
8. Varietà e convivenza di culture e stili di vita diversi che favoriscano contesti sociali tolleranti, grazie anche alla presenza di processi comunicativi informali e spontanei.
9. Forte apertura culturale nei confronti di persone e idee perché "è soprattutto dagli influssi esterni che si stimolano i contesti esistenti a confrontarsi e rigenerarsi continuamente, impedendo la cristallizzazione di norme e di abitudini che col tempo divengono obsolete e imbrigliano la creatività" (Santagata et al. 2009: 73). (Ervet, 2012, pag 28-29)

Dalle diverse riflessioni fornite risulta evidente il riconoscimento di una fondamentale importanza delle città nello sviluppo del sistema culturale e creativo ed allo stesso tempo la consapevolezza che il sistema culturale e creativo può essere un fattore determinante per la rigenerazione urbana o di

---

<sup>89</sup> Florida ha recentemente rivisto il proprio approccio evidenziando in realtà come si stia assistendo ad una crescita della disuguaglianza all'interno delle città.

aree vaste. Come anticipato, questo aspetto diviene uno stimolo particolare per cercare un sistema di misurazione evoluto della condizione e dello stato culturale e creativo delle città.

Luoghi, città, territori sono quindi parole chiave su cui pensare le politiche, ma anche riferimenti obbligati per attività di ricognizione sistematica di variabili ed indicatori.

Si tratta come è evidente di una operazione che presenta tratti di arbitrarietà sia per quanto concerne l'individuazione delle dimensioni da valutare che dei singoli indicatori, ma che in ogni caso suscita un grande interesse.

“La funzione è davvero la ragione d’essere della città (Munford, 1961), tuttavia di rado in una città una funzione prevale nettamente sulle altre. Pertanto il tentativo che è stato fatto da alcuni urbanisti di classificare le città a partire dalle funzioni predominanti in ciascuna di esse è fallito in partenza, dal momento che la principale caratteristica della città risiede proprio nella combinazione e integrazione di più funzioni tra loro –religiosa, politica culturale, economica, industriale, residenziale, ecc. – che contribuiscono tutte a definire il volto di una città” (cit. De seta<sup>90</sup>, pag 112).

Se questo è vero, l’accentuazione di una delle funzioni delle città deve essere inteso come la lente di ingrandimento non tanto come una caratterizzazione esclusiva. Una città non è mai solamente culturale e creativa, ma è prima di tutto una città. Questo aspetto non va mai dimenticato.

---

<sup>90</sup> Cesare De Seta, La città. Da Babilonia alla smart city, Rizzoli, 2017.

## 5.2 Cultural Creative Cities Monitor

L'indicazione di dimensioni abilitanti o di pre-condizioni per lo sviluppo chiama immediatamente un interesse per la misurazione di questi aspetti, attività su cui si sono sperimentati diversi analisti e più recentemente la commissione europea.

Il riferimento obbligato per questo tipo di analisi è infatti dato dal Cultural and Creative Cities Monitor della Commissione Europea nella sua edizione del 2017. Lo studio prende a riferimento 168 città con popolazione superiore ai 50 mila abitanti per 30 paesi europei (EU 28 più Norvegia e Svizzera) scelte sulla base di diversi criteri (le 93 città che sono state Capitali Europee della cultura o che in ogni caso sono state inserite nelle shortlist di valutazione, 22 città creative Unesco, 53 città che ospitano almeno due festival culturali internazionali), di diverse dimensioni (la maggioranza sono città di piccola o media dimensione, il 43% ha meno di 250.000 abitanti). Il progetto peraltro mette a disposizione un tool che consente di stimare gli indicatori anche per le città non comprese nello studio.

Nelle premesse dello studio si evidenzia il fatto che l'obiettivo non è tanto quello di stilare classifiche di merito, ma semmai:

- Di supportare i policy makers nell'identificare i punti di forza e di debolezza in modo da definire meglio le proprie politiche e di favorire lo scambio e la contaminazione di esperienze positive in questo ambito; questo aspetto trae forza dalla consapevolezza della forte autonomia di intervento delle città su questo particolare ambito e al contempo della necessità di valorizzare al massimo buone pratiche in tal senso.
- Di svelare l'importanza ed il peso della creatività come vettore di crescita e valorizzare gli effetti del clustering e delle esternalità che vengono prodotte in questo ambito.
- Di fornire un riferimento per nuovi studi e approfondimenti in merito alla relazione fra città e sviluppo della cultura e creatività.

### **Il modello del Cultural and creative monitor**

L'individuazione di indicatori di riferimento non è naturalmente semplice. Il campo di osservazione è infatti caratterizzato da città che si distinguono per condizioni molto diverse, dalle grandi capitali in cui si localizzano naturalmente buona parte dei quartieri generali delle imprese culturali e creative di grandi dimensioni come Londra o Parigi, alle città storiche, come Firenze o Atene, che si distinguono principalmente per l'addensamento nella presenza del capitale culturale, a città che si inseriscono nel novero delle valutate come conseguenza di una scelta strategica che hanno invece recentemente operato investendo molto in cultura per uscire spesso da crisi post-industriali, come Nantes o Essen.

Il concetto di città culturale e creativa si differenzia inoltre a quello di Smart City che come vedremo nel paragrafo successivo tende a mettere in primo piano il ruolo delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione.

La scelta degli indicatori è stata fatta partendo da un'analisi della letteratura e tramite il coinvolgimento di esperti e stakeholder. Dai primi 200 si è così giunti a 29 indicatori scelti in base ad

un concetto di rilevanza e bontà delle fonti statistiche riferibili a nove dimensioni e tre ambiti principali riassunte nell'immagine seguente.



È interessante in primo luogo prendere a riferimento lo schema principale che si articola su tre ambiti:

- a) Cultural Vibrancy, ambito che misura da un lato la presenza di infrastrutture culturali e dall'altro il livello di partecipazione alle attività culturali. Nell'ambito della prima dimensione (cultural venues and facilities) vengono misurate la presenza di beni culturali e artistici, la presenza di musei, di cinema, il numero di rappresentazioni artistiche e la presenza di teatri. Per quanto riguarda la Cultural Partecipation and attractiveness, si misura il numero di presenza di turisti in hotel o simili, i visitatori ai musei, la partecipazione a proiezioni cinematografiche, la percentuale di persone soddisfatte rispetto all'offerta culturale della città
- b) Creative Economy, ambito che misura quanto siano presenti le industrie culturali e creative all'interno della città e quanto contribuiscano al valore aggiunto e alla capacità di creare lavoro. Le dimensioni considerate sono tre: l'occupazione nei settori creativo o knowledge based (occupati nei settori delle arti, cultura e intrattenimento; occupati nel settore dei media, occupati in altri settori creativi); capacità innovativa misurata in termini di Brevetti ICT depositati e o di Community Design applications depositati; gli occupati in nuove imprese nei settori culturali, nei media e negli altri settori creativi
- c) Enabling Environment, ambito con cui si valuta la presenza di asset tangibili e intangibili che favoriscono l'attrazione di talenti e stimolano la produzione culturale. In particolare in questo ambito si misura la dimensione del capitale umano (studenti con educazione terziaria in arts e humanities sul totale, studenti con educazione terziaria nelle tecnologie della comunicazione, presenza di università in 4 diversi ranking internazionali); quella della Openess, tolerance e trust (laureati stranieri sul totale; percentuale della popolazione straniera; percentuale della

popolazione che risponde positivamente all'affermazione che la presenza di stranieri è un bene per la città o che affermano che gli stranieri presenti in città sono ben integrati; percentuale della popolazione che affermano che ci si può fidare della maggior parte delle persone presenti in città); la presenza di collegamenti locali e internazionali (numero di passeggeri all'aeroporto, accessibilità stradale; accessibilità ferroviaria); la qualità della governance (indicatore sintetico della qualità del governo in tre ambiti: educazione, salute e law enforcement).

