



Nuove competenze per le sfide del lavoro culturale e cooperativo

Alessandro Rinaldi

*Direttore Studi e Statistiche Centro Studi delle Camere di Commercio
Guglielmo Tagliacarne*

Orti Giuli di Pesaro

27 settembre 2024

Il riconoscimento normativo del sistema culturale e creativo

definizione univoca di
**IMPRESA CULTURALE
E CREATIVA**

**LEGGE 206 DEL 27
DICEMBRE 2023**
(legge sul Made in Italy)

iscrizione prevista
**ALBO MIC E SEZIONE
SPECIALE REGISTRO
IMPRESE**

I SETTORI

MUSICA - AUDIOVISIVO E RADIO - MODA - ARCHITETTURA E DESIGN - ARTI VISIVE - SPETTACOLO DAL VIVO - PATRIMONIO CULTURALE MATERIALE E IMMATERIALE - ARTIGIANATO ARTISTICO - EDITORIA - LIBRI E LETTERATURA

La visione dell'UE per lo sviluppo di settore

PASSATO

- Frammentazione, isolamento
- Sistema innovazione non inclusivo
- Precarietà del lavoro
- Progetti di breve termine

PRESENTE

- Digitalizzazione e community aperte
- Innovazione sociale e welfare
- Collaborazione intersettoriale
- Nuove possibilità di finanziamento

FUTURO

- Cultura al centro di un'agenda politica integrata
- Valutazione olistica e quali-quantitativa
- Empowerment delle aree urbane e rurali
- Lavoro dignitoso e di qualità

BARRIERE



ATTIVATORI



ASPIRAZIONI



Quali trend?



FORTE RELAZIONE CON IL TURISMO

Audiovisivo (turismo legato ai luoghi legati alle riprese)
Videogiochi (sviluppo di contenuti stilisticamente distintivi e in forte connessione con il territorio)
Editoria (i fumettisti hanno creato packaging innovativi per piccoli produttori enogastronomici)



WELFARE CULTURALE

Esiste una **correlazione tra partecipazione culturale e qualità della vita**: in Italia stanno prendendo forma le prime politiche regionali culturali, espresse con il neologismo tutto italiano di welfare culturale



INTRODUZIONE DELL'IA NEI PROCESSI CREATIVI

Videogiochi con machine learning per migliorare l'esperienza di gaming
Progettazione (architettura e design)
e **Comunicazione** con personalizzazione dei contenuti, riduzione dei tempi di produzione e maggior capacità di ingaggio nelle diverse nicchie di mercato

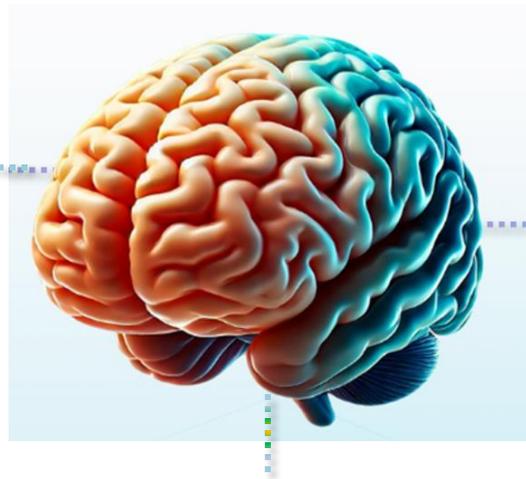
IA e settore culturale e creativo secondo l'UE

OPPORTUNITÀ

- Ridurre i costi e migliorare l'efficienza
- Supportare il decision-making
- Scoprire e coinvolgere un pubblico nuovo
- Ispirare la creatività umana



LEGACOOP
CULTURMEDIA



RISCHI

- Produzione di contenuti di bassa qualità
- Ampliamento e diffusione della disinformazione
- Manipolazione degli utenti
- Inerzia e miopia decisionale
- Sostituzione di alcune professioni

SFIDE

- Accesso sicuro ai dati
- Sviluppo e attrazione di talenti con skills tecniche e creative
- Capacità di sviluppare internamente soluzioni di IA
- Trasparenza rispetto al funzionamento dei sistemi
- Disponibilità di fondi



