

LA CULTURA COME FATTORE DI PRODUZIONE PER LE PICCOLE IMPRESE: PRESENTAZIONE DELLA RICERCA ARTIGIANATO&CULTURA



Trento 7 maggio 2014



OBIETTIVI

- **Individuare opportunità di mercato per le imprese :**
 - diversificare l'offerta,
 - realizzare prodotti e servizi innovativi
 - **Prodotti e servizi che possono essere ideati, sviluppati e valorizzati attraverso collaborazioni con i fruitori primari, come ad esempio i musei e le istituzioni culturali del territorio.**
- **humus su cui far germogliare nuove iniziative imprenditoriali,** spin-off universitari e di enti culturali oppure nuove iniziative indipendenti



RISULTATI ATTESI

- Definire il modello di riferimento
- Individuare le imprese potenzialmente interessate
- Costruire una base dati esauriente
- Fornire una prospettiva di orientamento per aziende analoghe ai casi esaminati per settore di appartenenza, per esperienza e capacità, per orientamento al cambiamento.
- Costruire di scenari di sviluppo operativi



QUADRO DI RIFERIMENTO

- a. **Intersettorialità e interdipendenza** devono essere le parole chiave con cui aprire la strada ad una valutazione dell’impatto economico “culturale”
- b. **I settori creativi e culturali determinano ricadute positive sulle altre industrie**
 - **contenuti** alle applicazioni delle tecnologie dell’informazione e della comunicazione,
 - **domanda di elettronica** di consumo e di strumenti di comunicazione sofisticati,
 - **elementi di attrazione** per il settore del turismo,
 - **sostanza** per quello della moda e del design e del *Made in Italy* in generale.

QUADRO DI RIFERIMENTO 2

- **Sulla cultura si fonda l'identità di una società, la consapevolezza dei diritti umani, la stessa democrazia.** È un ponte fra passato e futuro, dato che senza conoscenza non ci può essere progresso e gli investimenti fatti per mantenere, accrescere e diffondere conoscenze sono alla base del benessere di una società.
- **Il miglior risultato di un'efficace politica di investimenti culturali è sicuramente un elevato grado di coinvolgimento della popolazione laddove l'arricchimento personale genera competenze e professionalità destinate anche alla crescita economica.**



VANTAGGI DELLA CULTURA COME FATTORE PRODUTTIVO PER LO SVILUPPO DI NUOVI PROGETTI ECONOMICI

1. ANDAMENTO ANTICICLICO

nonostante la crisi economica il settore culturale – in termini di spesa delle famiglie – nel **2011 è cresciuto del 2,7%** e nel triennio 2008-2011 del **7,2%**

2. DELOCALIZZABILITA' E APPARTENENZA

Rappresentando l'identità di un popolo, le sue conoscenze, valori e tradizioni **la cultura è un fattore produttivo che non può essere delocalizzato**: beni e servizi derivanti dal settore culturale e creativo hanno come pubblico principale quello locale o comunque sono destinati in larga parte ad una fruizione in loco. A **livello manifatturiero è praticamente impossibile effettuare la produzione all'estero.**

EUROPA

% su PIL (industrie
culturali)

% su PIL (industrie
culturali più
settori connessi e
non dedicati)

% occupati sul
totale (industrie
culturali)

% occupati sul
totale (industrie
culturali più
settori connessi e
non dedicati)

Dal 3,3 al 4,5

6,9

3

6,5

ITALIA

Imprese sistema prod. culturale	460.000
Impatto sul totale	7,5%
Tasso di crescita	3,3 %
PIL generato	75 miliardi di Euro, 5,4% totale
occupati	1,4 milioni , 5,7% sul totale

TRENTINO

Musei

Aree archeologiche

Monumenti (aperti al pubblico)

Beni archeologici

Archivi

biblioteche



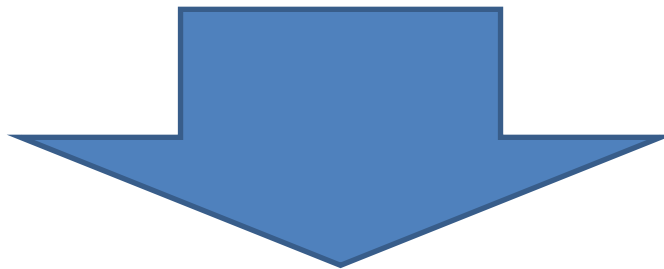
Fonti: Ministero dei Beni culturali 2012 e Rapporto annuale sulle attività culturali 2011 - PAT



TRENTINO

1 €

Investito in cultura



2,49 €

ricaduta sugli altri settori economici

TRENTINO

Distribuzione VA sistema prod. Culturale privato in Meuro

VA sistema produttivo culturale su VA totale **5,3%**
(26° posto In Italia)

Occupati sistema produttivo culturale sul totale **5,6%**
(26° posto In Italia)

Imprese sistema produttivo culturale sul totale **7,3%**
(33° posto In Italia)

Rappresentazioni artistiche, intrattenimento, convegni e fiere 19,8

Musei, biblioteche, archivi e gestione di luoghi e monumenti storici 6,4

Film, video, radio tv 57,8

Videogiochi e software 87,6

Musica 4,3

Libri e stampa 218,4

Architettura 118

Comunicazione e branding 50,7

Design e produzione di stile 110,2

Artigianato 88,6

Totale **762**

ARTIGIANATO IN TRENTINO

Imprese	13.673
addetti	35.936
Tasso di artigianalità	7%
addetti	- 2%
imprese	- 1,8%
Filiera costruzioni	47%

BUONE NOTIZIE

100 euro di Pil generato
nel settore culturale

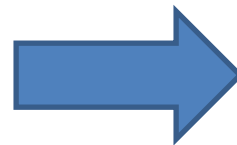


249 euro di Pil totale.