I 29 indicatori sono stati standardizzati generalmente per abitanti e i tre macro ambiti sono stati pesati (cultural vibrancy 40%, cultural venues 40%, enabling environment 20) per giungere ad un indice sintetico e standardizzato.

La sintesi dei pesi è rappresentato nello schema che segue.

Sub-indices	Dimensions	Indicators
1. Cultural Vibrancy	1.1 Cultural Venues & Facilities	1 Sights & landmarks
		2 Museums
		3 Cinema seats
		4 Concerts & shows
		5 Theatres
	1.2 Cultural Participation & Attractiveness	6 Tourist overnight stays
		7 Museum visitors
		8 Cinema attendance
		9 Satisfaction with cultural facilities
2. Creative Economy	2.1 Creative & Knowledge-based Jobs	10 Jobs in arts, culture & entertainment
		11 Jobs in media & communication
		12 Jobs in other creative sectors
	2.2 Intellectual Property & Innovation	13 ICT patent applications
		14 Community design applications
	2.3 New Jobs in Creative Sectors	15 Jobs in new arts, culture & entertainment enterprises
		16 Jobs in new media & communication enterprises
	17 Jobs in new enterprises in other creative sectors	
3. Enabling Environment	3.1 Human Capital & Education	18 Graduates in arts & humanities
		19 Graduates in ICT
		20 Average appearances in university rankings
		21 Foreign graduates
	3.2 Openness, Tolerance & Trust	22 Foreign-born population
		23 Tolerance of foreigners
		24 Integration of foreigners
		25 People trust
	3.3 Local & International Connections	26 Passenger flights
		27 Potential road accessibility
		28 Direct trains to other cities
	3.4 Quality of Governance	29 Quality of governance

## I principali risultati del CCC Monitor

L'aspetto interessante del lavoro presentato è segnalare che i risultati ottenuti sono in parte controintuitivi rispetto alle attese. Come in maniera molto appropriata si dice nel rapporto, la città culturale e creativa ideale non esiste, o meglio, "è la sintesi di almeno 8 città, la maggior parte delle quali di piccola o media dimensione. La città ideale infatti dovrebbe avere la presenza di cultural venues di Cork, la presenza di settori creativi e di partecipazione culturale di Parigi, la capacità di innovare di Eindhoven, la capacità di produrre nuova occupazione di Umea, Il capitale umano di Leuven, La tolleranza di Glasgow ed il livello di governance di Copenhagen".

In particolare:

- Parigi risulta la città al ranking più alto nelle città sopra al milione di abitanti; Copenhagen in quella da 500 mila ad un milione; Edinburgo nelle medie (250-500.000) e Eindhoven nelle medio piccole (50.000 – 250.000). Il nord europa è quindi il protagonista del CCI.
- Contrariamente a quanto atteso la dimensione della città non determina la prestazione in questo ambito. Nel complesso le città medio piccole performano relativamente bene rispetto alle grandi soprattutto per quanto riguarda le dimensioni della Vivacità culturale e dell'ambiente favorevole; mentre le grandi città si distanziano soprattutto per quanto riguarda la presenza delle imprese culturali e creative.
- Le capitali generalmente sono al top del ranking, anche se in diversi casi piccole città al di sotto dei 500.000 abitanti superano i risultati delle capitali. E' il caso di Bologna e Firenze in Italia, di Linz in Austria, Leuven in Belgio, ad es. questo risultato è particolarmente significativo per quanto concerne la vivacità culturale dove in ben 15 paesi sono città non capitali a risultare le più performanti. Questo sembra in un qualche modo affermare a differenza di quanto si può immaginare un modello policentrico, in cui prevale la dimensione di specializzazione e attrattività piuttosto che quella dimensionale pura. Le capitali invece continuano ad avere livelli di specializzazione elevata per quanto concerne le industrie culturali e creative, dove evidentemente pesano maggiormente le economie di agglomerazione.
- Le città monitorate hanno più occupati, più giovani (l'8% in più), molti più studenti e molti più laureati, più stranieri della media delle città europee a cui possono essere confrontate

Inoltre, sussiste una forte correlazione positiva fra la posizione dell'indice sintetico e il Pil pro capite e fra questo e l'andamento del Pil stesso. Cultura e Creatività e livello di reddito sembrano quindi positivamente correlate. Nel complesso per ogni punto addizionale dell'indice C3 (l'indice sintetico) sono associati 750 euro di pil aggiuntivo. Questa associazione è positiva anche se dal campione delle CCI vengono escluse le città capitali.

## Il posizionamento delle città emiliane nel sample

Il progetto europeo mette a disposizione degli utenti un tool per poter valutare il posizionamento delle città con riferimento agli indicatori proposti. Le città emiliane analizzate sono Bologna, Parma e Ravenna. La situazione delle città emiliane è rappresentata nelle figure successive. Bologna spicca negli indicatori collegati all'educazione e alla concentrazione di industrie culturali e nella creazione di posti di lavoro in questo ambito. Parma evidenzia buoni risultati negli indicatori sul patrimonio

culturale e nella cultural vibrancy, così come positiva è la posizione di Ravenna in questi ambiti, riflettendo il particolare posizionamento di queste città nell'ambito delle medie culturali. Tutte le città emiliane risultano al di sotto dei livelli medi del proprio gruppo sugli indicatori (per certi versi più difficilmente analizzabili) come quelli di Openess and trust.

