


Venerdì 17 Luglio 2026
Notizie [1]

# IO SONO CULTURA 2026, IL RAPPORTO ANNUALE DI FONDAZIONE SYMBOLA, UNIONCAMERE, CENTRO STUDI TAGLIACARNE E DELOITTE

**NEL 2025 CRESCONO VALORE AGGIUNTO E OCCUPAZIONE NEL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE E CREATIVO, RISPETTIVAMENTE 115,8 MILIARDI DI EURO (+3,3% RISPETTO AL 2024) E 1,5 MILIONI DI ADDETTI (5,7% DELL'OCCUPAZIONE COMPLESSIVA DEL PAESE)**

**CULTURA E CREATIVITÀ, DIRETTAMENTE O INDIRETTAMENTE, GENERANO COMPLESSIVAMENTE UN VALORE AGGIUNTO PER CIRCA 310 MILIARDI DI EURO EQUIVALENTI AL 15,4% DELLA RICCHEZZA COMPLESSIVA DEL PAESE**

**IL COMPARTO DEI SOFTWARE E VIDEOGIOCHI È QUELLO CHE CONTRIBUISCE MAGGIORMENTE ALLA RICCHEZZA DELLA FILIERA CON 18,6 MILIARDI DI EURO DI VALORE AGGIUNTO**

**LOMBARDIA E LAZIO, REGIONI CHE PRODUCONO PIÙ RICCHEZZA CON LA CULTURA, MOLISE, BASILICATA E CAMPANIA LE REGIONI CON LA CRESCITA PIÙ FORTE**

**MILANO PRIMA PER VALORE AGGIUNTO E OCCUPAZIONE, SEGUONO ROMA, TORINO, AREZZO, FIRENZE NELLA TOP FIVE DELLE PROVINCE**

**SUD ACCELERA: CAMPANIA PRIMA IN ITALIA PER CRESCITA DI IMPRESE CULTURALI (+12,3%), SPCC NEL MEZZOGIORNO OLTRE LA MEDIA NAZIONALE**

**IN COPERTINA IL DECORO TEMA E VARIAZIONI N. 403 DI FORNASETTI**

**REALACCI (FONDAZIONE SYMBOLA): "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. A PARTIRE DALLA CRISI CLIMATICA. L'ITALIA, FORTE DI OLTRE UN MILIONE E MEZZO DI ADDETTI CULTURALI E CREATIVI PUÒ OFFRIRE UN CONTRIBUTO IMPORTANTE AD UNA TRANSIZIONE VERDE E DIGITALE. SPOSTANDO LE PRODUZIONI VERSO LA QUALITÀ AUMENTA INFATTI IL VALORE E DIMINUISCE IL CONSUMO DI ENERGIA E MATERIE PRIME RIDUCENDO LE EMISSIONI DI CO2: UN'ECONOMIA PIÙ A MISURA D'UOMO E PER QUESTO PIÙ COMPETITIVA E PIÙ CAPACE DI FUTURO COME SOSTIENE IL MANIFESTO DI ASSISI. ANCHE DA QUESTO DERIVA LA FORZA DEL NOSTRO EXPORT. COME PIÙ VOLTE SOTTOLINEATO DAL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA SERGIO MATTARELLA 'LA CULTURA NON RAPPRESENTA UN LUSSO SUPERFLUO, MA UN AUTENTICO ASSET COMPETITIVO'".**

**PRETE (UNIONCAMERE: "LA CREATIVITÀ NON È SOLTANTO UN PATRIMONIO IDENTITARIO DELL'ITALIA: È UNA LEVA STRATEGICA DI COMPETITIVITÀ PER IL NOSTRO SISTEMA PRODUTTIVO. IL RAPPORTO IO SONO CULTURA LO DIMOSTRA CON CHIAREZZA: 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. È COSÌ 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. ED È COSÌ NELLA MANIFATTURA E NELL'ARTIGIANATO DI QUALITÀ, DOVE DESIGN, CREATIVITÀ E SAPER FARE RAPPRESENTANO IL TRATTO DISTINTIVO CHE RENDE IL MADE IN ITALY RICONOSCIBILE E APPREZZATO NEL MONDO. INVESTIRE NELLA CULTURA SIGNIFICA QUINDI INVESTIRE NELLA CRESCITA, NELL'INNOVAZIONE E NELLA COMPETITIVITÀ DEL PAESE".**

