



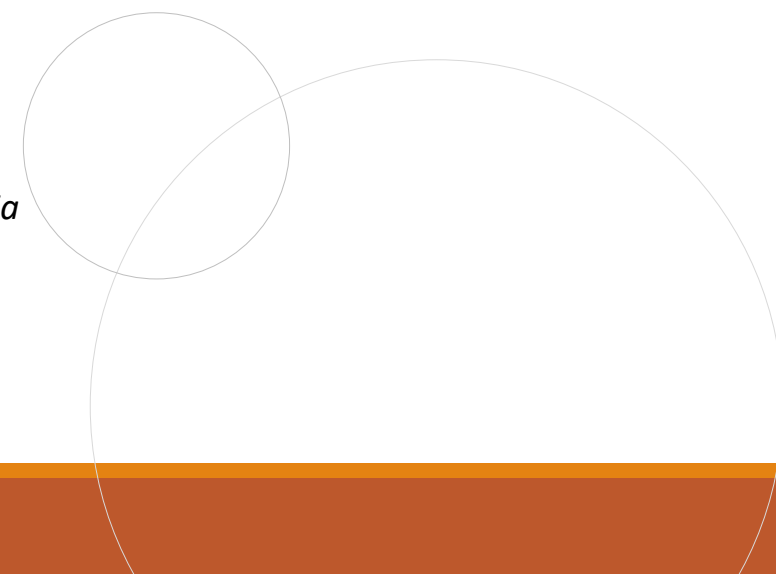
CAMERA DI COMMERCIO
CREMONA - MANTOVA - PAVIA



CREATIVITÀ FA IMPRESA: IL VALORE CULTURALE CHE GENERA ECONOMIA

CHIARA FANIN

*Servizio Promozione e Informazione Economica
Camera di commercio di Cremona-Mantova-Pavia*





AGENDA

- ✓ Le imprese culturali e creative: quadro normativo
- ✓ Le imprese culturali e creative: quali sono?
- ✓ Tessuto economico e fabbisogni occupazionali
- ✓ Ruolo del marketing nel valorizzare la cultura



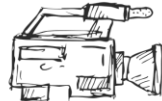


Ministero delle Imprese
e del Made in Italy



LE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE: QUADRO NORMATIVO



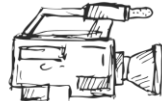


ICC – Imprese culturali e creative

Settore strategico per l'Italia

**Coniuga la produzione culturale con
la dimensione economica e
identitaria del Paese**

Carenza di riconoscimento
normativo → spesso escluse
dalle politiche industriali e
culturali nazionali



Cosa si intende per Impresa culturale e creativa?



Legge 27 dicembre 2023, n. 206, art. 25

Imprese che svolgono attività:

- ✓ in “pianta stabile e continuativa in Italia”
- ✓ “in via esclusiva o prevalente in uno degli ambiti specifici culturali e creativi: ideazione, creazione, produzione, sviluppo, diffusione, promozione, conservazione, ricerca, valorizzazione e gestione di beni, attività e prodotti culturali”.



Decreto del Ministro della cultura, di concerto con il Ministro delle imprese e del made in Italy, n. 402 del 25 ottobre 2024 (Decreto ICC)

- indica le modalità e le condizioni per il riconoscimento della qualifica di impresa culturale e creativa (nonché le ipotesi di revoca)
- individua i requisiti soggettivi (art. 3) e oggettivi (art. 4) che i soggetti interessati alle iscrizioni previste dalla legge devono rispettare al fine di acquisire la qualifica di impresa culturale e creativa



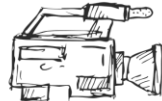


DECRETO ICC

Possono acquisire la **qualifica di impresa culturale e creativa (art. 3):**

- A. gli enti, indipendentemente dalla forma giuridica, inclusi quelli costituiti nelle forme di cui al libro V del codice civile;
- B. i lavoratori autonomi;
- C. gli enti del Terzo settore, previsti dall'articolo 11, comma 2, del decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 117, le imprese sociali di cui al decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 112, e gli enti di cui al libro I, titolo II, capo II, del codice civile che svolgono prevalentemente in forma di impresa, in via esclusiva o prevalente, una o più delle attività di cui all'articolo 4;
- D. le start up innovative di cui all'articolo 25 del decreto legge 18 ottobre 2012, n. 179, in possesso dei requisiti di cui all'articolo 4.