Fig.1 – Bologna



Fig.2 – Parma

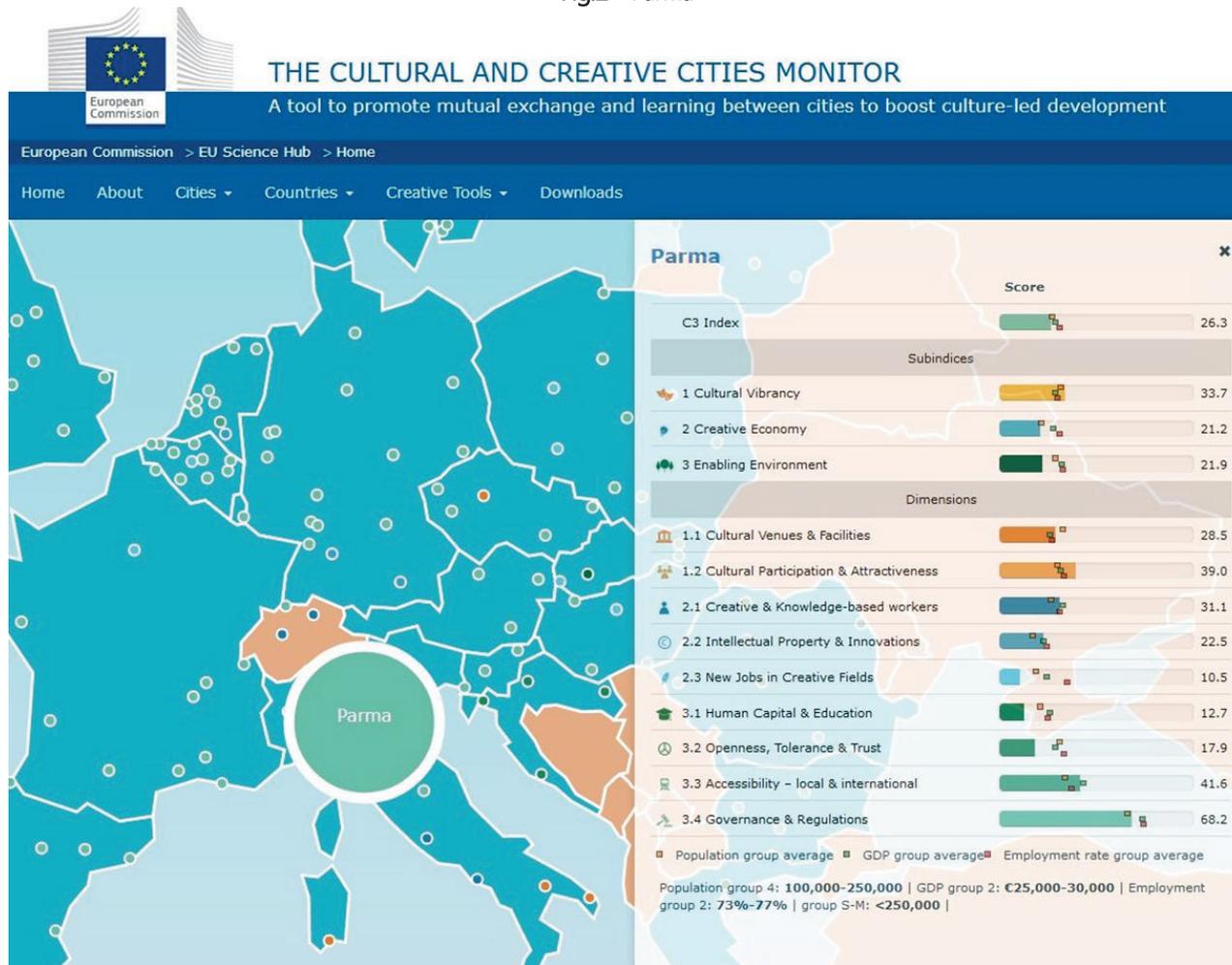


Fig3 – Ravenna



## Un commento

Come anticipato, la misurazione di un indice della creatività per le città è esercizio difficile e sempre soggetto a critiche. Instabile per definizione, perché indefinibile l'oggetto di misurazione, sempre in mutamento. L'indubbio merito del CCI monitor è quello di provare a definire un benchmark con cui confrontarsi anche allo scopo di migliorare la valutazione, tenuto conto che, come più volte ribadito dagli autori, il problema non è tanto quello di stilare delle classifiche, quanto di capire in che modo si sviluppano dimensioni che possono incidere sulla partecipazione culturale della cittadinanza e dello sviluppo delle ICC (che dovrebbero essere identificati come i due obiettivi principali di uno sviluppo basato sulla cultura e la creatività).

I rilievi che vengono avanzati vanno quindi visti non tanto come una critica al sistema di misurazione, quanto semmai come una traccia per il lavoro che può essere fatto successivamente per migliorare la comprensione dei fenomeni.

1. Una prima area di lavoro si riferisce alla analisi e alla valutazione dei processi che conducono alle storie di successo, Il modello accentua le dimensioni delle pre-condizioni abilitanti lo sviluppo di una città creativa ed in un qualche modo gli esiti di una specializzazione di questo tipo, mentre non può fare nulla sulla misurazione dei processi che si attivano e delle caratteristiche di questi processi. Dietro molte delle storie che vengono raccontate in questo rapporto l'elemento fondamentale è il processo che conduce al risultato e le condizioni abilitanti di questo processo, mentre è evidente a tutti che la creatività può essere identificata solamente ex post, quando ha trovato un dispiegamento effettivo.
2. Una seconda area di lavoro ha a che vedere con i dati. Il problema principale di un lavoro che pone a confronto città sparse su tutto il continente è quello di poter disporre di dati in grado di rappresentare i fenomeni di qualità e confrontabili. Questo inevitabilmente limita le possibilità di azione per chi opera su livelli internazionali, libertà di azione che invece è ben più ampia per chi opera a livello locale e può disporre di fonti aggiuntive e puntuali. In questo senso le informazioni raccolte ad esempio dall'osservatorio della cultura e creatività sul patrimonio culturale possono essere molto utili per facilitare l'analisi.
3. L'indicatore composito presentato ha evidenti limiti nel campo dell'innovazione. L'attenzione ad un fenomeno circoscritto e per certi versi controverso come quello della registrazione dei brevetti, pone in secondo piano altri aspetti, come ad esempio la disponibilità di spazi e aree per l'innovazione. Questa scelta, che è chiaramente dovuta all'assenza di dati disponibili e confrontabili, può essere a livello locale integrata, essendo il rapporto fra innovazione e creatività e i luoghi costruiti in questo ambito molto promettente dal punto di vista analitico
4. Un quarto ambito di lavoro ha a che vedere con la trasformazione digitale. La presenza di connettività a banda larga o ultralarga, l'accesso al mondo digitale rappresentano una pre-condizione oggettiva per la partecipazione culturale moderna e per lo sviluppo delle imprese culturali e creative. Per questo motivo nel paragrafo successivo il ragionamento proposto in materia di città creative viene integrato con quello sulle cosiddette Smart cities, come funzione abilitante allo sviluppo dei settori creativi

5. Il sistema di indicatori europeo è stato costruito con un processo che prevedeva una partecipazione necessariamente limitata. In realtà, la definizione stessa di indicatori può essere soggetta a processi di partecipazione che possono migliorare la capacità di lettura dei fenomeni, soprattutto a livello locale. Questo evita la critica relativa alla identificazione di un modello idealtipico a cui adeguarsi. Questo adeguamento potrebbe consentire di valutare meglio quelle che sono le singole specializzazioni (a partire dai primi tre macro aggregati di riferimento i grandi centri di produzione culturale, le città storiche, le città che hanno scelto la cultura come driver di posizionamento).
6. Il modello prende a riferimento le singole città; uno dei grandi problemi è lo sviluppo di dimensioni di rete o di specializzazione reciproca in una base policentrica. Alcune città, in sistemi policentrici, con distanze fra i centri modeste, possono operare secondo modelli di specializzazione relativa, che tenderanno a veder accentuate alcune dimensioni rispetto ad altre. La maggior parte delle ricerche sulla creatività si concentra sulle città, mentre poco viene detto sulle aree vaste. In questo contesto una strategia regionale che valorizzi le specializzazioni policentriche sarebbe più opportuna ed in questo senso richiederebbe uno sforzo di analisi aggiuntivo. Per valutare gli effetti di rete, alcune dimensioni rilevanti da indagare sarebbero quelle che hanno a che vedere con la diffusione delle informazioni, con la valutazione sulle reti di innovazione tecnologica e sociale, la presenza di progetti di cooperazione intra-regionale, la percezione di una vision regionale che valorizzi le identità locali, ecc
7. Il modello non tiene in considerazione il ruolo di attori "informali" come le associazioni/ le imprese no profit che hanno un ruolo significativo nello sviluppo della dimensione culturale e creativa. Il cosiddetto capitale sociale territoriale, l'esistenza di reti e network a livello locale sono allo stesso livello della cultural vibrancy un elemento di centrale importanza per lo sviluppo di città creative, come si è evidenziato in diverse altre parti di questo rapporto.