Il 50% del PIL aggiuntivo generato
nel sistema economico è nel manifatturiero

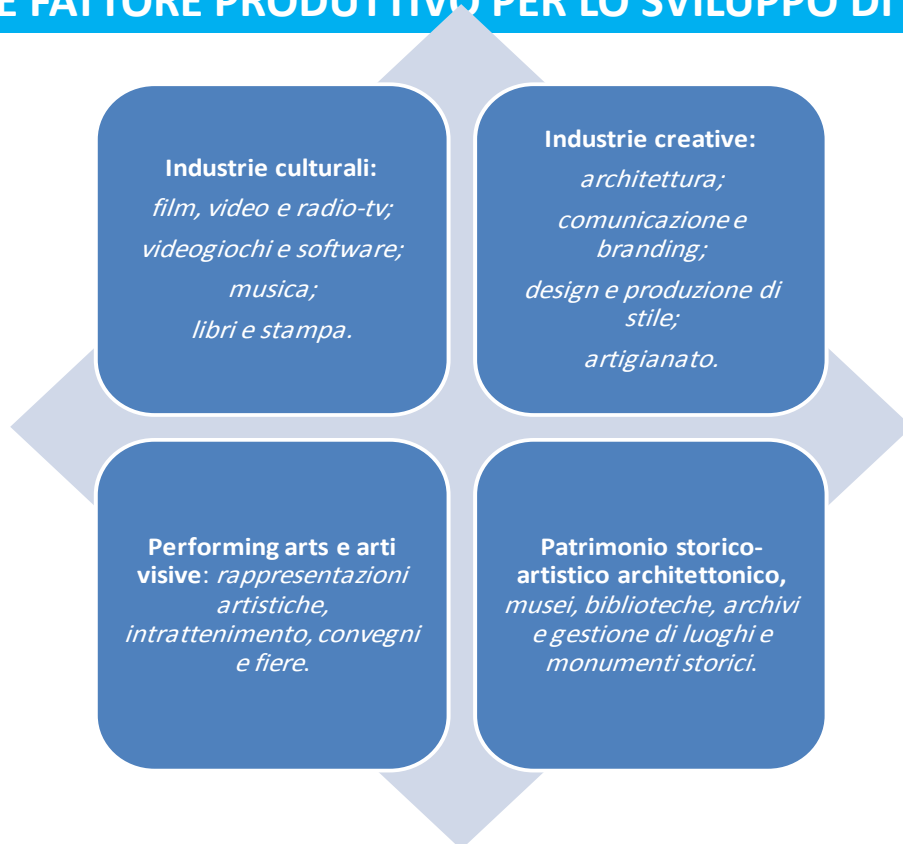
- ▶ Ogni 3 occupati attivati nel settore culturale in senso stretto generano 2 occupati al di fuori del settore

▶ + 1% occupati nei servizi creativi



+ 1.600 euro di
PIL procapite

CULTURA COME FATTORE PRODUTTIVO PER LO SVILUPPO DI NUOVI PRODOTTI E SERVIZI



Modello di riferimento
Unioncamere - Symbola

CULTURA COME FATTORE PRODUTTIVO PER LO SVILUPPO DI NUOVI PRODOTTI E SERVIZI

Sistemi
innovativi per
conservazione
monitoraggio
e restauro
degli artefatti

Piattaforme
avanzate e
innovative per
la fruizione e
valorizzazione
del
patrimonio
culturale
paesaggistico
eno-
gastronomico
e aziendale

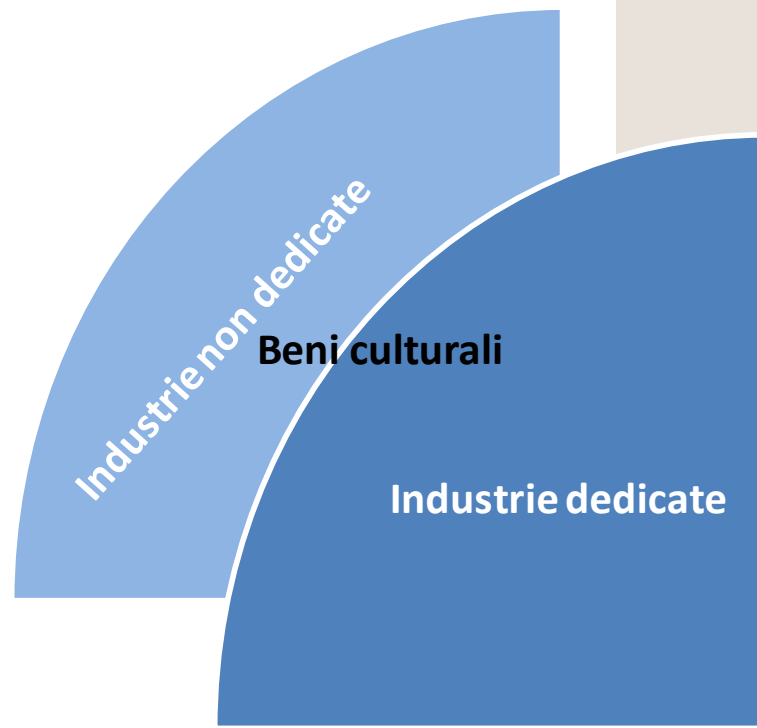
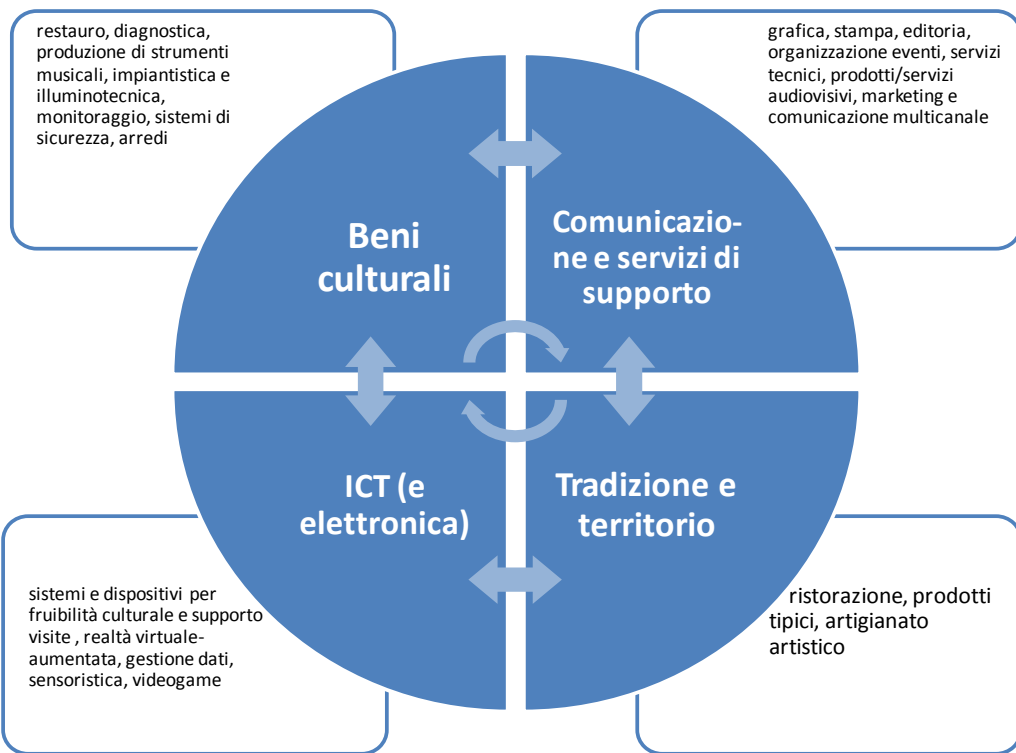
Piattaforme
sistemi e
modelli di
business
innovativi per
la tutela
messa in
sicurezza e
gestione
sostenibile dei
luoghi
culturali