DECRETO ICC



I soggetti sono tenuti a:

→ svolgere l'attività economica in forma di impresa
(quindi essere imprese iscritte del registro delle imprese)

oppure

→ essere un ente/soggetto iscritto nel REA



I soggetti devono a loro volta **(art. 4):**

- A. svolgere attività stabile e continuativa con sede in Italia, ai sensi del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, o in uno degli Stati membri dell'Unione europea o in uno degli Stati aderenti all'Accordo sullo Spazio economico europeo, purché siano soggetti passivi di imposta in Italia;
- B. svolgere in forma di impresa, in via esclusiva o prevalente, una o più delle seguenti attività: ideazione, creazione, produzione, sviluppo, diffusione, promozione, conservazione, ricerca, valorizzazione e gestione di beni, attività e prodotti culturali.

DECRETO ICC



DECRETO ICC

il **comma 2 dell'art. 4** precisa inoltre che

“sono, altresì, qualificati imprese culturali e creative i soggetti privati costituiti in una delle forme di cui all'articolo 3, lettere a) e b) che svolgono, in forma di impresa, in via esclusiva o prevalente, attività economiche di supporto, ausiliarie o comunque strettamente funzionali all'ideazione, creazione, produzione, sviluppo, diffusione, promozione, conservazione, ricerca, valorizzazione o gestione di beni, attività e prodotti culturali”.



Decreto 10 luglio 2025 del Ministero delle Imprese e del Made in Italy (Decreto MIMIT)

- vengono ulteriormente definite “le disposizioni concernenti gli adempimenti per l'iscrizione nella sezione speciale, le specifiche tecniche e la modulistica necessarie per la presentazione delle istanze, nonché per l'operatività della sezione speciale”
- possono effettuare l'iscrizione alla sezione speciale i soggetti “iscritti nel registro delle imprese o nel REA”

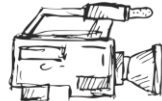




Decreto direttoriale 7 agosto 2025 del Ministero delle Imprese e del Made in Italy (Decreto delle specifiche tecniche ICC)

→ Sono approvate le regole tecniche che definiscono le caratteristiche dell'adempimento e i controlli automatici applicabili





Cosa sono le Imprese culturali e creative (ICC)?



- ✓ Imprese che uniscono contenuto culturale, creatività e modello imprenditoriale
- ✓ Imprese che producono valore economico partendo da contenuti identitari, immateriali, estetici etc.
- ✓ Imprese che coinvolgono settori molto diversi



LE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE: QUALI SONO?





Decreto 10 luglio 2025 del MIMIT - “Registro delle imprese. Sezione speciale
per le imprese culturali e creative”



allegato previsto dall’articolo 4, comma 2



Elenca dettagliatamente i codici di attività che rientrano nel settore delle
imprese culturali e creative → riferimento preciso per le categorie
economiche ammesse



ARCHITETTURA

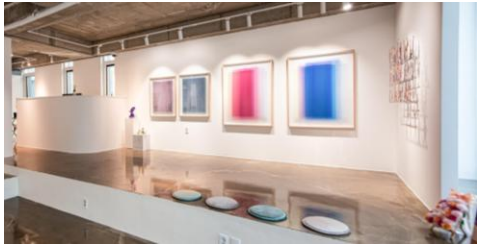


Attività professionali relative all'architettura e all'ingegneria: la progettazione di edifici, la ristrutturazione di patrimoni storici e la pianificazione di spazi pubblici e privati