LEGACOOP
MARCHE

Un mercato sempre più giovane



ABBASSAMENTO ETÀ MEDIA DEI FRUITORI



PROTAGONISMO DEI GIOVANI IN AMBITO PRODUTTIVO



SPAZIO ANCHE AI GIOVANI LAVORATORI

In tutti i settori si evidenzia una forte **commistione tra cultura e digitale** con un ruolo centrale dei social network (soprattutto TikTok e Instagram)

es. **Musica**: classifiche e protagonisti di grandi eventi musicali dominati dalla presenza di giovanissimi

es. **Editoria**: grazie a motori di ricerca e social, è nata una nuova generazione di booktoker

Nelle ICC **la richiesta di under 30 è pari al 33,8% delle richieste previste** per il 2023 (30% nel totale economia). La domanda di lavoro nel settore è anche molto qualificata; il 37,2% delle entrate previste riguarda laureati vs il 13,9% del totale (DATI EXCELSIOR)

Il perimetro della rilevazione Excelsior

Attività individuate tramite 57 codici di attività economiche della classificazione ATECO 2007 associati a cultura e creatività:

- Industrie culturali (63,6% del totale): 37 codici di attività a livello di quinta cifra ATECO
 - Industrie creative (24,8% del totale): 10 codici
 - Patrimonio storico-artistico (1,2% del totale): 3 codici
 - Performing arts e intrattenimento (10,4% del totale): 7 codici
- editoria e stampa
 - industria cinematografica e musicale
 - industria radio-televisiva
 - produzione di giochi e videogiochi
 - comunicazione grafica tecnica e design (comprensivi degli studi professionali di ingegneria e architettura)
 - gestione di teatri, spazi culturali, parchi di divertimento
 - rappresentazioni artistiche e di intrattenimento
 - organizzazione di fiere e convegni
 - gestione di luoghi culturali, quali monumenti, siti archeologici, musei e biblioteche