Sistemi
materiali e
impianti
innovativi per
restauro e
riqualificazio-
ne di edifici e
luoghi
vincolati di
elevato
interesse
culturale

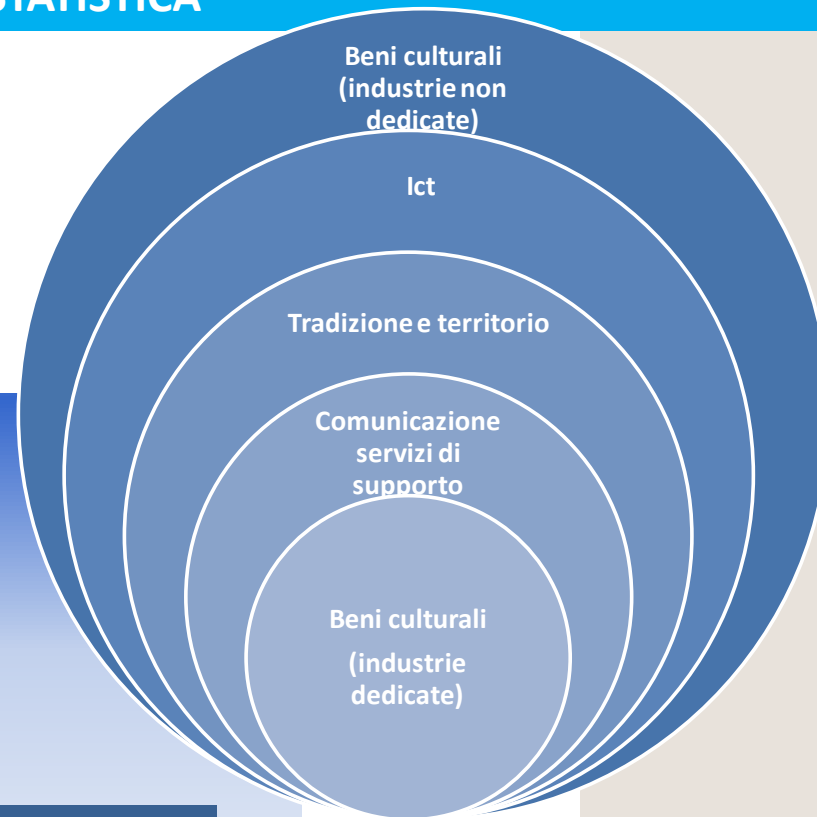
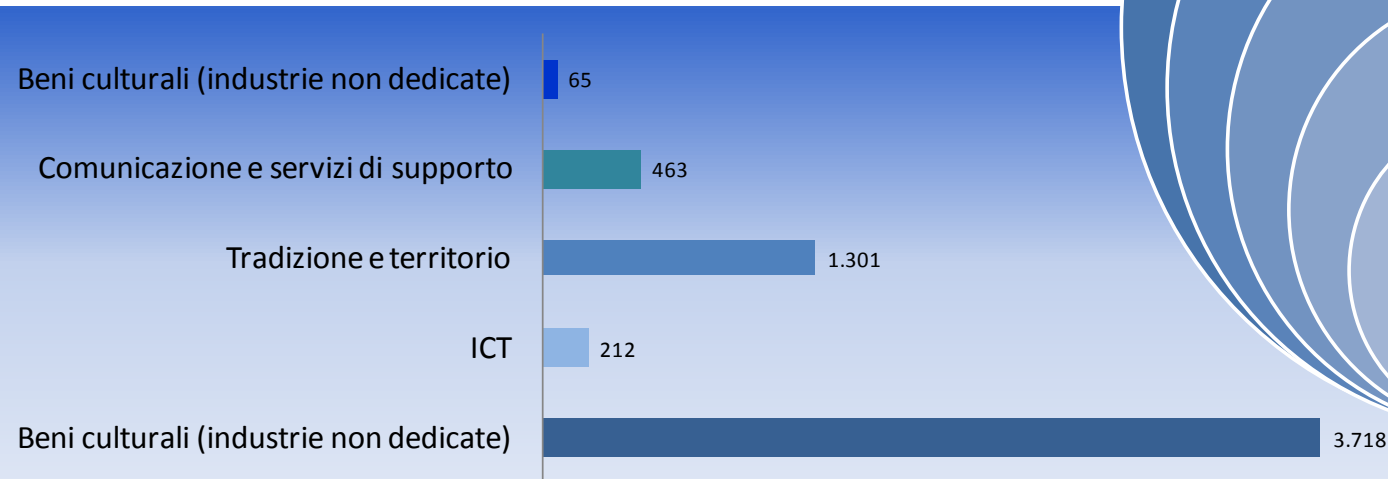
Piattaforme
innovative per
la gestione del
ciclo
produttivo del
contenuto
culturale e la
creazione di
nuove
modalità
fruitive,
diffusive e di
nuovi format
narrativi