- ✓ Gallerie d'arte, ma anche piattaforme online che vendono **opere d'arte originali**, inclusi dipinti, sculture e fotografie
- ✓ Negozi che vendono materiali per creazione artistica (es. disegno, pittura, scultura...)
- ✓ Talent Agency (gestione della carriera di artisti, diritti e commercio)
- ✓ Atelier di creazione artistica
- ✓ Teatri, gallerie e musei e centri culturali e/o spazi di coworking creativi
- ✓ Organizzazioni che promuovono attività culturali, come eventi di arte visiva, mostre, spettacoli teatrali, e corsi di formazione

ARTI VISIVE





ARTIGIANATO ARTISTICO



- ✓ Aziende di produzione di tappeti artigianali
- ✓ Fabbricazione di cornici artistiche per opere d'arte, quadri e specchi
- ✓ Laboratori di vetro e ceramiche artistiche
- ✓ Laboratori di lavorazione del marmo
- ✓ Fabbricazione di altri prodotti vari in metallo (oggetti artistici in ferro e rame ad es.)
- ✓ Attività di fabbricazione di orologi di lusso, di gioielli, di bigiotteria e articoli simili
- ✓ riparazione e restauro di mobili antichi, utilizzando tecniche tradizionali di tappezzeria e restauro del legno





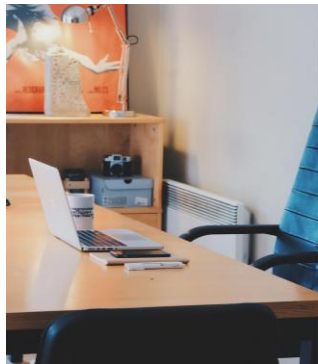
- ✓ Aziende che si occupano della duplicazione di CD, DVD, vinili, e altri supporti fisici per il mercato musicale, cinematografico e videoludico
- ✓ Aziende che producono dispositivi elettronici, come televisori, sistemi audio e altri dispositivi elettronici
- ✓ Case di produzione cinematografica e televisiva
- ✓ Case discografiche
- ✓ Studi di registrazione
- ✓ Stazioni televisive e piattaforme di distribuzione video
- ✓ Agenzie che si occupano della gestione dei diritti d'autore per le opere musicali e audiovisive
- ✓ Commercio al dettaglio di supporti audiovisivi
- ✓ Agenzie che si occupano della gestione di attori e registi per il cinema, la televisione e il teatro

AUDIOVISIVO





DESIGN



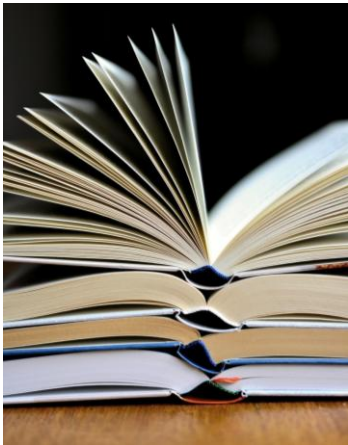
- ✓ Aziende di progettazione industriale (es. design industriale)
- ✓ Agenzie di web design
- ✓ Studi di design grafico e comunicazione visiva
- ✓ Progettazione grafica (per eventi, brand identity e materiale pubblicitario, per editoria e comunicazione digitale)
- ✓ Progettazione tecnica e ingegneristica
- ✓ Studi di progettazione di interni





- ✓ Case editrici ed editori di libri, di quotidiani, di riviste e periodici
- ✓ Commercio al dettaglio di libri, di giornali, riviste e periodici, di libri di seconda mano, anche online
- ✓ Agenzie di stampa e distribuzione di contenuti editoriali
- ✓ Intermediari del commercio all'ingrosso di libri

