

---

## L'arte è industria

Il valore della cultura e il turismo culturale,  
ricerca commissionata da Confcultura

---

*Viale dell'Astronomia 30, Roma*

*10 febbraio 2009*

Confcultura



FEDERTURISMO  
CONFINDUSTRIA



### Giacomo Neri

Partner in Charge Financial Services Practice, PricewaterhouseCoopers Advisory  
Professore di Strategia e politica aziendale Università Cattolica del Sacro Cuore

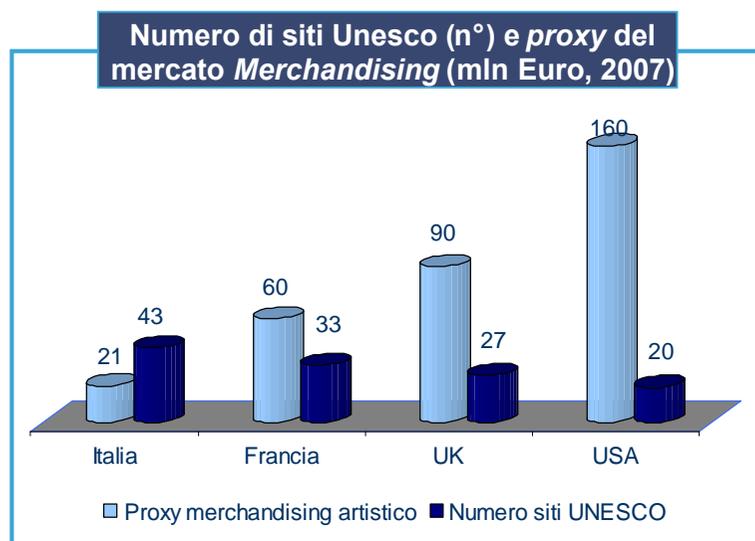
\*connectedthinking

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

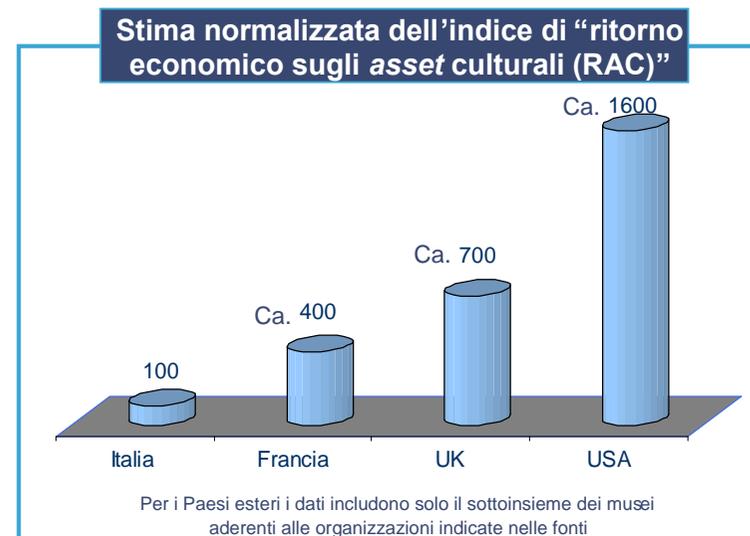
## Sintesi dello studio

- Lo studio si focalizza sull'industria della cultura e della creatività, realizzando un confronto tra Italia e principali competitor europei.
- Nel nostro Paese, l'industria della cultura e creatività esprime **in termini di PIL** il 2,6% della ricchezza nazionale, un valore superiore alla Spagna (2,2%) ed alla Germania (2,5%), ma inferiore alla Francia (3,4%) e al Regno Unito (3,8%).
- Il contributo in valore assoluto per il nostro Paese è stimato a circa 40 Miliardi di Euro, vs. 23 in Spagna, 73 nel Regno Unito (trainato dal segmento dell'industria creativa), 64 in Francia e 61 in Germania.
- Il **fatturato** generato dal settore culturale e creativo in Italia è pari a 103 Miliardi di Euro e si posiziona dopo UK (circa € 190 mld), Germania (€ 158 mld) e Francia (€ 166 mld). In ultima posizione compare la Spagna con un fatturato di 60 Miliardi di Euro.
- Per ciò che concerne il **quadro occupazionale**, il Regno Unito si colloca fra i *best performer* con il 3,3% di occupati (per un totale di circa 980 mila unità). Segue la Germania con il 2,7% degli occupati mentre l'Italia conta circa 550 mila unità pari al 2,3% degli occupati totali.
- L'analisi utilizza il RAC (Ritorno sugli Asset Culturali) come indice sintetico per valutare la redditività del patrimonio culturale. Esso è misurato come fatturato da *merchandising* museale (indice di capacità di estrarre valore economico dagli *asset* culturali) diviso per il numero di siti Unesco (indice di "capitale artistico, culturale e paesaggistico" ).
- Risulta che il RAC degli USA è circa 16 volte quello italiano; lo stesso indice del Regno Unito è circa 7 volte, quello francese circa 4 volte: pertanto, a fronte di una ricchezza del patrimonio culturale italiano, rispetto alle realtà estere esaminate, **emergono enormi potenzialità di crescita non ancora sfruttate.**