Come già anticipato non si tratta in alcun modo di critiche al modello proposto, ma semmai tracce di lavoro per realizzare forme condivise di analisi e misurazione del posizionamento delle città e della replicabilità, in una dimensione policentrica come quella emiliano romagnola, di idee e modelli di azione.

## 5.3 Smarter: città intelligenti per città creative

### Premessa

La Regione Emilia-Romagna da vari anni è impegnata nel monitoraggio dello stato di sviluppo dell'e-government a livello locale allo scopo di definire e migliorare le proprie politiche di intervento infrastrutturali e non in questo ambito. Questo progetto di monitoraggio si è nel tempo progressivamente ampliato, in parallelo con l'attuazione delle politiche regionali, alla misurazione di varie condizioni abilitanti ai percorsi di e-government (banda larga, scuole ed aree industriali connesse, wi-fi pubblico), e ad altri aspetti specifici, come le competenze digitali, che vengono considerate barriere al pieno utilizzo dei servizi digitali messi a disposizione dalle pubbliche amministrazioni. Tutto ciò è funzionale, in ottica di "ciclo virtuoso", alla definizione e finalizzazione delle azioni e degli interventi previsti nell'Agenda Digitale Regionale (di cui si parla diffusamente in un paragrafo successivo), atto programmatico previsto anche a livello europeo e italiano e nel quale si integra e prende le mosse in merito ai target ed agli obiettivi quantitativi e qualitativi da raggiungere.

Negli ultimi anni, ICT, e-government e più in generale la società dell'informazione sono considerati sempre più elementi fondamentali delle *smart cities*, o "città intelligenti", secondo una delle accezioni più diffuse, pur non essendovi una definizione univoca di ciò che è una Smart City. È indubbio, però, che nell'ambito di tale concetto rientrino – in una logica integrata – altri elementi quali la sostenibilità ambientale, la partecipazione, la condivisione delle scelte, la mobilità alternativa, una qualità della vita complessivamente migliore. L'Enciclopedia Treccani la definisce come "Smart city - Espressione usata correntemente per le strategie di pianificazione urbanistica correlate all'innovazione e in particolare alle opportunità offerte dalle nuove tecnologie della comunicazione per migliorare la qualità della vita dei cittadini. Il concetto di «città intelligente» parte dall'assunto dell'intelligenza distribuita, inscritta nello spazio pubblico, in una sorta di ridefinizione dell'antico *genius loci*. Con s. c. si tende sempre più a mettere in relazione le infrastrutture materiali delle città con il capitale umano, intellettuale e sociale di chi le abita. Un capitale potenziato e messo a sistema dalle infrastrutture immateriali del web. Nella s. c. la connettività telematica è quindi considerata una fonte di crescita e di sviluppo urbano per promuovere l'idea di città inclusiva, attraverso la promozione di nuove forme di coesione sociale. Una città sostenibile per le misure ecologiche sia di controllo sia di risparmio energetico e tesa a ottimizzare le soluzioni per la mobilità e la sicurezza grazie a pratiche d'innovazione territoriale. Una s. c. è tale in via direttamente proporzionale alla qualità della partecipazione attiva dei suoi cittadini, in un contesto in cui lo spazio pubblico della città viene interpretato con particolari forme di creatività sociale, come quelle di *urban experience* nell'interazione tra web e territorio (ambito di progettazione culturale e di azione multimediale attraverso le reti)"<sup>91</sup>.

In questo contesto, la letteratura e alcune delle metodologie di misurazione più diffuse delle cosiddette smart cities considerano fra gli indicatori anche quelli relativi all'industria culturale e creativa, non solo in relazione al fatto che al suo interno vi sono i "creatori" di contenuti digitali e per il web, ma più in generale perché l'industria creativa, la cultura e l'offerta di servizi culturali

---

<sup>91</sup> La definizione è tratta da [http://www.treccani.it/enciclopedia/smart-city\\_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/smart-city_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/)

rappresentano una dimensione della qualità della vita dalla quale non si può prescindere per realizzare una città *smart*.

Per la misurazione del livello di sviluppo del territorio regionale in ottica smart, la Regione Emilia-Romagna – Coordinamento ADER, con il supporto di ERVET, ha creato SMARTER, un indice sintetico elaborato sulla base di oltre 100 indicatori che misura la progressione verso l’obiettivo “100% digitale a zero differenze tra luoghi, persone, città”, previsto dall’Agenda Digitale Regionale ADER. L’indice pur essendo originale e peculiare, prende le mosse da alcune delle metodologie di misurazione più diffuse su questo tema (Smart City Index di EY, Icitylab di ANCI e FORUM PA, e smartcity.eu, uno dei primi progetti tesi ad individuare le modalità di misurazione delle smart city a livello europeo).

L’obiettivo che ha spinto la Regione a creare una propria metodologia è stata la necessità di misurare, ancorché con diversi approcci valutativi, tutto il territorio regionale e non solo i grandi centri: l’indice infatti è basato su indicatori per i quali sono disponibili dati per ogni Comune emiliano-romagnolo, pur non dimenticando la necessità di mantenere uno sguardo sull’Europa e sull’Italia per non perdere la “direzione giusta”, attraverso la misurazione del punto in cui si posiziona la Regione Emilia-Romagna rispetto al resto del territorio italiano e alla situazione europea (per una quota definita di indicatori). In questo contesto, pertanto, i capisaldi di SMARTER sono la valorizzazione delle strategie e delle azioni di tutto il territorio, l’integrazione di diversi aspetti (tecnologici, ambientali, istituzionali) per comprendere chi, come e cosa influenza la *smartness* di un territorio, la valutazione dell’evoluzione nel tempo e gli impatti delle politiche a sostegno dell’innovazione ed infine l’individuazione dei divari da colmare, gli ambiti prioritari su cui intervenire e le buone pratiche da diffondere e disseminare.

Fig.4 - quadro sinottico delle componenti di SMARTER

**L’INDICE COMPLESSIVO SMARTER DERIVA DALLA COMBINAZIONE DI**





Nello specifico, i 100 indicatori che compongono SMARTER sono raggruppati in 6 dimensioni “verticali” (ECONOMY, ENVIRONMENT, GOVERNANCE, LIVING, MOBILITY, PEOPLE<sup>92</sup>) e 2 dimensioni trasversali (INFRASTRUTTURE E VISION STRATEGICA). Ogni dimensione verticale ha indicatori di *smartness*, di contesto e di *smart citizenship*.

