

3.3.5 CULTURA, CREATIVITA' E TURISMO

1. Le caratteristiche dell'area di specializzazione

Identificato quale afferente alla gestione del patrimonio culturale, alle produzioni artistiche non industriali ed a tutte quelle attività che traggono linfa creativa dalla cultura e che contribuiscono a veicolare significati e valori nelle produzioni di beni e servizi, il **sistema culturale creativo regionale** è, per sua definizione e composizione, **un tessuto di connettività tra imprese, territori, Università e Amministrazione**.

La diffusione della cultura e il rafforzamento del sistema culturale e creativo costituiscono per la Regione il **presupposto per una crescita complessiva della persona e della comunità** tutta e un'area di specializzazione imprenditoriale in cui impiegare, nel modo più proficuo possibile, le risorse finanziarie a disposizione. L'azione è strategica per la crescita intelligente e sostenibile della regione anche perché i settori culturale e creativo hanno una forte potenzialità di sviluppo e di interconnessione con il terziario avanzato e l'ICT, in particolare per quanto riguarda i settori dell'architettura, del design e della grafica applicati alla filiera del sistema casa, ma anche tutte le tecnologie applicate in modo trasversale e con svariati utilizzi nei settori dello spettacolo in generale.

Le **imprese del comparto localizzate in Friuli Venezia Giulia** sono 8.622, l'1,9% del totale delle imprese italiane. Trieste, con 1.484 imprese, rappresenta l'8,9% del totale delle imprese attive, si colloca al nono posto della classifica provinciale. Il fenomeno imprenditoriale è caratterizzato dalla crescita della presenza di giovani, donne e stranieri. In riferimento alle imprese giovanili, il "fare impresa" è influenzato dalla maggior innovatività che normalmente caratterizza le imprese culturali e dalla carenza di lavoro, che spinge ampi strati della popolazione under 35 all'autoimpiego. Anche nel caso delle imprese femminili sono le barriere all'ingresso nel mercato del lavoro a costituire la principale leva che tramuta una donna in imprenditrice (il 15% delle imprese culturali hanno una connotazione femminile). Infine, per quanto concerne le imprese straniere, rappresentanti il 4% del totale delle imprese culturali, la spinta all'autoimpiego è rappresentata dalla volontà di migliorare il proprio status lavorativo.

Il settore è caratterizzato da una notevole vivacità e da una strutturata capacità anticiclica, dimostrata **dall'aumento delle imprese culturali del 3,3% rispetto al 2011**, circa tre punti percentuali in più rispetto a quanto rilevato per l'intero tessuto imprenditoriale italiano. **Il sistema delle imprese culturali è uno dei pochi che ha continuato a crescere anche durante la crisi**. Infatti, in termini di valore aggiunto e di occupazione del sistema produttivo culturale, i dati al 2013 mostrano che le imprese culturali e creative, in Friuli Venezia Giulia, producono il 5,7% del valore aggiunto (leggermente più alto della media nazionale e di quella del Nord-est, entrambe al 5,4%), mentre al 2012 era al 5,4%. Anche in termini occupazionali, il dato regionale è più alto di quello nazionale e di quello del Nord-est: FVG al 6,2% (nel 2012 era al 5,8%), Italia al 5,8%, Nord-est al 6,1%. A livello provinciale, Pordenone si pone al secondo posto della classifica nazionale per quanto concerne l'incidenza percentuale sul valore aggiunto (7,9%) e al quinto posto per quanto riguarda l'incidenza occupazionale (8,6%), dimostrando come il fattore "cultura" sia un elemento di crescita per l'intera economia.

Per dare un'idea delle potenzialità del sistema culturale creativo in FVG, basti citare alcuni numeri dell'audiovisivo e massmedia: sul territorio sono presenti 102 luoghi di spettacolo cinematografico (8,4 ogni 100.000 abitanti) per un totale di 82.571 spettacoli con un incasso di quasi 27 MEuro (dati 2012). Ciò significa 6.769 spettacoli ogni 100mila abitanti, a fronte dei 5.011 a livello nazionale.

Decisamente elevato rispetto alla media nazionale è anche la **capacità delle imprese culturali regionali di fare rete**: il 17,3% delle imprese hanno sottoscritto un contratto di rete contro il 13,8% del dato nazionale (il FVG occupa la quarta posizione dietro Molise, Toscana e Umbria).

Relativamente **all'effetto moltiplicatore del settore culturale**, inteso come capacità di "muovere" altre attività produttive, che contribuiscono, a monte, alla produzione dei suoi input, e favoriscono, a valle, la veicolazione dei prodotti/servizi fino alla collocazione sui mercati di riferimento (trasporti, commercio,

ecc.), unitamente a tutto ciò che ruota all'interno del marketing e ai più generici servizi alle imprese (consulenza amministrativo-gestionale, servizi finanziari, professionali, ecc.). La media italiana è di 1,7, mentre, tra le regioni, **la classifica è guidata dal Friuli Venezia Giulia, in cui il moltiplicatore raggiunge quota 2,1**, seguito dal Veneto (2,0), dalla Toscana, dalla Lombardia e dalle Marche (allineate su un valore pari a 1,9). In pratica, in Friuli, per ogni euro investito nella cultura c'è un ritorno di 2,1 euro.

Riguardo al **rapporto tra cultura e turismo, il patrimonio artistico-culturale rappresenta per molti turisti il driver e il punto di partenza della loro esperienza di vacanza**. Il settore culturale diventa una componente chiave nello sviluppo del territorio quando, accanto alla presenza di attrattori quali musei e beni storico-culturali, vi è un'adeguata offerta di strutture di accoglienza e di servizi destinati al turista e la possibilità di integrare il soggiorno culturale con altre attività che spaziano dall'enogastronomia al folklore, e che sono finalizzate a rendere il turista attivo partecipante dell'esperienza di viaggio. In questo modo si dispiega efficacemente l'effetto moltiplicatore e trasversale della cultura.