**LANZILLO (DELOITTE & TOUCHE S.P.A.): "IN UN CONTESTO DI VITA COLLETTIVA CARATTERIZZATO DA CONFLITTI INTERNAZIONALI, PROFONDE TRASFORMAZIONI LEGATE ALL'EVOLUZIONE TECNOLOGICA E ALLA DIFFUSIONE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE CON IMPATTO SULLE RELAZIONI UMANE, GLI STILI COMUNICATIVI E LA FORMAZIONE, LA CULTURA NON RAPPRESENTA SOLTANTO UN PATRIMONIO DA TUTELARE O UN SETTORE DA SOSTENERE: È UNA RISORSA STRATEGICA PER RAFFORZARE IL PENSIERO CRITICO, PROMUOVERE IL DIALOGO, VALORIZZARE LA DIVERSITÀ E COSTRUIRE SOCIETÀ PIÙ INCLUSIVE. PROPRIO MENTRE LE TECNOLOGIE AMPLIANO LE POSSIBILITÀ DI ACCESSO E PRODUZIONE DELLA CONOSCENZA, CRESCE IL RUOLO INSOSTITUIBILE DELLA CULTURA NEL FORNIRE GLI STRUMENTI PER INTERPRETARE LA COMPLESSITÀ E ORIENTARE IL CAMBIAMENTO. PER QUESTO, MISURARE GLI IMPATTI DELLA CULTURA, ECONOMICI E NON SOLO, SIGNIFICA RENDERE VISIBILE IL SUO CONTRIBUTO ALLO SVILUPPO ECONOMICO, SOCIALE E DEMOCRATICO DEL PAESE".**

**Roma, 16 luglio 2026.** Cultura e bellezza in Italia sono tratti identitari radicati nella società e nell'economia. Da qui il titolo del rapporto *Io sono cultura*, e grazie alla loro forte relazione con la manifattura hanno dato vita ad una delle più forti identità produttive del mondo, il made in Italy**.** Oggi le industrie culturali e creative sono tra i settori più strategici per facilitare la ripresa economica e sociale italiana; non solo perché i dati dell'ultimo decennio dimostrano che parliamo di una fonte significativa di posti di lavoro e ricchezza ma anche perché sono un motore di innovazione per l'intera economia e agiscono come un attivatore della crescita di altri settori, dal turismo a tutti i settori economici che beneficiano del processo di culturalizzazione dell'economia grazie anche al contributo innovativo *Embedded Creatives*, ovvero i professionisti culturali e creativi che operano al di fuori dei settori che costituiscono il Core cultura. *Io sono cultura* annualmente quantifica il peso della cultura e della creatività

nell'economia nazionale. I dati dimostrano che la cultura è uno dei motori della nostra economia; lo studio propone dati e storie ed è realizzato grazie al contributo di molte personalità di punta nei diversi settori.

**Il rapporto, arrivato alla sedicesima edizione, è realizzato congiuntamente da Unioncamere, dal suo Centro Studi Guglielmo Tagliacarne, da Fondazione Symbola e Deloitte con la collaborazione dell'Istituto per il Credito Sportivo e Culturale, Fondazione Fitzcarraldo, Fornasetti e con il patrocinio del Ministero della Cultura. È stato presentato oggi, con i saluti di Giovanni Cannata, Rettore Universitas Mercatorum, da Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola; Andrea Prete, presidente di Unioncamere; Ernesto Lanzillo, presidente di Deloitte & Touche S.p.a; Beniamino Quintieri, presidente Istituto per il Credito Sportivo e Culturale. Ne hanno discusso Alfredo Accatino, presidente Filmmaster; Thalita Malagò, direttrice generale e consigliera delegata IIDEA; Raffaele Ranucci, amministratore delegato Fondazione Musica per Roma; Giampiero Di Carlo, Founder e CEO Rockol. Ha moderato i lavori Manuela Rafaiani, giornalista e CDA Fondazione Symbola.**