Le 6 dimensioni sono quelle tradizionali di smartcity.eu e lcitylab; e considerano indicatori quali il numero di unità locali ed addetti in generale e per settori vicini alle tematiche digitali, il verde pubblico, la raccolta differenziata, i servizi interattivi, le strutture sanitarie, le medie di utilizzo dei servizi interattivi comunali, le app, le banche del tempo, i servizi per la mobilità pubblica e privata, le fermate degli autobus e le stazioni, gli open data, ecc.

Gli indicatori di contesto considerano la presenza di fattori potenzialmente favorevoli allo sviluppo di condizioni smart, come per esempio la presenza di imprese, in particolare giovani e femminili; la qualità ambientale, la partecipazione cittadina alla vita del territorio, l’equilibrio economico dell’ente locale, la vivacità culturale e di intrattenimento del territorio, la capillarità del trasporto pubblico, il benessere economico del territorio.

Gli indicatori di *smartness* misurano la presenza di risorse umane, di infrastrutture, di servizi che gestite tramite le tecnologie ICT consentano lo sviluppo di un ecosistema in grado di proporre soluzioni ai problemi ambientali, economici, della mobilità, del vivere quotidiano nelle città. Si misura per esempio: la presenza di imprese innovative, di R&S, del settore medium-high tech, di spazi di coworking; presenza di GAS, mercati contadini a KM0, diffusione della raccolta differenziata; digitalizzazione dei processi amministrativi locali, uso dei social media per interagire con la PA; diffusione di servizi online per turismo, cultura, sanità, urbanistica; diffusione di mobilità sostenibile e servizi di infomobilità.

Gli indicatori di *smart citizenship* misurano la propensione all’uso di servizi online da parte di cittadini e imprenditori, la loro propensione all’innovazione (presenza di startup), la loro attenzione

<sup>92</sup> Economy (economia), Environment (ambiente), Governance (assetto istituzionale), Living (servizi), Mobility (mobilità / trasporti), People (persone)

all'ambiente (produzione di fotovoltaico e di imprese green); la volontà di accrescere le competenze digitali.

Gli indicatori di infrastruttura misurano la presenza e la diffusione della banda larga e ultralarga nel territorio, nelle scuole, nelle aree produttive, la diffusione dei wi-fi pubblici, ecc.

Infine gli indicatori di vision strategica misurano l'attenzione posta dalla PA LOCALE all'apertura dei dati, l'adozione di piani d'azione come AGENDA DIGITALE e PAES (piano d'azione per energia sostenibile).

A livello metodologico, i valori rilevati vengono normalizzati per renderli comparabili fra di loro e neutrali rispetto all'ordine di grandezza del dato (i valori vengono così a variare tra 0 e 100, dove 100 è il valore assegnato al comune che ha raggiunto il massimo per quell'indicatore), mentre le medie sono calcolate come medie aritmetiche dei vari indicatori sul valore normalizzato.

Secondo questo indicatore una città è smart quando l'indicatore Smarter raggiunge un buon posizionamento con riferimento a tutti gli ambiti rilevati.

L'indice SMARTER è attualmente oggetto di valutazione condivisa con il territorio (candidatura volontaria) affinché diventi uno strumento non solo regionale ma anche "locale" di programmazione delle agende digitali locali. I risultati che presentiamo devono quindi essere intesi come una prima elaborazione ancora soggetta ad ulteriori perfezionamenti.

I principali risultati emergenti dalla misurazione SMARTER sono che nei capoluoghi si conferma una maggiore concentrazione di imprese, servizi, infrastrutture e anche di capitale umano qualificato; non a caso, la contiguità con i capoluoghi facilita ed accelera la diffusione di elementi di smartness anche nei territori di minore dimensione. Infatti, salvo qualche eccezione, la dimensione e il posizionamento territoriale segnano la differenza tra comuni caratterizzati da indicatori positivi e comuni invece con valori meno positivi. (classe dimensionale dei comuni, montagna/pianura, polo/periferici, ecc.). Infine, è emerso chiaramente che l'Emilia-Romagna non è ancora un territorio a "zero differenze" tra luoghi, cittadini, imprese e città: In questo senso, è evidente che la funzione principale di SMARTER è quella di essere strumento di supporto all'individuazione di aree e ambiti di intervento prioritari.

### **Le condizioni abilitanti, la smart economy e gli elementi culturali in smarter<sup>93</sup>**

Come detto, la misurazione di SMARTER consente di capire che uno degli elementi che condiziona lo stato di sviluppo della *smartness* è la dimensione demografica dei Comuni. Il quadro che segue evidenzia chiaramente che i risultati dei Comuni di minore dimensione sono quasi sempre meno positivi rispetto a quelli dei comuni di maggiore dimensione, mentre il contesto come ambiente favorevole evidenzia un gap minore fra i Comuni del territorio.

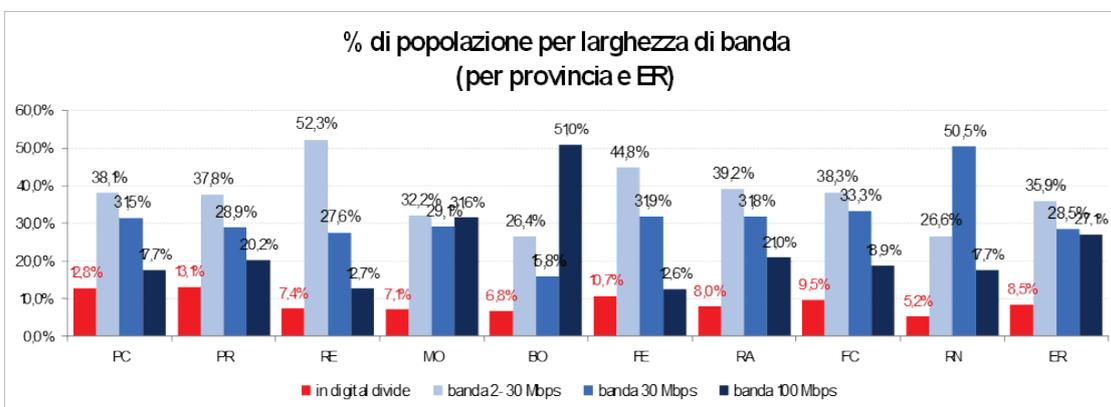
---

<sup>93</sup> Dove non diversamente indicato, i dati si riferiscono al 31/12/2017.