Modello di riferimento
Ministero Sviluppo Economico

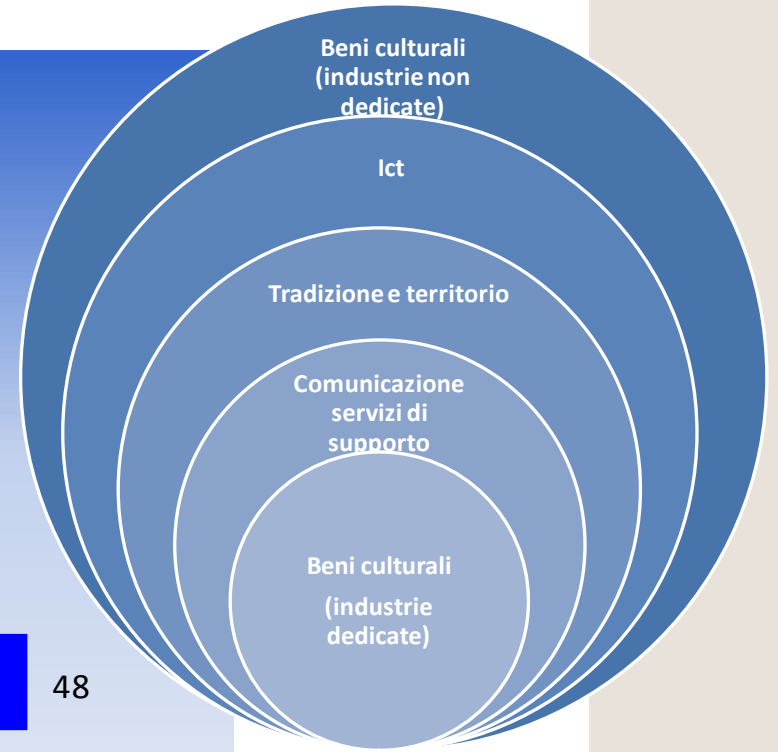
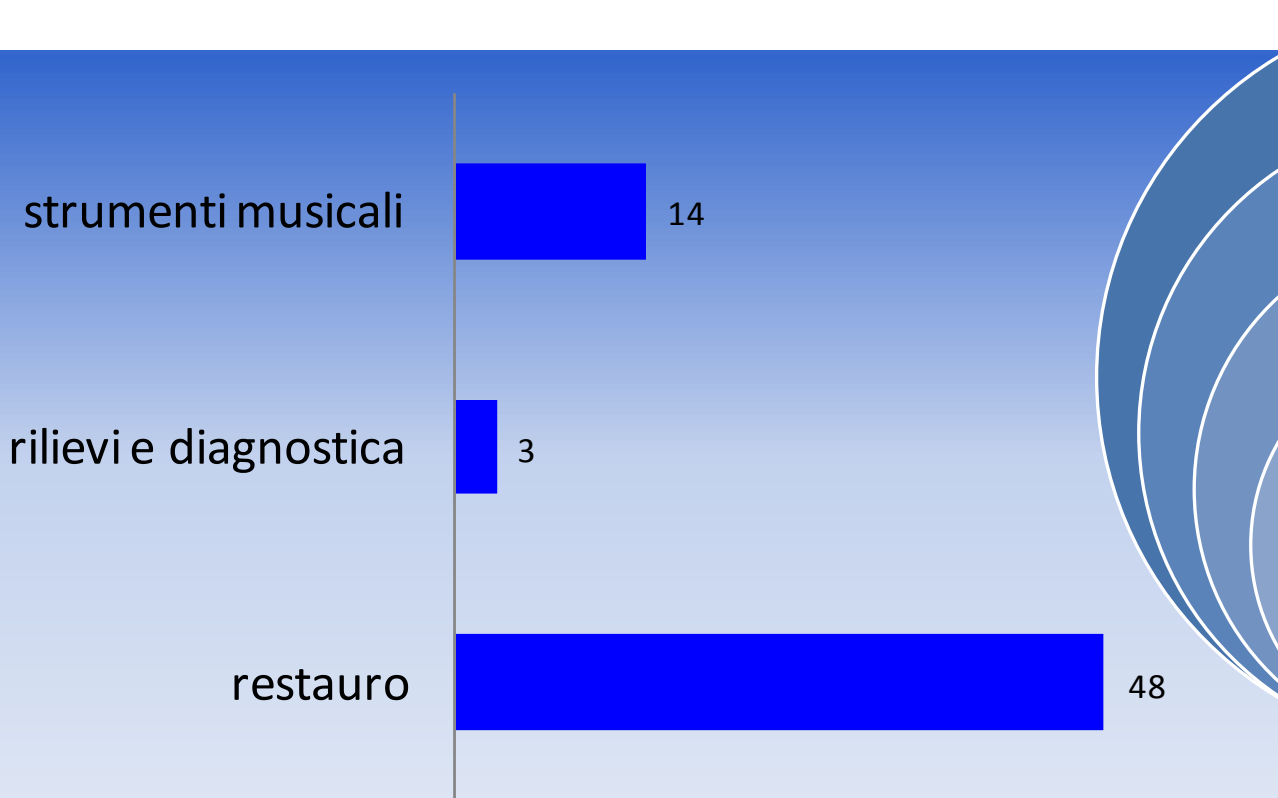
IL MODELLO SVILUPPATO DA TS