EDITORIA E LIBRI





FOTOGRAFIA



- ✓ Attività fotografiche professionali: fotografia commerciale, industriale, artistica e di eventi, fotografia pubblicitaria per cataloghi di prodotti, siti web e comunicazione, fotografia di reportage (per esempio, per giornali o agenzie di stampa)
- ✓ Agenzie che si occupano di rappresentare artisti e accompagnare la vendita delle loro opere (Gallerie d'arte Agenzie che promuovono e vendono fotografie artistiche, Agenzie di management artistico e di rappresentanza di artisti)
- ✓ Organizzazioni culturali e ricreative, che si occupano di promuovere attività culturali, eventi artistici e progetti sociali, in particolare nel campo delle arti visive e della fotografia



- ✓ Creazione letteraria e musicale (scrittori freelance, compositori di musica, poeti o autori di testi, bloggers)
- ✓ Gestione e promozione di eventi culturali e associazioni ricreative (es. centri culturali, festival culturali, promozione della lettura e distribuzione di libri, scambi di libri...)
- ✓ Creazione di contenuti digitali dedicati alla letteratura e musica
- ✓ Composizione di musica per media
- ✓ Attività editoriali indipendenti

LETTERATURA





MODA



- ✓ Fabbricazione di tessuti per la casa e per l'arredo
- ✓ Fabbricazione di ricami, tulle, pizzi e merletti
- ✓ Fabbricazione di abbigliamento in pelle e in pelliccia (giacche, cappotti, borse e accessori in pelle)
- ✓ Laboratori di sartoria e di confezione su misura di abbigliamento
- ✓ Fabbricazione di Biancheria Intima
- ✓ Fabbricazione di articoli a maglia e all'uncinetto
- ✓ Fabbricazione di articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria di qualsiasi materiale
- ✓ Fabbricazione di calzature
- ✓ Studi di design di moda o designer freelance (progettazione e creazione di collezioni di abbigliamento per marchi di moda o per clienti privati)





MUSICA



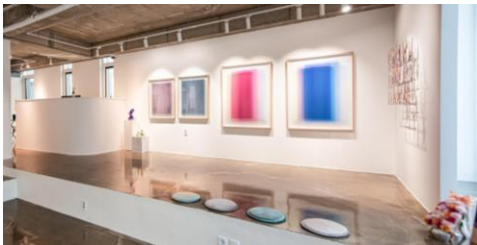
- ✓ Aziende che offrono servizi di stampa e duplicazione di supporti fisici per musica e Aziende che producono apparecchiature audio e video e dispositivi elettronici per l'ascolto della musica
- ✓ Fabbricazione di strumenti musicali e apparecchiature audio
- ✓ Commercio al dettaglio di strumenti musicali e/o Noleggio e vendita di strumenti musicali e apparecchiature audio
- ✓ Aziende di editoria musicale / Etichette discografiche
- ✓ Studi di Registrazione Sonora e Produzione musicale per film e pubblicità
- ✓ Servizi di intermediazione e gestione dei diritti d'autore musicali
- ✓ Riparazione di strumenti musicali e strumenti antichi
- ✓ Associazioni musicali e culturali, Club musicali e scuole di musica





- ✓ Attività che hanno come scopo la conservazione del patrimonio culturale: biblioteche, archivi, musei, collezioni, siti e monumenti storici
- ✓ Attività di restauro e conservazione
- ✓ Creazione di soluzioni multimediali per musei (audioguide, schermi interattivi e app mobile)
- ✓ Supporto tecnico per il patrimonio culturale (soluzioni tecniche per la conservazione a lungo termine di documenti storici, manufatti archeologici e opere d'arte)
- ✓ Ricerca e consulenza archeologica
- ✓ Servizi di mappatura e rilevamenti geo spaziali o di monitoraggio del territorio

PATRIMONIO CULTURALE





- ✓ Fabbricazione di apparecchiature trasmettenti radiotelevisive
Fabbricazione di Prodotti di Elettronica di Consumo (Audio e Video)
- ✓ Produzione di dispositivi elettronici audio-video
- ✓ Studi di registrazione e di produzione musicale e sonora
- ✓ Attività di trasmissione radiofonica e distribuzione di audio (anche via streaming, oltre alla distribuzione di podcast, programmi musicali e stazioni radio via internet)