MEDIE COMPLESSIVE				
	contesto	smartness	smat citizenship	smarter
Comuni micro (fino a 3.000 abitanti)	29,49	10,64	17,85	20,78
Comuni piccoli (da 3.001 a 5.000 abitanti)	27,91	14,03	20,79	22,42
Comuni medi (da 5.0001 a 14.999 abitanti)	26,94	18,73	23,71	25,06
Comuni medio-grandi (da 15.000 a 49.999 abitanti)	27,77	25,54	28,11	28,94
Comuni grandi (da 50.000 abitanti in su)	36,67	47,37	35,34	42,65
Media regionale	28,23	17,96	22,80	24,76

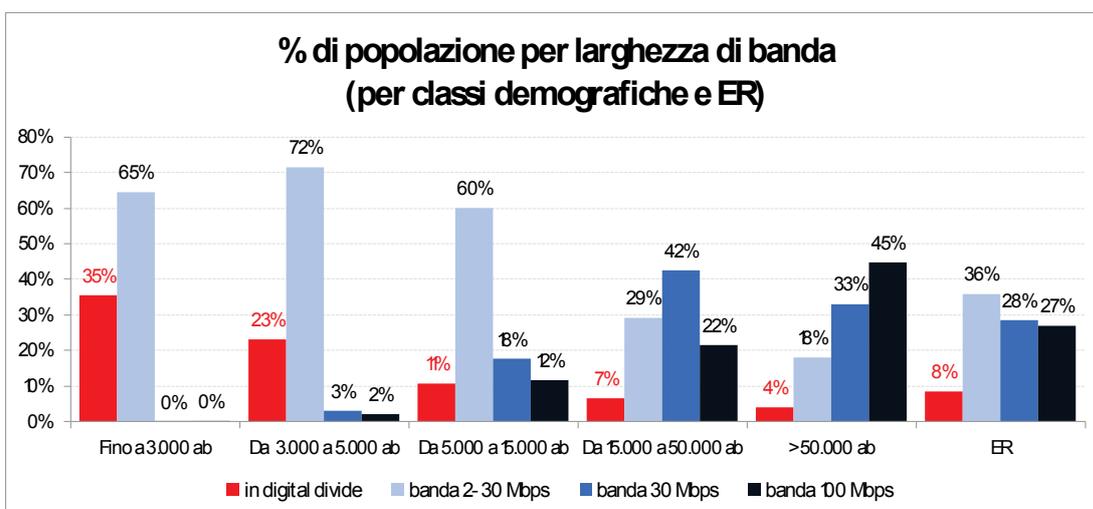
Fonte: elaborazione Coordinamento ADER

La disponibilità di banda larga (% della popolazione coperta) vede un *digital divide* all'8%, la disponibilità di banda almeno 30 Mbps al 28% e di quella almeno 1000 Mbps al 27%.



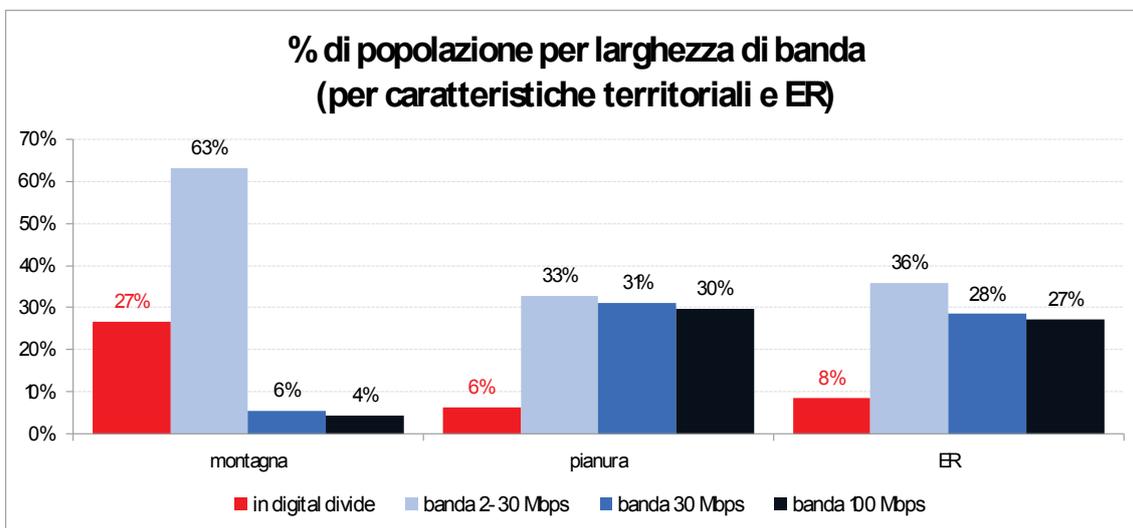
Fonte: elaborazione Coordinamento ADER su dati AGCOM al 30/10/2017

Gli stessi dati, per classe dimensionale, evidenziano come nei comuni di minore dimensione sia disponibile quasi esclusivamente la banda larga da 2-30 Mbps e vi sia ancora un discreto *digital divide* (per i comuni più piccoli fino al 35%), mentre la banda ultra larga aumenta progressivamente all'aumentare della classe dimensionale dei comuni.



Fonte: elaborazione Coordinamento ADER su dati AGCOM al 30/10/2017

Un altro fattore, ma meno determinante della dimensione demografica, è rappresentato dalle condizioni territoriali: nei territori montani è più difficile usufruire della banda ultra larga, ma il *digital divide* – ancorché elevato, quasi ¼ della popolazione che vive in comuni di montagna – risulta minore di quanto non accada nei comuni più piccoli, dove il *digital divide* supera 1/3 della popolazione ivi residente (si veda figura precedente).



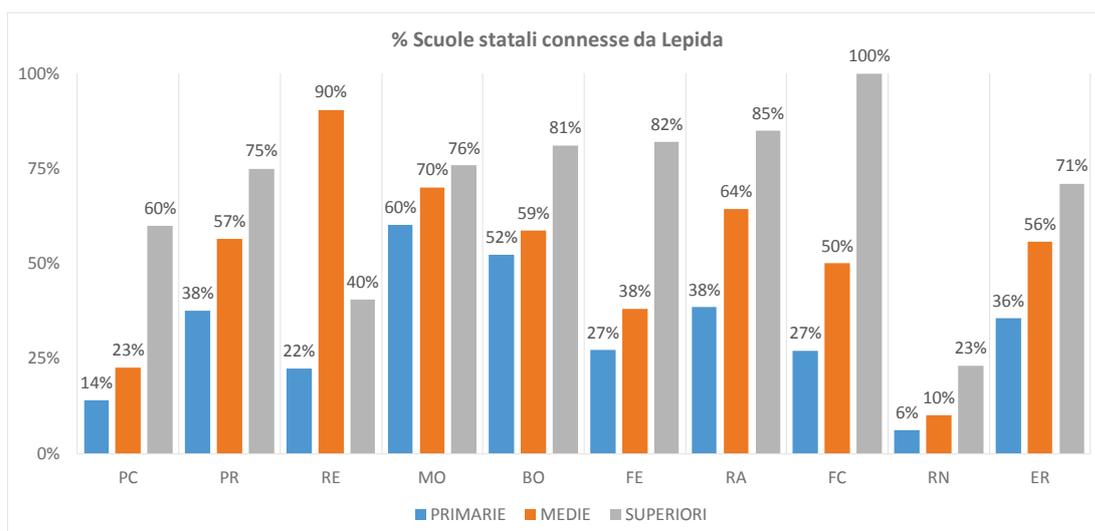
Fonte: elaborazione Coordinamento ADER su dati AGCOM al 30/10/2017

Le aree industriali sono state oggetto di particolare attenzione anche nella programmazione dei fondi strutturali, attraverso la candidatura e la successiva ammissione degli stessi agli interventi di rafforzamento da questo punto di vista. Al 30 marzo 2018, secondo i dati forniti da Lepida in relazione agli interventi già realizzati, il 31% delle aree industriali candidate al finanziamento dei fondi FESR e FEASR sono già state connesse.