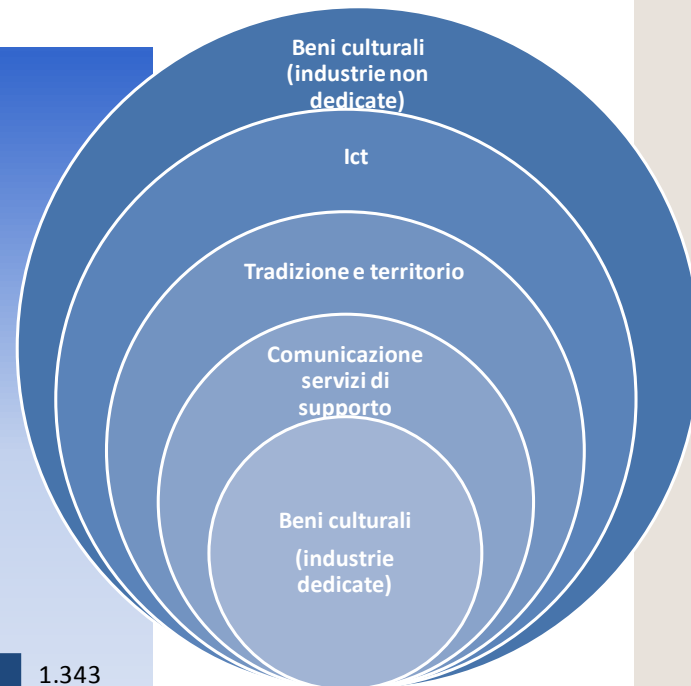
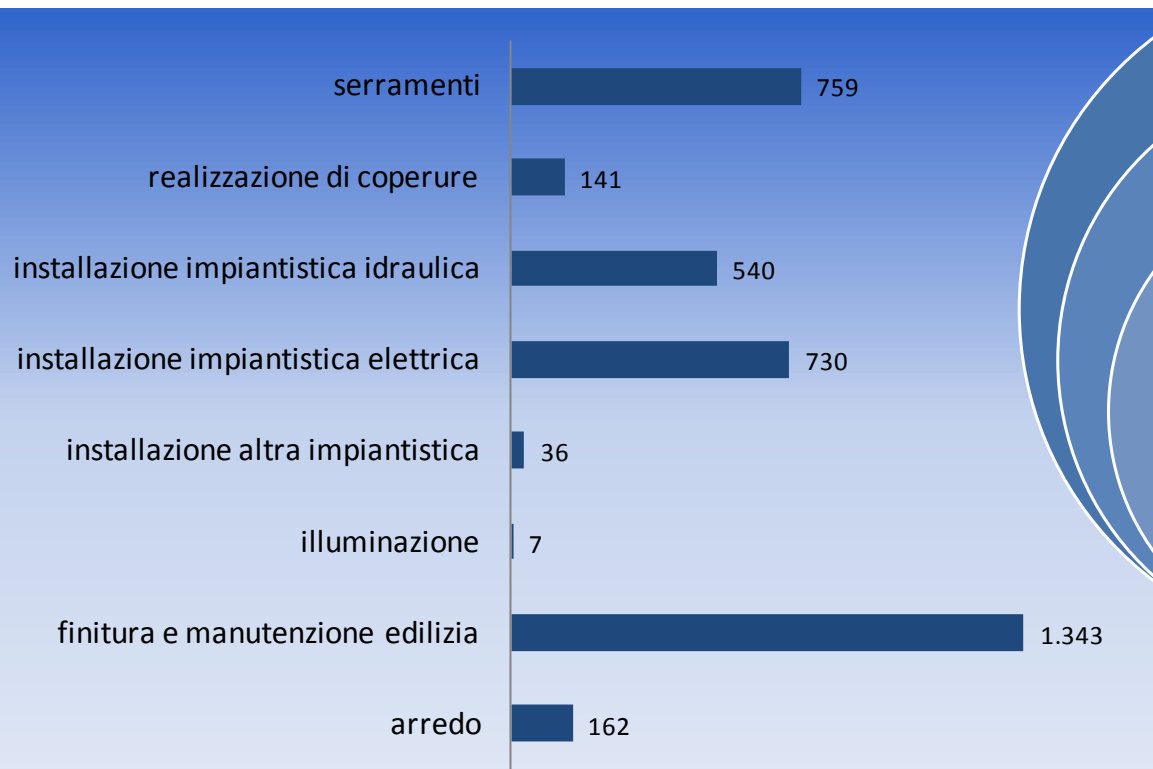
I RISULTATI DEL MODELLO APPLICATO ALL'ANALISI STATISTICA