RADIO





VIDEOGIOCHI E SOFTWARE



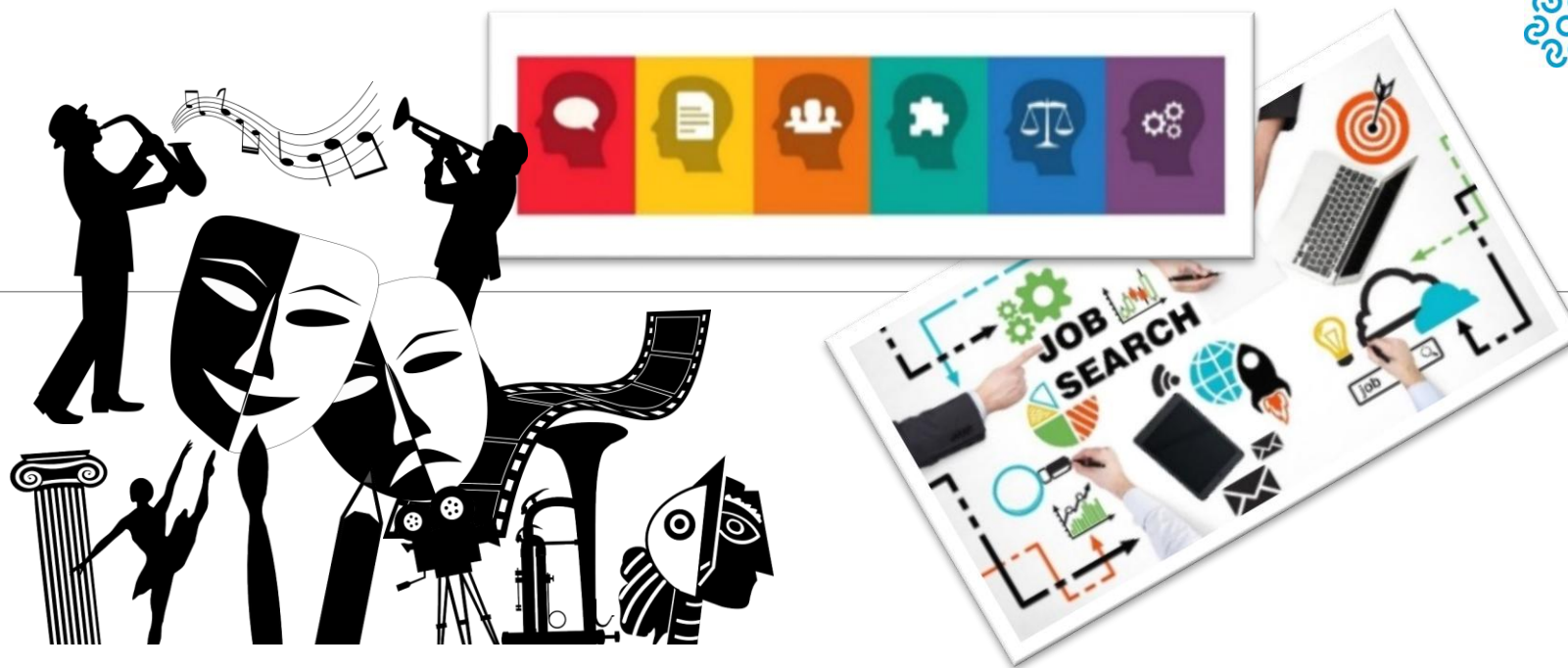
- ✓ Case di produzione, sviluppo e pubblicazione di videogiochi
- ✓ Distribuzione digitale di videogiochi
- ✓ Marketing e licenza di videogiochi
- ✓ Produzione di altri software (es. software per la gestione aziendale, contabilità, HR, progettazione, software di sicurezza e antivirus, software per il design e l'editing)
- ✓ Attività di programmazione informatica per la realizzazione di software customizzati
- ✓ Aziende di sviluppo di portali di distribuzione di contenuti digitali, di siti di download e applicazioni, di piattaforme di e-learning