**I dati riferiti al 2025 confermano la solidità del Sistema Produttivo Culturale e Creativo (SPCC) italiano come motore di sviluppo economico, occupazionale e sociale del Paese. La filiera - tra professionisti, imprese, terzo settore e pubblica amministrazione - ha generato 115,8 miliardi di euro di valore aggiunto, pari al 5,7% dell'economia nazionale, con una crescita del +3,3% rispetto all'anno precedente. Gli occupati sono quasi 1,54 milioni, pari al 5,7% del totale, con un incremento dell'+1,7% rispetto al 2024. Un valore che si estende oltre la ricchezza direttamente prodotta: ogni euro generato dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo ne attiva altri 1,7 nel resto dell'economia, arrivando a muovere circa 310 miliardi di euro complessivi, pari al 15,4% del PIL italiano.**

La crescita ha interessato entrambe le componenti del sistema. Da un lato il Core Cultura, che nel 2025 genera 66,8 miliardi di euro di valore aggiunto e cresce del +3,2% rispetto all'anno precedente; dall'altro gli *Embedded Creatives*, ossia i professionisti culturali e creativi impiegati nei settori non strettamente culturali, che producono quasi 49 miliardi di euro e registrano una crescita del +3,4%. Numeri che raccontano una forza economica rilevante, ma che rimandano anche a qualcosa di più profondo: la capacità della cultura di produrre innovazione, relazioni, inclusione, identità e fiducia, ingredienti essenziali della competitività italiana.

Tra i domini del Core Cultura, Software e videogiochi si confermano il principale generatore di valore e occupazione, seguiti da Editoria e stampa e da Architettura e design che, nel 2025, tornano entrambe a crescere. Performance positive interessano anche gli altri comparti, confermando come lo sviluppo del sistema culturale e creativo sia sostenuto tanto dalle attività più innovative quanto da quelle tradizionali.

L'analisi territoriale conferma la forte concentrazione delle attività culturali e creative nelle regioni del Centro-Nord e nelle principali aree metropolitane, ma mette in luce anche la crescente capacità di numerosi territori di valorizzare la cultura come elemento distintivo del proprio modello di sviluppo.

**Il Lazio si conferma la regione con il più elevato livello di specializzazione culturale e creativa, con un'incidenza del SPCC pari all'8,1% dell'economia regionale, seguito dalla Lombardia, che mantiene la leadership nazionale in termini di dimensione economica con oltre 33 miliardi di euro di valore aggiunto generati dal Sistema Produttivo Culturale e Creativo.**

Tra le altre regioni emergono Piemonte, Veneto, Toscana ed Emilia-Romagna, mentre nel Mezzogiorno continua a distinguersi la Campania, dove la cultura rappresenta una componente rilevante della crescita economica e dell'attrattività territoriale.

La bellezza delle città italiane, frutto della stratificazione del patrimonio storico, architettonico e paesaggistico, è sempre più riconosciuta come un asset economico e identitario, non solo attrattore turistico, ma fattore di localizzazione per imprese e talenti e infrastruttura immateriale capace di qualificare un territorio. La presenza di Roma continua a esercitare un ruolo determinante, concentrando istituzioni culturali connesse alla valorizzazione del patrimonio storico e artistico, attività audiovisive, dell'editoria, della comunicazione e una parte rilevante delle funzioni amministrative e direzionali del Paese. Milano non è solo una sede produttiva, ma la capitale del design, capace di attrarre pubblici internazionali attraverso il Salone del Mobile, trasformato negli anni in un'infrastruttura

culturale globale.

Il Piemonte si colloca immediatamente dopo i due leader nazionali con un'incidenza pari al 6,5%, mentre Veneto e Toscana occupano rispettivamente il quarto e il quinto posto nella graduatoria dello SPCC, con un'incidenza pari al 5,6%. Si tratta di territori nei quali il patrimonio culturale si combina con sistemi produttivi evoluti e con una diffusa presenza di imprese creative e culturali.

Particolarmente rilevante appare anche il contributo dell'Emilia-Romagna, che genera quasi 10 miliardi di euro di valore aggiunto attraverso il Sistema Produttivo Culturale e Creativo e presenta un'incidenza del 5,4%. Anche per le Marche vale lo stesso, grazie ad una incidenza del 5,3% che conferma la capacità dei sistemi produttivi locali di integrare attività culturali, manifattura di qualità e creatività.