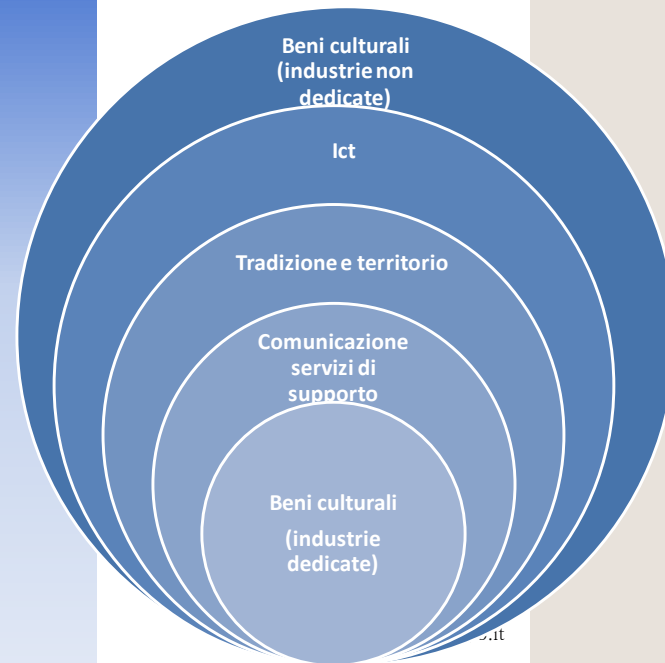
BENI CULTURALI – INDUSTRIE DEDICATE



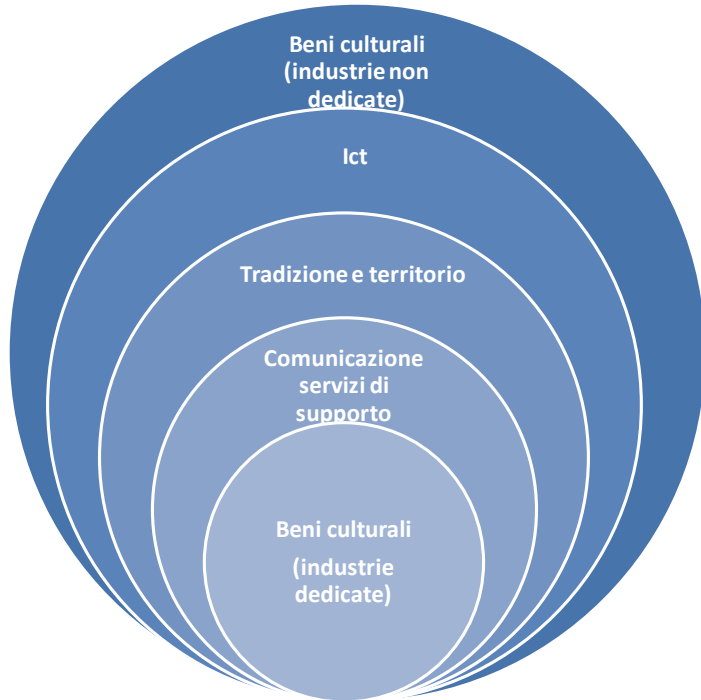
BENI CULTURALI – INDUSTRIE NON DEDICATE



COMUNICAZIONE E SERVIZI DI SUPPORTO



ICT



212 attività che, sfruttano le potenzialità dell'informatica e dell'elettronica per facilitare o migliorare la fruizione dei contenuti culturali per l'utente finale e per chi lavora nel settore della cultura.

DEFINIZIONE DEGLI INDICI DI VALUTAZIONE

Indice del potenziale culturale dell'artigianato = valore virtuale della connessione dell'artigianato con il mondo culturale.

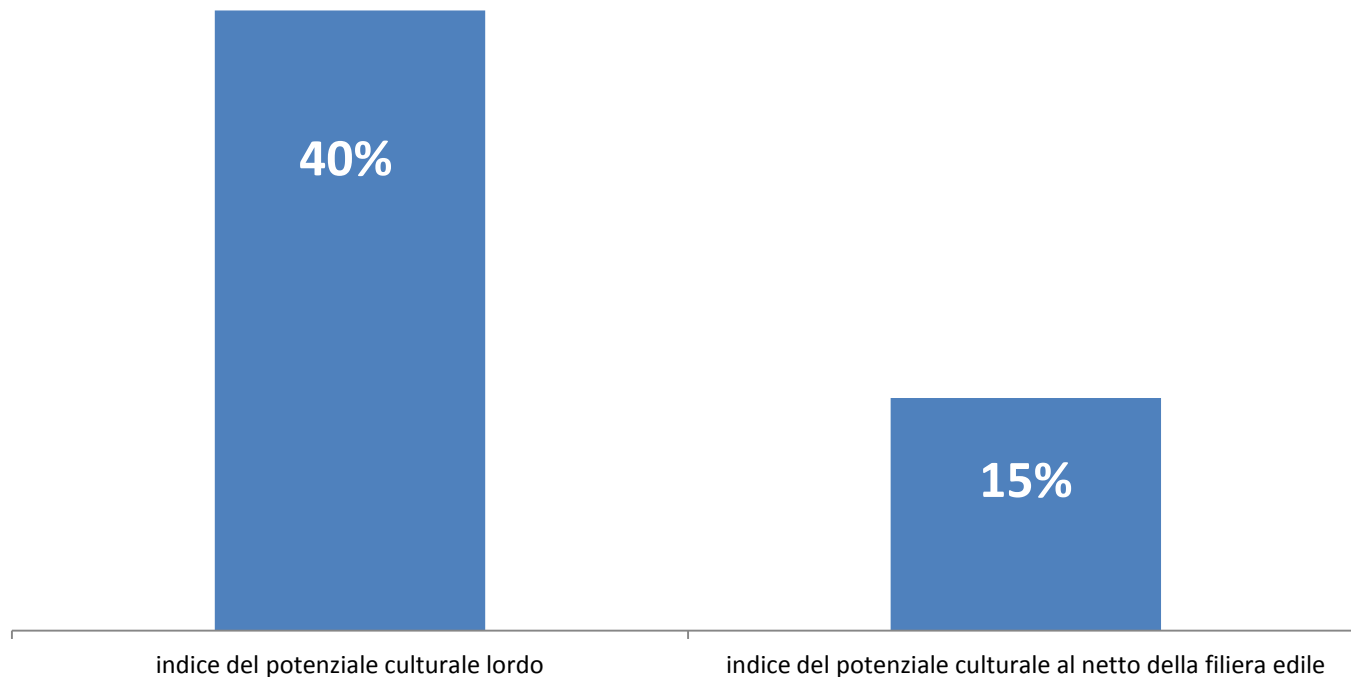
Indice del potenziale culturale dell'artigianato lordo

Dal 30% al 48%, ovvero ogni 100 imprese almeno 30 sono potenzialmente connesse al settore culturale e ne beneficiano.

Indice di potenziale culturale dell'artigianato al netto della filiera dell'edilizia (comprendendo quindi tutte le categorie delle industrie non dedicate, escluso l'arredo).