AREE INDUSTRIALI CONNESSE	FESR <sup>94</sup>	FEASR <sup>95</sup>	ALTRO <sup>96</sup>	TOTALI CONNESSE
PC	5	2	3	10
PR	3	4	5	12
RE	5	2	3	10
MO	18	1	2	21
BO	12	2	11	25
FE	4	2	4	10
RA	9	0	17	26
FC	5	2	8	15
RN	0	0	0	0
<b>ER</b>	<b>61</b>	<b>15</b>	<b>53</b>	<b>129</b>
<b>% su programmato</b>	<b>38%</b>	<b>18%</b>	<b>nd</b>	<b>nd</b>

Fonte: elaborazione Coordinamento ADER su dati Lepida SpA al 30/3/2018

Ancorché con un diverso stato di attuazione per ambito provinciale, la copertura a banda larga delle scuole statali primarie, secondarie di primo grado e secondarie di secondo grado è ad un livello avanzato, seppur rimangono 2/3 delle scuole primarie (a livello regionale) ancora non connesse.



Fonte: elaborazione Coordinamento ADER su dati Lepida SpA al 30/3/2018

Gli elementi più strettamente connessi all'industria culturale e creativa ed all'offerta culturale sono variamente distribuiti nelle dimensioni di cui si compone SMARTER.

<sup>94</sup> 160 aree produttive ammesse al finanziamento sul Bando Piano Banda Ultra Larga: <http://imprese.regione.emilia-romagna.it/Finanziamenti/ricerca-e-innovazione/realizzazione-di-infrastrutture-in-fibra-ottica-per-l2019abilitazione-alla-banda-ultra-larga>

<sup>95</sup> 83 aree produttive, dichiarati nel quadro degli interventi di Lepida: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LUPah51vdrCaG4TK1CzRGJaJzrVB64NuU8M8SAc4hpY>

<sup>96</sup> Interventi soprattutto con L.R. 14/2014 non programmati con atto generale, ma realizzati su richiesta degli enti locali.

Gli addetti del settore culturale e creativo sono classificati nella dimensionale *smart people*, la cui misurazione evidenzia un maggiore gap fra i Comuni di minore dimensione ed i Comuni più grandi, che non riescono però a controbilanciare il risultato peggiore dei primi a livello di media regionale.

PEOPLE				
	contesto	smartness	smat citizenship	complessiva
Comuni micro (fino a 3.000 abitanti)	● 24,25	● 2,59	● 15,09	● 17,94
Comuni piccoli (da 3.001 a 5.000 abitanti)	● 25,86	● 4,91	● 16,07	● 19,53
Comuni medi (da 5.0001 a 14.999 abitanti)	● 26,14	● 16,45	● 20,07	● 22,65
Comuni medio-grandi (da 15.000 a 49.999 abitanti)	● 28,03	● 24,15	● 21,94	● 25,74
Comuni grandi (da 50.000 abitanti in su)	● 43,19	● 60,58	● 35,90	● 44,59
Media regionale	● 26,54	● 13,82	● 19,03	● 22,23

Fonte: elaborazione Coordinamento ADER

Gli altri indicatori relativi all'offerta culturale e creativa<sup>97</sup> sono classificati nella dimensione *smart living*, dove si evidenzia un andamento simile, ma peggiore per quanto riguarda complessivamente il contesto. Questo dato si spiega per il fatto che i valori di *smartness* sono migliori grazie alle numerose iniziative per la diffusione dell'interattività dei servizi on line, anche attraverso la predisposizione di piattaforme regionali di erogazione su tutto il territorio (ad esempio piattaforme sanitarie, ecc.). In definitiva, in una logica di valutazione integrata, gli elementi di contesto risultano, rapportati a quelli di *smartness*, complessivamente peggiori

LIVING				
	contesto	smartness	smat citizenship	complessiva
Comuni micro (fino a 3.000 abitanti)	● 19,80	● 14,11	● 41,78	● 17,00
Comuni piccoli (da 3.001 a 5.000 abitanti)	● 15,64	● 21,11	● 37,79	● 18,91
Comuni medi (da 5.0001 a 14.999 abitanti)	● 15,39	● 27,54	● 52,17	● 23,03
Comuni medio-grandi (da 15.000 a 49.999 abitanti)	● 15,65	● 32,83	● 59,90	● 26,60
Comuni grandi (da 50.000 abitanti in su)	● 21,17	● 47,22	● 37,95	● 34,13
Media regionale	● 16,79	● 24,60	● 51,53	● 21,75

Fonte: elaborazione Coordinamento ADER

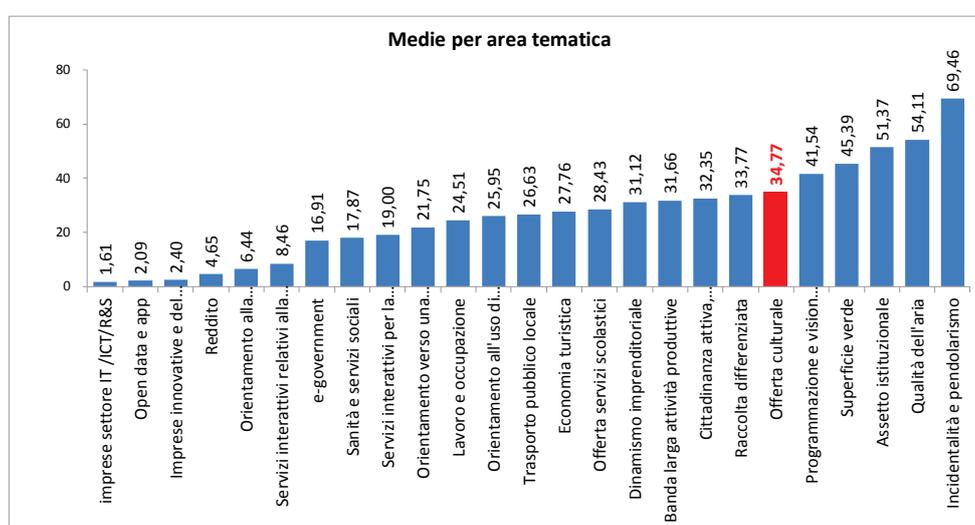
Infine, pur non essendovi indicatori specificamente attinenti all'industria culturale e creativa, merita illustrate il risultato relativo alla dimensione *smart economy*. In questa dimensione, più che nelle altre sin qui trattate, la differenza fra comuni di minore dimensione e quelli grandi risulta particolarmente evidente.

<sup>97</sup> Si tratta di: Musei per Comune, Biblioteche per 1000 abitanti, Comuni in cui è possibile consultare i cataloghi delle biblioteche e/o prenotare il prestito, Presenza di almeno un account Facebook comunali su turismo e/o eventi culturali, e indice di Biblioteca comunale come punto di diffusione della conoscenza digitale.