Focus valorizzazione museale: il RAC (ritorno sugli *asset* culturali), rapporto tra ricavi da *merchandising* e siti Unesco, è per l'Italia notevolmente inferiore a quello di altri Paesi



Utilizzando come proxy del *merchandising* artistico complessivo una stima del solo *merchandising* museale (a) e del patrimonio artistico/culturale di un Paese il numero dei siti storico e culturali Unesco (b), è stato calcolato un indice di "ritorno economico su patrimonio artistico e culturale" come rapporto tra (a) e (b), ponendo il dato italiano come indice di riferimento pari a 100.



- Il rapporto tra ricavi da *Merchandising* e siti Unesco è per l'Italia notevolmente inferiore a quello di altri Paesi: viene proposta come "proxy" l'indicatore RAC (Ritorno economico sugli *Asset* Culturali).
- Il ritorno "commerciale" sugli *asset* culturali (RAC) degli USA è circa 16 volte il RAC italiano. Il ritorno degli *asset* culturali della Francia e del Regno Unito è tra 4 e 7 volte quello italiano.
- A fronte della ricchezza del patrimonio culturale Italiano, rispetto alle realtà estere esaminate, emergono enormi potenzialità di crescita non ancora valorizzate.

### Quali le opportunità per lo sviluppo del settore?

Sono identificabili molte possibili opzioni strategiche di rilancio, tra cui:

1. Lo sviluppo delle potenzialità offerte dal mercato del **merchandising** correlato all'attività di vendita dei *gadget* nei musei. Tale mercato presenta un *trend* positivo di crescita ma solo il 24% dei siti statali possiede al suo interno un bookshop.
2. L'applicazione di **nuove tecnologie** a supporto della cultura lungo tutta la catena del valore e l'implementazione di **eventi** culturali sul territorio, che possono generare anch'essi impatti economici positivi e incrementali.
3. La possibilità di avviare un **piano di sviluppo** del settore del turismo culturale, che oggi pesa il 33% circa del totale turismo, al fine di incentivare e rivalutare il patrimonio artistico nazionale e svilupparne l'indotto collegato.

### Quali le prospettive?

E' auspicabile che vengano indirizzate risorse istituzionali e finanziarie, pubbliche e private, in modo più efficace e coordinato, al fine di rivalutare i 'Core asset' disponibili facendo leva sul relativo indotto diretto ed indiretto. Investendo sui settori primari è infatti possibile dare avvio ad un processo virtuoso che coinvolgerebbe, con ricadute positive, anche tutta una serie di ulteriori settori sinergici quali infrastrutture, artigianato, industria ed altri servizi.