



Presentato oggi a Milano

“L’ITALIA CHE CREA, CREA VALORE”

LO STUDIO DI EY E SIAE SULL’INDUSTRIA CREATIVA E CULTURALE ITALIANA

L’Industria Creativa e Culturale Italiana è il terzo settore per occupazione nel nostro Paese, con 880 mila occupati diretti (+1,7% rispetto al 2014 e oltre 1 milione se consideriamo anche gli indiretti) e un valore economico di 48 miliardi di euro nel 2015 (+2,4% rispetto al 2014). Un settore industriale che potrebbe generare risultati ancora maggiori - il valore potenziale è di 72 miliardi di euro - se riuscisse a sfruttare le opportunità di crescita e a contrastare le minacce come il value gap e la pirateria.

Milano, 24 gennaio 2017. “L’Italia che crea, crea valore”: non è solo uno slogan ma è quanto è emerso oggi a Milano dalla presentazione della seconda edizione dello studio “Italia Creativa”, realizzato da EY (Ernst&Young) con il supporto delle principali **Associazioni di categoria** guidate da **MIBACT e SIAE**, alla presenza del Ministro dei beni e delle attività culturali e del turismo, **Dario Franceschini**.

Alla tavola rotonda per la presentazione dello studio, moderata dal giornalista **Marco Fratini** di LA7, sono intervenuti **Filippo Sugar**, presidente di SIAE; **Donato Iacovone**, AD di EY in Italia; **Antonella Mansi**, vice presidente di Confindustria; **Luciano Fontana**, direttore del Corriere della Sera; **Manuel Agnelli**, autore/artista; **Fedele Confalonieri**, presidente di Mediaset.

L’indagine ha analizzato per il secondo anno consecutivo i **dati relativi all’Industria della Cultura e della Creatività in Italia** ponendo inoltre l’accento sulle **minacce per il settore e sulle opportunità di crescita** ancora da sfruttare.

Nel 2015 l’Industria della Cultura e della Creatività del nostro Paese ha registrato un **valore economico complessivo di 47,9 miliardi di euro**, pari al 2,96% del PIL, con un tasso di crescita rispetto all’anno precedente del **2,4% dei ricavi diretti** (+951 milioni di euro). Un dato particolarmente edificante se consideriamo che il PIL italiano è aumentato dell’1,5%.

“Questi valori evidenziano **la centralità del diritto d’autore**, che rappresenta il motore di questa industria”, ha commentato Filippo Sugar, Presidente di SIAE.

Dallo studio emerge inoltre che **l’86% dei ricavi è rappresentato da ricavi diretti**, derivanti cioè dalle attività della filiera creativa quali la concezione, la produzione e la distribuzione di opere e servizi culturali e creativi, mentre il rimanente è dovuto a ricavi indiretti, ovvero quelli relativi ad attività collaterali o sussidiarie.

Altro dato particolarmente interessante è che **nel 2015 la filiera creativa ha occupato oltre un milione di persone, circa il 4,6% della forza lavoro italiana**, di cui l’86% nelle attività economiche dirette, con circa 880.000 posti di lavoro **(+15 mila posti di lavoro, in aumento dell’1,7% rispetto al 2014)**. La crescita è risultata superiore rispetto alla variazione complessiva degli occupati in Italia, che nel 2015 ha segnato un +0,8%.

“Questi numeri collocano l’industria creativa e culturale **al terzo posto in Italia da un punto di vista occupazionale** – ha aggiunto il presidente di SIAE – dopo il settore edile e quello della ristorazione e alberghiero. Grazie all’importante contributo intellettuale, il settore è caratterizzato da un’alta concentrazione di capitale umano e ha superato filiere quali le telecomunicazioni, l’energia, l’*automotive* e l’alimentare. Anche **in termini di valore**, l’Industria della creatività e della cultura si posiziona davanti a quella delle telecomunicazioni (38 miliardi di euro) e subito dopo l’industria chimica (50 miliardi di euro)”.