ECONOMY				
	contesto	smartness	smat citizenship	complessiva
Comuni micro (fino a 3.000 abitanti)	● 19,39	● 5,78	● 21,05	● 14,08
Comuni piccoli (da 3.001 a 5.000 abitanti)	● 20,11	● 6,64	● 22,30	● 14,95
Comuni medi (da 5.0001 a 14.999 abitanti)	● 21,90	● 7,91	● 24,58	● 16,54
Comuni medio-grandi (da 15.000 a 49.999 abitanti)	● 25,03	● 11,07	● 27,36	● 19,61
Comuni grandi (da 50.000 abitanti in su)	● 43,67	● 31,59	● 47,38	● 39,17
Media regionale	● 22,25	● 8,52	● 24,59	● 16,96

Fonte: elaborazione Coordinamento ADER

A livello di area tematica trattata, gli indicatori relativi all'offerta culturale raggiungono una media significativa e si collocano in posizione interessante, come risulta dal grafico che segue.



Fonte: elaborazione Coordinamento ADER

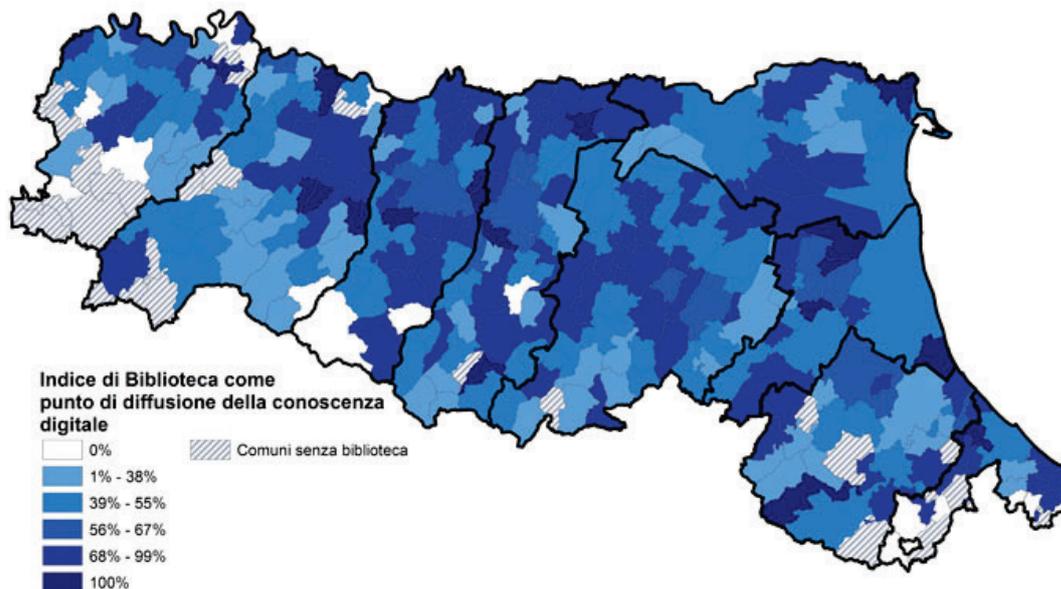
Nell'ambito della misurazione, anche in relazione all'esperienza pluriennale di misurazione del *benchmarking* dell'e-government della PA Locale, un'attenzione particolare è posta sull'erogazione di servizi interattivi on line erogati da enti pubblici, fra i quali si misurano anche quelli attinenti al settore "Cultura, sport e tempo libero"<sup>98</sup>. Complessivamente, come si può apprezzare dalla tabella che segue, il settore si colloca in una posizione mediana rispetto agli altri settori di valutazione.

<sup>98</sup> I servizi compresi nella misurazione sono Consultazione cataloghi e prestito bibliotecario, Pagamento dell'utilizzo di impianti sportivi, Pagamento di servizi bibliotecari e Richiesta di utilizzo di impianti sportivi

Settore	Numero servizi interattivi	Media comuni con servizio interattivo
Agricoltura, caccia e pesca	12	290
Avvio e gestione attività di impresa	9	226
Sanità	12	175
Ambiente	20	170
Lavoro e formazione professionale	9	165
Trasporti e mobilità	15	124
Appalti e contratti con la Pa	3	115
Servizi sociali	11	72
<b>Cultura, sport e tempo libero</b>	<b>4</b>	<b>70</b>
Istruzione, Università e diritto allo studio	14	69
Imposte e tasse	15	57
Edilizia ed Urbanistica	24	42
Servizi trasversali a più aree tematiche	14	20
Anagrafe e stato civile	16	19
Servizi elettorali	6	15
Servizi cimiteriali	5	12

Infine, nell'ambito di SMARTER viene approfondita una gamma di elementi riguardanti le biblioteche comunali pubbliche, che contribuiscono alla misurazione di ciò che è stato definito come "indice di biblioteca come punto di diffusione della conoscenza digitale". Nel corso del tempo e delle attività di misurazione di Benchmarking si è verificato che le biblioteche comunali pubbliche sono state i punti pubblici più frequentemente coperte da wi-fi nei comuni, sono i luoghi privilegiati ove si tengono i corsi di alfabetizzazione digitale (sia PEI che per altre iniziative autonome comunali), presso le loro sedi sono stati attivati i servizi di facilitazione digitale (PEI), anche perché spesso dotate di postazioni fisse per navigare in Internet ed infine hanno propri account su Facebook, spesso in maniera esclusiva (non ci sono account generali del comune). Questo ha indotto a considerare e misurare stabilmente la biblioteca come punto di diffusione della conoscenza digitale, attraverso la creazione di un indice misurato per ogni biblioteca / punto di lettura presente nei Comuni, che deriva dalla combinazione di questi 4 elementi: disponibilità di postazioni fisse per la navigazione in Internet, copertura wi-fi, presenza account Facebook, attivazione del servizio di facilitazione digitale PEI.

Nel 2017, sono risultate attive 432 biblioteche comunali, presenti in 307 Comuni: 26 Comuni emiliano-romagnoli, infatti, non sono dotati di biblioteche o punti di lettura. In merito agli elementi analizzati sopra descritti, 19 Comuni hanno tutte le biblioteche del loro territorio con tutte le dimensioni analizzate soddisfatte, ed in generale il territorio tende ad avere comunque una buona copertura dei 4 elementi considerati. Solo 17 Comuni hanno tutte le biblioteche prive di tutte le dimensioni analizzate.



Fonte: elaborazione Coordinamento ADER

In molti casi le biblioteche hanno postazioni internet messe a disposizione degli utenti per navigare in Internet, spesso in modo gratuito. Sono quindi una delle sedi ideali per svolgere i corsi di Alfabetizzazione digitale del progetto Pane e Internet (<https://www.paneeinternet.it/public/mappa>) e i luoghi in cui è presente il facilitatore digitale, figura appositamente formata per dare supporto ai cittadini che vogliono utilizzare le potenzialità del web (ciò rappresenta un importante strumento per diffondere la conoscenza digitale nel territorio di riferimento perché spesso è coinvolto non solo per navigare in Internet o utilizzare la posta elettronica, ma anche ad utilizzare i servizi interattivi pubblici).

Le biblioteche sono spesso coperte da wi-fi pubblico, ed anzi sono uno dei primi luoghi pubblici che i Comuni scelgono di coprire con queste reti. Questo consente agli utenti di collegarsi ad Internet con i propri dispositivi mobili ed infine le biblioteche hanno spesso un proprio profilo Facebook dedicato, che consente di raggiungere innumerevoli utenti dei social e diffondere informazioni ed interagire con essi. Spesso l'account delle biblioteche è il solo profilo del Comune presente su Facebook.