Nella parte centrale della graduatoria si collocano Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige, Campania e Umbria, territori che, pur presentando dimensioni economiche più contenute, mostrano una significativa capacità di generare valore attraverso le attività culturali e creative. Nel caso del Friuli-Venezia Giulia, in particolare, il Sistema Produttivo Culturale e Creativo incide per il 5,2% sull'economia regionale. All'interno del panorama meridionale, caratterizzato da livelli di specializzazione generalmente inferiori alla media nazionale, la Campania rappresenta l'eccezione principale, con quasi 5,9 miliardi di euro di valore aggiunto generati dal SPCC e un'incidenza del 4,6%, superiore a quella di diverse regioni del Centro-Nord. Seguono Abruzzo (3,7%), Sicilia (3,6%), Basilicata (3,5%), Puglia (3,4%), Molise e Calabria (3,3%), mentre Sardegna e Valle d'Aosta chiudono la graduatoria con valori inferiori al 3,2%. **Nel Mezzogiorno il settore continua a espandersi a ritmi superiori alla media nazionale nel caso dello SPCC (+3,7%),** mentre la crescita del *Core* Cultura si attesta al +2,8%. Particolarmente brillanti risultano le performance di Campania, Puglia e Abruzzo, a conferma del progressivo rafforzamento delle attività culturali e creative in alcune delle principali economie dell'area. **La Campania risulta prima in Italia per crescita di imprese culturali e creative nel quinquennio 2021-25 con una crescita del 12,3%**, seguita da Molise (+11,8%) e Trentino-Alto Adige (+11,7%). Risultati particolarmente rilevanti si osservano anche in Abruzzo (+11,5%), Sicilia (+11,4%), Basilicata (+10,4%) e Calabria (+10,1%), tutte regioni che superano la soglia del 10% di incremento nel quinquennio. Per quanto riguarda il valore aggiunto, **Milano** guida la graduatoria nazionale con un'incidenza del Sistema Produttivo Culturale e Creativo pari al 10,1% dell'economia provinciale, seguita da **Roma** (9,0%) e **Torino** (8,4%). Completano le prime posizioni **Arezzo** (8,1%), **Firenze** (7,6%) e **Vicenza** (6,8%), a testimonianza di come accanto ai grandi centri metropolitani trovino spazio territori caratterizzati da una forte integrazione tra cultura, creatività e specializzazioni manifatturiere.

Anche sul fronte occupazionale la graduatoria evidenzia una significativa concentrazione nelle principali aree urbane. Milano si conferma al primo posto con un'incidenza pari al 10,0%, seguita da Firenze (8,5%), Roma (8,4%), Arezzo (8,2%) e Torino (8,0%).

"La forza della nostra economia e del made in Italy - dichiara **Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola** – 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. A partire dalla crisi climatica. L'Italia, forte di oltre un milione e mezzo di addetti culturali e creativi può offrire un contributo importante ad una transizione verde e digitale. Spostando le produzioni verso la qualità aumenta infatti il valore e diminuisce il consumo di energia e materie prime riducendo le emissioni di CO2: un'economia più a misura d'uomo e per questo più competitiva e più capace di futuro come sostiene il Manifesto di Assisi. Anche da questo deriva la forza del nostro export. Come più volte sottolineato dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella 'la cultura non rappresenta un lusso superfluo, ma un autentico asset competitivo'".

"La creatività non è soltanto un patrimonio identitario dell'Italia: è una leva strategica di competitività per il nostro sistema produttivo. Il Rapporto Io sono Cultura lo dimostra con chiarezza: 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. È così 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. Ed è così nella manifattura e nell'artigianato di qualità, dove design, creatività e saper fare rappresentano il tratto distintivo che rende il Made in Italy riconoscibile e apprezzato nel mondo. Investire nella cultura significa quindi investire nella

crescita, nell'innovazione e nella competitività del Paese" **dichiara Andrea Prete, presidente di Unioncamere**

"In un contesto di vita collettiva caratterizzato da conflitti internazionali – dichiara **Ernesto Lanzillo, presidente Deloitte & Touche S.p.a.** - profonde trasformazioni legate all'evoluzione tecnologica e alla diffusione dell'intelligenza artificiale con impatto sulle relazioni umane, gli stili comunicativi e la formazione, la cultura non rappresenta soltanto un patrimonio da tutelare o un settore da sostenere: è una risorsa strategica per rafforzare il pensiero critico, promuovere il dialogo, valorizzare la diversità e costruire società più inclusive. Proprio mentre le tecnologie ampliano le possibilità di accesso e produzione della conoscenza, cresce il ruolo insostituibile della cultura nel fornire gli strumenti per interpretare la complessità e orientare il cambiamento. Per questo, misurare gli impatti della cultura, economici e non solo, significa rendere visibile il suo contributo allo sviluppo economico, sociale e democratico del Paese".