- ✓ Attività di Agenzie, Agenti e Procuratori per lo Spettacolo e lo Sport
- Servizi di Gestione dei Diritti d'Autore e Loro Ricavi
- ✓ Servizi di Biglietteria per Eventi
- ✓ Rappresentazioni Artistiche e Attività nel Campo della Recitazione
- ✓ Noleggio e Leasing di Strutture e Attrezzature per Spettacoli
- ✓ Supporto tecnico e logistico agli spettacoli
- ✓ Supporto amministrativo e legale
- ✓ Gestione di teatri e spazi culturali
- ✓ Gestione di attrazioni e attività di spettacolo in forma itinerante (Giostre, Spettacoli Viaggianti)

SPETTACOLO DAL VIVO



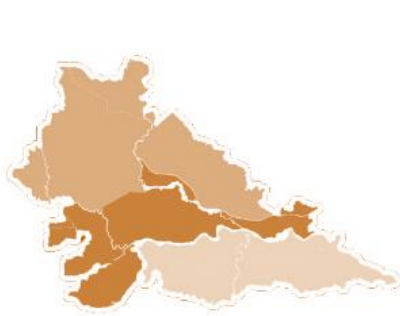


TESSUTO ECONOMICO E FABBISOGNI OCCUPAZIONALI





Incidenza imprese del Sistema Produttivo Culturale e Creativo sul totale imprese - 2024



3,9%

1.402 imprese



6,4%



4,8%





Incidenza VA del Sistema Produttivo Culturale e Creativo sul totale VA - 2024



4,8%

690,0 MLN di euro



7,3%



5,7%





Incidenza occupati del Sistema Produttivo Culturale e Creativo sul totale occupati - 2024



6,0%

11.112 occupati



7,5%

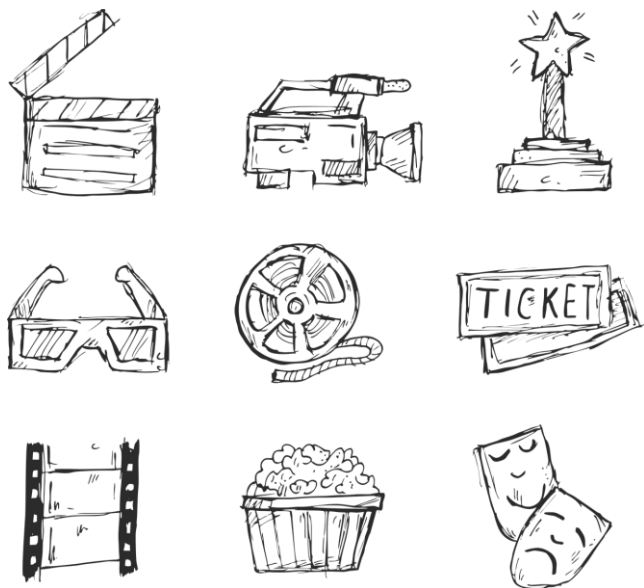


5,8%



SISTEMA INFORMATIVO EXCELSIOR

- Indagine promossa da oltre 20 anni da Unioncamere insieme a Ministero del Lavoro
- Ha come campo di osservazione tutte le imprese iscritte ai Registri delle Camere di commercio, con almeno un addetto dipendente dei diversi settori economici, esclusa l'agricoltura e la PA
- Rileva le assunzioni **programmate** dalle imprese e le diverse caratteristiche delle assunzioni, fra cui il tipo di formazione, il profilo professionale, il livello di esperienza, le modalità contrattuali.