Dal 7% al 19%, almeno sette aziende su cento in Trentino potrebbero vantare una stretta connessione con conseguente ricaduta positiva dal punto di vista economico con il settore culturale.

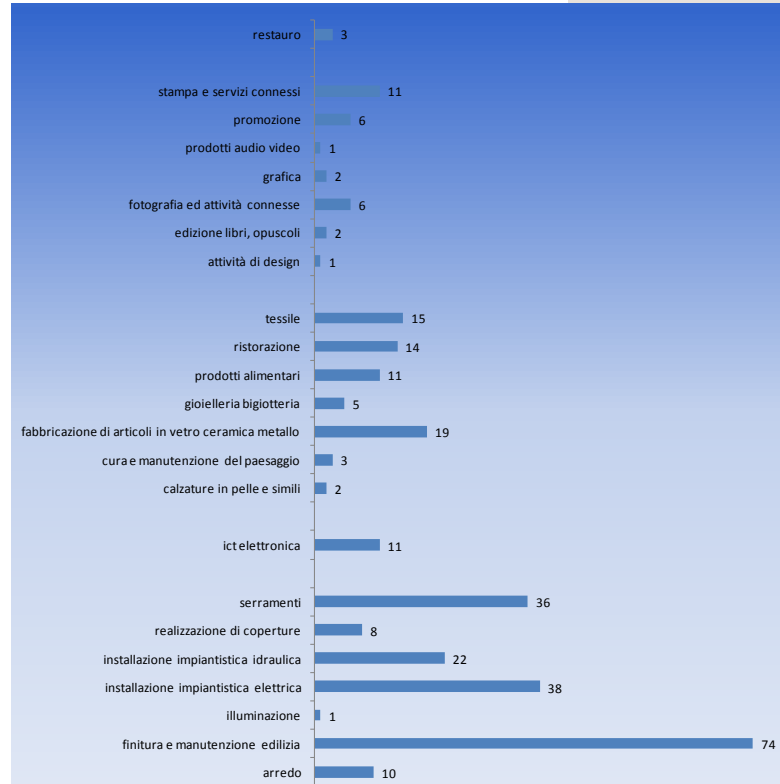
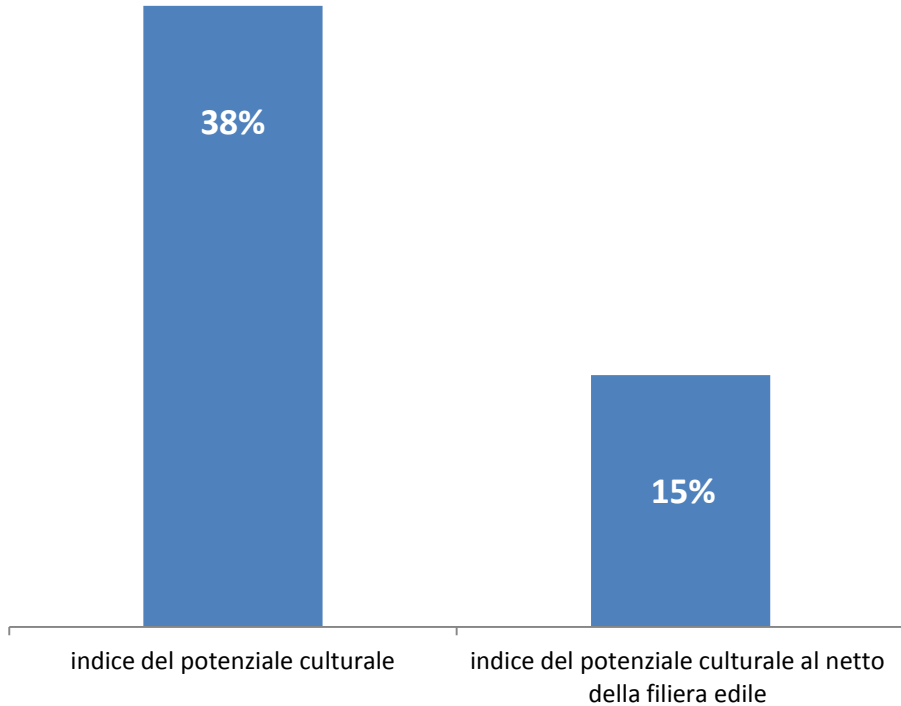
INDICE DEL POTENZIALE CULTURALE DELL'ARTIGIANATO IN TRENTINO