**Fornasetti rinnova per il sedicesimo anno la sua partnership con Fondazione Symbola dando, ancora una volta un volto alla copertina del suo rapporto annuale *Io sono Cultura*. Una scelta che va ben oltre la grafica e l'Art Direction e che trova la sua ragion d'essere in una vera e propria comunione d'intenti. Fornasetti è un'impresa artistica e un attore culturale, e vede radicati in Fondazione Symbola alcuni dei valori più sentiti dall'Atelier, la valorizzazione della creatività e della cultura, valori che, grazie a Io sono Cultura, si riappropriano del giusto merito che spetta loro nel contesto sociale. Questa immagine (n.403) mostra il celebre volto della musa di Fornasetti – la cantante lirica Lina Cavalieri – che lascia intravedere i suoi lineamenti all'interno del simbolo della pace. Parte di una serie speciale di tre piatti nata nel 2022, l'opera trasforma il concetto di pace in un valore quotidiano, intimo e da coltivare ogni giorno. Un potente messaggio di armonia globale, un invito silenzioso, a ritrovare l'equilibrio attraverso la forza dell'arte e della cultura.**

*Io Sono Cultura* permette di analizzare l'evoluzione della filiera in termini di produzione di ricchezza e creazione di posti di lavoro. Negli ultimi anni, il settore culturale e creativo ha mostrato una ripresa significativa, con una crescita costante in termini di valore aggiunto e di occupazione. Tuttavia, l'andamento non è stato uniforme tra i vari settori: ve ne sono alcuni che hanno registrato incrementi più marcati di altri e settori che hanno subito delle contrazioni. L'analisi dei dati del 2025 evidenzia una trasformazione del panorama culturale e creativo italiano, con una crescente digitalizzazione e una ridefinizione delle dinamiche occupazionali.

Nel 2025 il comparto dei ***Software e videogiochi*** si conferma il principale generatore di valore aggiunto del Core Cultura, con 18,6 miliardi di euro prodotti e un'incidenza del 27,8%. Seguono ***l'Editoria e stampa e l'Architettura e design,*** che generano rispettivamente 11,5 e 11,2 miliardi di euro e rappresentano insieme oltre un terzo della ricchezza prodotta dal Core Cultura. Un contributo rilevante proviene inoltre dall'***Audiovisivo e musica, dalla Comunicazione e dalle Performing arts e arti visive***, tutti comparti con un peso superiore al 10% del valore aggiunto complessivo mentre il Patrimonio storico e artistico rappresenta il 5,8% della ricchezza generata dal settore.

Nel complesso emerge una struttura produttiva articolata, nella quale convivono comparti tradizionali della filiera culturale e attività maggiormente legate alla trasformazione digitale, con queste ultime che assumono un peso crescente nella generazione di valore. Le dinamiche osservate nel 2025 confermano e rafforzano questa tendenza. Le performance migliori nell'ultimo anno si registrano infatti nell'*Architettura e design* (+5,9%) e nei *Software e videogiochi* (+5,8%), comparti che beneficiano maggiormente dei processi di innovazione tecnologica, digitalizzazione e crescente domanda di servizi ad elevato contenuto creativo. Positivi risultano anche gli andamenti delle *Performing arts* e arti visive (+3,8%) e dell'*Editoria e stampa* (+2,0%) e dell'*Audiovisivo e musica* (+0,9%) mentre la *Comunicazione* (+0,2%) mostra una sostanziale stabilità. L'unico comparto in contrazione è quello del Patrimonio storico e artistico (-2,4%).

Sul fronte occupazionale, il comparto dei *Software e videogiochi* si conferma il principale datore di lavoro del Core Cultura, con oltre 206 mila occupati e una quota pari al 22,6% del totale. Seguono *l'Editoria e stampa*, che impiega quasi 192 mila addetti (21,0%), e *l'Architettura e design*, con circa 149 mila occupati (16,3%).

Un contributo rilevante proviene anche dalla *Comunicazione*, che concentra il 14,3% dell'occupazione complessiva del settore, e dalle *Performing arts e arti visive*, che assorbono il 12,1% degli addetti. Più contenuto, ma comunque significativo, il peso del *Patrimonio storico e artistico e dell'Audiovisivo e musica*, che rappresentano rispettivamente il 7,0% e il 6,8% dell'occupazione del Core Cultura.