Unioncamere, attraverso il progetto Excelsior, si occupa anche di studiare il fenomeno del settore culturale e creativo

Sono raccolte informazioni relative alla domanda di lavoro delle imprese del settore culturale e creativo

Non sono inclusi i liberi professionisti, esclusi dal campione di indagine

SETTORE CULTURALE E CREATIVO:
I DATI DEL SISTEMA INFORMATIVO EXCELSIOR

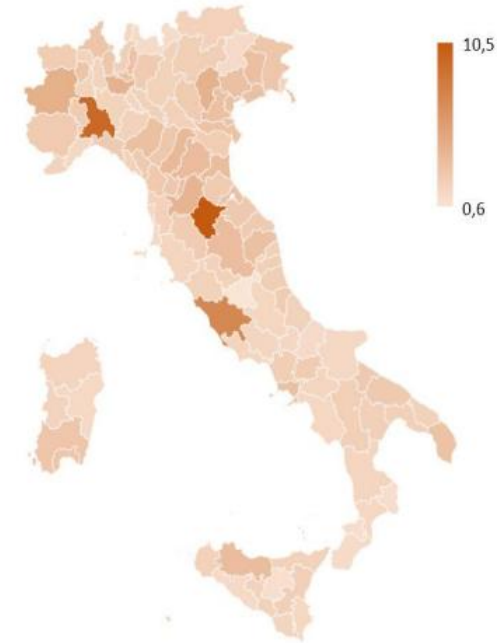
Nel 2024 la percentuale di entrate di professioni culturali e creative a livello nazionale risulta pari al 3,1%, uguale a quello della Lombardia

Nel panorama italiano emergono alcune province e città metropolitane con una incidenza di entrate di professioni culturali e creative superiori alla media nazionale, dislocate un po' in tutto il Paese.

Oltre a Roma, dove troviamo il 18,4% delle entrate totali, spicca il dato di Milano, dove si trova l'11,6% delle entrate totali.

Le province con flussi in entrata più esigui sono localizzate in prevalenza nel Mezzogiorno.

FIGURA 24 - ENTRATE PREVISTE NEL 2024 PER LE PROFESSIONI CULTURALI E CREATIVE (INCIDENZA % SUL TOTALE ENTRATE PER PROVINCIA)



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

Principali caratteristiche delle entrate previste nel 2024 dalle imprese culturali e creative

	Entrate previste nel 2024 (v.a.)*	
TOTALE ITALIA	287.170	pari al 5,2% delle entrate complessive
LOMBARDIA	76.950	pari al 7,2% delle entrate complessive
MANTOVA	1.410	pari al 4,1% delle entrate complessive



Principali caratteristiche delle entrate previste nel 2024 dalle imprese culturali e creative

	Entrate previste nel 2024 (v.a.)*	di cui (%):			
		Personale dipendente	Personale in somministrazione	Collaboratori coordinati e continuativi	Altri lavoratori non alle dipendenze
TOTALE ITALIA	287.170	77,2	10,3	3,5	9,0
LOMBARDIA	76.950	73,4	13,8	3,1	9,8
MANTOVA	1.410	71,1	10,3	1,4	17,2
		73,5	21,2	1,2	4,1



Principali caratteristiche delle entrate previste nel 2024 dalle imprese culturali e creative

	Entrate previste nel 2024 (v.a.)*	di cui: (%)				di difficile reperi- mento	fino a 29 anni	necessità di ulteriore formazione
		livelli di istruzione segnalati dalle imprese						
		universitario	istruzione tecnologica superiore (ITS Academy)	secondario	qualifica profession- nale			
TOTALE ITALIA	287.170	33,0	4,3	37,3	19,0	43,5	34,0	87,0
LOMBARDIA	76.950	41,4	5,6	30,6	15,0	46,3	35,2	89,7
MANTOVA	1.410	21,2	0,7	36,8	22,1	50,5	36,0	89,4
		9,4	1,5	26,2	43,3			



Principali caratteristiche delle entrate previste nel 2024 dalle imprese culturali e creative