“Le stime effettuate da EY nell’ambito della ricerca evidenziano che il valore economico odierno è pari solo a due terzi del valore che l’Industria della Cultura e della Creatività potrebbe generare se riuscisse a sfruttare le opportunità di crescita e a contrastare le minacce che incombono su di essa – ha spiegato Donato Iacovone, Amministratore Delegato di EY in Italia. - Nel 2015 il valore economico è stato di circa 48 miliardi di euro, **il valore potenziale raggiunge i 72 miliardi di euro**, con un **valore ancora inespresso pari a circa 24 miliardi di euro**. Senza dimenticare che, se l’Industria della Cultura e della Creatività riuscisse a raggiungere una maggiore valorizzazione, potrebbe arrivare ad oltre 500 mila posti di lavoro addizionali, **passando dagli attuali 1,03 milioni (circa il 4,6% della forza di lavoro italiana) a 1,6 milioni di occupati**”.

“Una crescita davvero importante, superiore alla metà dei posti di lavoro del settore attuali in Italia. L’analisi messa a punto da EY- continua Donato Iacovone - evidenzia le sfide che questa industria deve affrontare e superare come quella della competitività italiana nel mondo e quella dell’innovazione e del digitale. Le nuove tecnologie possono, infatti, avere delle ricadute positive sull’intera area creativa, stimolando sinergie e contaminazioni tra i diversi settori, con ritorni economici positivi, sia sulla filiera creativa stessa che in settori contigui, come quello turistico. Inoltre è necessario che l’Industria Culturale e Creativa sia sostenuta dalle Istituzioni e che diventi sempre più capace di attrarre investimenti pubblici e privati”.

Dall’analisi dei dati emerge inoltre che nel 2015 **i valori economici diretti di tutti i settori creativi e culturali risultano in crescita**, ad eccezione del settore **Quotidiani e Periodici**, che registra un calo di poco superiore all’8% ascrivibile da un lato ad una importante riduzione dei ricavi da pubblicità, dall’altro dalle nuove sfide derivanti dal fenomeno crescente della digitalizzazione.

Il settore che invece è **creciuto maggiormente in termini di valori economici diretti**, è quello della **Musica**, in aumento del 10% rispetto al 2014, mentre dal punto di vista occupazionale, **il settore che ha registrato la crescita maggiore è quello dei Videogiochi**, con un +7,8% rispetto all’anno precedente.

“Quest’anno l’obiettivo dell’analisi condotta con Italia Creativa è stato anche quello di **evidenziare ad operatori di settore e istituzioni le principali opportunità di crescita** dell’Industria Culturale e Creativa – ha aggiunto Filippo Sugar – individuando le **misure utili a contrastare i fenomeni che ne minacciano l’espansione**. Tra questi fenomeni, insieme a tutte le Associazioni di categoria che hanno collaborato attivamente alla ricerca, ne abbiamo individuato in particolare due: il **value gap** e la **pirateria**”.

Il **value gap** è il **divario tra quanto viene generato dai contenuti creativi in rete e quanto viene restituito a chi ha creato quei contenuti**. I principali beneficiari del **value gap** sono gli **intermediari tecnici**, che nell’ultimo decennio hanno assunto modelli organizzativi e funzioni diverse: motori di ricerca, aggregatori di contenuti, social network, servizio *cloud* pubblico e privato.

Dallo studio emerge che non esistono **stime precise del fenomeno value gap**, tuttavia, è possibile fare un confronto tra, quanto riconoscono i canali tradizionali e digitali con forme di abbonamento all’Industria Culturale e Creativa, e quanto retrocedono gli intermediari tecnici. **Diversamente dai canali tradizionali, gli intermediari tecnici potrebbero ancora retrocedere circa la metà del valore** generato grazie all’utilizzo di contenuti culturali e spettante ai creatori di questi contenuti, che in termini economici significherebbe circa 200 milioni di euro. Il tema del

value gap **non richiede ai consumatori di iniziare a pagare o pagare di più** per i contenuti di cui godono, ma dovrebbero essere gli intermediari tecnici a doversi interrogare sull'attribuzione di contenuti, in linea con gli investimenti e i costi sostenuti dall'industria creativa.