C'è poi la componente *Embedded Creatives*, composta da tutti i professionisti culturali e creativi che operano al di

fuori dei settori che costituiscono il Core Cultura - designer, esperti di comunicazione, storyteller, curatori, art director, artisti, architetti che è strettamente connessa ai processi di culturalizzazione che hanno progressivamente interessato un numero crescente di settori economici: inizialmente quelli del manifatturiero avanzato e, più recentemente, in misura sempre maggiore, quelli dei servizi. Nel 2025, il 22,3% del valore aggiunto generato da questa componente si concentra negli Altri servizi alle imprese e il 17,2% nelle Altre attività industriali, evidenziando il ruolo centrale delle competenze creative nei processi di innovazione, progettazione e sviluppo delle imprese. Un contributo rilevante proviene inoltre dagli Altri servizi alla persona (16,1%), dalle Attività professionali (9,9%), dal Commercio (7,3%) e dalle Costruzioni e immobiliare (6,9%). Più contenuto risulta invece il peso delle filiere manifatturiere tradizionali e del Turismo, che rappresentano quote relativamente limitate del valore aggiunto complessivo generato dagli *Embedded Creatives* nonostante l'elevata incidenza di professionisti al loro interno.

A fronte di questa crescita, permangono tuttavia criticità strutturali e ce lo ha ricordato anche lo sciopero nazionale del settore della cultura del 12 giugno 2026, quando lavoratori di musei, archivi, biblioteche e teatri hanno protestato contro precarietà e bassi salari, chiedendo maggiori investimenti e percorsi di stabilizzazione dell'occupazione. I dati del report confermano queste criticità. Il lavoro autonomo rappresenta infatti ancora il 35,4% degli occupati del settore e raggiunge il 48,2% nel Core Cultura, una quota più che doppia rispetto alla media dell'economia italiana (21,5%). È una quota che riflette la natura progettuale di molte attività creative, ma anche la difficoltà di garantire continuità occupazionale e adeguata remunerazione. Il 7,4% degli occupati del settore esprime un giudizio negativo sulla propria stabilità lavorativa, con picchi nelle *Performing arts* (10,3%) e nel Patrimonio storico e artistico (8,4%). Nel 2025, inoltre, il 4,7% di chi lavorava nelle attività creative e di intrattenimento risultava non più occupato rispetto all'anno precedente. Sono numeri che confermano come il pieno riconoscimento del lavoro creativo, nella sua discontinuità, nella sua specificità e nel suo valore, resti una questione aperta.

È importante la parte che riguarda **l'uso dell'AI nella filiera culturale e creativa italiana** che si sta consolidando in modo pervasivo, passando da una fase sperimentale a una vera e propria infrastruttura integrata nei processi produttivi e distributivi. Questo consolidamento è testimoniato non solo dalla diffusione del suo utilizzo quotidiano in quasi tutti i settori creativi ma anche dall'adeguamento del quadro normativo, con l'approvazione nel settembre 2025 della prima legge nazionale dedicata all'AI, che si inserisce nel più ampio percorso avviato dall'Unione Europea con l'AI Act, il regolamento comunitario approvato nel 2024 che sta entrando in vigore a step progressivi.

Nel settore della comunicazione e della pubblicità, ambito dove l'integrazione ha raggiunto un maggior grado di avanzamento, l'AI è diventata un partner creativo fondamentale per la costruzione di immagini, storytelling e campagne audiovisive, utilizzata per ridurre tempi e costi. Al punto che anche in Italia oggi si parla di *smart production* per indicare la capacità di generare spot pubblicitari in tempi ridottissimi (meno di 30 giorni) con spot generati interamente tramite AI ma governati da una regia umana esperta a garanzia di realismo, coerenza narrativa e standard qualitativi adeguati ai vari format.

Al consolidarsi delle tecnologie digitali si affianca anche una sensibilità ambientale sempre più diffusa e condivisa, trasversale a quasi tutti i settori culturali e creativi italiani. Una leva strategica che procede in un momento in cui la crisi climatica chiede risposte concrete a tutta la società. Tra i settori più attivi, il design racconta forse la trasformazione più radicale. Ripensa gli oggetti per ridurne l'impatto lungo l'intero ciclo di vita, recupera scarti industriali e tessili dando loro nuova forma, e si spinge fino a sperimentare biomateriali (funghi, residui agricoli, scarti organici), dove economia circolare e biotecnologie avanzate si incontrano e si fondono. Anche il patrimonio storico-artistico si interroga sulle proprie pratiche: musei, siti archeologici e complessi monumentali intervengono per ridurre gli impatti ambientali attraverso interventi di efficientamento energetico, innovazione impiantistica ed economia circolare, ma anche per promuovere una mobilità più sostenibile e attività educative rivolte al proprio pubblico.

**Valore aggiunto del Sistema Produttivo Culturale e Creativo per regioni** e macroaree

2025 (valori assoluti e incidenze sul totale economia regionale e di macroarea)

| | ***Core* Cultura** | | | **Sistema Produttivo Culturale e Creativo** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Valori** | **Incidenza** | **Posizioni per** | **Valori** | **Incidenze** | **Posizioni per** |

| | assoluti (milioni di euro) | percentuali sull'economia territoriale | incidenza sull'economia territoriale | assoluti (milioni di euro) | percentuali sull'economia territoriale | incidenza sull'economia territoriale |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Piemonte | 5.910 | 3,93 | | 9.927 | 6,53 | |
| Valle d'Aosta | 103 | 1,916 | | 176 | 3,219 | |
| Lombardia | 20.848 | 4,52 | | 33.237 | 7,12 | |
| Trentino-Alto Adige | 1.433 | 2,78 | | 2.625 | 4,99 | |
| Veneto | 5.087 | 2,85 | | 10.221 | 5,64 | |
| Friuli-Venezia Giulia | 1.078 | 2,610 | | 2.193 | 5,28 | |
| Liguria | 1.155 | 2,013 | | 2.042 | 3,613 | |
| Emilia-Romagna | 5.011 | 2,87 | | 9.808 | 5,46 | |
| Toscana | 3.735 | 2,94 | | 7.283 | 5,65 | |
| Umbria | 644 | 2,69 | | 1.105 | 4,411 | |
| Marche | 1.280 | 2,86 | | 2.432 | 5,37 | |
| Lazio | 11.410 | 5,21 | | 17.730 | 8,11 | |
| Abruzzo | 749 | 2,014 | | 1.394 | 3,712 | |
| Molise | 162 | 2,212 | | 246 | 3,317 | |
| Campania | 3.074 | 2,411 | | 5.887 | 4,610 | |
| Puglia | 1.723 | 2,015 | | 2.921 | 3,416 | |
| Basilicata | 260 | 1,917 | | 485 | 3,515 | |
| Calabria | 556 | 1,520 | | 1.201 | 3,318 | |
| Sicilia | 1.919 | 1,818 | | 3.729 | 3,614 | |
| Sardegna | 694 | 1,719 | | 1.150 | 2,920 | |
| NORD-OVEST | 28.016 | 4,1 | | 45.381 | 6,7 | |
| NORD-EST | 12.609 | 2,8 | | 24.846 | 5,4 | |
| CENTRO | 17.068 | 4,1 | | 28.551 | 6,8 | |
| MEZZOGIORNO | 9.138 | 2,0 | | 17.013 | 3,7 | |
| **ITALIA** | **66.830** | **3,3** | | **115.791** | **5,7** | |

Fonte: Centro Studi Tagliacarne - Unioncamere, Fondazione Symbola, 2026

**Occupazione del Sistema Produttivo Culturale e Creativo per regioni e macroaree**

2025 (valori assoluti e incidenze sul totale economia regionale e di macroarea)

| | ***Core Cultura*** | | | **Sistema Produttivo Culturale e Creativo** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Valori assoluti** | **Incidenze percentuali sull'economia territoriale** | **Posizioni per incidenza sull'economia territoriale** | **Valori assoluti** | **Incidenze percentuali sull'economia territoriale** | **Posizioni per incidenza sull'economia territoriale** |
| Piemonte | 79.102 | 4,0 | 3 | 126.133 | 6.3 | 3 |
| Valle d'Aosta | 1.460 | 2,3 | 14 | 2.632 | 4,1 | 14 |
| Lombardia | 238.839 | 4,6 | 2 | 374.706 | 7,2 | 2 |
| Trentino-Alto Adige | 19.011 | 3,2 | 6 | 33.627 | 5,6 | 8 |
| Veneto | 71.976 | 3,0 | 7 | 141.773 | 6,0 | 5 |
| Friuli-Venezia Giulia | 16.315 | 2,9 | 10 | 32.397 | 5,7 | 7 |
| Liguria | 18.558 | 2,6 | 11 | 30.074 | 4,3 | 12 |
| Emilia-Romagna | 74.583 | 3.3 | 4 | 132.949 | 5,9 | 6 |
| Toscana | 57.431 | 3,2 | 5 | 109.641 | 6,1 | 4 |
| Umbria | 11.579 | 2,9 | 9 | 19.081 | 4,8 | 10 |
| Marche | 20.988 | 3,0 | 8 | 37.564 | 5,4 | 9 |
| Lazio | 140.861 | 5,0 | 1 | 215.585 | 7,6 | 1 |
| Abruzzo | 12.325 | 2,2 | 16 | 22.954 | 4,2 | 13 |
| Molise | 2.580 | 2,3 | 13 | 3.959 | 3,6 | 18 |
| Campania | 51.756 | 2,5 | 12 | 87.439 | 4,3 | 11 |
| Puglia | 32.272 | 2,2 | 17 | 53.444 | 3,6 | 17 |
| Basilicata | 4.320 | 2,0 | 18 | 7.928 | 3,7 | 16 |
| Calabria | 10.803 | 1,7 | 20 | 19.466 | 3,1 | 20 |
| Sicilia | 37.406 | 2,2 | 15 | 67.337 | 4,0 | 15 |
| Sardegna | 13.107 | 2,0 | 19 | 21.104 | 3,2 | 19 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| NORD-OVEST | 337.959 | 4,3 | 533.545 | 6,7 |
| NORD-EST | 181.885 | 3.1 | 340.746 | 5,9 |
| CENTRO | 230.859 | 4,0 | 381.872 | 6,7 |
| MEZZOGIORNO | 164.569 | 2,2 | 283.632 | 3,9 |
| **ITALIA** | **915.272** | **3,4** | **1.539.794** | **5,7** |

Fonte: Centro Studi Tagliacarne - Unioncamere, Fondazione Symbola, 2026

**Prime province per peso del Sistema Produttivo Culturale e Creativo**

Anno 2025 (incidenze percentuali sul totale economia provinciale)

Fonte: Centro Studi Tagliacarne - Unioncamere, Fondazione Symbola, 2026

**Valore aggiunto e occupazione dei settori del sistema culturale e creativo**

| **Voci** | Valori assoluti | | % composizione Core | | % su t |
|---|---|---|---|---|---|
| | Valore aggiunto (mil.rdi di euro) | Occupazione (unità) | Valore aggiunto | Occupazione | Valore aggiun |
| Archiettura e design | 11,2 | 148.930 | 16,8 | 16,3 | |
| Comunicazione | 7,2 | 130.559 | 10,8 | 14,3 | |
| Audiovisivo e musica | 7,6 | 62.456 | 11,4 | 6,8 | |
| Software e videogiochi | 18,6 | 206.741 | 27,8 | 22,6 | |
| Editoria e stampa | 11,5 | 191.842 | 17,3 | 21,0 | |
| Performing arts e arti visive | 6,7 | 110.347 | 10,1 | 12,1 | |
| Patrimonio storico e artistico | 3,9 | 64.397 | 5,8 | 7,0 | |
| CORE CULTURA | 66,8 | 915.272 | 100,0 | 100,0 | |
| Embedded creatives | 49,0 | 624.522 | | | |
| **TOTALE SPCC** | **115,8** | **1.539.794** | | | **5,7** |

Fonte: Centro Studi Tagliacarne - Unioncamere, Fondazione Symbola, 2026

***Il rapporto completo si trova su:***

***www.symbola.net*** [2]

***www.unioncamere.gov.it***
Ultima modifica: Venerdì 17 Luglio 2026

## Condividi

**Reti Sociali**

**Gradimento** Select rating
Nessun voto

Rate

## ARGOMENTI

**Source URL:** https://me.camcom.it/notizie/io-sono-cultura-2026-rapporto-annuale-fondazione-symbola-unioncamere-centro-studi

**Collegamenti**
[1] https://me.camcom.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D385
[2] http://www.symbola.net