	Entrate previste nel 2024 (v.a.)*	di cui: (%)				di difficile reperimento	fino a 29 anni	necessità di ulteriore formazione
		livelli di istruzione segnalati dalle imprese			qualifica professionale			
		universitario	istruzione tecnologica superiore (ITS Academy)	secondario				
TOTALE ITALIA	287.170	33,0	4,3	37,3	19,0	43,5	34,0	87,0
LOMBARDIA	76.950	41,4	5,6	30,6	15,0	46,3	35,2	89,7
MANTOVA	1.410	21,2	0,7	36,8	22,1	50,5	36,0	89,4

52,3

31,0





MACROTENDENZE

L'intelligenza artificiale come nuovo co-autore

L'AI è diventato un partner creativo in vari ambiti (letteratura, musica, cinema, ecc.), trasformando linguaggi, processi e tempi di produzione. Ma l'uso di contenuti generati o addestrati tramite AI solleva questioni inedite su diritti, autorialità e compensi.

Crescente centralità della sostenibilità ambientale

Dai festival ai musei, dal design all'editoria, si rafforzano pratiche e modelli produttivi a basso impatto, con casi emblematici nell'architettura, nello spettacolo, nella musica live, nel design circolare e nell'editoria "on demand".

Trasformazione dei modelli di fruizione culturale

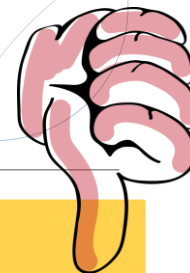
Streaming, fruizione multiplatforma e formati brevi stanno cambiando il modo in cui il pubblico consuma cinema, musica, televisione e libri, generando nuovi linguaggi e nuove economie.

Cultura come infrastruttura di welfare e salute

Arte e cultura, sport e relazioni come «prescrizione sociale» in una visione olistica della cura. Welfare territoriale come quello del Piano Olivetti che rafforza biblioteche e presidi culturali.



- **Riconoscimento istituzionale crescente**
(leggi e decreti attuativi)
- **Crescita consolidata e moltiplicatore**
(il sistema culturale e creativo attiva valore su filiere e territori)
- **Giovani e capitale umano qualificato**
(alta incidenza di giovani, laureati e professioni qualificate)
- **Leva di competitività**
(la cultura entra nelle filiere produttive)
- **Innovazione digitale e AI = acceleratori culturali**
(nuovi linguaggi e forme di produzione culturale)



- **Settore complesso da normare**
(coordinamento tra politiche e problematiche diverse)
- **Mismatch e competenze insufficienti**
(offerta formativa non allineata)
- **Fragilità occupazionali e discontinuità lavorativa**
(forte incidenza di lavoro autonomo e intermittente)
- **Settori con dinamiche negative e stagnanti**
(es. architettura, editoria)
- **Modelli economici non sempre autosostenuti**
(il sistema richiede spesso sostegni mirati e continui)



IL RUOLO DEL MARKETING NEL VALORIZZARE LA CULTURA





Il marketing nelle imprese culturali
può aiutare:

- a valorizzare la cultura
- ad amplificare la visibilità della cultura
- a definire un'identità culturale unica

Marketing emozionale

Autenticità

Branding culturale

"Il marketing non è più una questione di ciò che sai produrre, ma di quali storie sai raccontare"
Seth Godin





Il marketing nelle imprese culturali non si limita a promuovere, ma diventa uno strumento di **valorizzazione** del patrimonio culturale

Marketing territoriale

Promozione globale

Autenticità come valore





Le nuove tecnologie stanno trasformando il modo in cui si fa marketing e quindi come si fa marketing culturale → marketing sempre più immersivo e mirato

AI e Big Data

Realtà aumentata

Automazione del marketing

Il marketing digitale, anche e soprattutto grazie i **social media**, può coinvolgere un pubblico globale, promuovendo eventi, mostre, attività artistiche e creando un legame emotivo con l'arte e la cultura





GRAZIE



studi.statistica@cmp.camcom.it



<https://www.mn.camcom.gov.it/>

<https://www.cmp.camcom.it/>