Dalle elaborazioni di Unioncamere sulla spesa turistica legata al fattore culturale emerge che **in Friuli Venezia Giulia quasi il 50% della spesa dei turisti (49,7%) è attribuibile alla cultura**. La regione si trova al secondo posto subito dopo le Marche (49,8%) ed è 13 punti percentuali sopra la media italiana (36,5%). Per quanto concerne la spesa turistica derivante dall'industria culturale nelle diverse realtà urbane, analizzando il rapporto tra dimensione demografica e spesa turistica si comprende meglio la propensione di ciascun territorio ad attivarsi nel settore culturale, a prescindere dalla sua connotazione più o meno turistica. Da questa analisi emerge un ruolo importante della componente culturale nei comuni fino a 2.000 abitanti, per poi scendere e risalire nella quota nei centri urbani medio-grandi (50 mila-100 mila abitanti), raggiungendo, infine, i massimi livelli nelle grandi realtà metropolitane con più di 500 mila abitanti.

Un ulteriore indicatore che dà contezza della rilevanza del settore è fornito dalla **propensione all'export culturale**, ovvero il rapporto tra esportazioni del sistema produttivo culturale sul valore aggiunto dell'economia. Tale indice, a livello nazionale, è cresciuto, tra il 2009 e il 2013, di quasi un punto percentuale, attestandosi al 3%. Questa crescita è legata all'aumento dell'export culturale (+5,5% tra il 2012 e il 2013, in controtendenza rispetto all'export totale dell'economia, fermo allo 0,1%) e a una caduta dell'import (-5,1%). Nel biennio indicato la funzione trainante è stata svolta dalle industrie creative (+6,2%) rispetto a quelle culturali (-3,2%). A livello regionale la Toscana si trova in posizione di leadership, grazie ad un indice pari al 7,9%. Il Veneto è al secondo posto (7,2%), mentre il **Friuli Venezia Giulia occupa la terza posizione, con il 6,0%**. Il dato regionale, tra il 2009 e il 2013, è rimasto pressoché stazionario (nel 2009 l'indice era al 6,2%), in controtendenza rispetto agli altri competitor regionali (Toscana: +2,9% e Veneto: +1,8%). A livello provinciale, tra i primi 20 posti troviamo Gorizia (al terzo posto) e Pordenone (al settimo posto). Il Friuli Venezia Giulia mantiene la terza posizione anche nel rapporto con l'export totale: il settore culturale incide per il 17,3% sul totale delle esportazioni regionali. In questo caso si registra una flessione rispetto al 2009, quando l'indice era al 18,2%.

La crescita di un settore produttivo non dipende solo dalle capacità imprenditoriali degli operatori, ma anche dalla presenza sul territorio di competenze professionali adeguate e risorse umane altamente specializzate, in grado di sostenere i processi di innovazione e ricerca.

Nel caso della cultura, lo sviluppo del settore ha potuto godere di un **nutrito numero di soggetti**; in particolare, 142 musei e istituti similari, di cui 123 musei, gallerie o collezioni, 3 aree o parchi archeologici e 16 monumenti e complessi monumentali. Considerando i soli istituti d'antichità e d'arte statali, le unità attive in FVG risultano 11: 8 ad ingresso gratuito e 3 a pagamento. Nel corso del 2013 essi hanno complessivamente accolto quasi 1 milione 220 mila visitatori, di cui oltre 160 mila paganti. Gli ingressi a pagamento hanno permesso di realizzare introiti (lordi) per circa 600 mila euro, a fronte di una spesa media per visitatore pagante di circa 4 euro.

2. Le traiettorie di sviluppo

Tecnologie per la conservazione e valorizzazione dei beni e dei prodotti

Si tratta di tutte le tecnologie necessarie per svolgere interventi, anche a livello operativo, per valutare lo stato di conservazione del bene culturale e analizzare le caratteristiche morfologico-strutturali e le proprietà dei materiali che compongono il bene stesso.

Ci si riferisce, ad esempio, alle tecnologie per realizzare interventi nei settori del rilevamento dei beni culturali, della valutazione dei rischi, della definizione dei progetti di intervento e di diagnostica mirati all'arresto di processi di degrado e di dissesto, del restauro dei supporti dell'informazione nonché dei relativi contenuti informativi.

Geomatica ed elaborazione delle immagini

Si tratta di tutte le tecniche legate all'elaborazione delle immagini attraverso il calcolo elettronico, come ad esempio il rilevamento e la rappresentazione del disegno computerizzato, vale a dire della video-grafica.

Ci si riferisce a tecnologie per acquisire in modo metrico e tematico, integrare, trattare, analizzare, archiviare e distribuire dati spaziali georiferiti con continuità in formato digitale.

Piattaforme social e sharing

Ci si riferisce a tutte le piattaforme che "gestiscono" i principali strumenti social (ad esempio, Facebook, Twitter e Google+). Sono tecnologie, ad esempio, in grado di analizzare, ottimizzare la performance dei siti oltre che di intervenire e moderare le discussioni nei vari network.

Si tratta di tecnologie particolarmente diffuse nel campo del turismo (si pensi alle recensioni sugli alberghi, alle numerose pagine su Facebook dedicate al grado di soddisfazione dei turisti rispetto ai diversi luoghi di soggiorno).