

Più valore dall'industria della cultura: una filiera da 115,8 miliardi con oltre 1,5 milioni di occupati

Fondazione Symbola

DALLA SEDICESIMA
EDIZIONE
DEL RAPPORTO
«IO SONO
CULTURA»
I NUMERI
DELLA CRESCITA

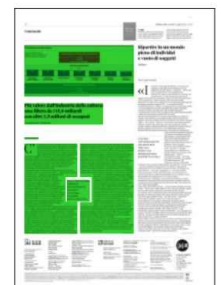
Nicola Barone

C'è un burattino di legno animato in giro per il mondo. Parlando in 669 tra lingue e dialetti, Pinocchio oggi è il terzo libro più diffuso dietro alla Bibbia e a Il Piccolo Principe. Il quasi primato torna utile, duecento anni dopo la nascita di Collodi, per ricordare una cosa che i numeri fanno fatica (da soli) a raccontare: il *soft power*

di un Paese si pondera attraverso le sue storie raccontate altrove, in altre lingue, da altre voci. È un'immagine che regge bene la sedicesima edizione di *Io Sono Cultura*, il rapporto promosso da Fondazione Symbola, [Unioncamere](#), Deloitte e [Centro Studi Tagliacarne](#). Perché introduce il filo conduttore di tutto il volume, l'idea della cultura italiana come sistema che produce valore ben oltre ciò che è immediatamente visibile (e misurabile).

Nel complesso i dati confermano la solidità del Sistema Produttivo Culturale e Creativo. Nel 2025 l'intera filiera — professionisti, imprese, terzo settore, Pa — ha generato 115,8 miliardi di euro di valore aggiunto, pari al 5,7% dell'economia nazionale, con una crescita del 3,3% sull'anno precedente. Gli occupati sono quasi 1,54 milioni, il 5,7% del totale, in aumento dell'1,7%. L'effetto si propaga oltre i confini del comparto: ogni euro prodotto ne attiva altri 1,7 nel resto dell'economia, per un impatto complessivo di circa 310 miliardi di euro, il 15,4% del Pil. «La forza della nostra economia e del made in Italy deve molto, in tutti i campi, alla cultura e alla bellezza. Più che in altri Paesi. Cultura e creatività oltre ad arricchire la nostra identità e alimentare la domanda di Italia nel mondo, possono aiutarci ad affrontare insieme, senza paura, le difficili sfide che abbiamo davanti», incoraggia il presidente della Fondazione Symbola Ermete Realacci.

La crescita del 2025 riguarda le due componenti ma a velocità diverse. Il «Core Cultura» in senso stretto genera 66,8 miliardi di euro e cresce del 3,2%. I cosiddetti «*Embedded Creatives*» — i professionisti culturali e creativi impiegati in settori non strettamente culturali — producono quasi 49 miliardi e crescono ancora di più: il 3,4%. La creatività italiana non resta confinata nei suoi recinti tradizionali, ma entra in filiere all'apparenza distanti. Dentro il «Core Cultura», software e videogiochi restano l'ambito che genera più valore aggiunto (18,6 miliardi di euro prodotti e un'incidenza del 27,8%), seguito da editoria e stampa e da architettura e design, tornate entrambe a crescere. La chiave di lettura offerta da [Andrea Prete](#), presidente di [Unioncamere](#), è che «il valore della cultura si estende ben oltre i confini delle industrie culturali e creative, alimentando innovazione, qualità e capacità di competere in molti comparti dell'economia». Così è nel turismo, dove la componente



culturale genera oltre il 40% delle presenze e più della metà della spesa complessiva «grazie a un'offerta sempre più orientata all'esperienza». Sul piano territoriale, il Lazio resta la Regione a più alta specializzazione culturale e creativa, con un'incidenza dell'8,1% sull'economia regionale, mentre la Lombardia mantiene la leadership assoluta con oltre 33 miliardi di euro di valore aggiunto. Nel Mezzogiorno dove la dinamica positiva continua la Campania si distingue in modo particolare: nel quinquennio 2021-2025 è la prima per crescita di imprese (+12,3%). Il patrimonio storico-artistico vive il cambiamento. Cresce ad esempio l'*heritage tech*: musei, siti archeologici e complessi monumentali la usano per migliorare l'esperienza di visita, allargare l'accesso alle collezioni, ottimizzare la gestione. Di pari passo i luoghi della cultura tendono a un ruolo meno statico: custodi del passato sì e al contempo "infrastrutture" attive di esperienza e di cura, considerato che oltre 600 organizzazioni hanno indirizzato i pazienti verso esperienze artistiche per contrastare solitudine e fragilità. Il che richiama un risvolto non valutato quanto si dovrebbe, l'impatto sociale. «Misurarlo significa dotarsi di strumenti più completi per orientare decisioni e investimenti», annota il presidente Deloitte & Touche Spa Ernesto Lanzillo. «Superare una lettura esclusivamente economica non vuol dire sminuirne il contributo al Pil o all'occupazione, ma riconoscere che la cultura è anche un motore di inclusione, coesione sociale e sviluppo sostenibile, come evidenziato dall'Unesco». Tra i fenomeni in atto *Io Sono Cultura* segnala che l'AI ha ormai lasciato la fase sperimentale ed è diventata componente strutturale di molti segmenti, con questioni tuttavia aperte per la tutela del lavoro creativo e del diritto d'autore. Dietro l'ottimismo, il rapporto non nasconde altre grandi fraglie. Il lavoro indipendente pesa per il 35,4% degli occupati e sale al 48,2% nel solo "Core Cultura", più del doppio della media dell'economia italiana ferma al 21,5%. Precarietà e bassi salari sono mali largamente avvertiti dagli addetti. E problematico resta l'accesso al credito - sia dal lato della domanda sia dell'offerta - a dire di Beniamino Quintieri, presidente dell'Istituto per il Credito Sportivo e Culturale. Resta a tenere insieme i fili del tutto una tensione costante, quella tra radici e apertura globale. A rendere il concetto Realacci richiama il grande Giorgio La Pira per il quale «solo gli animali privi di spina dorsale hanno bisogno del guscio». Cosa intendeva? «Se hai un'identità debole, trovi la tua identità nei muri, contro gli altri. Costruisci il muro perché il muro determina la tua identità. Ma io sento di scommettere sulla spina dorsale dell'Italia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il moltiplicatore della cultura

I singoli comparti hanno differenti capacità di generare effetti indiretti sull'economia



Fonte: Rapporto 'Io sono cultura' 2026 • Unioncamere, Centro Studi Tagliacarne, Fondazione Symbola, Deloitte