La **pirateria** riguarda invece ogni attività legata alla riproduzione, distribuzione e utilizzo illegale di prodotti dell'ingegno. Anche in questo caso non esistono stime esaustive; tuttavia possiamo quantificare il fenomeno pari a **un valore compreso tra i 4,6 e gli 8,1 miliardi di euro**. In questo ampio *range*, il valore più elevato appare il più probabile, dato che è più vicino allo scenario tecnologico attuale, in cui lo **streaming e il download diretto sono prevalenti** rispetto alle modalità di scambio *peer-to-peer*.

“Con Italia Creativa ci siamo interrogati sulle **possibili opportunità di crescita per l'Industria Culturale e Creativa** e una volta individuate le principali leve su cui i singoli settori possono intervenire abbiamo voluto approfondire le possibili azioni con impatti positivi a livello intersettoriale – ha proseguito il Presidente di SIAE. - Per valorizzare al meglio il comparto, abbiamo evidenziato i **principali ambiti di intervento: le iniziative volte ad aumentare il grado di internazionalizzazione e quelle legate ad aspetti gestionali, formativi, di innovazione e legate ad un miglioramento degli economics**. Abbiamo quindi preso in considerazione alcune azioni e, tenendo conto della loro realizzabilità su un orizzonte temporale di medio periodo, abbiamo identificato e raccolto alcuni possibili interventi”.

Gli ambiti identificati da Italia Creativa e dalle Associazioni che hanno fornito i dati per realizzare lo studio, sono in primo luogo **il tema normativo**, con le iniziative volte a rafforzare il dialogo con le istituzioni sia italiane che europee affinché accolgano le richieste degli operatori di settore o intervengano per colmare eventuali lacune normative. Quindi sensibilizzazione su possibili attività di regolamentazione fiscale e di formazione (*Tax credit*, IVA, agevolazioni fiscali, estensione *patent box*, coinvolgimento del Miur per esigenze formative e soluzioni tecnologiche contro la pirateria). In secondo luogo **puntare maggiormente sull'internazionalizzazione**, attivando nuove sinergie con l'ICE, gli Istituti di Cultura, le Camere di Commercio. Senza dimenticare lo **studio di progetti** che possano portare verso un nuovo ruolo di Italia Creativa, come ad esempio il **finanziamento di un prodotto creativo** di artisti emergenti che abbia valenza e contenuto culturale.

“Come **prima azione concreta**, oggi le 26 Associazioni di categoria **firmano ufficialmente una lettera indirizzata al nostro Governo** e ai parlamentari italiani, in cui chiediamo il **sostegno nella difesa del settore da fattori che rappresentano delle concrete minacce allo sviluppo** – ha concluso Filippo Sugar. – Un impegno nella protezione dei diritti dei titolari dei contenuti creativi e culturali in Europa. In particolare, auspichiamo che il contenuto del **considerando 38 della proposta di Direttiva Copyright**, che riguarda questo tema, **diventi una vera e propria disposizione normativa collocata nell'articolo della Direttiva stessa**. Su questa soluzione si sono già pronunciate due Commissioni del Senato italiano, in particolare la 14a Commissione (Politiche dell'Unione europea) e la 7a Commissione (Istruzione pubblica, beni culturali), che hanno espresso proprio un chiaro parere in tal senso.

Il nostro obiettivo è far sì che **in Italia e in Europa si possa continuare a creare, contribuendo alla crescita dell'economia**: un obiettivo che vogliamo perseguire e condividere con il nostro Governo. Perché siamo l'Italia che crea e che crea valore e vogliamo continuare ad esserlo”.

È possibile scaricare lo Studio su <http://www.italiacreativa.eu/>

Ufficio stampa SIAE Image Building: siae@imagebuilding.it tel. 02 89011300 - press@siae.it tel. 06 5990.2860-3211

Ufficio stampa EY Silvia Merlo: Silvia.Merlo@it.ey.com, tel. +39 02 80668367 - 334 6115707