indice del potenziale culturale lordo

indice del potenziale culturale al netto della filiera edile

ROTALIANA – KÖNIGSBERG



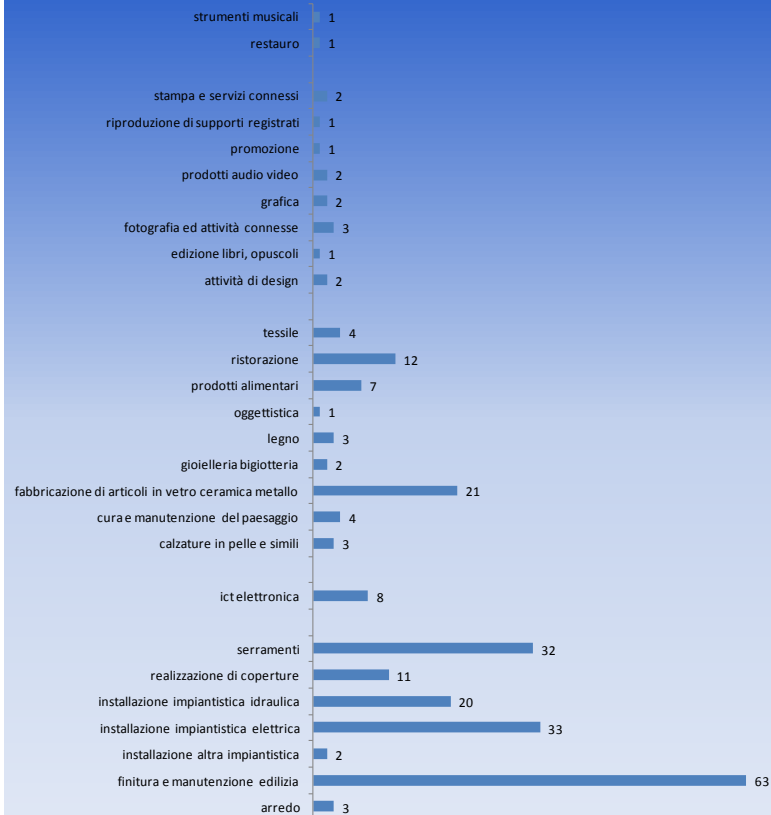
VALSUGANA E TESINO

34%

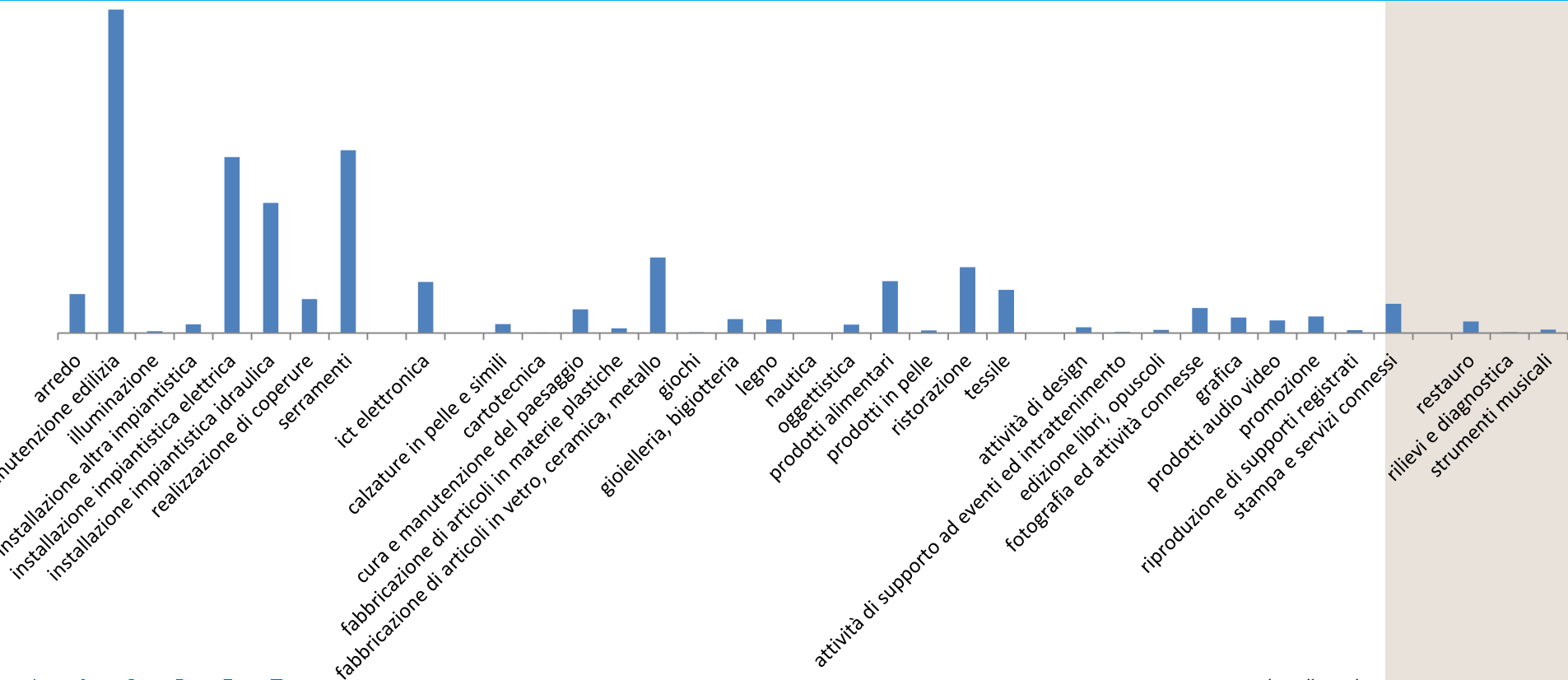
indice del potenziale culturale

12%

indice del potenziale culturale al netto della
 filiera edile



TRADIZIONE E TERRITORIO



RISULTATI

Risultati di sistema

Individuazione di un panorama favorevole per uno sviluppo dell'imprenditoria

costituzione di **nuove aziende**;

nuovi progetti proposti da aziende già esistenti

partnership operative tra aziende) e tra aziende ed istituzioni

culturali (compreso il mondo della ricerca);

crescita dei posti di lavoro,

Crescita dell'**indipendenza dal sostegno pubblico** (in particolare per start up e spin off)

Risultati tecnici

- **Analisi territoriale**
- **Banca dati**
- **Casi aziendali**
- **Orientamento**

SCENARI DI SVILUPPO

Messa in rete esperienze e progetti che consenta di ottimizzare le risorse e massimizzare i risultati.

Possibili strumenti

banca dati da mettere a disposizione delle istituzioni culturali per individuare le competenze adatte a seconda delle esigenze;

osservatorio di valutazione economica dell'impatto degli investimenti culturali sul valore aggiunto delle imprese del territorio.

SCENARI DI SVILUPPO

Comunità per la contaminazione di idee fra aziende, enti culturali, istituzioni pubbliche, enti di ricerca ed esperti di tecnologie, design, comunicazione.

Orientamento tecnico per le imprese, svolto sul territorio a seconda della specificità locali,

Possibili strumenti

“borsa dell’artigianato culturale”

orientamento

Workshop tecnici con artisti

Transfer by heads

Formazione

Grazie per l'attenzione!

renata.diazzi@trentinosviluppo.it