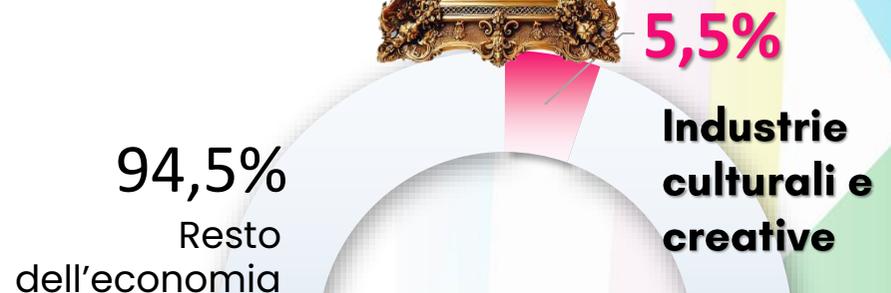


Fabbisogni professionali delle industrie culturali e creative

ENTRATE PROGRAMMATE

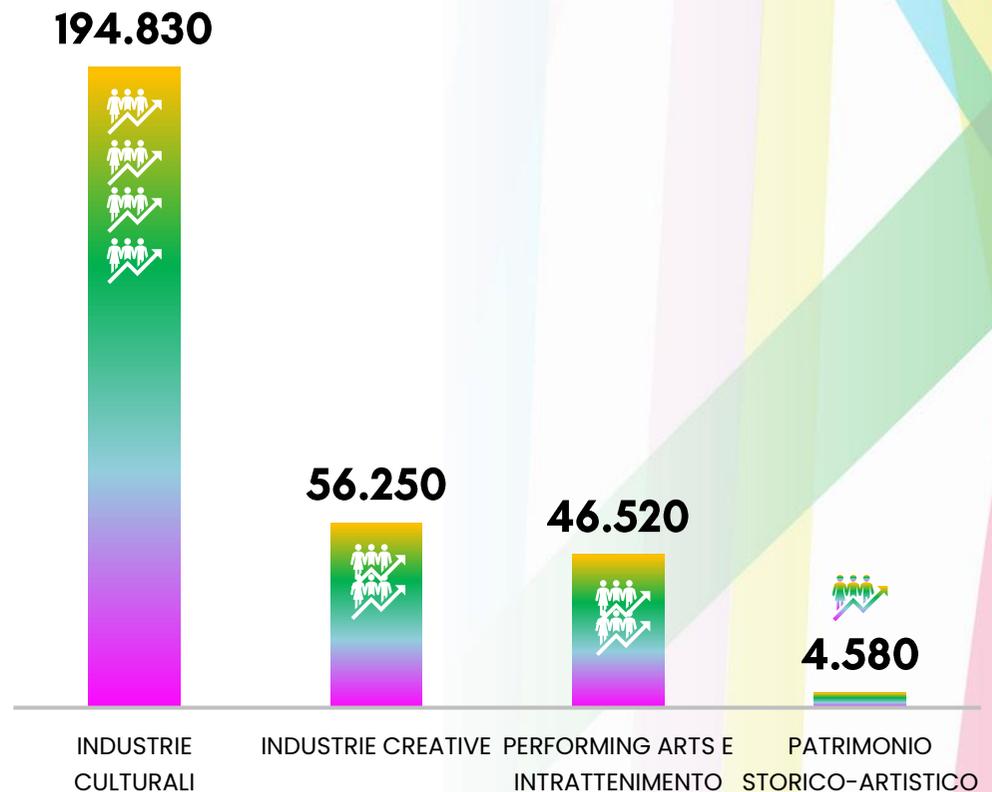
302 mila

- **302.170 unità** nel 2023, il 5,5% delle entrate previste dal totale delle imprese italiane, a fronte di una incidenza delle imprese ICC sul totale del tessuto imprenditoriale pari a 4,5%
- **+8,8% rispetto al 2022** (277 mila unità in più)
- **tasso di entrata dei dipendenti** – rapporto tra entrate programmate con contratti di lavoro dipendente e personale dipendente già impiegato nel settore – **pari al 34,8%**, in linea con il dato totale economia (34,1%)



Le entrate programmate nei singoli comparti

- Le **entrate programmate aumentano**, nel 2023, in tutti i comparti delle ICC
- le imprese delle **Industrie culturali** assorbono circa i due terzi del totale del fabbisogno professionale delle ICC, in aumento del +6,3% rispetto al 2022
- seguono le **Industrie creative** con poco meno di un quinto della domanda di lavoro, +4,3%
- si attesta, rispettivamente, al 15,4% e all'1,5% il peso delle entrate programmate nelle **Performing arts e intrattenimento** (+24,7%) e nel **Patrimonio storico-artistico** (+43,1%)



La domanda di competenze green e digitali

DIGITALE

LINGUAGGI E METODI MATEMATICI E INFORMATICI
34,2% vs 16,2% nel resto dell'economia

COMPETENZE DIGITALI
59,6% vs 23,3% nel resto dell'economia

APPLICAZIONE TECNOLOGIE 4.0 PER INNOVARE I PROCESSI
23,7% vs 12,7% nel resto dell'economia

GREEN

RISPARMIO ENERGETICO E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE
37,6% vs 41,8% nel resto dell'economia



Le altre competenze di rilievo

TRASVERSALI

- **Lavorare in gruppo** (70,1% ICC vs 55,8% tot. economia)
- **Problem solving** (64,9% ICC vs 42,2% tot. economia)
- **Lavorare in autonomia** (50,1% ICC vs 42,9% tot. economia)
- **Flessibilità e adattamento** (73,6% ICC vs 66,1% tot. economia)

COMUNICATIVE

- **Comunicare in italiano informazioni dell'impresa** (42,2% ICC vs 35,6% tot. economia)
- **Comunicare in lingue straniere informazioni dell'impresa** (25,2% ICC vs 15,7% tot. economia)

In miglioramento il mismatch tra domanda e offerta di lavoro

ICC CHE SEGNALANO DIFFICOLTÀ DI REPERIMENTO

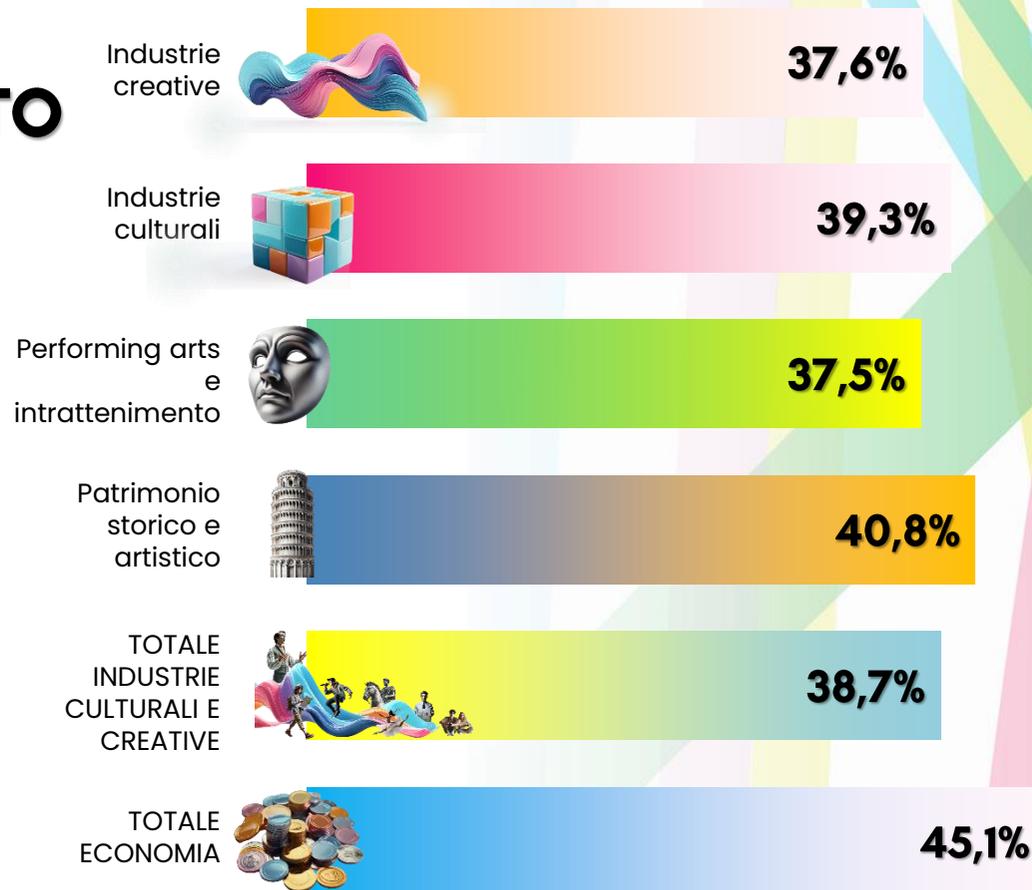
38,7%

(totale economia: 45,1%)



in decrescita rispetto al 2022 (era pari al 39,1%)

Difficoltà maggiori nella gestione del patrimonio storico e artistico



La difficoltà di reperimento

- La **mancaza di profili professionali specifici** disponibili all'inserimento in azienda è un elemento di problematicità nel **23,4% dei casi** (+1,3 p.p. rispetto al 2022), fenomeno che interessa le imprese del settore culturale e creativo in misura minore rispetto al resto dell'economia;
- diminuisce, di contro, il mismatch qualitativo, ossia legato all'**inadeguatezza dei candidati**, segnalate per il **12,5%** delle posizioni nelle Imprese Culturali e Creative (rispetto al 14,1% del 2022).

1

RIDOTTO NUMERO DI CANDIDATI

23,4% nelle ICC

28,4% nel totale economia

2

INADEGUATEZZA DEI CANDIDATI

12,5% nelle ICC

12,4% nel totale economia

3

ALTRI MOTIVI

2,8% nelle ICC

4,3% nel totale economia

Necessità di formazione

- Per la maggior parte degli ingressi, le Imprese Culturali e Creative ritengono sia fondamentale avviare dei **percorsi formativi**, anche a causa del mismatch esistente tra domanda e offerta di lavoro;
- nel caso delle **industrie creative**, tale necessità riguarda il 92% circa delle entrate programmate.

91,8%

INDUSTRIE
CREATIVE

79,7%

INDUSTRIE
CULTURALI

75,3%

PERFORMING ARTS
E
INTRATTENIMENTO

74,4%

PATRIMONIO
STORICO-
ARTISTICO

In sintesi, le ICC

**AUMENTANO LE
ENTRATE PREVISTE**

**PUNTANO AI
GIOVANI, MEGLIO
SE QUALIFICATI**

**GARRANTISCONO
UNA CERTA
STABILITÀ
CONTRATTUALE**

**PREDILIGONO LE
FIGURE CON
ESPERIENZA
PROFESSIONALE**

**SONO
CARATTERIZZATE
DA UN MISMATCH
DECRESCENTE**

**SONO
FONDAMENTALI
NEI SETTORI DEL
MADE IN ITALY**

**SONO
FORTEMENTE
INTERCONNESSE
AL SETTORE DEL
TURISMO**

**SONO DIGITALI E
NECESSITANO DI
COMPETENZE
SEMPRE PIÙ
DIGITALI**

Grazie

alessandro.rinaldi@tagliacarne.it



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE