



Il Ministro della cultura
di concerto con
Il Ministro delle imprese e del Made in Italy
e con
Il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale

Approvazione del Piano nazionale strategico per la promozione e lo sviluppo delle imprese culturali e creative, ai sensi dell'articolo 30 della legge 27 dicembre 2023, n. 206, per il triennio 2025 - 2027

VISTO il decreto legislativo 20 ottobre 1998, n. 368, recante “*Istituzione del Ministero per i beni e le attività culturali*”, a norma dell'articolo 11 della legge 15 marzo 1997, n. 59;

VISTO il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 300, recante “*Riforma dell'organizzazione del Governo*”;

VISTO il decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, recante “*Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio*”, e successive modificazioni;

VISTO il decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, recante “*Codice dell'amministrazione digitale*”, e successive modificazioni;

VISTA la definizione di “*settori culturali e creativi*” di cui all'articolo 2 del Regolamento (UE) 2018/818 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 maggio 2018;

VISTO il decreto-legge 27 dicembre 2024, n. 201, recante “*Misure urgenti in materia di cultura*”;

VISTA la legge 27 dicembre 2023, n. 206, recante “*Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy*”;

TENUTO CONTO della definizione di impresa culturale e creativa (di seguito anche ICC) contenuta nell'articolo 25 della legge n. 206/2023;

TENUTO CONTO altresì del decreto interministeriale n. 402 del 25 ottobre 2024, attuativo del citato articolo 25, recante l'individuazione dei requisiti, delle modalità e delle condizioni per il riconoscimento di tale qualifica;

VISTO il decreto del Ministero delle imprese e del made in Italy 10 luglio 2025, recante “*Registro delle imprese. Sezione speciale per le imprese culturali e creative*”, pubblicato sulla Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana, Serie generale, n. 171 del 25 luglio 2025;



Il Ministro della cultura

di concerto con

Il Ministro delle imprese e del Made in Italy

e con

Il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale

VISTO l'articolo 26 della legge n. 206/2023, che prevede l'istituzione dell'albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale;

VISTO il decreto del Ministro della cultura n. 460 del 18 dicembre 2024 che disciplina la tenuta e l'aggiornamento dell'albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale;

VISTO l'articolo 29 della legge n. 206/2023 che sostiene e promuove gli investimenti delle ICC riconosciute, mediante lo stanziamento di contributi pubblici;

VISTO, in particolare, l'articolo 30, comma 1, della legge n. 206/2023 che prevede che “*Il Ministro della cultura, di concerto con il Ministro delle imprese e del made in Italy e con il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale, sentita la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e di Bolzano, adotta ogni tre anni, con proprio decreto, il «Piano nazionale strategico per la promozione e lo sviluppo delle imprese culturali e creative»*”;

VISTO l'articolo 30, comma 2, della legge n. 206/2023 che prevede che “*L'individuazione degli obiettivi del Piano strategico tiene in considerazione le seguenti finalità: a) definire modalità organizzative e di coordinamento delle attività delle amministrazioni competenti, fermi restando i poteri d'indirizzo e coordinamento in materia di internazionalizzazione delle imprese italiane stabiliti dall'articolo 2 del decreto-legge 21 settembre 2019, n. 104, convertito, con modificazioni, dalla legge 18 novembre 2019, n. 132, e dall'articolo 14, comma 18-bis, del decreto-legge 6 luglio 2011, n. 98, convertito, con modificazioni, dalla legge 15 luglio 2011, n. 111; b) favorire la sinergia dei programmi e degli strumenti finanziari destinati al settore; c) favorire lo sviluppo del settore, con particolare riguardo agli aspetti innovativi e di sperimentazione tecnologica; d) incentivare i percorsi di formazione finanziaria e gestionale dedicati alle competenze connesse alle attività del settore, in particolare mediante intese con il Ministero dell'istruzione e del merito e con le associazioni tra imprese, anche al fine di favorire l'integrazione con gli altri settori produttivi; e) favorire lo sviluppo delle opere dell'ingegno e la*



Il Ministro della cultura

di concerto con

Il Ministro delle imprese e del Made in Italy

e con

Il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale

tutela della proprietà intellettuale; f) promuovere studi, ricerche ed eventi in ambito nazionale”;

VISTO l’articolo 30, comma 3, della legge n. 206/2023, che prevede che le amministrazioni competenti provvedano all’attuazione del medesimo articolo nei limiti delle risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica;

CONSIDERATA la necessità di procedere alla programmazione di interventi ed azioni, mirata allo sviluppo e al rafforzamento delle filiere culturali e creative nazionali nel medio e lungo periodo;

ACQUISITO il concerto del Ministro delle Imprese e del *Made in Italy*, reso in data 19 marzo 2026;

ACQUISITO il concerto del Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale, reso in data 24 aprile 2026;

SENTITA la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le regioni e le province autonome di Trento e Bolzano, nella seduta del 10 settembre 2026;

DECRETA

Articolo 1

1. Le premesse e gli allegati costituiscono parte integrante e sostanziale del presente decreto e si intendono integralmente richiamati.
2. È approvato il Piano nazionale strategico per la promozione e lo sviluppo delle imprese culturali e creative, ai sensi dell’articolo 30 della legge 27 dicembre 2023, n. 206, per il triennio 2025 – 2027.
3. Al Piano nazionale strategico per la promozione e lo sviluppo delle imprese culturali e creative, ai sensi dell’articolo 30, comma 3, della legge 27 dicembre 2023, n. 206, per il triennio 2025 –



Il Ministro della cultura

di concerto con

Il Ministro delle imprese e del Made in Italy

e con

Il Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale

2027 viene data attuazione senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

Firmato digitalmente da

ALESSANDRO GIULI

CN = ALESSANDRO GIULI

O = MINISTERO DELLA CULTURA

C = IT

IL MINISTRO DELLA CULTURA

IL MINISTRO DELLE IMPRESE E DEL
MADE IN ITALY

ADOLFO URSO
780230390587
22.09.2026
15:23:03
GMT+02:00

IL MINISTRO DEGLI AFFARI ESTERI E
DELLA COOPERAZIONE
INTERNAZIONALE

Firmato Digitalmente da/Signed by:

ANTONIO TAJANI

In Data/On Date:

giovedì 24 settembre 2026 15:34:58

PIANO NAZIONALE STRATEGICO PER LA PROMOZIONE E LO SVILUPPO DELLE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE

Legge 27 dicembre 2023, n. 206, art. 30

Sommario

Introduzione	2
1. La novità del contesto normativo	4
2. L'ecosistema culturale e creativo in Italia	8
2.1. Il valore aggiunto del settore culturale e creativo	19
2.2. L'occupazione culturale e creativa	20
2.3. Fabbisogni e priorità del settore	25
3. L'impegno del Ministero della cultura per lo sviluppo del settore	30
3.1. Le risorse stanziare per la cultura e la creatività	32
4. L'impegno del Ministero delle Imprese e del Made in Italy per lo sviluppo del settore	50
4.1. Introduzione	50
4.2. Quadro normativo e cornice di policy	51
4.3. Caratteri strutturali del settore e priorità dell'azione pubblica	51
4.4. Un modello evolutivo per le imprese culturali e creative	52
4.5. Analisi SWOT – Griglia di approfondimento	52
4.6. Strumenti operativi a supporto dello sviluppo del settore	53
4.7. Conclusioni	59
5. L'impegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale per lo sviluppo del settore	60
5.1. Principali linee di intervento	60
5.1.1. Sostegno all'internazionalizzazione e all'export delle industrie creative e culturali	60
5.1.2. Diplomazia culturale e promozione della lingua, editoria e diffusione del patrimonio letterario	61
5.1.3. Promozione delle eccellenze italiane, internazionalizzazione dei territori e valorizzazione delle filiere locali	68
6. Principi trasversali del piano strategico	71
7. Obiettivi e azioni del piano strategico	72
7.1. Obiettivo 1 - Sviluppo del settore e sinergie dei programmi e degli strumenti finanziari	72
7.1.1. Azione 1.1 - Agevolazioni per il settore culturale e creativo	72
7.1.2. Azione 1.2 - Internazionalizzazione	72
7.2. Obiettivo 2 - Innovazione e sperimentazione tecnologica	77
7.2.1. Azione 2.1 - Analisi dei fabbisogni e priorità per il settore	77
7.3. Obiettivo 3 - Formazione finanziaria e gestionale	78
7.3.1. Azione 3.1 - Accrescere le competenze	78
7.4. Obiettivo 4 - Sviluppo delle opere dell'ingegno e tutela della proprietà intellettuale	78
7.4.1. Azione 4.1 - Rafforzare la tutela del diritto d'autore	79
7.5. Obiettivo 5 - Studi, ricerche ed eventi in ambito nazionale	79
7.5.1. Azione 5.1 - Migliorare le statistiche culturali	79
7.6. Obiettivo 6 - Promozione e valorizzazione del settore	80

7.6.1. Azione 6.1 - Istituzione dell'Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale	80
7.6.2. Azione 6.2 - Valorizzare i marchi storici e gli archivi d'impresa	81
7.6.3. Azione 6.3 - Tutelare i diritti sulle opere dei creatori digitali	81
7.6.4. Azione 6.4 - Salvaguardia dell'autenticità storica delle opere musicali, audiovisive e librerie	81
7.6.5. Azione 6.5 - Giornata nazionale del <i>Made in Italy</i>	82
7.6.6. Azione 6.6 - Promuovere la creatività contemporanea	82
8. Appendice	83
8.1. Riferimenti bibliografici	83
8.2. Indice delle figure	89
8.3. Indice delle tabelle	90
8.4. Cronoprogramma delle attività	91

Introduzione

Il sostegno alla cultura e alla creatività, insieme alla tutela del valore e delle peculiarità che contraddistinguono le opere e i prodotti italiani, rappresentano un caposaldo fondamentale per lo sviluppo e il consolidamento delle imprese e delle filiere strategiche italiane.

Con la Legge 27 dicembre 2023, n. 206 *Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy* (d'ora in avanti: Legge n. 206/2023), pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 300 del 27/12/2023, ed entrata in vigore l'11 gennaio 2024, vengono individuate specifiche misure volte a valorizzare e promuovere, a livello sia nazionale che internazionale, le eccellenze produttive e il patrimonio culturale italiano. Tali elementi vengono considerati come ricchezze da tutelare e trasmettere non solo per preservare l'identità nazionale, ma anche per contribuire alla crescita economica del Paese, in armonia con le normative del mercato interno dell'Unione Europea.

Il Ministero della cultura, in particolare attraverso la Direzione generale Creatività contemporanea (DGCC), partecipa al processo di attuazione di tale Legge per quanto riguarda le misure dedicate alle imprese culturali e creative (ICC).

In questo contesto normativo si inserisce il **Piano nazionale strategico per la promozione e lo sviluppo delle imprese culturali e creative (PNS)**, con l'obiettivo di avviare una programmazione strutturata di azioni volte sia allo sviluppo che al rafforzamento delle filiere culturali e creative nazionali nel medio e lungo periodo.

Nella definizione della strategia nazionale per il primo triennio 2025-2027 si è tenuto conto delle principali finalità indicate nell'articolo 30 della Legge n. 206/2023 ed è stato attivato un percorso partecipativo per l'acquisizione di contributi da parte dei Dipartimenti e delle Direzioni Generali del Ministero della cultura, con riferimento agli ambiti di attività delle imprese culturali e creative.

Pertanto, il presente Piano offre una ricognizione delle azioni e delle misure attualmente in essere, individuando una serie di proposte.

Gli obiettivi principali sono: incoraggiare ecosistemi favorevoli alle imprese culturali e creative; promuovere l'accesso ai finanziamenti; sostenere la capacità d'innovazione; promuovere le competenze richieste nel settore comprese quelle digitali e imprenditoriali, tradizionali e specializzate; assicurare la corretta remunerazione di autori e creatori favorendo la collaborazione intersettoriale; promuovere la cultura e il pensiero creativo nell'istruzione e nella formazione.

In particolare, si prevedono: la definizione di modalità di organizzazione e coordinamento interistituzionale; la facilitazione di sinergie dei programmi e degli strumenti finanziari;

l'incoraggiamento dello sviluppo del settore in chiave innovativa e di sperimentazione tecnologica; lo sviluppo delle opere dell'ingegno e la tutela della proprietà intellettuale. Inoltre, si propone di ideare approcci trasversali e integrati che prevedano anche percorsi di formazione finanziaria e gestionale, nonché la promozione di studi, ricerche ed eventi in ambito nazionale.

Per quanto riguarda gli interventi più rilevanti già in essere, nel documento si mettono in evidenza le azioni che negli ultimi anni, con un'attenzione sempre crescente, il Ministero della cultura ha dedicato alle imprese culturali e creative; tra queste, in particolare l'investimento PNRR M1C3 I 3.3 e l'azione 1.3.1 del PN Cultura 21-27. Azioni che, con una dotazione complessiva di oltre 300 milioni di euro, finanziano investimenti volti a sostenere l'ecosistema culturale e creativo, allo scopo di favorire la competitività delle imprese e lo sviluppo delle competenze, l'innovazione e la transizione digitale e verde.

Nel medesimo contesto si inserisce anche la previsione dell'articolo 29 della Legge n. 206/2023, che, sino al 2033 e nel limite degli stanziamenti di bilancio di cui al comma 3 del medesimo articolo, destina un fondo a sostegno degli investimenti effettuati dalle ICC, contribuendo quindi a una visione programmatica nazionale che pone l'ecosistema culturale e creativo al centro di una politica di sviluppo e crescita. Con la Legge di bilancio per l'anno finanziario 2025 (Legge 30 dicembre 2024, n. 207), la somma stanziata per il triennio 2025-2027 risulta essere pari ad € 2.700.000,00 annui.

Oltre alle misure finanziarie, il Piano tiene conto del programma di ricerca e analisi statistica del settore promosso dal Ministero della cultura e dalla Direzione generale Creatività contemporanea in collaborazione con l'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) che ha consentito di acquisire una comprensione più approfondita delle specificità delle filiere culturali e creative e di orientare conseguentemente, in maniera più mirata, le azioni di supporto.

Le proposte di azione inserite nel documento, riferite alle finalità individuate nella Legge n. 206/2023, potranno essere realizzate grazie alla collaborazione interistituzionale oltre che al coinvolgimento di altre amministrazioni pubbliche e interlocutori istituzionali, creando sinergie tra politiche e strumenti preesistenti.

La programmazione strategica triennale, elaborata in forma condivisa, consentirà di orientare in modo sempre più mirato gli interventi da adottare, favorendo la progressiva valorizzazione del settore culturale e creativo quale asset strategico nazionale, in continuità con le politiche europee e con un rafforzamento del ruolo centrale della cultura, della creatività e del Made in Italy.

1. La novità del contesto normativo

Con la Legge n. 206/2023, l'Italia ha introdotto un quadro normativo organico e innovativo di misure per la valorizzazione, la promozione e la tutela del Made in Italy. Grazie a questo provvedimento il legislatore italiano intende rafforzare e diffondere le produzioni d'eccellenza, il patrimonio culturale e le radici identitarie del Paese.

L'obiettivo è duplice: preservare gli elementi fondamentali dell'identità nazionale e, al contempo, promuovere la crescita economica nel rispetto e in coerenza con le normative del mercato interno dell'Unione europea.

La cultura e la creatività sono diventate, d'altra parte, sempre più centrali nelle politiche europee, in quanto considerate veri e propri valori identitari, sociali ed economici. Nel *Piano di lavoro dell'UE per la cultura 2023-2026*¹, adottato con Risoluzione del Consiglio europeo del 7/12/2022, la cultura è considerata come espressione di un valore intrinseco e un ecosistema strategico da potenziare.

In questa direzione si colloca anche il c.d. "DL Cultura" (Decreto-Legge convertito con modificazioni dalla L. 21 febbraio 2025, n. 16, recante *Misure urgenti in materia di cultura*), che, con il *Piano Olivetti per la cultura*, riconosce la necessità di favorire lo sviluppo della cultura come "bene comune accessibile e integrato nella vita delle comunità" ed ha, tra i principali obiettivi, la promozione della rigenerazione culturale delle aree periferiche del Paese, nonché la valorizzazione di biblioteche, librerie ed editoria.

A tal fine, la Legge n. 16/2025, prevede un intervento complessivo di 44 milioni di euro destinati a biblioteche, archivi e editoria, al fine di promuovere la lettura, sostenere le librerie indipendenti, valorizzare il patrimonio librario e documentario, incentivare la produzione editoriale di qualità e ampliare l'offerta culturale dei quotidiani a diffusione cartacea.

In tale quadro organico di programmazione e di approccio alla cultura come leva di crescita sostenibile e coesione sociale si colloca anche il Piano Strategico "Grandi Progetti Beni Culturali" (DM 3 maggio 2024, n. 173), strumento che concorre al rafforzamento della competitività territoriale e alla valorizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale, attraverso interventi integrati di tutela, restauro, promozione e innovazione digitale, in coerenza con le politiche di sviluppo e coesione nonché con il Programma Nazionale Cultura 2021-2027.

¹ Consiglio dell'Unione europea (2023) <[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32022G1207\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32022G1207(01))> (Visitato il 15 ottobre 2025).

In tale contesto di interesse al consolidamento e alla crescita dei settori culturali e creativi, la Legge n. 206/2023:

- fornisce per la prima volta una definizione giuridica di **impresa culturale e creativa (ICC)**, delineandone il perimetro e inserendola nella sezione destinata alle misure di promozione delle filiere strategiche nazionali (Titolo IV della legge);
- dispone l'istituzione di una **sezione speciale del Registro delle imprese** per le ICC e un **Albo nazionale** per le ICC di interesse strategico, in particolare quelle con marchi storici o archivi di impresa di valore storico particolarmente importante;
- riconosce il **creatore digitale** come artista e professionista, tutelandone le opere originali digitali;
- mira a **garantire la salvaguardia dell'autenticità storica** delle opere musicali, audiovisive e librerie, attraverso l'elaborazione di linee guida;
- prevede un **fondo decennale** (2024-2033) per investimenti effettuati dalle ICC;
- dispone l'adozione triennale di un **Piano nazionale strategico** per lo sviluppo delle ICC, elaborato dal Ministero della cultura in collaborazione con altri Ministeri e le autonomie territoriali.

In particolare, l'**articolo 25** della Legge n. 206/2023 ha individuato quali tipologie di soggetti – in funzione della natura giuridica, dell'oggetto e dell'ambito della propria attività – possono ottenere la **qualifica di impresa culturale e creativa (ICC)**.

Sulla base di quanto sancito dalla citata Legge, l'impresa culturale e creativa è un soggetto economico con sede in Italia, o in UE/SEE ma con tassazione in Italia, che indipendentemente dalla forma giuridica assunta esercita, in modo stabile e continuativo, una o più attività esclusivamente o prevalentemente riconducibili alla ideazione, produzione, valorizzazione, promozione, conservazione o gestione di beni, attività e prodotti culturali.

Inoltre, se per la definizione di "**beni culturali**", la Legge n. 206/2023 rinvia all'art. 2, comma 2, del Codice dei beni culturali e del paesaggio (D. Lgs. n. 42/2004), per le "**attività e prodotti culturali**" provvede, invece, a dare una definizione riferendosi a «*beni, servizi, opere dell'ingegno, nonché i processi ad essi collegati, e altre espressioni creative, individuali e collettive, anche non destinate al mercato, inerenti a musica, audiovisivo e radio, moda, architettura e design, arti visive, spettacolo dal vivo, patrimonio culturale materiale e immateriale, artigianato artistico, editoria, libri e letteratura*».²

² Art. 25, comma 5, lettera b della Legge n. 206/2023.

Come già evidenziato dal programma Europa Creativa – volto a sostenere i settori culturali e creativi europei, salvaguardando la diversità culturale e linguistica, valorizzando il patrimonio culturale e rafforzando la competitività e il potenziale economico del settore – e dall'esperienza del PNRR, il cosiddetto *core* del sistema culturale e creativo si conferma costituito dai seguenti ambiti: architettura e design, arti visive, artigianato artistico, audiovisivo, editoria, libri e letteratura, moda, musica, patrimonio culturale materiale e immateriale, radio e spettacolo dal vivo.

Le attività che in modo specifico connotano il mondo delle ICC sono classificate nell'allegato al decreto attuativo del citato articolo 25, ovvero il decreto interministeriale del Ministero della cultura e del Ministero delle imprese e del Made in Italy del 25/10/2024, n. 402, e nell'allegato al decreto del Ministero delle imprese e del Made in Italy del 10/07/2025 (aggiornato con successivo decreto del 6 marzo 2026).

Tra di esse sono incluse anche le attività ausiliarie o di supporto, purché strettamente funzionali alle finalità culturali e creative.

Il decreto interministeriale n. 402/2024 ha inoltre definito le modalità e le condizioni per ottenere il riconoscimento della qualifica di impresa culturale e creativa, che si perfeziona con l'iscrizione ad una sezione speciale del registro delle imprese istituito presso le Camere di commercio competenti per territorio e che dà diritto, al soggetto così riconosciuto, di utilizzare la relativa denominazione di ICC.

Con l'**articolo 26** della Legge n. 206/2023 il legislatore ha inoltre voluto valorizzare in modo particolare: le ICC che, in ragione della loro storia, del loro prestigio e della loro importanza strategica, rappresentano una particolare eccellenza collegata al territorio nazionale; le ICC titolari o licenziatrici di marchi storici di interesse nazionale (come definiti dall'articolo 11 ter del Codice della proprietà industriale); le ICC che possiedono un archivio di impresa riconosciuto di interesse storico particolarmente importante.

A tal fine, è stata prevista l'istituzione dell'**Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale** e il successivo decreto attuativo del Ministero della cultura n. 460 del 18/12/2024 ha specificato le condizioni per l'iscrizione allo stesso, disponendo che tale Albo sia a cura della Direzione generale Creatività contemporanea del Ministero della cultura.

L'**articolo 27** ha riconosciuto la figura del "creatore digitale", considerandolo a pieno titolo un artista-professionista che sviluppa opere originali ad alto contenuto digitale, manifestazione dell'espressione creativa contemporanea. È stato anche istituito nel registro pubblico generale delle opere protette (di cui all'art. 103 della Legge n. 633/1941 - Legge

sul diritto d'autore) un apposito repertorio per tutelare i diritti delle “opere originali ad alto contenuto digitale”.

L'**articolo 28** prevede l'adozione delle linee guida per la salvaguardia dell'autenticità storica delle opere musicali, audiovisive e librerie.

Infine, l'**articolo 29** ha previsto uno stanziamento annuale di risorse, per un periodo di dieci anni, destinato all'erogazione di contributi in conto capitale a favore delle ICC per sostenere gli investimenti da esse effettuati sul territorio nazionale. Le condizioni e le modalità per la concessione di tali contributi sono definite con un decreto attuativo del Ministro della cultura adottato di concerto con il Ministro delle Imprese e del Made in Italy e con il Ministro dell'Economia e delle Finanze, previa intesa con la Conferenza Unificata.

In conclusione, le nuove disposizioni della Legge n. 206/2023 costituiscono un punto di svolta nel riconoscimento istituzionale e normativo del settore culturale e creativo come leva strategica di sviluppo per il Paese. Per la prima volta, il legislatore italiano delinea con chiarezza un quadro di riferimento stabile e strumenti concreti di sostegno per le imprese culturali e creative e le loro attività.

L'istituzione di un Albo nazionale e la creazione di una sezione dedicata nel Registro delle imprese formalizzano e legittimano il ruolo economico e culturale delle ICC, garantendo maggiore visibilità, tracciabilità e accesso a politiche mirate.

Infine, la previsione di un **Piano nazionale strategico triennale** illustrata nell'articolo 30 della citata Legge consente di passare da interventi occasionali ad una programmazione sistemica e integrata, coerente con le politiche europee.

Queste norme, pertanto, non solo mirano a rafforzare la competitività delle ICC, ma soprattutto consolidano il ruolo della cultura e della creatività come pilastri centrali dello sviluppo sostenibile, dell'identità nazionale e dell'economia del futuro.

2. L'ecosistema culturale e creativo in Italia

Il concetto di “**cultura**”, così come quello di “**creatività**”, ha subito un'evoluzione significativa negli ultimi anni, considerando sia il contesto politico e normativo che scientifico e accademico. Tradizionalmente, la cultura è intesa come un insieme di valori, pratiche e beni condivisi da una comunità, mentre la creatività viene considerata come la rappresentazione della capacità individuale o collettiva di generare idee nuove e originali. Tuttavia, negli ultimi anni, questa distinzione è sfumata, riconoscendo l'interdipendenza e la bidirezionalità tra i due concetti.

Se infatti la cultura fornisce il contesto e le risorse simboliche che stimolano la creatività, quest'ultima può influenzare e trasformare la cultura stessa. Questa interrelazione è evidenziata da studi recenti che sottolineano come la cultura e la creatività siano elementi chiave per lo sviluppo economico, sociale e sostenibile delle società contemporanee.

La **creatività** è stata definita in modi diversi nel corso del tempo. Una delle definizioni più diffuse è quella che la considera come qualcosa di originale e utile³. Alcuni studiosi hanno distinto la creatività in due componenti principali: il processo creativo⁴ e il suo risultato: in quest'ottica, essa può essere definita come il coinvolgimento in specifiche attività finalizzate alla produzione di risultati creativi⁵.

Poiché queste attività possono assumere nella realtà forme molto diverse, il processo creativo viene spesso definito multidimensionale⁶ e risulta sempre più strettamente connesso al concetto di innovazione. Se, infatti, la creatività può essere definita come la capacità di combinare significati ed elementi in forme nuove, l'innovazione nasce dalla capacità e dal coraggio di saper trasformare le idee creative in nuovi prodotti, servizi e pratiche⁷.

L'UNESCO definisce la **cultura** come l'insieme delle caratteristiche distintive spirituali, materiali, intellettuali ed emozionali che caratterizzano una società o un gruppo sociale, includendo non solo le arti e le lettere, ma anche i modi di vita, i diritti fondamentali dell'essere umano, i sistemi di valori, le tradizioni e le credenze⁸.

³ Amabile (1996); Barron (1955), 478–485; Plucker *et Al.* (2004), 83–96; Runco - Jaeger (2012) 92–96; Shao *et Al.* (2019), 1097–1109; Wu *et Al.* (2022), 129–140.

⁴ Amabile (1996).

⁵ McCarthy (2019), 6–9.

⁶ Guo *et Al.* (2021).

⁷ Oksanen *et Al.* (2018).

⁸ UNESCO (2001), 61–64, <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687.page=67>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

La nozione di cultura viene concepita secondo un focus prima antropologico e poi sociologico⁹: nel primo caso come insieme di attività, credenze, valori e pratiche comuni a un gruppo umano, nel secondo caso come attività di tipo funzionale, ossia rivolta alla produzione di beni e servizi dai contenuti altamente simbolici come arte, musica, letteratura. In questa prospettiva, la cultura è concepita come un sistema di significati condivisi che orienta la fruizione e la produzione di beni culturali. In particolare, la produzione – intesa come trasformazione di beni e attività in altri beni e attività di maggiore utilità – comporta sempre un elemento di creatività, definita come la capacità di generare idee nuove e significative. Tuttavia, la creatività non è solo un atto individuale, ma è influenzata dal contesto culturale in cui si sviluppa: le concezioni di creatività variano tra culture individualiste e collettiviste, influenzando le modalità di espressione e valutazione della creatività stessa.

Il concetto di **capitale culturale**¹⁰ amplia l'interdipendenza tra cultura e creatività, poiché riconosce il valore culturale, oltre a qualsiasi valore economico posseduto, quale caratteristica intrinseca di beni e servizi culturali. La creatività è dunque una componente essenziale nella produzione di questi ultimi, dal momento in cui trae origine dalla cultura stessa, che rappresenta l'insieme delle espressioni e dei significati condivisi da una comunità, il cui valore comprende aspetti estetici, spirituali, sociali, storici, simbolici e di autenticità.

Estendendo il concetto di valore ad un approccio più strettamente economico¹¹, è possibile identificare alcune tra le principali proprietà economiche del settore culturale e creativo: l'importanza dei tempi di produzione, l'unicità dei prodotti creativi, l'incertezza del successo commerciale, la gerarchia tra talenti riconosciuti e meno noti, la collaborazione tra professionisti appartenenti a diversi ambiti, la tensione tra valore artistico e commerciale, la durata nel tempo dei diritti d'autore.

In questo contesto, la creatività è intesa come un vero e proprio processo di trasformazione continua e in costante evoluzione tra l'arte e il commercio, in cui le decisioni artistiche sono influenzate dalle dinamiche di mercato e viceversa.

Se la cultura fornisce il contesto e le risorse simboliche necessarie per l'espressione creativa, la creatività può essere considerata come il processo attraverso il quale si generano nuove idee e prodotti culturali¹². La distinzione tra cultura e creatività è quindi di

⁹ Throsby (2001).

¹⁰ *Ibidem*.

¹¹ Caves (2000).

¹² Trimarchi (2005).

tipo funzionale: la cultura rappresenta il contenuto e il significato, mentre la creatività è il meccanismo che produce innovazione all'interno del contesto culturale, e lo fa grazie al lavoro delle organizzazioni culturali e creative¹³.

Esplorando le caratteristiche economiche delle attività culturali, è quindi possibile distinguere tra beni culturali e creatività¹⁴: quest'ultima può essere considerata come la capacità di generare nuove idee e forme artistiche, mentre i beni culturali rappresentano il risultato tangibile di tali processi creativi. Non si può prescindere dal considerare la cultura stessa un elemento centrale nell'organizzazione della società e nella produzione di valore¹⁵; al tempo stesso, però, non si può ricondurla esclusivamente a mero valore economico, perché ciò significherebbe non riconoscerne il reale apporto educativo, sociale e urbano¹⁶. Le politiche industriali spesso pongono l'accento sull'accesso ai finanziamenti, sullo sviluppo di competenze creative, sulla regolamentazione della proprietà intellettuale e sullo sviluppo di parametri relativi sia alle dimensioni che alla crescita del settore, al fine di valorizzare gli aspetti più prettamente imprenditoriali e commerciali tralasciando, però, di valutare l'impatto che l'intero ecosistema culturale e creativo ha e può continuare ad avere sui diversi aspetti della società¹⁷. Va sottolineato, invece, il ruolo cruciale che la cultura riveste, al fine di contribuire alla creazione di un dibattito pubblico su ciò che l'arte e la creatività possono fare per la società, alimentando, costruendo e immaginando ciò che saranno le generazioni future.

Il legame tra cultura e creatività è, dunque, un assunto fondamentale per comprendere le dinamiche interne all'ecosistema delle imprese culturali e creative¹⁸. Tale interrelazione, alla base delle prospettive di sviluppo economico e sociale del settore¹⁹, evidenzia la necessità di politiche e strategie integrate tra i diversi ambiti culturali e creativi, che promuovano la sostenibilità, l'innovazione e l'inclusione sia lungo l'intera filiera che nei diversi processi che compongono la catena del valore.

È proprio dalla interrelazione tra cultura e creatività che nasce la definizione di imprese culturali e creative.

¹³ Valentino (2013), 273–288.

¹⁴ Towse (2010).

¹⁵ Sacco *et Al.* (2005); Sacco (Eds.) (2004).

¹⁶ Connolly (2025).

¹⁷ O'Connor (2024).

¹⁸ UNESCO, UNDP (2013).

¹⁹ Kwan *et Al.* (2018).

Le **imprese culturali** includono, nella loro stessa natura, la creazione, produzione e diffusione di contenuti culturali, tipicamente protetti da diritti di proprietà intellettuale e che possono prendere forma di beni e servizi materiali e immateriali²⁰.

Le **imprese creative**, invece, nascono da processi che uniscono immaginazione, pensiero critico, competenze pratiche e talento individuali e hanno un potenziale di creazione di ricchezza e posti di lavoro attraverso la generazione e lo sfruttamento della proprietà intellettuale²¹.

Esse utilizzano la creatività e il capitale intellettuale come *input* primari; costituiscono un insieme di attività basate sulla conoscenza, sulla cultura e sul patrimonio, potenzialmente in grado di generare ricavi sia dal commercio di beni che dai diritti di proprietà intellettuale; comprendono prodotti materiali e servizi intellettuali o artistici immateriali con contenuto creativo, valore economico e obiettivi di mercato²².

Si possono quindi definire le **imprese culturali e creative** come quelle organizzazioni che si basano sui valori e le diversità culturali, sulla creatività individuale e/o collettiva, sulle competenze e sul talento, in possesso di un potenziale tale da generare innovazione, ricchezza e posti di lavoro mediante la creazione di valore sociale ed economico, derivante in particolare dalla proprietà intellettuale²³.

La Commissione Europea ne traccia un primo perimetro nel Libro Verde del 2010, parlando di "industrie culturali" come:

«le industrie che producono e distribuiscono beni o servizi che, quando vengono concepiti, sono considerati possedere un carattere, un uso o uno scopo specifici che incorporano o trasmettono espressioni culturali, quale che sia il loro valore commerciale. Oltre ai settori tradizionali delle arti (arti dello spettacolo, arti visive, patrimonio culturale - compreso il settore pubblico), questi beni e servizi comprendono anche i film, i Dvd e i video, la televisione e la radio, i giochi video, i nuovi media, la musica, i libri e la stampa. [...] Le "industrie creative" sono le industrie che utilizzano la cultura come input e hanno una dimensione culturale, anche se i loro output hanno un carattere principalmente funzionale. Comprendono l'architettura

²⁰ DCMS (2001) <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

²¹ DCMS (1998) <<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

²² UNCTAD (2024a) <https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d1_en.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

²³ Parlamento europeo (2018) <https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0486_IT.html> (Visitato il 15 ottobre 2025).

*e il design, che integrano elementi creativi in processi più ampi, e sottosettori come il design grafico, il design di moda o la pubblicità».*²⁴

L'espressione con cui comunemente ci si riferisce ai "settori culturali e creativi" consente di superare una definizione limitata alla sola cultura e creatività, estendendone tra l'altro il perimetro soggettivo non solo alle imprese, ma a tutte le tipologie di organizzazioni culturali e creative, includendo quindi sia le attività a carattere imprenditoriale sia quelle senza scopo di lucro²⁵.

È possibile quindi includere in tale definizione:

«[...] tutti i settori:

a) le cui attività, molte delle quali sono in grado di generare innovazione e creare posti di lavoro, in particolare derivanti dalla proprietà intellettuale:

i) si basano su valori culturali e espressioni artistiche e altre espressioni creative, individuali o collettive; e

ii) comprendono lo sviluppo, la creazione, la produzione, la diffusione e la conservazione di beni e servizi che costituiscono espressioni culturali, artistiche o altre espressioni creative, nonché funzioni correlate quali l'istruzione o la gestione;

b) indipendentemente:

i) dal fatto che le attività di tali settori siano orientate al mercato o non orientate al mercato;

ii) dal tipo di struttura che realizza tali attività;

iii) dalle modalità di finanziamento di tale struttura;

*tali settori comprendono, fra l'altro, l'architettura, gli archivi, le biblioteche e i musei, l'artigianato artistico, gli audiovisivi (compresi il cinema, la televisione, i videogiochi e i contenuti multimediali), il patrimonio culturale materiale e immateriale, il design (compreso il design della moda), i festival, la musica, la letteratura, le arti dello spettacolo (compresi il teatro e la danza), i libri e l'editoria, la radio e le arti visive».*²⁶

Nonostante il crescente sostegno proveniente dalle politiche europee, le imprese culturali e creative si trovano ancora in una posizione ambivalente all'interno delle misure di politica pubblica, a metà tra politiche culturali ed economiche.

²⁴Commissione europea (2010), 6, <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:52010DC0183>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

²⁵KEA (2006) <https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

²⁶ Regolamento (UE) 2021/818, art. 2, comma 1. <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32021R0818>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

Il settore culturale è ancora spesso trascurato come parte integrante dell'economia: la sua natura multiforme, che si collega a vari settori politici, richiede una considerazione globale che vada oltre le politiche culturali²⁷.

Pertanto, il ruolo centrale delle imprese culturali e creative, soprattutto in termini di innovazione, è spesso sottovalutato, in particolare nella progettazione di strategie a diversi livelli, dove l'innovazione è spesso associata principalmente alla digitalizzazione o alla tecnologia. Si riconosce pertanto la necessità di un'agenda politica globale e integrata per questo settore, sia a livello nazionale che nel più ampio contesto europeo, che tenga conto delle caratteristiche uniche di un settore di primario interesse²⁸.

Una delle priorità europee²⁹ in relazione ai settori culturali e creativi riguarda la definizione di sistemi di classificazione statistica adeguati, non solo a misurare la dimensione effettiva, anche in termini economici, dell'intero ecosistema, ma ad evidenziare l'effettivo impatto della cultura sulla società, anche in termini di profili professionali, favorendo, inoltre, una maggiore comparabilità dei dati sia a livello nazionale che internazionale.

I processi di creazione di valore³⁰, infatti, sono attivati da pratiche artistiche, gruppi sociali, comunità culturali e dagli attori che operano all'interno dell'ecosistema del patrimonio culturale e creativo, riconosciuto quindi come fulcro per la disseminazione di valore a diversi livelli: urbano, sociale, culturale ed economico.

Il legame tra pratica artistica e comunità introduce il concetto di **partecipazione culturale**, definito dalla Commissione Europea come:

*«la partecipazione a qualsiasi attività che, per gli individui, rappresenti un modo per accrescere la propria capacità e il proprio capitale culturale e informativo, che contribuisca a definire la propria identità e/o permetta l'espressione personale. Tali attività possono assumere diverse forme, sia attive (come creare arte o persino fare volontariato per un'organizzazione culturale), sia passive (come guardare un film), e possono avvenire attraverso una varietà di canali formali o informali, tra cui internet».*³¹

²⁷ UNESCO (2022) <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

²⁸ Interreg Europe (2024a) <<https://www.interregeurope.eu/sites/default/files/2024-01/Policy%20brief%20on%20Cultural%20and%20Creative%20Industries.pdf>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

²⁹ UNESCO (2025a) <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395490>> ; UNESCO (2025b) <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395491>>; The Measuring CCS Consortium (2022) <<https://www.measuring-ccs.eu/wp-content/uploads/2022/11/The-Measuring-CCS-Consortium-publishes-the-Final-Report-Measuring-the-Cultural-and-Creative-Sectors-in-the-EU.pdf>> (Visitati il 15 ottobre 2025).

³⁰ UNESCO Institute for Statistics (2024a) <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395490>>; UNESCO Institute for Statistics (2024b) <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395491>> (Visitati il 15 ottobre 2025).

³¹ Commissione europea (2023), 57 <<https://data.europa.eu/doi/10.2766/39199>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

Essa possiede sia effetti intrinseci³², che sono inerenti all'attività culturale stessa e che includono le opportunità di intrattenimento, le esperienze condivise, iniziative legate al benessere, che effetti strumentali, ossia derivanti dall'attività culturale e che hanno ricadute positive sui partecipanti o sulle comunità, il coinvolgimento dei giovani o l'uso della cultura come parte di programmi di rigenerazione comunitaria o economica. Il prodotto culturale, in questo caso, non viene utilizzato per sé stesso, ma piuttosto per raggiungere un obiettivo non correlato.

La partecipazione culturale ha anche effetti funzionali, che riflettono il modo in cui la cultura sostiene e sviluppa la società. Tra questi rientrano, ad esempio, la promozione della partecipazione civica, il contributo allo sviluppo della comunità, la formazione dell'identità personale e collettiva, la coesione sociale, la modifica di valori e preferenze e il miglioramento della capacità di azione collettiva. Il coinvolgimento in attività culturali e il contatto stesso con quanto ricade nell'ambito del patrimonio (dai musei, alle biblioteche, agli archivi) possono, migliorare anche la qualità della vita, la salute e il benessere dei cittadini: il tema del *welfare* culturale è sempre più rilevante tra le buone pratiche che coinvolgono direttamente le comunità locali, come all'interno delle politiche pubbliche.

La disseminazione di contenuti di carattere culturale apporta anche un contributo significativo all'economia. Settori come ad esempio il design, la moda, l'audiovisivo, i videogiochi e l'architettura possono stimolare la crescita e l'innovazione in diversi settori³³. Le imprese culturali e creative rappresentano una risorsa vitale per la competitività economica sia su scala nazionale che regionale³⁴ e possono svolgere un ruolo chiave nello sviluppo e nel sostegno alla rigenerazione economica, sociale e urbana. Il patrimonio culturale europeo, oltre che un'importante fonte di reddito per le economie locali³⁵, è anche una risorsa che arricchisce la vita dei cittadini ed è fonte di ispirazione per i settori culturali e creativi: rappresenta un elemento chiave dell'immagine e dell'identità di città e regioni ed è spesso al centro di politiche mirate che includono anche il settore del turismo.

Il contatto dei cittadini con il ricco patrimonio culturale europeo rafforza la coesione sociale attraverso un senso di appartenenza a uno spazio culturale comune basato su eredità culturali affini, esperienze storiche e valori condivisi.

³² *Ibidem*.

³³ Consiglio dell'Unione europea, Parlamento europeo (2021).

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ Commission Staff Working Document (2021). <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52021SC0351>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

Si tratta quindi di una risorsa preziosa e non rinnovabile, vitale per la crescita economica e l'occupazione, per la vitalità delle aree urbane e rurali e per il turismo sostenibile. Inoltre, la creazione artistica attiva, in qualsiasi forma, è un veicolo essenziale per la libertà di espressione, che è un bisogno umano fondamentale e un valore sostanziale dell'UE. L'arte può contribuire a superare le barriere legate a razza, religione, genere, età, nazionalità, cultura e identità, offrendo una prospettiva sempre diversa e contestando narrazioni e prospettive privilegiate³⁶. Infine, ma non meno importante, la cultura è un potente strumento diplomatico. Può creare uno spazio sicuro, equo e aperto in cui i valori dell'UE possono essere condivisi con i paesi partner nel resto del mondo, attraverso partenariati paritari e sostenibili, con particolare attenzione agli attori della società civile. Nell'ottica di rafforzare la partecipazione culturale e il ruolo della cultura nella società, la Commissione europea³⁷ promuove l'ampliamento della partecipazione dei cittadini, in particolare tra le giovani generazioni, coinvolgendo l'intera comunità sia nei processi decisionali, che nella creazione, produzione, comunicazione, mediazione e fruizione culturale. Si mira, inoltre, alla costruzione di sinergie intersettoriali tra scuole, organizzazioni culturali, società e altri attori, al fine di sfruttare appieno il potenziale trasformativo della cultura per la democrazia.

Le indagini annuali dell'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) sulla partecipazione culturale dei residenti in Italia descrivono un quadro in miglioramento rispetto alla tendenza degli scorsi anni³⁸. Nel 2023 la quota di popolazione residente che ha visitato un museo o una mostra almeno una volta nell'ultimo anno supera il 32%, attestandosi al di sopra dei valori pre-pandemici (nel 2019 era intorno al 31%). Nel corso dello stesso anno, il 61,7 per cento della popolazione dai 6 anni in su ha partecipato a qualche forma di intrattenimento o spettacolo fuori casa.

L'aumento dei livelli di partecipazione ha interessato tutte le attività culturali. Gli incrementi maggiori sono per i concerti, esclusi quelli di musica classica (+10,5 punti percentuali rispetto al 2022), la visione di spettacoli cinematografici (10,3 punti percentuali in più rispetto al 2022) e le visite a musei e mostre (+10,0 punti percentuali).

Oltre alla partecipazione complessiva, è cresciuta anche la frequenza con cui si partecipa alle diverse attività culturali: è aumentata la quota di chi ha partecipato a 4 o più attività (24,4% rispetto al 14,0% del 2022).

³⁶ *Ibidem*.

³⁷ Consiglio dell'Unione europea (2023).

³⁸ Ministero della cultura *et Al.* (2024). <https://www.fondazione scuolapatrimonio.it/wp-content/uploads/2024/12/Minicifre-della-cultura_edizione-2024.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

Secondo i dati raccolti dall'ISTAT nell'ambito dell'indagine sulle spese delle famiglie italiane, nel 2022 la spesa media mensile destinata all'acquisto di beni e servizi culturali è stata pari a circa 32,17 euro per nucleo familiare³⁹. Tale cifra rappresenta approssimativamente il 19% dell'esborso complessivo mensile destinato al comparto "tempo libero, sport e informazione", evidenziando una modesta incidenza della componente culturale sul totale della spesa discrezionale.

In un'ottica comparativa con altre categorie di spesa rilevate dalla stessa indagine, l'ammontare medio destinato alla cultura corrisponde a circa un quarto della spesa per servizi di ristorazione (comprendente cibi e bevande consumati presso ristoranti, bar e locali affini) e a meno della metà dell'importo allocato per beni e servizi riconducibili alla cura della persona.

Per quanto concerne la composizione della spesa culturale, la voce più rilevante è rappresentata dall'acquisto di materiale a stampa comprendente libri, giornali, riviste, periodici e pubblicazioni affini, con un valore medio mensile pari a 13,76 euro. Seguono i servizi di informazione e comunicazione, che totalizzano una spesa media di 9,62 euro, di cui 6,31 euro destinati ad abbonamenti a contenuti audiovisivi e piattaforme di streaming (musicali e cinematografiche) e 3,12 euro relativi a canoni e licenze radiotelevisive.

Circa un quinto della spesa culturale mensile è riconducibile ai servizi culturali propriamente detti, tra cui figurano il cinema, i teatri e le sale da concerto (3,60 euro), nonché musei, biblioteche e siti di interesse storico-artistico (1,17 euro). Infine, risultano residuali le spese per l'acquisto di videogiochi (1,62 euro), beni culturali - quali strumenti musicali e supporti audiovisivi (0,49 euro) - e apparecchiature fotografiche e video (0,25 euro).

Considerando l'ambito più generale delle statistiche sulla cultura (prevalentemente riconducibile alla sfera pubblica) si può notare come questo non corrisponda direttamente all'ambito delle statistiche sui settori culturali e creativi (considerati come insieme di organizzazioni e imprese), che è determinato in modi diversi nei vari Paesi europei. Esso, infatti, non è ancora statisticamente definito in maniera univoca a livello internazionale ma ha un differente perimetro di applicazione cui ricondurre le relative analisi dei dati nazionali⁴⁰. Fornire informazioni sempre più mirate rispetto al perimetro delle ICC può

³⁹ *Ibidem*.

⁴⁰ Commissione europea (2018). <<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/9433072/KS-GQ-18-011-EN-N.pdf/72981708-edb7-4007-a298-8b5d9d5a61b5?t=1544174403000>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

contribuire a evidenziarne l'impatto sul resto dell'economia, in una prospettiva di sviluppo ecosistemico complessivo, che tenga conto, quindi, delle peculiarità di tutta la filiera⁴¹.

Gli ambiti in cui operano le imprese culturali e creative in Italia (si veda l'art. 25 della Legge n. 206/2023) sono:

1. Architettura;
2. Arti visive;
3. Artigianato artistico;
4. Audiovisivo;
5. Design;
6. Editoria e libri;
7. Fotografia;
8. Letteratura;
9. Moda;
10. Musica;
11. Patrimonio culturale;
12. Radio;
13. Spettacolo dal vivo;
14. Videogiochi e software.

Le **imprese culturali e creative** attive in Italia sono circa 301.577 e costituiscono il 6,5% del totale delle imprese⁴². Impiegano oltre 589.000 addetti (il 3,2% del totale imprese) e generano un valore aggiunto di oltre 29.000.000.000 di euro (2,9% del totale prodotto nel 2022).

Il 29,1% di esse si è costituito nel periodo compreso tra gli anni 2006 e 2015, mentre il 27,6% tra il 1986 e il 2005 e il 25,3% tra il 2016 e il 2020. Più della metà delle imprese culturali e creative (il 53,3%) ha sede principalmente in quattro regioni:

- Lombardia (23,8%);
- Lazio (12,7%);
- Veneto (9,0%);
- Emilia-Romagna (7,8%).

⁴¹ UNCTAD (2022) <https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

⁴² Ministero della Cultura, Direzione generale Creatività contemporanea & ISTAT (Eds.) <<https://creativitacontemporanea.cultura.gov.it/ricercaistat-iccitalia/>> (Visitato il 15 ottobre 2025) ; ISTAT (2023a) <<https://www.istat.it/tavole-di-dati/statistiche-culturali-anno-2023/>> (Visitato il 16 giugno 2025) ; ISTAT (2023b) <<https://www.istat.it/tavole-di-dati/registro-statistico-delle-imprese-attive-anno-2022/>> (Visitato il 30 maggio 2025) ; ISTAT (2024). <<https://www.istat.it/storage/ASI/2024/capitoli/C10.pdf>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

Il 98% del settore culturale e creativo è rappresentato da microimprese con una classe di fatturato inferiore ai 30.000 euro. L'80,2% delle ICC è costituita da imprenditori individuali, liberi professionisti e lavoratori autonomi; le società di capitali (escluse le società cooperative) costituiscono il 12,6%, seguite dalle società di persone (6,4%) e altre forme giuridiche (0,8%)⁴³.

Tra gli ambiti in cui operano maggiormente le imprese culturali e creative⁴⁴ vi sono:

- Attività degli studi di architettura, ingegneria ed altri studi tecnici (26,1%);
- Attività di design specializzate (15,6%);
- Creazioni artistiche e letterarie (6%);
- Attività fotografiche (5,9%);
- Rappresentazioni artistiche (4,5%);
- Stampa e riproduzione di supporti registrati (12,2%);
- Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi di registrazioni musicali e sonore (3,2%);
- Attività di supporto alle rappresentazioni artistiche (2,6%);
- Attività editoriali (1,7%);
- Attività di programmazione e trasmissione (0,5%);
- Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali (0,4%).

Le **istituzioni non profit culturali e creative** attive in Italia sono pari a 55.807 unità e impiegano oltre 24.000 dipendenti⁴⁵.

Il 93,7% del totale è caratterizzato dalla forma giuridica dell'associazione; seguono le fondazioni (3,2%) le cooperative sociali (0,8%) e, infine, le altre forme giuridiche (2,3%).

Circa il 3,9% delle istituzioni non profit culturali e creative attive in Italia nasce nel biennio 2021-2022 mentre il 19,5% tra il 2016 e il 2020. Le istituzioni nate prima del 2015 sono più presenti a Nord mentre a Sud è più elevata la quota di istituzioni di più recente costituzione. Tra gli ambiti in cui operano maggiormente le istituzioni non profit culturali e creative⁴⁶ vi sono:

- Attività di organizzazioni associative (44,3%);

⁴³ ISTAT (2023c). *Conti economici delle imprese* (Frame SBS), 2022. <<https://www.istat.it/notizia/conti-economici-delle-imprese-stima-anticipata-delle-imprese-con-dipendenti-anno-2022/>> (Visitato il 30 maggio 2025).

⁴⁴ *Ibidem*.

⁴⁵ ISTAT (2023d) <<https://www.istat.it/comunicato-stampa/struttura-e-profilo-del-settore-non-profit-anno-2022/>> (Visitato il 30 maggio 2025).

⁴⁶ *Ibidem*.

- Rappresentazioni artistiche (32%);
- Attività di biblioteche, archivi, musei ed altre attività culturali (3,3%);
- Creazioni artistiche e letterarie (3,2%);
- Attività di supporto alle rappresentazioni artistiche (3%);
- Attività creative, artistiche e di intrattenimento (2,9%);
- Attività di programmazione e trasmissione (0,3%);
- Programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore (0,2%);
- Attività editoriali (0,1%);
- Stampa e riproduzione di supporti registrati (0,1%).

Nel corso del 2021, la quasi totalità delle istituzioni non profit culturali e creative⁴⁷ ha avuto relazioni con altre organizzazioni (89,2%), tra cui: Regioni ed enti pubblici locali (43,6%), altre istituzioni non profit (22,9%), scuole, università, enti di ricerca (22,3%), Ministeri, enti e agenzie dello stato (12,8%), organi di stampa, emittenti radio-televisive (12,7%).

Il contenuto delle relazioni prende la forma di una consultazione diretta per la definizione delle attività dell'istituzione non profit (78,0%), della progettazione delle proprie attività (61,1%) e della realizzazione di progetti (60,0%). Seguono come oggetto della collaborazione: il finanziamento dell'attività dell'istituzione non profit (42,4%) e il monitoraggio e valutazione dei risultati dell'attività dell'istituzione non profit (41,4%) e la fornitura gratuita all'istituzione non profit di spazi, servizi e strumenti (37,6%).

La capacità di creare reti si configura pertanto come una caratteristica propria di tale settore, ed è all'origine di quell'impatto sociale, culturale ed economico che contraddistingue i processi di valorizzazione territoriale.

2.1. Il valore aggiunto del settore culturale e creativo

Le imprese culturali e creative rappresentano circa il 3,95% del valore aggiunto dell'Unione europea⁴⁸, ovvero della ricchezza complessiva dell'intera UE, e includono circa 1,2 milioni di imprese, di cui il 99,9% sono PMI.

⁴⁷ Ministero della Cultura, Direzione generale Creatività contemporanea & ISTAT (Eds.)

<<https://creativitacontemporanea.cultura.gov.it/ricercaistat-iccitalia/>> (Visitato il 15 ottobre 2025)

⁴⁸ EUROSTAT (2024). *Culture statistics - cultural employment 2024*. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment&action=statexp-seat&lang=it> (Visitato il 15 luglio 2025).

Tabella 1. Valore aggiunto delle imprese culturali e creative.

VALORE AGGIUNTO		
RIPARTIZIONE GEOGRAFICA	Valori assoluti	Percentuale
Nord-ovest	13.624.920.555 €	46,5%
Nord-est	5.443.923.823 €	18,6%
Centro	7.326.140.914 €	25,0%
Sud	1.998.947.167 €	6,8%
Isole	886.262.734 €	3,0%
<u>Italia</u>	<u>29.280.195.193 €</u>	<u>100 %</u>

Fonte: ISTAT 2023

In Italia, il Nord-ovest e il Centro raccolgono il 58,1% delle ICC che genera il 71,5% del valore aggiunto totale, attestandosi intorno ai 29.280.195.193 euro⁴⁹. In media, il valore aggiunto è più elevato nelle regioni del Nord-ovest (132.268 euro) e del Centro (101.491 euro), con notevoli differenze rispetto a quanto si osserva nelle Isole (47.207 euro) e al Sud (44.495 euro).

2.2. L'occupazione culturale e creativa

Nel 2024 l'occupazione nel settore culturale nei Paesi dell'Unione europea ha registrato un aumento annuo dell'1,9% rispetto al 2023. In Italia si è mantenuta stabile, attestandosi al 3,5% sul totale dell'occupazione nazionale.

Nel breve periodo si osserva che il settore delle attività creative, artistiche e di intrattenimento ha registrato un calo sostanziale dell'occupazione nel 2020 e nel 2021; tuttavia, gli anni successivi suggeriscono un ritorno alla tendenza al rialzo osservata prima della pandemia di COVID-19. In particolare, nelle attività legate al design, alla fotografia e alla traduzione, l'occupazione ha registrato un lieve calo nel 2024 rispetto all'anno precedente, dopo un costante aumento dal 2020; nelle attività relative al patrimonio culturale e nella produzione audiovisiva invece è rimasta sostanzialmente in linea con gli sviluppi al rialzo a lungo termine osservati in questi settori.

Invece, nel settore dell'editoria, il costante calo dell'occupazione osservato negli ultimi dieci anni è proseguito nel 2024, mentre la diminuzione osservata nell'ambito della riproduzione di contenuti è rallentata rispetto agli anni precedenti; nelle attività di programmazione e

⁴⁹ ISTAT (2023c).

Figura 1. L'occupazione culturale in Europa



Evoluzione dell'occupazione culturale

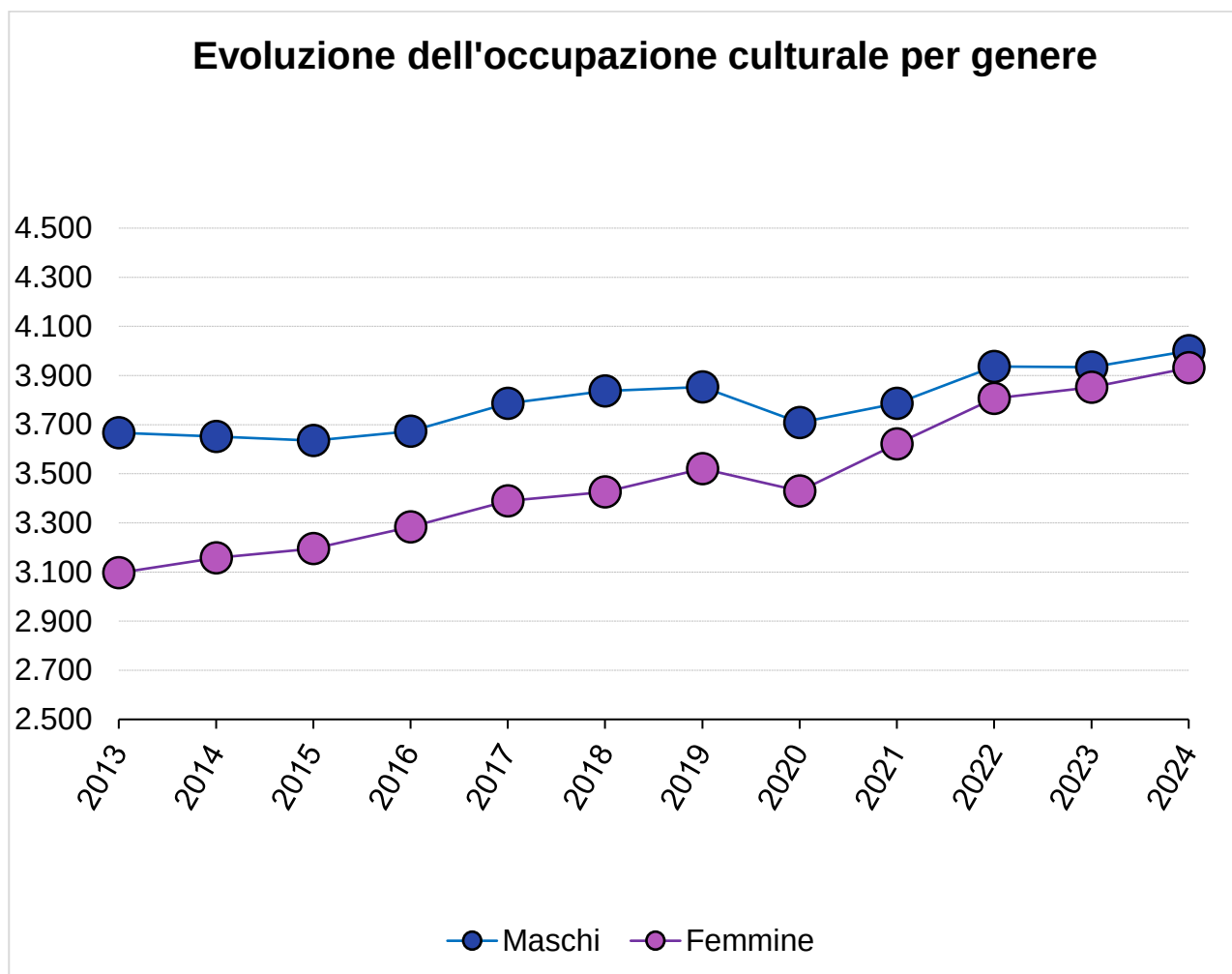
The chart illustrates the growth and diversification of the cultural sector's workforce over a decade. The most significant category is 'Arti, attività culturali e dello spettacolo' (NACE, R90), which shows a steady increase from approximately 900,000 in 2013 to over 1,100,000 in 2024. Other professional activities (NACE, M74.1, M74.2, M74.3) also show a consistent upward trend, starting around 600,000 and reaching nearly 900,000 by 2024. Printing and reproduction of recorded media (NACE, C18) remains relatively stable, fluctuating between 600,000 and 700,000. Libraries, archives, museums, and other cultural activities (NACE, R91) show a slight decline from 500,000 to 450,000. Editorial activities (NACE, part of J58) and activities of cinematographic and radio-televisual production and sound recording and musical editing (NACE, J59) both show a decline from 400,000 to around 300,000. Radio-televisual programming and transmission (NACE, J60) shows a slight increase from 300,000 to 350,000. Selected manufacturing activities (NACE, part of C32) remain the lowest category, starting at 150,000 and ending at 180,000.

Category (NACE Code)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Arti, attività culturali e dello spettacolo (NACE, R90)	900	920	950	970	1000	1000	1050	950	920	1100	1080	1150
Altre attività professionali, scientifiche e tecniche (NACE, M74.1, M74.2, M74.3)	600	620	630	640	650	660	680	650	680	780	850	880
Stampa e riproduzione di supporti registrati (NACE, C18)	650	630	620	610	600	590	600	580	570	650	620	600
Librerie, archivi, musei e altre attività culturali (NACE, R91)	500	480	470	460	450	440	430	420	410	400	390	450
Attività editoriali (NACE, parte di J58)	400	380	370	360	350	340	330	320	310	300	290	280
Attività di produzione cinematografica e radiotelevisiva, di registrazione sonora e di edizione musicale (NACE, J59)	400	380	370	360	350	340	330	320	310	300	290	280
Attività di programmazione e trasmissione radiotelevisiva (NACE, J60)	300	310	320	330	340	350	360	370	380	390	380	350
Altre attività manifatturiere selezionate (NACE, part of C32)	150	150	140	140	150	150	150	150	150	160	150	180

21

Nel 2024 il numero di donne occupate nella cultura è aumentato di circa il 2,1% rispetto all'anno precedente, mentre l'occupazione culturale per gli uomini è cresciuta dell'1,7%. A seguito di tali cambiamenti, la differenza nella quota di occupazione culturale tra uomini e donne si è ridotta a meno di 1 punto percentuale (50,4% di uomini e 49,6% di donne) nel 2024.

Figura 3. L'occupazione maschile e femminile in Europa



Fonte: Eurostat, 2025

Al fine di rafforzare l'occupazione nei settori culturali e creativi, l'Unione europea⁵⁰ auspica un miglioramento dello status e delle condizioni di lavoro degli artisti e dei professionisti del settore, una maggiore tutela della libertà artistica e l'attuazione di azioni utili a favorire l'esercizio delle professioni culturali e creative in tutto il territorio europeo.

In questa prospettiva, un punto di forza per i decisori politici può essere rappresentato dallo scambio di idee e buone pratiche tra gli Stati membri, dal confronto sulle diverse prospettive

⁵⁰ Consiglio dell'Unione europea (2023).

e dallo sviluppo di politiche in grado di stimolare un cambiamento positivo, favorendo al contempo l'adozione di misure a sostegno dell'occupazione e delle competenze culturali e creative a livello nazionale e regionale.

Secondo la *European Union labour force survey*⁵¹, nel 2024 sono stati 843.000 i lavoratori occupati nel nostro Paese nel settore culturale, una cifra che equivale a circa il 3,5% del numero complessivo di occupati a livello nazionale.

Si tratta per la maggior parte di lavoratori di sesso maschile (55%) che ricadono in una fascia d'età compresa tra i 30 e i 64 anni. Gli occupati d'età inferiore ai 30 anni rappresentano solo il 11,7% del totale, pur essendo aumentati del 21% dal 2021.

Prendendo in considerazione il triennio 2021-2023, è possibile osservare un lieve incremento degli occupati nel settore (+7%), il cui numero risulta pressoché allineato ai livelli rilevati nel periodo pre-pandemico⁵².

Nel 2023 gli addetti delle **imprese culturali e creative** in Italia sono stati circa 589.140, concentrati in particolare nelle attività degli studi di architettura, ingegneria e altri studi tecnici (14,3%), nella stampa e in altri supporti registrati (13,5%), nelle attività di design specializzate (11,3%), nelle attività editoriali (5,4%), nelle creazioni artistiche e letterarie (3,6%), nelle attività fotografiche (3,6%), nelle rappresentazioni artistiche (2,6%), nelle attività di supporto alle rappresentazioni artistiche (2,6%) e, infine, nelle attività di biblioteche, archivi, musei e altre iniziative culturali (1,9%).

Gran parte degli addetti (44,1%) lavorano all'interno di società di capitali (escluse cooperative), mentre la restante parte sono lavoratori individuali (43,7%), seguiti da società di persone (8,6%) e altre forme giuridiche (3,6%).

Le **istituzioni non profit culturali e creative** nel 2023 hanno contato circa 24.519 dipendenti⁵³ di cui il 46,4% lavora in associazioni culturali, il 25,3% in fondazioni, il 16,2% in cooperative sociali e il restante 12% in organizzazioni con altre forme giuridiche.

I professionisti culturali e creativi delle organizzazioni non profit lavorano principalmente nell'ambito dell'attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività culturali (24,8%), rappresentazioni artistiche (19,7%), attività di supporto alle rappresentazioni artistiche (6,7%).

⁵¹ EUROSTAT (2024). *EU labour force survey*. <<https://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/european-union-labour-force-survey>> (Visitato il 19 settembre 2025).

⁵² Ministero della cultura et Al. (2024). <https://www.fondazionescuolapatrimonio.it/wp-content/uploads/2024/12/Minicifre-della-cultura_edizione-2024.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

⁵³ ISTAT (2023d).

All'interno del mercato del lavoro, le professioni più richieste in ambito culturale e creativo⁵⁴ sono soprattutto quelle legate al mondo dello spettacolo e dell'audiovisivo, dell'ambito museale e della musica.

Tabella 2. Le professioni culturali e creative e il mercato del lavoro

Le professioni più richieste dalle imprese culturali e creative
1. Operatori di apparecchi per la ripresa e la produzione audio-video 2. Registi, direttori artistici, attori, sceneggiatori e scenografi 3. Tecnici esperti in applicazioni audio, video, gaming e settore grafico-pubblicitario 4. Tecnici della produzione radiotelevisiva, cinematografica e teatrale 5. Addetti all'accoglienza e all'informazione settore storico-museale 6. Ingegneri industriali e gestionali settore creativo e audio-visivo 7. Addetti alla vendita di biglietti 8. Macchinisti e attrezzisti di scena 9. Stampatori 10. Compositori, musicisti e cantanti 11. Disegnatori industriali e professioni assimilate

Fonte: Unioncamere, 2024

Le competenze chiave per lavorare nell'ambito della cultura e della creatività⁵⁵ riguardano prevalentemente la capacità di lavorare in gruppo, di saper utilizzare competenze digitali e metodi matematici, conoscere l'ambito della sostenibilità ambientale e saper comunicare in modo efficace.

Acquisiscono sempre maggiore importanza quelle che possiamo definire “competenze trasversali”, in particolare: la capacità di lavorare in autonomia ma allo stesso tempo di condividere il proprio lavoro con il resto del team e fare squadra; il *problem solving*; la capacità di adattamento.

Anche essere interessati e attivi nel campo della sostenibilità ambientale è un aspetto emergente, oltre all'utilizzo delle nuove tecnologie e alla conoscenza delle lingue.

Risulta, inoltre, sempre più rilevante saper comunicare e sapersi quindi esprimere correttamente oltre che saper parlare una lingua straniera.

⁵⁴ Unioncamere (2024) <https://excelsior.unioncamere.net/sites/default/files/pubblicazioni/2024/Imprese_culturali.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

⁵⁵ *Ibidem*.

È possibile quindi notare come, nonostante la forte digitalizzazione, le competenze chiave risultino soprattutto nel campo delle discipline umanistiche.

Tabella 3. Le competenze maggiormente richieste nel settore

Le competenze più richieste dalle imprese culturali e creative
Trasversali • Lavorare in gruppo • <i>Problem Solving</i> • Lavorare in autonomia • Flessibilità e adattamento
Green • Risparmio energetico e sostenibilità ambientale • Gestire prodotti/tecnologie <i>green</i>
Tecnologiche • Utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici • Utilizzare competenze digitali • Applicare tecnologie 4.0 per innovare e automatizzare i processi
Comunicative • Comunicare in Italiano informazioni dell'impresa • Comunicare in lingue straniere • Competenze interculturali

Fonte: Unioncamere, 2024

2.3. Fabbisogni e priorità del settore

L’analisi dei principali documenti europei elaborati negli ultimi anni evidenzia raccomandazioni e azioni rivolte all’ecosistema culturale e creativo. In termini più generali, tra le priorità principali⁵⁶ emerge la necessità di **potenziare i settori culturali e creativi**, migliorando le condizioni di lavoro dei professionisti, favorendo la transizione digitale e verde, rafforzando la dimensione culturale e creativa in particolare nel settore europeo dei videogiochi con, al tempo stesso, una maggiore protezione dei minori e la visibilità dei contenuti culturali europei negli ambienti digitali.

⁵⁶ Consiglio dell'Unione europea (2023).

Un'altra priorità chiave riguarda il **rafforzamento della partecipazione culturale e il ruolo della cultura nella società**, da attuare attraverso l'intensificazione del suo contributo nella promozione della salute, del benessere, della democrazia e dei diritti fondamentali, nonché mediante un maggiore accesso alla cultura e l'apporto di biblioteche e istituzioni culturali nel veicolare opere, competenze e valori europei.

Ulteriori priorità includono la promozione del **ruolo chiave della cultura nelle azioni per la salvaguardia del clima e del patrimonio**, la predisposizione di nuovi modelli di *governance* culturale e il miglioramento di statistiche culturali europee condivise.

È considerato altresì prioritario **rafforzare la dimensione culturale delle relazioni internazionali dell'UE**, integrando la cultura in tutti i settori pertinenti e agevolando i partenariati co-creativi basati su una più stretta cooperazione tra attori rilevanti, inclusi i professionisti della cultura. Con riferimento specifico alle imprese culturali e creative, emerge⁵⁷ la necessità di **riconoscerle come settore strategico per l'innovazione, la competitività regionale e le politiche di sviluppo economico**, attraverso azioni che consentano una conoscenza più approfondita del settore. In questa prospettiva, è essenziale **migliorare la raccolta di dati statistici ufficiali, sviluppare mappature regionali aggiornate ed esaustive e promuovere eventi dedicati**, al fine di favorire la condivisione di informazioni, evidenziare il peso economico delle ICC per lo sviluppo regionale, nonché il loro potenziale ruolo di catalizzatori di innovazione e crescita nell'intera economia.

Occorre, inoltre, **ridefinire il concetto di ICC**, superando una visione limitata alle sole strategie di crescita e sviluppo economico, riconoscendo il loro ruolo nell'**integrazione e nella coesione sociale**, anche attraverso la creazione di nuove opportunità occupazionali. Appare fondamentale anche prevedere lo sviluppo di **specifici finanziamenti**, adeguando i regimi di finanziamento esistenti per renderli più facilmente accessibili, o combinarli in modo strategico, nonché promuovere progetti di innovazione intersettoriali e meccanismi di sostegno all'innovazione nell'ambito delle ICC.

Andrebbe, inoltre, **incentivato lo sviluppo e il miglioramento di infrastrutture locali o regionali dedicate alle ICC** come incubatori, spazi di *co-working*, *hub* creativi e *cluster*, con il coinvolgimento di autorità pubbliche (anche locali), imprese, attori culturali e della società

⁵⁷ Interreg Europe (2024a) <<https://www.interregeurope.eu/sites/default/files/2024-01/Policy%20brief%20on%20Cultural%20and%20Creative%20Industries.pdf>>; Interreg Europe (2024b) <<https://www.interregeurope.eu/sites/default/files/2024-02/Policy%20brief%20on%20the%20social%20dimension%20of%20culture.pdf>>; OECD (2022) <<https://doi.org/10.1787/991bb520-en>> (Visitati il 15 ottobre 2025).

civile. Tali strutture dovrebbero offrire anche servizi di consulenza, supporto alla ricerca di finanziamenti e percorsi formativi aggiornati, comprendenti competenze digitali, imprenditoriali e programmi di *mentoring*.

Alle ICC viene riconosciuto il ruolo di catalizzatori del cambiamento e motori di innovazione, sviluppo, progresso sociale e benessere, in grado di incidere sulle transizioni digitale, verde e sociale. È quindi necessario un **miglioramento del contesto normativo** a sostegno dello sviluppo del settore, nonché l'elaborazione di una **politica integrata che promuova partenariati strategici interministeriali** e riconosca l'effettivo contributo delle ICC all'innovazione, spesso associata esclusivamente alla digitalizzazione o alla tecnologia.

Lo sviluppo strategico del settore richiede **modelli di governance multilivello** capaci di integrare al meglio attori pubblici e privati, superando la tradizionale separazione tra politiche culturali ed economiche e incentivando **collaborazioni intersettoriali e interdisciplinari**, attraverso contaminazioni tra arte, cultura, scienza, tecnologia, impresa e creatività. È altresì importante favorire la **convergenza degli approcci di governance**: la politica di coesione, con l'obiettivo strategico 5 *Un'Europa più vicina ai cittadini*, promuove infatti approcci territoriali integrati e partecipativi, in cui identità e cultura rafforzano legami comunitari e sviluppo locale. Strumenti come la Convenzione di Faro⁵⁸ e la Carta di Porto Santo⁵⁹ rappresentano validi modelli di politiche culturali inclusive, che valorizzano la cultura come leva di sviluppo economico e sociale sostenibile.

Infine, risulta fondamentale **includere esplicitamente le ICC nei documenti strategici pertinenti**, come le Strategie di specializzazione intelligente (S3) regionali.⁶⁰

In Italia, il sistema delle imprese culturali e creative si caratterizza per una straordinaria varietà di comparti, che uniscono radici storiche e tradizionali a percorsi di innovazione e internazionalizzazione. All'interno del Programma Nazionale Cultura 2021-2027, le *Linee d'Indirizzo per l'attuazione dell'azione 1.3.1 "Promuovere la nascita, la crescita e il posizionamento competitivo delle imprese nei settori culturali e creativi"*⁶¹ hanno evidenziato come il tessuto nazionale, pur fortemente frammentato e con prevalenza di micro e piccole

⁵⁸ Consiglio d'Europa (2005).

⁵⁹ Consiglio dell'Unione europea - Presidenza portoghese (2021) <https://portosantocharter.eu/wp-content/uploads/2025/09/VF_ING_CPS_AD.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

⁶⁰ La *Smart Specialisation Strategy* - S3 è lo strumento che dal 2014 le Regioni ed i paesi membri dell'Unione europea devono adottare per individuare obiettivi, priorità, azioni in grado di massimizzare gli effetti degli investimenti in ricerca e innovazione, puntando a concentrare le risorse sugli ambiti di specializzazione caratteristici di ogni territorio.

⁶¹ Autorità di Gestione del Programma Nazionale Cultura 2021-2027. *Linee d'Indirizzo per l'attuazione dell'azione 1.3.1 "Promuovere la nascita, la crescita e il posizionamento competitivo delle imprese nei settori culturali e creativi"*. <https://pncultura2127.cultura.gov.it/wp-content/uploads/2025/09/02.-All.-01-Linee-di-Indirizzo-filiere_Azione-1.3.1_PN-Cultura.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

imprese, rappresenti un fattore di competitività distintivo in grado di generare valore culturale, sociale ed economico.

Il documento, approvato con il Decreto n. 522 dell'8 settembre 2025 da parte dell'Autorità di Gestione del Programma Nazionale Cultura 2021-2027, sebbene si riferisca in gran parte alle regioni interessate dall'Azione 1.3.1, contiene indicazioni circa lo stato dell'arte e i fabbisogni dell'intero ecosistema culturale e creativo a livello nazionale.

Tra i fabbisogni comuni a più filiere emergono con forza:

- l'urgenza di modelli organizzativi orientati alla sostenibilità ambientale, sociale e occupazionale;
- la creazione sia di nuovi spazi fisici attrezzati che di spazi digitali, o la rifunzionalizzazione di spazi esistenti, dedicati alla produzione e alla fruizione, che agiscano anche come *hub* professionali agevolando progetti di *partnership* intersettoriale e il rafforzamento dei collegamenti tra e con le imprese del territorio, incluso l'ambito turistico;
- la necessità di interventi di *capacity building* mirati per rafforzare competenze relative a management, marketing, fiscalità, comunicazione, gestione del personale, gestione dei *copyright*, ecc.; nel dettaglio, si rileva il bisogno di attività di tutoraggio per intercettare strumenti finanziari mirati utili a facilitare la sostenibilità economica delle imprese, e l'integrazione di competenze di management dell'innovazione sociale utili alla creazione e gestione di progetti e *network* a vocazione territoriale intersettoriale;
- il supporto all'internazionalizzazione delle imprese attraverso la creazione e il consolidamento di reti di cooperazione, scambio e dialogo; attraverso la partecipazione ad eventi dedicati al settore; attraverso nuovi strumenti e strategie per agevolare l'accesso ai mercati internazionali;
- una maggiore digitalizzazione del settore e l'applicazione delle nuove tecnologie come leva trasversale per i processi di produzione, distribuzione e promozione, con particolare attenzione all'*e-commerce*.

Le specificità settoriali confermano la ricchezza e la diversità del contesto italiano.

- **Audiovisivo, musica e spettacolo dal vivo** evidenziano fabbisogni convergenti nella digitalizzazione dei processi produttivi e distributivi, nello sviluppo di piattaforme, nella formazione di nuove professionalità e nella valorizzazione delle connessioni con turismo e promozione territoriale.

- **Teatro, danza e arti performative** richiedono spazi attrezzati e modelli organizzativi innovativi, con una particolare attenzione alla valorizzazione del lavoro artistico e alla sostenibilità delle produzioni.
- **Patrimonio culturale materiale e immateriale** necessita di forti investimenti in digitalizzazione, conservazione e accessibilità, oltre a strategie di marketing territoriale e di integrazione con le economie locali.
- **Arti visive e fotografia** richiedono nuove infrastrutture produttive, archivi digitali e strategie di promozione internazionale, rafforzando al contempo la sostenibilità ambientale dei processi espositivi.
- **Architettura e design** mostrano un'elevata propensione all'adozione di tecnologie emergenti (stampa 3D, realtà aumentata, intelligenza artificiale), con attenzione a sostenibilità dei materiali, processi circolari e spazi di co-progettazione multidisciplinare.
- **Letteratura ed editoria** puntano su digitalizzazione e nuovi linguaggi (audiolibri, podcast, editoria aumentata), sul rafforzamento delle filiere distributive e sulla creazione di reti territoriali di biblioteche, librerie e centri culturali.
- **Artigianato artistico e moda** si caratterizzano per il forte legame con la tradizione e il territorio, da coniugare con innovazione di prodotto, tracciabilità delle filiere, sperimentazione di nuovi materiali e certificazioni di sostenibilità.

Il contesto italiano si distingue dunque per un ecosistema creativo e culturale unico, che combina la ricchezza di saperi storici e identitari con la capacità di innovare. Le politiche nazionali sono chiamate a sostenere questa pluralità, rafforzando le filiere, promuovendo la collaborazione intersettoriale e favorendo l'accesso ai mercati internazionali, in coerenza con le strategie europee per la cultura e la creatività.

3. L'impegno del Ministero della cultura per lo sviluppo del settore

Il Ministero della cultura provvede alla tutela dei beni culturali e paesaggistici, alla gestione e valorizzazione, anche economica, del patrimonio culturale e alla promozione delle attività culturali; esercita le funzioni di cui all'art. 53 del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 300, nonché quelle ad esso attribuite da ogni altra norma in attuazione degli artt. 9 e 117 della Costituzione e dei vincoli derivanti dall'ordinamento europeo e dagli obblighi internazionali. Per l'espletamento dei compiti ad esso demandati⁶², è articolato in: Uffici di diretta collaborazione del Ministro, quattro dipartimenti, dodici uffici dirigenziali di livello generale centrali e quindici uffici dirigenziali di livello generale periferici e istituti autonomi.

I Dipartimenti assumono la denominazione di⁶³:

- a) Dipartimento per l'amministrazione generale - DiAG**, articolato nei seguenti quattro uffici di livello dirigenziale generale:
- Direzione generale Risorse umane e organizzazione;
 - Direzione generale Bilancio, programmazione e monitoraggio;
 - Direzione generale Affari europei e internazionali;
 - Direzione generale Digitalizzazione e comunicazione.
- b) Dipartimento per la tutela del patrimonio culturale - DiT**, articolato nei seguenti tre uffici dirigenziali di livello generale:
- Direzione generale Archeologia, belle arti e paesaggio;
 - Direzione generale Archivi;
 - la Soprintendenza speciale Archeologia, belle arti e paesaggio di Roma.
- c) Dipartimento per la valorizzazione del patrimonio culturale - DiVa**, articolato nei seguenti quindici uffici dirigenziali di livello generale:
- Direzione generale Musei;
 - quattordici musei e parchi archeologici dotati di autonomia speciale di cui all'art. 24, comma 3, lettera a), che operano, come articolazioni organizzative, nell'ambito del Dipartimento per la valorizzazione del patrimonio culturale.
- d) Dipartimento per le attività culturali - DiAC**, articolato nei seguenti quattro uffici dirigenziali di livello generale:
- Direzione generale Spettacolo;
 - Direzione generale Cinema e audiovisivo;

⁶² Art. 2, comma 1, del D.P.C.M. 15 marzo 2024, n. 57.

⁶³ Art. 3, commi 1, 2, 3, 4, 5, 6 del D.P.C.M. 15 marzo 2024, n. 57.

- Direzione generale Creatività contemporanea;
- Direzione generale Biblioteche e istituti culturali.

Attualmente vi sono, infine, due strutture di livello dirigenziale generale per l'attuazione del P.N.R.R.:

- Unità di missione per l'attuazione del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza;
- Soprintendenza speciale per il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

È in particolare il Dipartimento per le attività culturali – DiAC che esercita, ai sensi dell'art. 3, comma 7 del D.P.C.M. 15 marzo 2024, n. 57, le competenze del Ministero in materia di: promozione dello spettacolo, delle attività teatrali, musicali, di danza, circensi, dello spettacolo viaggiante; promozione delle attività cinematografiche e delle produzioni cinematografiche, audiovisive, radiotelevisive e multimediali; promozione delle imprese culturali e creative, della creatività contemporanea, della cultura urbanistica e architettonica, partecipazione alla progettazione di opere destinate ad attività culturali; diritto d'autore e proprietà intellettuale; promozione del libro e sviluppo dei servizi bibliografici e bibliotecari nazionali; tutela dei beni librari e gestione e valorizzazione delle biblioteche statali⁶⁴.

All'interno di tale Dipartimento, la promozione e il sostegno dell'arte e dell'architettura contemporanee, in tutte le loro espressioni - compresa la fotografia, la videoarte, il design e la moda - nonché della qualità architettonica e urbanistica, sono svolti dalla Direzione generale Creatività contemporanea⁶⁵, che supporta inoltre le **imprese culturali e creative** e promuove interventi di rigenerazione urbana.

Al fine di sostenere in modo concreto il settore culturale e creativo sono inoltre operative specifiche misure che favoriscono il coinvolgimento di soggetti pubblici e privati nella promozione e valorizzazione del patrimonio culturale nazionale. Queste misure, oltre a valorizzare il patrimonio culturale, producono ricadute concrete per le imprese culturali e creative, contribuendo attivamente allo sviluppo sostenibile e competitivo del settore nel suo complesso: rendono più accessibili gli investimenti privati, riducono gli oneri fiscali, favoriscono la nascita e il consolidamento di operatori del settore, stimolano l'occupazione e generano un impatto economico significativo sul territorio.

Tra queste, l'**Art Bonus** (introdotto con il Decreto-Legge 31 maggio 2014, n. 83, convertito in legge con modificazioni dalla legge 29 luglio 2014, n. 106, e ss.mm.ii.) rappresenta uno strumento rilevante poiché incentiva le erogazioni liberali destinate a interventi di conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale nazionale, attraverso significative

⁶⁴ Art. 7, comma 1, del D.P.C.M. 15 marzo 2024, n. 57.

⁶⁵ Art. 18, comma 1, del D.P.C.M. 15 marzo 2024, n. 57.

agevolazioni fiscali (la liberalità in questione genera un credito d'imposta che può arrivare sino al 65%).

La **Legge 29 luglio 1949, n. 717** "*Norme per l'arte negli edifici pubblici*", nota come "legge del 2%", impone alle amministrazioni pubbliche di destinare una percentuale della spesa complessiva per la costruzione di nuovi edifici pubblici all'acquisto o alla commissione di opere d'arte, integrando l'arte negli spazi pubblici in sinergia con l'architettura degli edifici. Attraverso l'inserimento di opere d'arte negli edifici pubblici, dunque, il Ministero della cultura contribuisce ad arricchire il patrimonio culturale del Paese, a promuovere l'arte, ad offrire opportunità agli artisti di esprimersi in contesti pubblici, a rendere gli spazi pubblici luoghi di incontro e riflessione culturale integrando l'arte contemporanea nel tessuto urbano e sociale del Paese.

La **Legge 2 agosto 1982, n. 512** "*Regime fiscale dei beni di rilevante interesse culturale*" prevede agevolazioni in materia di imposte di successione e donazione per i beni culturali; tale normativa favorisce la conservazione e la trasmissione del patrimonio culturale riducendo contestualmente l'onere economico per chi riceve in eredità o donazione beni culturali di valore.

Nella medesima direzione, il **Testo Unico delle Imposte sui Redditi (TUIR)**, agli artt.15 e 100, consente la deducibilità o detraibilità delle erogazioni liberali effettuate a favore di enti e iniziative culturali, mentre l'art. 83 del **Codice del Terzo Settore** prevede analoghi benefici per le donazioni agli Enti del Terzo Settore (ETS). Tali strumenti rappresentano una solida base normativa e fiscale per promuovere e sostenere in modo efficace la crescita culturale e creativa del Paese.

3.1. Le risorse stanziare per la cultura e la creatività

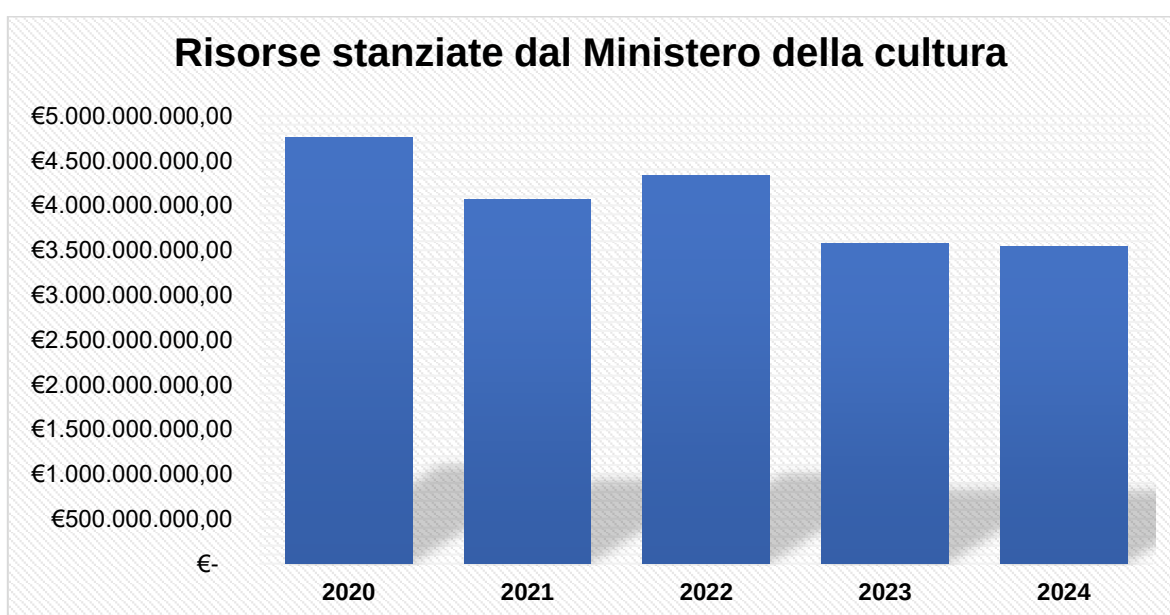
Nel contesto nazionale, il finanziamento pubblico del settore culturale e creativo è attribuito principalmente e in via diretta al Ministero della cultura.

Per l'annualità 2023 lo Stato ha stanziato a favore del Ministero della cultura complessivamente 3.903.214.463 euro, importo che comprende non solo i contributi concessi dal Ministero (pari a 1.916.107.262 euro) ma anche le spese di funzionamento della struttura ministeriale stessa. Gli stanziamenti per il 2024 sono stati di 3.546.182.907

euro (i contributi concessi sono stati pari a 1.758.353.853 euro) e per il 2025 di 3.100.541.328 euro⁶⁶.

In seguito alla crescita degli stanziamenti pubblici verificatasi tra il 2021 e il 2022 (+7%) per rilanciare il comparto, duramente colpito dall'emergenza sanitaria, il 2023 ha visto un calo delle risorse destinate al settore, sia in termini assoluti (-18%), sia in termini di incidenza percentuale sulla spesa complessiva dello Stato⁶⁷. Tuttavia, i valori rilevati risultano comunque superiori rispetto al periodo pre-Covid (+26% dal 2019) e restano stabili nell'anno 2024.

Figura 4. Stanziamento economico del Ministero della cultura



Fonte: Minicifre della cultura, 2024

A queste risorse va ad aggiungersi lo stanziamento complessivo del Governo per il rilancio della cultura nell'ambito del **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)**, incluso nella componente M1C3, Turismo e Cultura 4.0, pari a circa 4,3 miliardi di euro, ovvero il 2,2% del totale delle risorse stanziare; tale importo è da considerarsi al netto delle voci d'investimento riguardanti il settore turistico⁶⁸. I principali investimenti nel settore riguardano l'attrattività dei borghi (circa 1 miliardo) e la sicurezza sismica e restauro dei luoghi di culto, cui è anche associato il supporto ai luoghi di ricovero per le opere d'arte (800 milioni

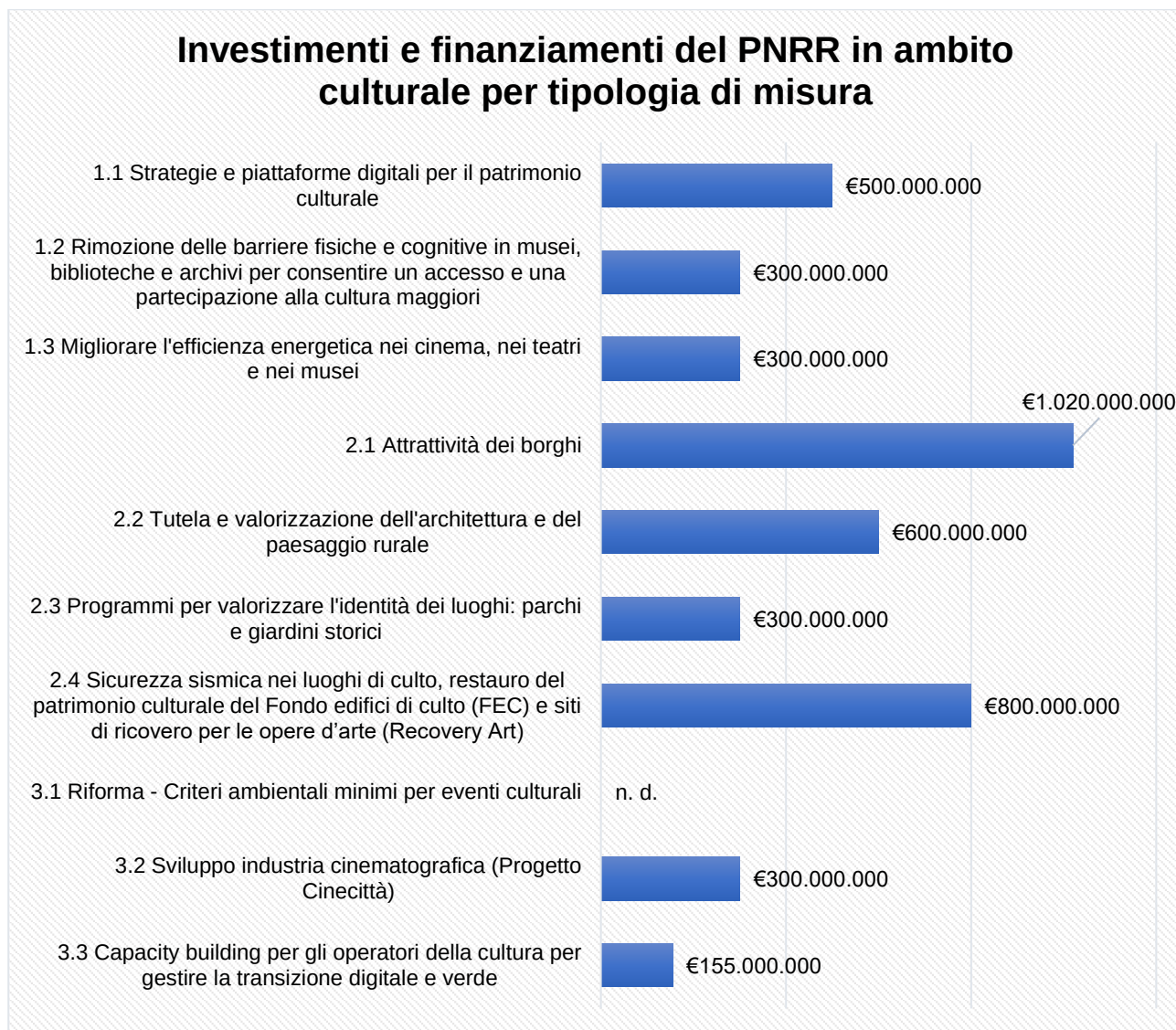
⁶⁶ Ministero dell'Economia e delle Finanze - Dipartimento Della Ragioneria Generale Dello Stato - Ispettorato Generale Del Bilancio. *Nota integrativa al disegno di Legge di Bilancio per l'anno 2024 e per il triennio 2024-2026 (art. 21 della Legge n. 196/2009) - Ministero della Cultura.*

⁶⁷ Ministero della cultura et Al. (2024). <https://www.fondazione scuolapatrimonio.it/wp-content/uploads/2024/12/Minicifre-della-cultura_edizione-2024.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

⁶⁸ *Ibidem*, 200.

complessivi); tra questi ricordiamo 155 milioni di euro dedicati nello specifico alle imprese culturali e creative⁶⁹.

Figura 5. Gli investimenti relativi al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza



Fonte: Minicifre della cultura 2024

Nel *Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza*, infatti, tra gli investimenti affidati al Ministero della cultura ne troviamo uno di 155 milioni di euro destinato ad accompagnare fino al 2026 la transizione ecologica e digitale delle imprese culturali e creative, tramite azioni combinate di contributi alle imprese da una parte, e di programmi di *Capacity building* per gli operatori del settore dall'altra.

⁶⁹ Per maggiori informazioni: <https://pnrr.cultura.gov.it/>.

L'investimento 3.3 *Capacity building per gli operatori della cultura per gestire la transizione digitale e verde* è articolato in quattro sub-investimenti, corrispondenti a quattro obiettivi specifici:

- M1C3 I 3.3.1 (Azione AI) *Interventi per migliorare l'ecosistema in cui operano i settori culturali e creativi* (10.000.000,00 €);
- M1C3 I 3.3.2 (Azione AII) *Sostegno ai settori culturali e creativi per l'innovazione e la transizione digitale* (115.000.000,00 €);
- M1C3 I 3.3.3 (Azione BI) *Promuovere la riduzione dell'impronta ecologica degli eventi culturali* (10.000.000,00 €);
- M1C3 I 3.3.4 (Azione BII) *Promuovere l'innovazione e l'eco-progettazione inclusiva* (20.000.000,00 €).

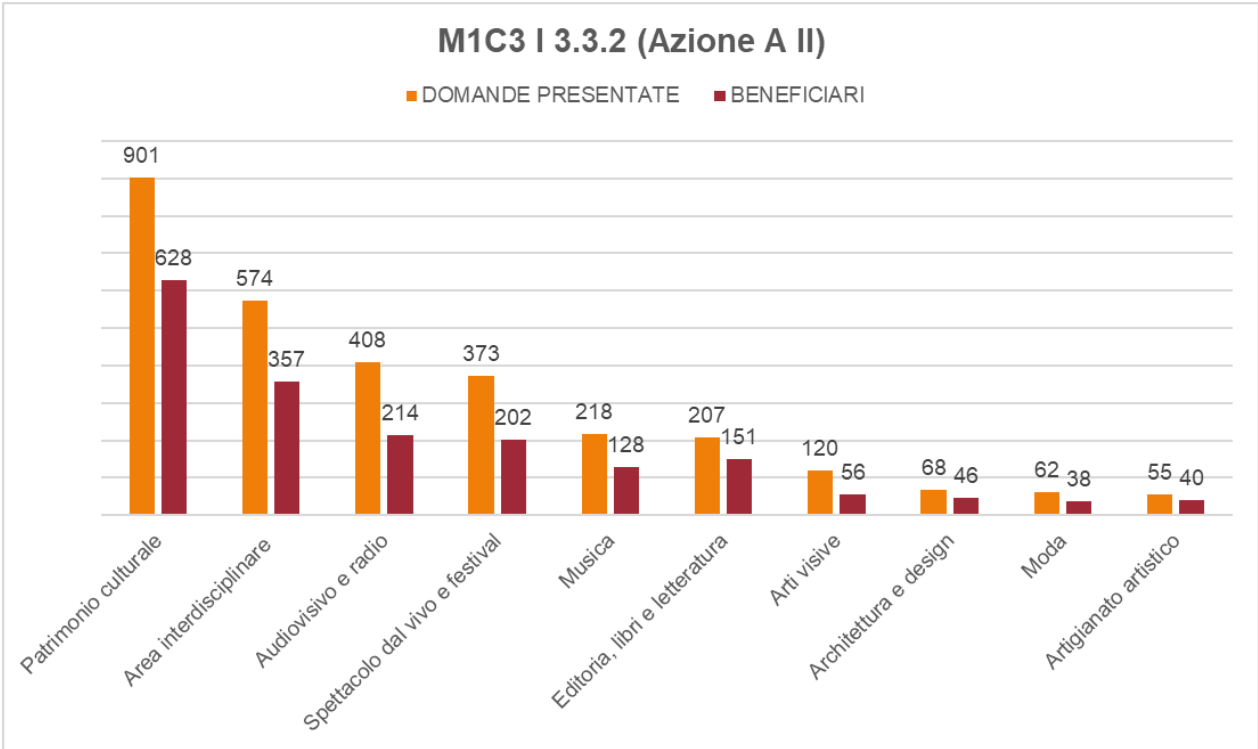
Le azioni AI e BI sono investimenti sul capitale umano, destinati alla realizzazione di attività di potenziamento delle capacità professionali degli operatori dei settori culturali e creativi, mentre le azioni AII e BII sono destinate al sostegno economico degli organismi culturali e creativi, profit e non profit, di micro e piccole dimensioni, attraverso l'erogazione di contributi. Per ogni azione è stato emanato un avviso pubblico.

L'investimento 3.3 si pone l'obiettivo di finanziare 1.200 organismi culturali e creativi attraverso le azioni AII - BII e di realizzare 80 iniziative di *capacity building* attraverso le azioni AI-BI.

Nel 2021, in fase di progettazione degli avvisi pubblici, in mancanza di una definizione normativa specifica introdotta soltanto alla fine del 2023 con la legge n. 206, per l'individuazione dei settori culturali e creativi si è fatto riferimento al programma Europa Creativa, giungendo all'identificazione di dieci ambiti principali:

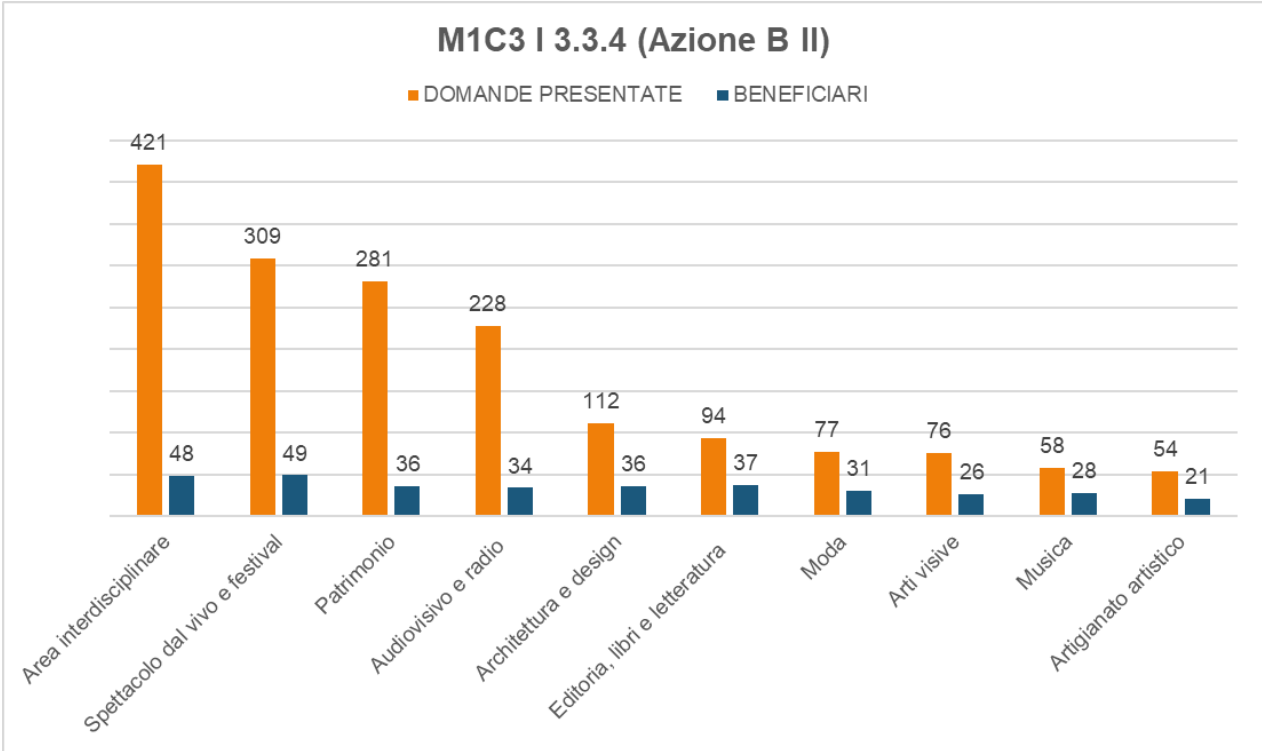
- Architettura e Design;
- Area interdisciplinare;
- Arti visive (inclusa fotografia);
- Artigianato artistico;
- Audiovisivo e radio (inclusi film/cinema, televisione, videogiochi, software e multimedia);
- Editoria, libri e letteratura;
- Moda;
- Musica;
- Patrimonio culturale materiale e immateriale (inclusi archivi, biblioteche e musei);
- Spettacolo dal vivo e festival.

Figura 6. Domande presentate e beneficiari del sub-investimento 3.3.2 del PNRR



Fonte: dati interni MiC, 2025

Figura 7. Domande presentate e beneficiari del sub-investimento 3.3.4 del PNRR



Fonte: dati interni MiC, 2025

Ai quattro avvisi pubblici hanno partecipato complessivamente circa 5.000 organismi, ed è stato finanziato circa il 50% delle iniziative proposte, riservando circa il 40% delle risorse alle regioni del Mezzogiorno (Abruzzo, Basilicata, Campania, Calabria, Molise, Puglia, Sardegna, Sicilia). Nell'ambito delle azioni AI, BI e BII sono state assegnate tutte le risorse disponibili, per un totale di circa 40 milioni di euro.

Va ricordato anche il Piano Nazionale Complementare (PNC) al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) approvato con Decreto-Legge n. 59 del 6 maggio 2021, convertito dalla Legge n. 101 del 1° luglio 2021, che ha integrato gli interventi del PNRR finanziando specifiche azioni anche nel settore culturale e creativo, tra cui: restauro e rifunzionalizzazione di complessi storico-architettonici; recupero di immobili pubblici di interesse storico e culturale in stato di abbandono.

A tali risorse si sommano i circa 638 milioni di euro derivanti da fondi indiretti impegnati tramite il **Programma Nazionale Cultura per il 2021-2027**⁷⁰ (di cui nello specifico 151.710.000 € per l'Azione 1.3.1 destinata alle imprese culturali e creative)⁷¹.

Il PN Cultura, finanziato con fondi FESR (Fondo Europeo di Sviluppo Regionale) per il periodo 2021-2027, è il programma del Ministero della cultura italiano che mira a sostenere, sviluppare e valorizzare il settore culturale e creativo, con particolare attenzione alle sette regioni del Mezzogiorno meno sviluppate (Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia).

In tale ambito e in attuazione degli articoli del *Regolamento (UE) 2021/1060*, il Ministero della cultura, con il Decreto 20 marzo 2025, n. 72, ha istituito il *Fondo Imprese Culturali e Creative 2021-2027* (Fondo ICC), con una dotazione di circa 151,7 milioni di euro. Il Programma mira a promuovere la nascita, la crescita e il posizionamento competitivo delle micro, piccole e medie imprese e degli Enti del Terzo Settore che operano nell'ambito culturale e creativo.

La linea di intervento 1.3.1 "Promuovere la nascita, la crescita, e il posizionamento competitivo delle imprese nei settori culturali e creativi" risponde all'Obiettivo strategico di Policy 1 (OP1) "Un'Europa più competitiva e intelligente" del PN Cultura, approvato con Decisione della Commissione C (2022) 7959, nell'ambito della Priorità 1 "Ampliamento dell'accesso al patrimonio digitale e rafforzamento della competitività delle imprese culturali", perseguendo l'Obiettivo specifico RSO1.3 "Rafforzare la crescita sostenibile e la

⁷⁰ Ministero della cultura et Al. (2024), 200. <https://www.fondazione scuolapatrimonio.it/wp-content/uploads/2024/12/Minicifre-della-cultura_edizione-2024.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

⁷¹ Per maggiori informazioni: <https://pncultura2127.cultura.gov.it/programma/quadro-finanziario/>.

competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi (FESR)".

Tra le attività a supporto delle imprese culturali e creative un ruolo fondamentale è svolto dal **Desk Italia Europa Creativa**.

Europa Creativa è il Programma della Commissione Europea a sostegno del settore culturale e creativo. L'obiettivo del programma è salvaguardare, sviluppare e promuovere la diversità culturale e linguistica e il patrimonio culturale europei, ma anche rafforzare la competitività e il potenziale economico dei settori culturali e creativi, in particolare di quello audiovisivo.

Europa Creativa si articola in tre sezioni: Cultura, MEDIA e Intersettoriale. La Sezione Cultura è finalizzata al sostegno delle organizzazioni culturali e creative, con particolare attenzione alla cooperazione internazionale, alla mobilità degli artisti e degli operatori, alla circolazione delle opere culturali e alla sperimentazione di nuovi modelli professionali. La Sezione MEDIA è dedicata all'industria audiovisiva, finanziando attività che vanno dalle fasi dello sviluppo alla produzione e distribuzione internazionale di opere cinematografiche e digitali, includendo anche percorsi di formazione specialistica e l'accesso ai mercati. La Sezione Intersettoriale finanzia progetti che sostengono la cooperazione tra il settore audiovisivo e altri settori culturali e creativi all'insegna dell'innovazione, incentiva il pluralismo dei media e l'educazione a, l'utilizzo di tecnologie innovative e la collaborazione interdisciplinare.

Istituito presso il Ministero della cultura, il Desk Italia Europa Creativa è coordinato dal 2021 dalla Direzione generale Creatività contemporanea in partenariato con Cinecittà S.p.A. Il Desk promuove il Programma Europa Creativa in Italia, fornisce assistenza tecnica gratuita sui bandi che vengono pubblicati per i settori culturali e creativi, supporta la Commissione Europea e l'EACEA in studi e analisi delle politiche culturali europee. Per il periodo 2021-2027 la dotazione finanziaria del Programma Europa Creativa è pari a 2.44 miliardi di euro che vengono messi a bando dalla UE attraverso bandi pubblici gestiti dall'*Education and Culture Executive Agency* (EACEA) e dalla Commissione europea.

L'Ufficio Cultura ha una consolidata esperienza nel supporto al programma e alle imprese culturali e creative, maturata a partire dal *Cultural Contact Point Italy* (2007–2013). Oggi accompagna le organizzazioni lungo tutte le fasi del ciclo progettuale, dall'analisi del bando al processo di candidatura, alla sensibilizzazione sulle politiche UE della sostenibilità ambientale e dell'inclusione, della transizione digitale e le relazioni internazionali, svolgendo

al contempo un'intensa attività di promozione, formazione e divulgazione attraverso eventi, *workshop* e giornate informative.

Figura 8. Una delle attività promosse dal Desk Italia Europa Creativa



Fonte: MiC, 2025

Uno degli aspetti più rilevanti dell'azione del Desk è il suo contributo al rafforzamento delle micro e piccole imprese culturali italiane, che rappresentano la maggior parte dei beneficiari dei finanziamenti del programma: il 73% nel Programma Cultura, l'89% in MEDIA e l'80% nelle azioni intersettoriali (fonte Creative Europe Monitoring Report 2021 – 2022)⁷². Queste realtà, spesso radicate nei territori e dotate di un alto potenziale creativo, costituiscono un motore fondamentale per l'innovazione e la crescita del settore. Il supporto fornito dal Desk risulta quindi essenziale per superare i divari informativi e operativi che ne limitano l'accesso ai programmi europei, favorendo al contempo la loro internazionalizzazione e resilienza. Il costo complessivo del Desk Italia Europa Creativa Cultura e Media per il periodo 2021-2027 è pari a 5.189.717,00 €; è cofinanziato al 60% dall'Agenzia Esecutiva Formazione e Cultura (EACEA), mentre il restante 40% da fondi del MiC e di Cinecittà S.p.A. In linea con la *Nuova Agenda per la Cultura dell'Unione Europea*⁷³ e il *Piano di Lavoro UE per la Cultura*

⁷² Unione Europea (2023) <<https://data.europa.eu/doi/10.2759/561008>> (Visitato il 15 ottobre 2025).

⁷³ Commissione europea (2018) <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=COM:2018:267:FIN>> (Visitato il 21 ottobre 2025).

2023-2026⁷⁴, il Desk Italia contribuisce concretamente alla transizione ecologica e digitale del comparto culturale, promuovendo l'adozione di pratiche sostenibili, inclusive e orientate all'innovazione. Il lavoro del Desk si configura così come un servizio pubblico strategico per la valorizzazione del patrimonio creativo nazionale offrendo alle imprese culturali e creative italiane un'opportunità concreta di crescita, innovazione e cooperazione internazionale, capace di generare impatto non solo culturale ma anche economico e sociale.

Al fine di rappresentare l'intervento complessivo del Ministero della cultura sull'intero ecosistema culturale e creativo, sia in termini di risorse economiche che di attività e progetti, è stata avviata, da parte della Direzione generale Creatività contemporanea, mediante il supporto del Dipartimento per le Attività Culturali, una ricognizione che ha avuto come oggetto gli ambiti di attività delle imprese culturali e creative, normativamente individuati nel richiamato art. 25 della Legge n. 206/2023.

Le informazioni e i dati richiesti riguardano il totale delle risorse stanziare per l'anno 2024 nei diversi ambiti culturali e creativi, relativamente alle attività di ideazione, creazione, produzione, sviluppo, diffusione, promozione, conservazione, ricerca, valorizzazione e gestione di beni, attività e prodotti culturali, incluse le attività economiche di supporto, ausiliarie o comunque strettamente funzionali alle stesse.

Tenuto conto di quanto previsto dal Decreto interministeriale n. 402/2024, attuativo dell'art. 25 della Legge n. 206/2023, nel computo si è tenuto conto, in maniera specifica e distinta, di tutte le erogazioni effettuate a favore delle seguenti categorie di soggetti:

- soggetti pubblici;
- soggetti privati non profit;
- soggetti privati che esercitano le attività di cui sopra prevalentemente in forma di impresa;
- persone fisiche.

Nel corso del 2024, l'impegno economico complessivo del Ministero della cultura in relazione agli undici ambiti culturali e creativi (Architettura e rigenerazione urbana; Fotografia; Arti visive; Design; Moda; Artigianato artistico; Audiovisivo e radio; Editoria, libri e letteratura; Musica; Patrimonio culturale materiale e immateriale; Spettacolo dal vivo) è di 1.803.629.683,59 €.

Nel dettaglio, gli ambiti maggiormente finanziati sono quelli relativi ad audiovisivo e radio, musica e spettacolo dal vivo.

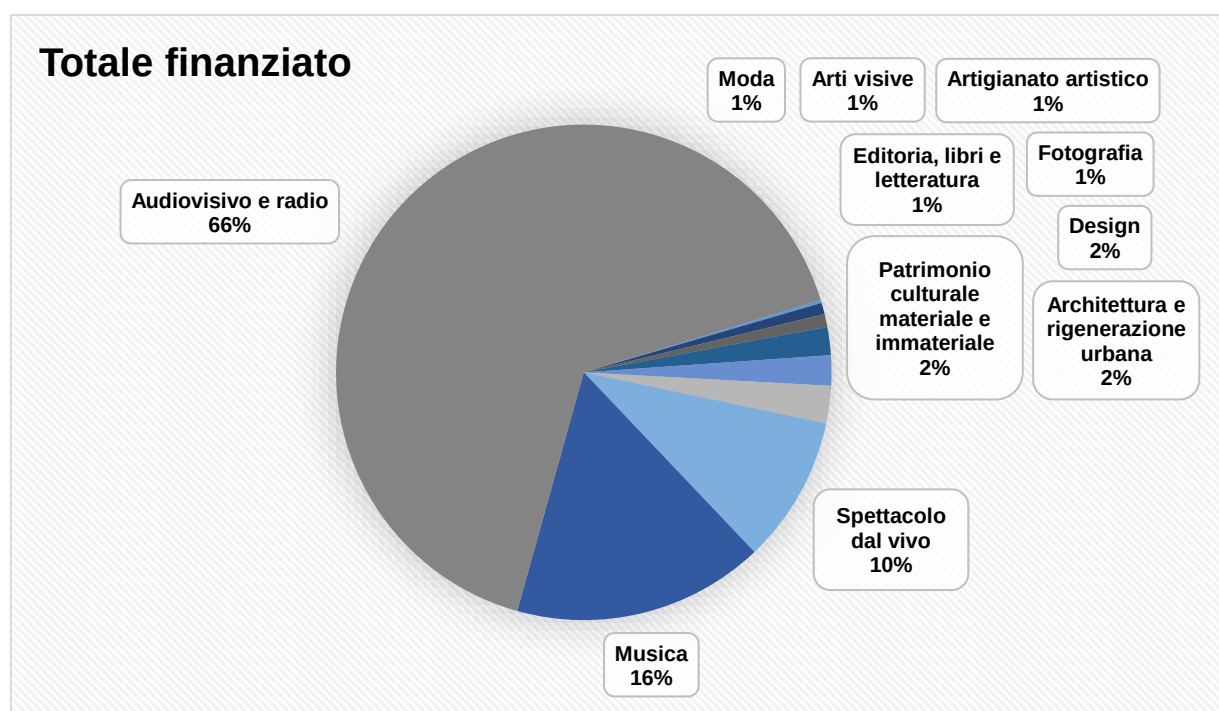
⁷⁴ Consiglio dell'Unione europea (2023) <[<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32022G1207\(01\)>](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32022G1207(01))> (Visitato il 15 ottobre 2025).

Tabella 4. L'impegno economico del Mic negli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano

AMBITI	TOTALE FINANZIATO
Artigianato artistico ⁷⁵	n. d.
Moda	25.000,00 €
Fotografia	3.581.664,56 €
Arti visive	13.353.562,39 €
Editoria, libri e letteratura	15.199.956,51 €
Design	32.947.700,00 €
Architettura e rigenerazione urbana	35.606.433,42 €
Patrimonio culturale materiale e immateriale	46.007.746,74 €
Spettacolo dal vivo	172.873.104,97 €
Musica	295.941.232,00 €
Audiovisivo e radio	1.188.093.283,00 €

Fonte: dati interni MiC, 2025

Figura 9. Il finanziamento del MiC agli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano



Fonte: dati interni MiC, 2025.

Il finanziamento complessivamente erogato durante l'anno finanziario 2024, negli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano (con esclusione quindi, delle attività ricadenti nella sfera pubblica e aventi ad oggetto l'ordinaria attività del Ministero), ha avuto tra i principali destinatari:

⁷⁵ Il finanziamento destinato all'ambito dell'artigianato artistico deriva da fondi PNRR, non rappresentati in questa tabella; per maggiori informazioni si rimanda alle tabelle corrispondenti alle figure 13 e 14, pp. 38).

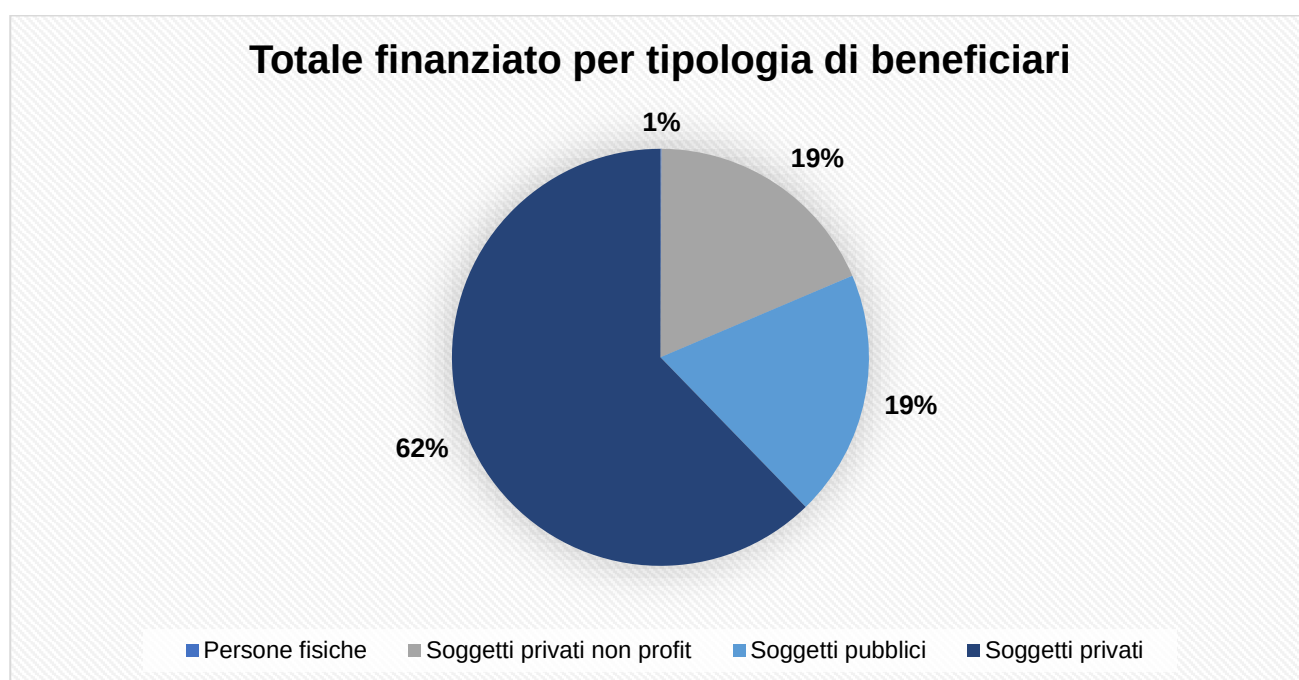
- persone fisiche (1%);
- soggetti privati non profit (19%);
- soggetti pubblici (19%);
- soggetti privati (62%).

Tabella 5. Forma giuridica dei beneficiari finanziati negli ambiti oggetto del presente Piano

BENEFICIARI	TOTALE FINANZIATO
Persone fisiche	1.573.641,00 €
Soggetti privati non profit	333.883.202,40 €
Soggetti pubblici	345.099.178,69 €
Soggetti privati	1.123.073.661,50 €

Fonte: dati interni MiC, 2025

Figura 10. Percentuale del finanziamento erogato per tipologia di beneficiari ricadenti negli ambiti culturali e creativi del presente Piano



Fonte: dati interni MiC, 2025

Il finanziamento medio va invece, in misura maggiore, a beneficio degli ambiti del design, dell'architettura e rigenerazione urbana, audiovisivo e radio⁷⁶.

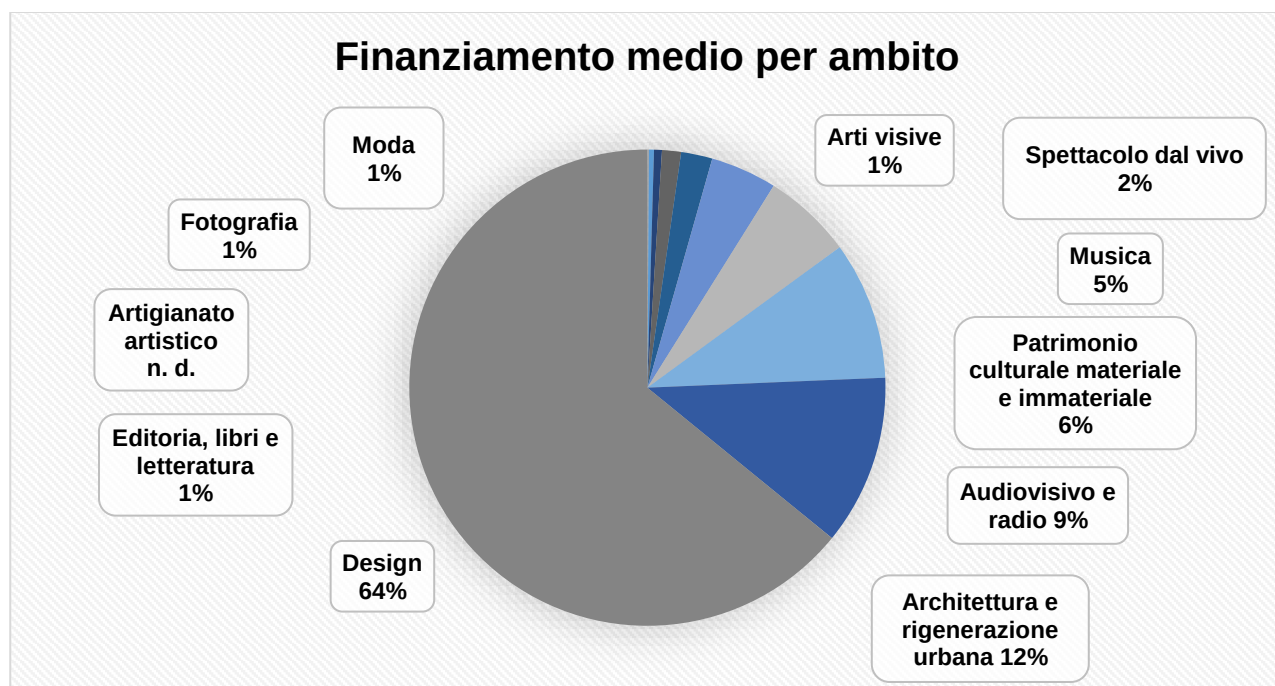
⁷⁶ Ove non indicato da parte degli uffici rispondenti, il numero di beneficiari delle azioni oggetto di finanziamento è stato calcolato pari ad uno.

Tabella 6. Il finanziamento medio per ambito

AMBITI	FINANZIAMENTO MEDIO
Artigianato artistico	n. d.
Editoria, libri e letteratura	7.739,29 €
Moda	25.000,00 €
Fotografia	39.358,95 €
Arti visive	94.706,12 €
Spettacolo dal vivo	156.022,66 €
Musica	330.660,59 €
Patrimonio culturale materiale e immateriale	444.823,59 €
Audiovisivo e radio	687.952,10 €
Architettura e rigenerazione urbana	847.772,22 €
Design	4.706.814,29 €

Fonte: dati interni MiC, 2025

Figura 11. Finanziamento medio erogato negli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano



Fonte: dati interni MiC, 2025

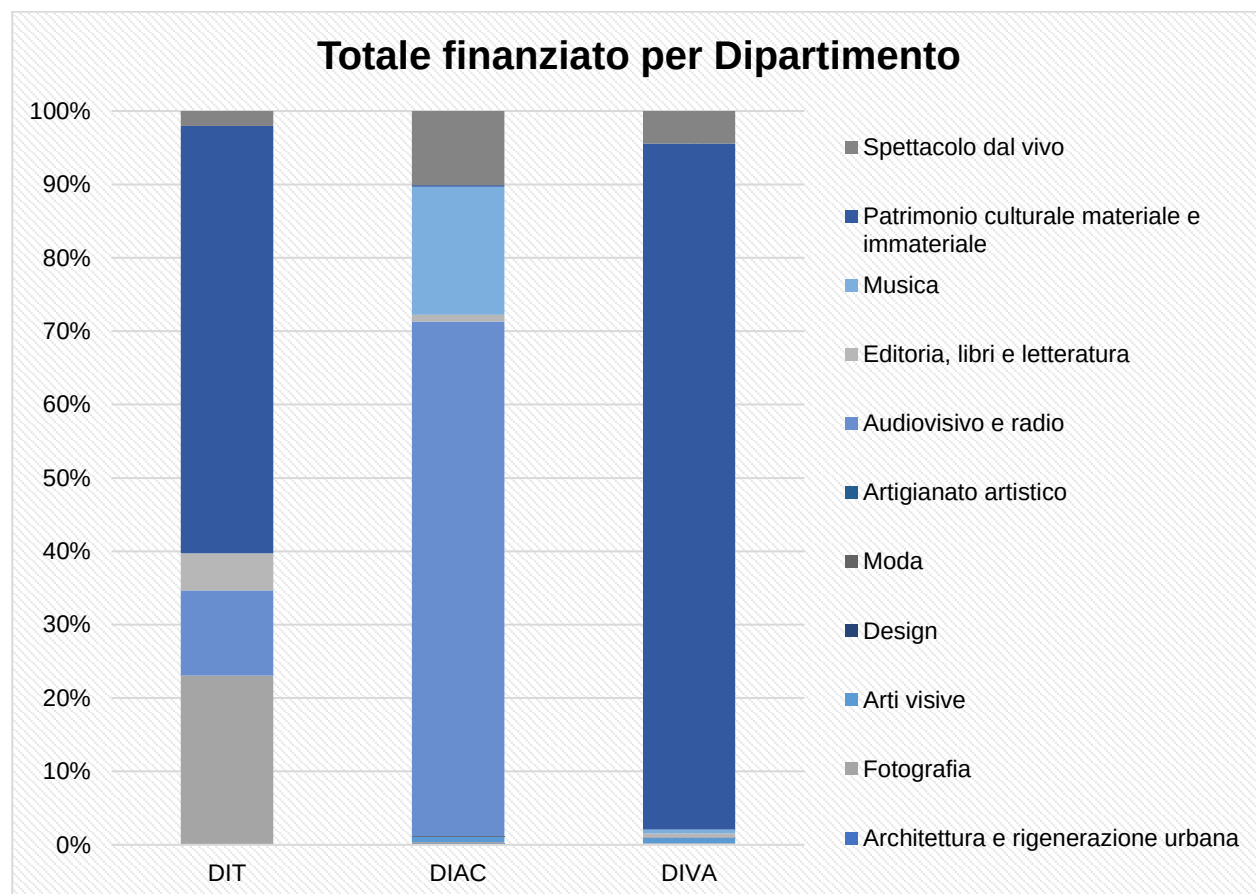
Gli ambiti culturali e creativi maggiormente finanziati a livello dipartimentale sono:

- Patrimonio culturale materiale e immateriale da parte del Dipartimento per la Tutela (DiT)⁷⁷;

⁷⁷ Hanno partecipato alla rilevazione del Dipartimento per la Tutela: la Direzione Generale Archeologia, Belle Arti e Paesaggio; l'Istituto Centrale per il Patrimonio Immateriale.

- Audiovisivo e radio da parte del Dipartimento per le Attività Culturali (DiAC)⁷⁸;
- Patrimonio culturale materiale e immateriale da parte del Dipartimento per la Valorizzazione del patrimonio culturale (DiVA)⁷⁹.

Figura 12. Il finanziamento da parte dei Dipartimenti del MiC agli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano



Fonte: dati interni MiC, 2025

⁷⁸ Hanno partecipato alla rilevazione del Dipartimento per le Attività Culturali: Direzione generale Biblioteche e Istituti Culturali; Direzione generale Cinema e audiovisivo; Direzione generale Creatività contemporanea; Direzione generale Spettacolo; Centro per il libro e la lettura.

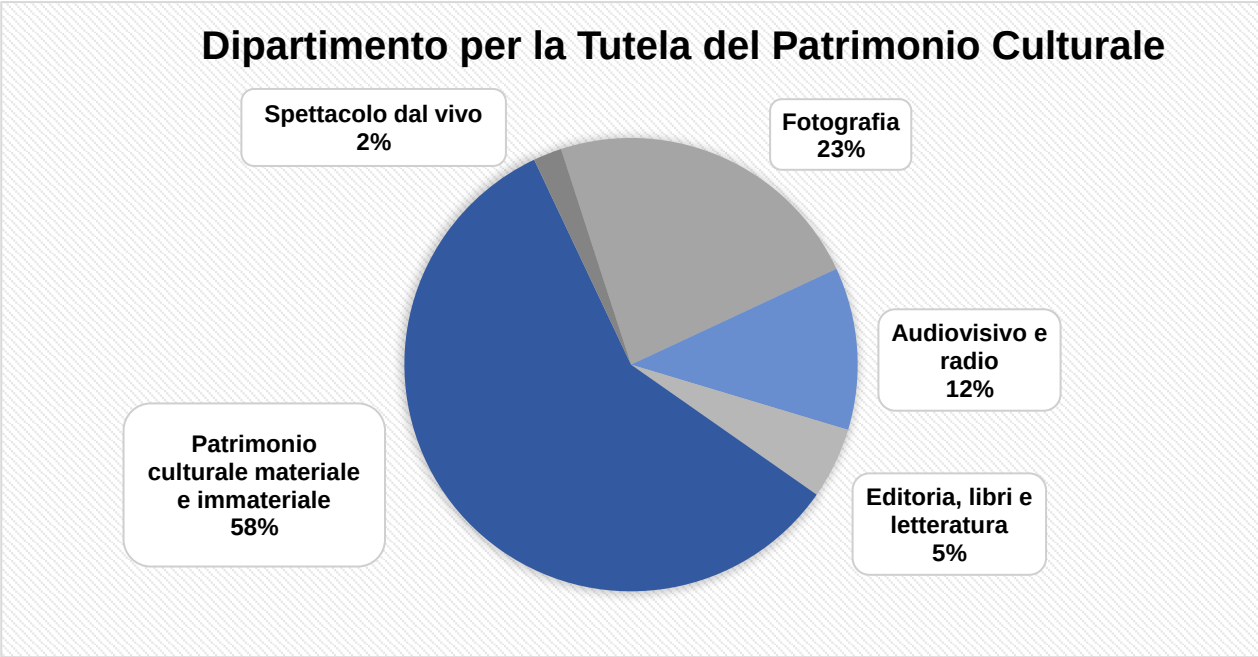
⁷⁹ Hanno partecipato alla rilevazione del Dipartimento per la Valorizzazione del patrimonio culturale: Biblioteca e Complesso monumentale dei Girolamini; Casa Museo Andersen e Boncompagni; Direzione Regionale Musei Nazionali Puglia - Castello Svevo di Bari; Galleria Borghese; Gallerie dell'Accademia di Venezia; Musei Nazionali di Siena; Museo Archeologico Nazionale di Reggio Calabria; Museo Archeologico Nazionale di Taranto; Museo e Real Bosco di Capodimonte; Musei del Bargello; Palazzo Ducale di Mantova; Parco Archeologico del Colosseo; Parchi Archeologici di Crotone e Sibari; Parco Archeologico di Ostia antica; Parco archeologico di Pompei; Parco Archeologico di Sepino e Museo Sannitico di Campobasso - Direzione regionale Musei nazionali Molise; Villa Adriana e Villa d'Este.

Tabella 7. Gli ambiti culturali e creativi finanziati dal Dipartimento per la Tutela nell'anno 2024

AMBITI	DIT
Architettura e rigenerazione urbana	n. d.
Fotografia	79.532,00 €
Arti visive	n. d.
Design	n. d.
Moda	n. d.
Artigianato artistico	n. d.
Audiovisivo e radio	40.000,00 €
Editoria, libri e letteratura	17.500,00 €
Musica	n. d.
Patrimonio culturale materiale e immateriale	200.950,00 €
Spettacolo dal vivo	7.000,00 €

Fonte: dati interni MiC, 2025

Figura 13. Percentuale del finanziamento erogato da parte del DiT negli ambiti oggetto del presente Piano



Fonte: dati interni MiC, 2025

Il **Dipartimento per la Tutela del Patrimonio Culturale** ha erogato complessivamente circa 344.982,00 €, di cui il 58% è andato a beneficio dell'ambito del patrimonio materiale e immateriale, il 23% all'ambito della fotografia, il 12% all'ambito dell'audiovisivo e radio e il 5% all'ambito della letteratura. In particolare, sono stati finanziati progetti e iniziative relativi al patrimonio storico da parte della Direzione generale Archeologia, belle arti e paesaggio,

piattaforme per la promozione e valorizzazione del territorio e archivi multimediali da parte dell'Istituto centrale per il patrimonio immateriale.

Il **Dipartimento per la Valorizzazione del patrimonio culturale** ha finanziato gli ambiti culturali e creativi con un importo pari a 44.990.973,10 €, di cui il 93% a beneficio dell'ambito del patrimonio culturale materiale e immateriale. Ci si riferisce, in particolare, ad iniziative di soggetti privati per allestimenti, esposizioni, restauro di opere d'arte e reperti archeologici, a cura tra gli altri di istituzioni museali di prima fascia (Parco archeologico di Pompei, Museo e Real Bosco di Capodimonte) e di seconda fascia (Gallerie dell'Accademia di Venezia, Biblioteca e complesso monumentale dei Girolamini, Castello Svevo di Bari, Musei nazionali di Siena, Museo archeologico nazionale di Taranto).

Tabella 8. Gli ambiti culturali e creativi finanziati dal Dipartimento per la Valorizzazione del patrimonio culturale nell'anno 2024

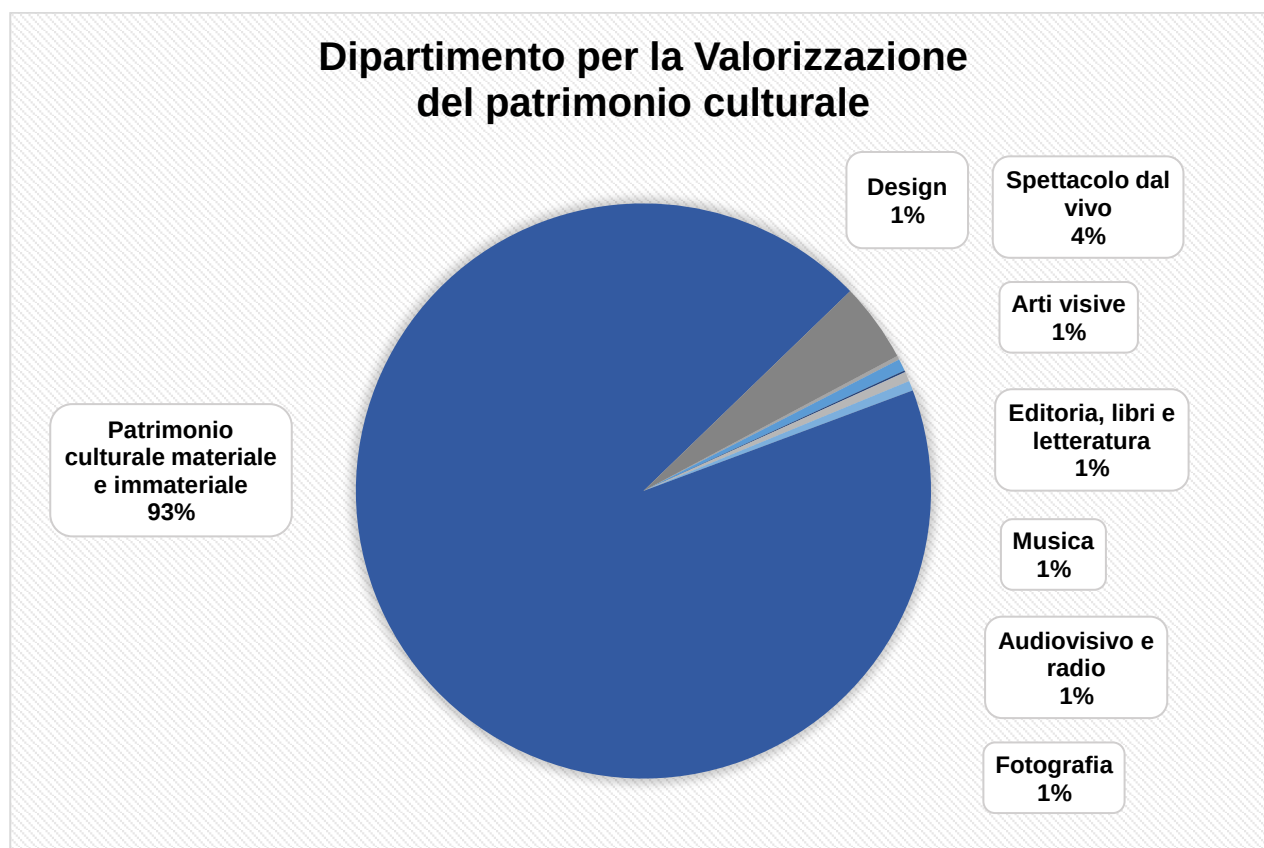
AMBITI	DIVA
Architettura e rigenerazione urbana	n. d.
Fotografia	99.040,00 €
Arti visive	304.150,00 €
Design	42.700,00 €
Moda	n. d.
Artigianato artistico	n. d.
Audiovisivo e radio	5.000,00 €
Editoria, libri e letteratura	241.419,30 €
Musica	249.002,00 €
Patrimonio culturale materiale e immateriale	42.048.368,84 €
Spettacolo dal vivo	2.001.292,96 €

Fonte: dati interni MiC, 2025

Inoltre, sono sostenute attività relative all'ambito dello spettacolo dal vivo (4%) per spettacoli e rassegne teatrale nei luoghi della cultura (Parco archeologico del Colosseo, Casa Museo Andersen e Boncompagni, Museo archeologico nazionale di Reggio Calabria, Museo Nazionale del Bargello, Museo Archeologico Nazionale di Taranto, Villa Adriana e Villa d'Este, Parco Archeologico di Crotone e Sibari).

Sono da menzionare, infine, iniziative svolte nell'ambito delle arti visive (2%), della musica (2%), dell'editoria e della letteratura (2%) per progetti editoriali e documentali, pubblicazione di volumi fotografici, materiali in LIS (Lingua dei Segni) per l'accessibilità, mostre d'arte contemporanea e acquisizioni di opere d'arte.

Figura 14. Percentuale del finanziamento erogato da parte del DiVa negli ambiti oggetto del presente Piano



Fonte: dati interni MiC, 2025

Il **Dipartimento per le Attività Culturali** ha finanziato le organizzazioni culturali e creative per un importo complessivo di 1.692.693.728,49 €, di cui circa il 70% a beneficio dell'ambito dell'audiovisivo, il 18% alla musica e il 10% allo spettacolo dal vivo.

In particolare, sono state finanziate iniziative relative alla produzione, distribuzione e promozione di opere cinematografiche e audiovisive (Direzione generale Cinema e Audiovisivo), di musica, danza, teatro, circhi e spettacolo viaggiante, ambito multidisciplinare – mediante il *Fondo Nazionale Spettacolo dal Vivo* - oltre a residenze e attività di spettacolo dal vivo svolte negli istituti e luoghi della cultura (Direzione generale Spettacolo). Si ricordano inoltre iniziative per l'ambito editoria, libri e letteratura dedicate all'acquisto di libri per le biblioteche aperte al pubblico, misure per favorire l'apertura di nuove librerie, contributi al funzionamento delle biblioteche non statali non di pertinenza regionale (Direzione generale Biblioteche e diritto d'autore). Per quanto riguarda nello specifico le attività di promozione della lettura, si ricordano le iniziative legate al *Piano nazionale d'azione per la promozione della lettura* di cui all'art. 2, comma 1, della Legge 13 febbraio 2020 n. 15, che prevede finanziamenti determinati ed erogati dal Centro per il libro

e la lettura per la realizzazione di programmi incentivanti la lettura sul territorio nazionale. Si ricorda, in particolare, l'iniziativa *Città che legge*, che prevede l'istituzione di circuiti culturali integrati a livello territoriale per la promozione della lettura, con la partecipazione di istituzioni scolastiche, biblioteche di pubblica lettura, librerie, istituzioni, associazioni culturali, ospedali e strutture socio-assistenziali, centri anziani, istituti penitenziari.

Si citano inoltre *Laboratorio di Creatività Contemporanea* per le iniziative legate all'ambito architettura e rigenerazione urbana, *Strategia Fotografia* per l'ambito fotografico, *Piano per l'Arte Contemporanea* e *Italian Council* per l'ambito delle arti visive, oltre al bando per il conferimento del titolo di «Capitale italiana dell'arte contemporanea». Si ricordano inoltre l'*Italian Design day* e i *Premi Barcellona e Stoccolma* per gli ambiti del design e della moda (Direzione generale Creatività contemporanea).

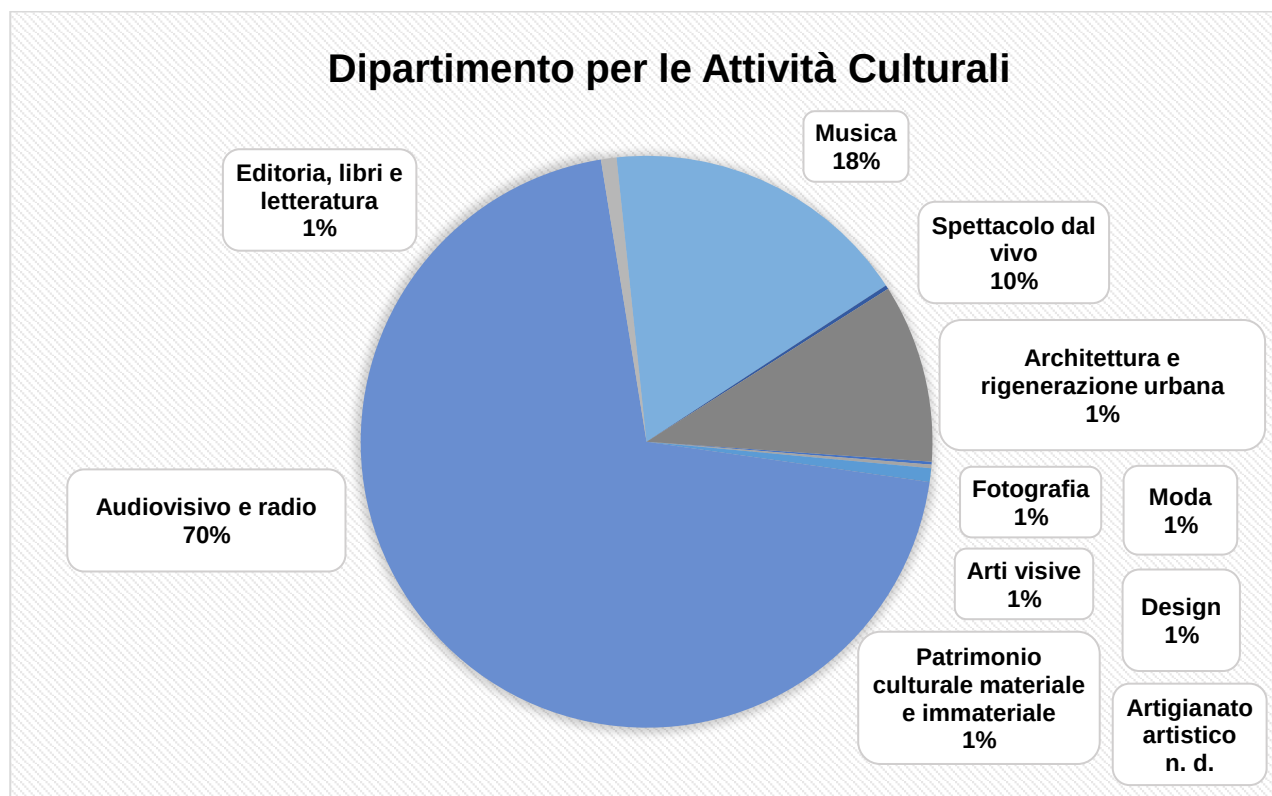
Tabella 9. Gli ambiti culturali e creativi finanziati dal Dipartimento per le Attività Culturali nell'anno 2024

AMBITI	DIAC
Architettura e rigenerazione urbana	2.806.433,42 €
Fotografia	3.403.092,56 €
Arti visive	13.049.412,39 €
Design	105.000,00 €
Moda	25.000,00 €
Artigianato artistico	n. d.
Audiovisivo e radio	1.188.048.283,00 €
Editoria, libri e letteratura	14.941.037,21 €
Musica	295.692.230,00 €
Patrimonio culturale materiale e immateriale	3.758.427,90 €
Spettacolo dal vivo	170.864.812,01 €

Fonte: dati interni MiC, 2025

A cura della stessa Direzione generale Creatività contemporanea sono tutte le iniziative dedicate nello specifico al settore delle imprese culturali e creative, con finanziamenti ad hoc relativi al Made in Italy, al PNRR, al PN Cultura, al Desk Italia Europa Creativa, come meglio evidenziato nel capitolo [8.4 Cronoprogramma delle attività](#).

Figura 15. Percentuale del finanziamento erogato da parte del DiAC negli ambiti oggetto del presente Piano



Fonte: dati interni MiC, 2025

4. L'impegno del Ministero delle Imprese e del Made in Italy per lo sviluppo del settore ⁸⁰

4.1. Introduzione

Lo sviluppo delle imprese culturali e creative rappresenta una priorità crescente per il sistema produttivo nazionale. La creatività, nelle sue molteplici espressioni, costituisce un motore di innovazione, un generatore di competitività per le PMI e un elemento distintivo dell'immagine dell'Italia nel mondo. La **Legge 27 dicembre 2023, n. 206 (“Legge per il Made in Italy”)** ha contribuito ad un quadro normativo organico che riconosce il settore come componente strutturale del sistema economico, assegnando alle politiche per le imprese un ruolo centrale nel suo sviluppo.

Le politiche dedicate alle imprese culturali e creative si articolano attraverso una struttura amministrativa che unisce indirizzo strategico, capacità tecnica e specializzazione settoriale.

Il **Dipartimento per le politiche per le imprese**, con la sua *Mission* di supporto allo sviluppo economico del paese, avendo cura di tutti i settori produttivi in modo più trasversale che verticale, definisce gli orientamenti strategici e coordina tra le altre anche l'integrazione delle ICC nelle politiche industriali nazionali.

La **Direzione generale per la politica industriale, la riconversione e la crisi industriale, l'innovazione, le PMI e il Made in Italy** di concerto con la collegata **Direzione Generale per gli incentivi alle imprese** sviluppa le misure di sostegno, con particolare attenzione alla trasformazione digitale, all'innovazione tecnologica, all'accesso al credito, alla riconversione produttiva e alla competitività delle PMI.

La **Divisione XIII** rappresenta il punto di riferimento operativo per il comparto, curando l'analisi dei fabbisogni, il dialogo con gli stakeholder, la co-progettazione degli strumenti dedicati e la promozione delle sinergie sia istituzionale con altri organismi nazionali ed internazionali che intersettoriale con focus su turismo e agroindustria.

Questa articolazione consente di interpretare la complessità del settore e di sviluppare interventi adeguati alla sua struttura produttiva, caratterizzata da forte frammentazione, prevalenza di microimprese e rapida evoluzione tecnologica.

⁸⁰ Il presente capitolo è a cura del Ministero delle Imprese e del Made in Italy - Direzione generale per la politica industriale, la riconversione e la crisi industriale, l'innovazione, le PMI e il Made in Italy, con il supporto della Direzione Generale per gli incentivi alle imprese.

4.2. Quadro normativo e cornice di policy

La cornice normativa alla base delle politiche di sostegno alle imprese culturali e creative è caratterizzata da un'integrazione tra disposizioni nazionali ed europee. La **Legge 206/2023** ha definito il perimetro del settore, introducendo la sezione speciale del Registro delle imprese culturali e creative e prevedendo strumenti dedicati alla valorizzazione del capitale creativo, alla competitività e alla tutela della proprietà intellettuale.

Sul piano europeo, la **Politica di coesione 2021-2027** e il **Regolamento (UE) 2021/1060** includono la cultura e la creatività tra i driver di innovazione e trasformazione digitale delle PMI. A livello nazionale, il **PN Cultura 2021-2027** e le iniziative legate alla digitalizzazione e alla transizione tecnologica rafforzano l'integrazione tra politiche culturali e politiche industriali, favorendo un approccio coordinato tra amministrazioni.

Questa cornice di policy consente di collocare le imprese culturali e creative in una prospettiva evolutiva coerente con gli obiettivi di innovazione, sostenibilità e competitività del sistema produttivo italiano.

4.3. Caratteri strutturali del settore e priorità dell'azione pubblica

Le imprese culturali e creative presentano caratteristiche peculiari del sistema produttivo italiano che richiedono, quindi, tanto interventi trasversali (i.e. digitalizzazione, internazionalizzazione, ecc.) quanto interventi specifici. La diffusione di micro e piccole imprese, la debole patrimonializzazione e la difficoltà di accesso al credito ne limitano la capacità di programmare investimenti e consolidarsi nel medio periodo. La natura spesso immateriale degli asset creativi complica l'interazione con gli strumenti finanziari tradizionali e rende necessarie soluzioni dedicate.

La domanda culturale è sempre più condizionata dalla trasformazione digitale e dall'ibridazione delle forme di produzione e fruizione. Ciò impone un costante aggiornamento tecnologico e il rafforzamento delle competenze gestionali e digitali, che rappresentano condizioni essenziali per la competitività. Allo stesso tempo, l'integrazione con altre filiere – in particolare turismo, manifattura creativa e industrie digitali – offre opportunità significative per la diversificazione dei modelli di business e la creazione di valore territoriale.

L'azione pubblica si concentra dunque sul rafforzamento della struttura produttiva, sulla promozione dell'innovazione, sul sostegno alla digitalizzazione, sulla creazione di reti e sulla valorizzazione delle competenze.

Le strategie di intervento perseguono obiettivi di rafforzamento strutturale e crescita competitiva. Una prima direttrice riguarda il consolidamento delle imprese, attraverso strumenti che facilitino la crescita dimensionale, l'aggregazione e lo sviluppo di reti e partenariati.

Una seconda direttrice è la promozione della digitalizzazione e dell'innovazione, indispensabili per ampliare la qualità e la diffusione dei contenuti creativi, consolidare i modelli produttivi e presidiare nuovi mercati.

Un terzo ambito riguarda lo sviluppo delle competenze: percorsi di formazione specialistica, programmi di *capacity building* e servizi avanzati per la gestione d'impresa permettono alle realtà creative di affrontare la complessità del mercato contemporaneo.

Un ultimo fattore di fondamentale importanza è la "dimensione internazionale" che rappresenta un obiettivo strategico, grazie al ruolo che la creatività italiana svolge nel rafforzare l'immagine ed il *soft power* del Paese e nel valorizzare il Made in Italy nei contesti globali.

4.4. Un modello evolutivo per le imprese culturali e creative

Il percorso evolutivo auspicato per il settore si fonda sull'integrazione tra stabilità organizzativa, sostenibilità finanziaria e innovazione tecnologica. Le imprese devono poter investire in processi avanzati, accedere a strumenti finanziari adeguati e sviluppare collaborazioni intersettoriali che amplino la capacità di generare valore.

In questo quadro, la **Divisione XIII** svolge un ruolo di raccordo tra le filiere culturali, il turismo e l'agroindustria, contribuendo a costruire ecosistemi territoriali integrati capaci di sostenere la competitività e la crescita nel lungo periodo.

4.5. Analisi SWOT – Griglia di approfondimento

Analisi SWOT imprese culturali e creative nel contesto delle politiche per le imprese.

PUNTI DI FORZA (STRENGTHS)

Capitale creativo radicato e riconosciuto: *forte tradizione culturale, artigianale e artistica che costituisce un vantaggio competitivo intrinseco.*

Elevata riconoscibilità del Made in Italy: *reputazione internazionale che agevola la collocazione dei prodotti creativi nei mercati esteri.*

PUNTI DI DEBOLEZZA (WEAKNESSES)

Frammentazione del tessuto produttivo: *prevalenza di micro e piccole imprese che limita crescita, economie di scala e capacità di investimento.*

Difficile accesso al credito: *insufficiente patrimonializzazione e prevalenza di asset immateriali rendono complesse le valutazioni bancarie.*

PUNTI DI FORZA (STRENGTHS)

Intersectorialità e capacità di contaminazione:
le ICC dialogano con turismo, manifattura high-end e design, generando valore diffuso.

Adattabilità e flessibilità delle imprese creative:
meccanismi produttivi agili che favoriscono l'innovazione continua.

Patrimonio immateriale e culturale come leva di differenziazione:
unicità estetica e narrativa dei contenuti italiani.

PUNTI DI DEBOLEZZA (WEAKNESSES)

Gap nelle competenze manageriali e digitali:
spesso le imprese non dispongono delle capacità gestionali necessarie per competere globalmente.

Limitata strutturazione dei modelli di business:
difficoltà nel consolidare strategie di lungo periodo e processi organizzativi complessi.

Scarsa capacità di attrarre investimenti privati:
il settore è percepito come a rischio elevato da parte degli investitori tradizionali.

OPPORTUNITÀ (OPPORTUNITIES)

Crescente domanda globale di contenuti culturali e creativi:
espansione dei mercati digitali, streaming, gaming, esperienze immersive.

Tecnologie abilitanti (AI, XR, interoperabilità):
possibilità di ampliare la fruizione, sperimentare nuovi modelli creativi e ridurre i costi produttivi.

Sviluppo di ecosistemi territoriali creativi:
collaborazione con turismo, enti locali e istituzioni culturali.

Programmi europei di sostegno (Creative Europe, Horizon, InvestEU):
risorse dedicate a digitalizzazione, formazione e rete internazionale.

Nuove forme di consumo e fruizione culturale:
domanda di esperienze personalizzate, ibride e digitali che favorisce innovazione.

MINACCE (THREATS)

Competizione internazionale in aumento:
crescita di hub creativi in Europa, Asia e America con forte sostegno pubblico.

Vulnerabilità a shock economici:
crisi dei consumi culturali, instabilità finanziarie e volatilità dei mercati.

Divari territoriali:
differenze significative nella disponibilità di infrastrutture, servizi e politiche locali.

Rischi legati alla tutela della proprietà intellettuale:
pirateria digitale, imitazioni e utilizzo improprio dei contenuti.

Polarizzazione del mercato a favore dei grandi player globali:
riduzione della visibilità dei piccoli produttori.

4.6. Strumenti operativi a supporto dello sviluppo del settore

L'attuazione delle politiche a sostegno delle imprese culturali e creative si concretizza attraverso un insieme articolato di strumenti operativi che rispondono alle diverse necessità del comparto.

Un primo ambito riguarda l'**accesso al credito**, particolarmente critico per le imprese caratterizzate da asset immateriali. Meccanismi di garanzia, forme di microfinanza e iniziative di co-investimento pubblico-privato favoriscono l'avvio di investimenti in innovazione e la stabilizzazione dei modelli produttivi.

Un secondo asse è costituito dagli **strumenti per l'innovazione e la digitalizzazione**, orientati alla diffusione di tecnologie interoperabili, alla digitalizzazione delle produzioni, allo sviluppo di contenuti immersivi e alla sperimentazione di nuovi linguaggi creativi. Tali

strumenti hanno l'obiettivo di accompagnare le imprese in un percorso di trasformazione tecnologica che consenta di presidiare nuovi mercati.

Gli strumenti dedicati alla **crescita organizzativa** supportano la maturazione delle imprese attraverso formazione, assistenza tecnica, servizi di consulenza avanzata e percorsi di consolidamento gestionale, indispensabili per programmare investimenti e strutturare strategie di lungo periodo.

Un ulteriore filone riguarda l'**internazionalizzazione**, favorito tramite attività di accompagnamento, partecipazione a fiere e piattaforme internazionali, servizi per la tutela della proprietà intellettuale e iniziative di diplomazia economica e culturale.

Infine, acquisiscono rilievo crescente gli strumenti rivolti alla **costruzione di ecosistemi territoriali**. Reti, hub, distretti creativi e piattaforme collaborative mettono in connessione imprese, istituzioni culturali, enti di ricerca e soggetti del terzo settore, favorendo la condivisione di competenze, l'innovazione diffusa e la valorizzazione delle specificità locali.

Tabella 10. Confronto tra aiuti ai beneficiari ICC sul totale degli aiuti

Valori in €/milioni		Importo Concesso	Numero di Aiuti
2023	ICC2023	3.446	215.064
	Totale Concessioni 2023	83.736	6.467.981
	Quota % ICC 2023	4,1%	3,3%
2024	ICC2024	2.900	417.266
	Totale Concessioni 2024	46.706	6.418.692
	Quota % ICC 2024	6,2%	6,5%
2025	ICC2025	1.599	78.613
	Totale Concessioni 2025	45.109	2.123.869
	Quota % ICC 2025	3,5%	3,7%
Triennio 23-25	ICCTotale Triennio	7.945	710.943
	Totale Concessioni Triennio	175.550	15.010.542
	Quota % ICC Triennio	4,5%	4,7%

Fonte: dati presenti sul Registro Nazionale Aiuti, elenco dei Codici ATECO ICC ed elaborazioni MIMIT.

La tabella precedente mostra, per il triennio 2023-2025 il totale complessivo degli aiuti erogati dallo Stato e registrati sul Registro Nazionale Aiuti in raffronto alla quota che è stata erogata alle ICC.

Il valore complessivo di quasi 8 miliardi di euro di aiuti erogati in oltre 700.000 interventi è emblematico dell'importanza del settore.

Si rappresenta che i valori riportati potrebbero differire da quelli presenti in altre sezioni del presente documento perché fanno riferimento esclusivo al sott'insieme rappresentato dagli aiuti che vanno registrati nel Registro Nazionale Aiuti.

Tabella 11. Analisi dei principali 20 bandi con aiuti destinati a ICC per Amministrazione concedente

<i>Valori in €/milioni</i>	Importo concesso	<i>In % sul totale</i>	Numero di Aiuti	<i>In % sul totale</i>
Ministero della Cultura	2.063	26%	4.390	1%
Ministero dell'Economia e delle Finanze	1.035	13%	391.080	55%
Ministero delle Imprese e del Made in Italy	788	10%	19.605	3%
Altri (Sace e Min. Lavoro)	511	6%	26.244	4%
Principali 20 aiuti	4.397	55%	441.319	62%
Altri	3.548	45%	269.624	38%
Totale	7.945	100%	710.943	100%

Fonte: dati presenti sul Registro Nazionale Aiuti, elenco dei Codici ATECO ICC ed elaborazioni MIMIT.

La tabella in alto mostra, sempre con riferimento allo scorso triennio, che i principali 20 bandi di aiuti alle ICC hanno contribuito per il 55% degli 8 miliardi di euro erogati ed il 62% degli interventi complessivi ad opera di 5 amministrazioni. Il valore maggiore è stato erogato dal Ministero della Cultura (26%) con solo l'1% di numero di aiuti prevalentemente concentrati sul Tax Credit e opere audiovisive e cinematografiche. Il MEF ha erogato oltre 1 miliardo di euro al 55% del totale dei beneficiari prevalentemente a fondo perduto e con riferimento alla copertura della crisi indotta dall'emergenza epidemiologica connessa al Covid 19. Il MIMIT si è focalizzato sul sostegno dei suoi fondi di garanzia (per PMI e per crisi indotta dalla guerra in Ucraina).

In termini prospettici, vi è da considerare che i numerosi strumenti che lo Stato in generale ed il MIMIT in particolare hanno a disposizione a supporto delle ICC possono non essere dedicati al settore in quanto focalizzati su esigenze delle imprese in maniera cross-settoriale.

Un'importante strumento a supporto di tutte le imprese per la ricerca di finanziamenti e aiuti statali è rappresentato dal portale incentivi dello Stato <https://www.incentivi.gov.it/it> e quello del MIMIT <https://www.mimit.gov.it/index.php/it/incentivi-mise>.

Di seguito, si riporta una mappatura dei principali incentivi aperti anche alle ICC nelle loro molteplici declinazioni con alcuni dettagli operativi oltreché con i link per maggiori informazioni operative. I fondi disponibili attualmente e fino al termine delle risorse stanziare

ammontano ad oltre 8 miliardi di euro e riguardano varie tipologie di strumenti per (i) Innovazione e digitalizzazione, (ii) Crescita organizzativa ed (iii) Accesso al credito.

Tabella 12 - Mappatura Incentivi MIMIT aperti ad inizio 2026 con descrizione e beneficiari

Bando	Cosa finanzia	A chi si rivolge
Digital Transformation	Progetti diretti alla trasformazione tecnologica e digitale dei processi produttivi dei soggetti proponenti mediante l'implementazione di tecnologie abilitanti individuate dal Piano nazionale Impresa 4.0 e/o tecnologie relative a soluzioni tecnologiche digitali di filiera.	Piccole e medie imprese, iscritte come attive nel Registro Imprese, e operanti nel settore manifatturiero o in quello dei servizi diretti alle Imprese.
Fondo di sostegno al venture capital	Acquisizione di minoranze qualificate del capitale di aziende innovative.	Start-up, scale-up e PMI innovative operanti in qualsiasi settore.
Nuova Marcora	La nascita, lo sviluppo e il consolidamento di società cooperative di produzione e lavoro e sociali.	Le società cooperative di produzione e lavoro e sociali che siano già partecipate da CFI-Cooperazione Finanza Impresa s.c.p.a.
ON- Oltre Nuove imprese a tasso zero	Produzione di beni nei settori industria, artigianato e trasformazione dei prodotti agricoli; fornitura di servizi alle imprese e alle persone; commercio di beni e servizi; turismo ivi incluse le attività turistico-culturali; ambientale e paesaggistico, nonché le attività volte al miglioramento dei servizi per la ricettività e l'accoglienza.	Micro e piccole imprese costituite da non più di 60 mesi alla data di presentazione della domanda di agevolazione e in cui la compagine societaria sia composta, per oltre la metà numerica dei soci e di quote di partecipazione, da soggetti di età compresa tra i 18 e i 35 anni ovvero da donne.
Smart&Start Italia - Sostegno alle startup innovative	La nascita e la crescita delle startup innovative e ad alto contenuto tecnologico.	Startup innovative iscritte nell'apposita sezione speciale del registro imprese, costituite da non più di 60 mesi alla data di presentazione della domanda.
Beni Strumentali - Nuova Sabatini	Immobilizzazioni materiali per impianti e macchinari, attrezzature industriali e commerciali e altri beni.	Imprese di micro, piccole o medie dimensioni iscritte al Registro delle Imprese.
Diffusione e rafforzamento dell'economia sociale	Programmi di investimento che perseguono obiettivi di incremento occupazionale, inclusione sociale, valorizzazione e salvaguardia dell'ambiente, turismo sostenibile, finalità culturali e creative o di utilità sociale.	Imprese sociali, cooperative sociali, società cooperative con qualifica di onlus, imprese che operano o intendono operare in ambito culturale e creativo.

Bando	Cosa finanzia	A chi si rivolge
Finanziamenti agevolati a vittime di mancati pagamenti	Finanziamenti agevolati a tasso zero a piccole e medie imprese e professionisti vittime di mancati pagamenti.	Possono ottenere i finanziamenti agevolati le piccole e medie imprese (PMI) e i professionisti che, tra l'altro: 1. risultino parti offese in un procedimento penale - avviato in data precedente la presentazione della domanda - avente per oggetto mancati pagamenti da parte di debitori imputati dei delitti, commessi nell'ambito dell'attività d'impresa, di cui agli articoli: 629 del codice penale (estorsione), 640 del codice penale (truffa), 641 del codice penale (insolvenza fraudolenta), 2621 del codice civile (false comunicazioni sociali), 216 della legge fallimentare (bancarotta fraudolenta), 217 della legge fallimentare (bancarotta semplice), 218 della legge fallimentare (ricorso abusivo al credito), 223 della legge fallimentare (fatti di bancarotta fraudolenta), 224 della legge fallimentare (fatti di bancarotta semplice), 225 della legge fallimentare (ricorso abusivo al credito); 2. si trovino in una situazione di potenziale crisi di liquidità a causa dei mancati pagamenti da parte dei debitori imputati (crediti non incassati nei confronti dei debitori imputati pari almeno al 20% del totale dei "Crediti verso clienti" di cui alla lettera C) II - 1) dell'articolo 2424 del codice civile); 3. presentino sufficienti capacità di rimborso del finanziamento agevolato.
Finanziamenti agevolati alle imprese sequestrate o confiscate alla criminalità organizzata	Agevolazioni per le imprese già confiscate o sequestrate alla criminalità organizzata.	Sono beneficiarie, le imprese di ogni dimensione e settore, su tutto il territorio nazionale, coinvolte in procedimenti di sequestro o confisca, o che ne hanno acquistato beni, rami d'azienda o immobili, comprese cooperative sociali e di lavoratori.
Fondi in gestione ai confidi	L'agevolazione per i soggetti beneficiari è rappresentata dalla differenza tra il prezzo teorico di mercato di una garanzia analoga a quella prestata dai confidi destinatari del contributo a valere sul fondo rischi e il premio di garanzia effettivamente versato ai confidi ai fini dell'accesso alla garanzia.	I beneficiari dell'intervento sono le piccole e medie imprese iscritte e i professionisti operanti su tutto il territorio nazionale e in tutti i settori di attività economica.
Fondo di Garanzia per le Piccole e Medie Imprese	Sostiene l'accesso al credito delle imprese.	Imprese di micro, piccole o medie dimensioni iscritte al Registro delle Imprese, e professionisti. A determinate condizioni, sono ammissibili alla garanzia del Fondo anche le imprese, cd. small mid cap.
Sviluppo competenze. Selezione di iniziative imprenditoriali	Il decreto disciplina le procedure per la concessione ed erogazione delle agevolazioni per l'acquisizione, anche in un'ottica di rafforzamento delle filiere di appartenenza, di servizi finalizzati allo sviluppo delle competenze del personale dipendente aziendale al fine di consentire loro di affrontare le sfide e cogliere le opportunità connesse all'innovazione tecnologica e alla transizione verde e digitale.	Possono beneficiare delle agevolazioni di cui al presente decreto le PMI regolarmente costituite ed iscritte nel Registro delle Imprese.

Tabella 13 - Mappatura Incentivi MIMIT aperti ad inizio 2026 con dettagli operativi e link

Bando	Agevolazione	Apertura	Chiusura	Valori in €/milioni	Link Incentivi.gov	Tipologia
Digital Transformation	Finanziamento agevolato e contributo a fondo perduto.	dic-20	(*)	100	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/digital-transformation	Strumenti per l'innovazione e la digitalizzazione
Fondo di sostegno al venture capital	Investimenti nel capitale di rischio.	giu-20	(*)	1.963	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/fondo-nazionale-innovazione	Crescita organizzativa
Nuova Marcora	Finanziamento agevolato per un importo non superiore a 5 volte il valore della partecipazione CFI nella società cooperativa beneficiaria.	apr-21	(*)	40	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/nuova-marcora-2021	Crescita organizzativa
ON - Oltre Nuove imprese a tasso zero	Finanziamento agevolato, contributo a fondo perduto e servizi di tutoraggio.	mar-22	(*)	562	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/oltre-nuove-imprese-tasso-zero	Crescita organizzativa
Smart&Start Italia - Sostegno alle startup innovative	Finanziamento agevolato e servizi di tutoraggio.	feb-15	(*)	590	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/smartstart-italia-sostegno-alle-startup-innovative	Crescita organizzativa
Beni strumentali - Nuova Sabatini	Contributo in conto impianti.	lug-21	(*)	4.196	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/beni-strumentali-nuova-sabatini	Strumenti per l'innovazione e la digitalizzazione
Diffusione e rafforzamento dell'economia sociale	Finanziamento agevolato e contributo a fondo perduto.	ott-22	(*)	223	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/diffusione-e-rafforzamento-delleconomia-sociale	Crescita organizzativa
Finanziamenti agevolati e vittime di mancati pagamenti	Prestito/Anticipo rimborsabile.	apr-17	(*)	30	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/finanziamenti-pmi-mancati-pagamenti	Accesso al credito
Finanziamenti agevolati alle imprese sequestrate o confiscate alla criminalità organizzata	Finanziamento a tasso agevolato.	apr-17	(*)	48	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/finanziamenti-agevolati-alle-imprese-sequestrate-o-confiscate-alla-criminalita-organizzata	Accesso al credito
Fondi in gestione ai confidi	Le agevolazioni sotto forma di garanzia sono concesse nei limiti di quanto previsto dai regolamenti de minimis vigenti.	dic-17	(*)	(**)	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/garanzia-confidi-alle-pmi	Accesso al credito

Bando	Agevolazione	Apertura	Chiusura	Valori in €/milioni	Link Incentivi.gov	Tipologia
Fondo di Garanzia per le Piccole e Medie Imprese	Garanzia pubblica su tutti i tipi di operazioni finalizzate alla attività di impresa: 80% per la garanzia diretta e 90% per la riassicurazione. Concessione ed erogazione delle agevolazioni per l'acquisizione, anche in un'ottica di rafforzamento delle filieri di appartenenza, di servizi finalizzati allo sviluppo delle competenze del personale dipendente aziendale.	nov-15	(*)	(**)	https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/fondo-di-garanzia-le-piccole-e-medie-imprese	Accesso al credito
Sviluppo competenze. Selezione di iniziative imprenditoriali		mar-26	mag-26	50	https://www.mimit.gov.it/it/normativa/decreti-direttoriali/decreto-direttoriale-26-gennaio-2026-sviluppo-competenze-selezione-di-iniziative-imprenditoriali	Crescita organizzativa
Totale				7.802		
(*) Fino ad assorbimento delle risorse disponibili						
(**) Disponibilità di risorse a legislazione vigente						
Fonte: Estrazione MIMIT dai portali incentivi pubblici						

4.7. Conclusioni

Le politiche rivolte alle imprese culturali e creative si collocano all'interno di una visione che riconosce alla creatività un ruolo centrale nei processi di trasformazione dell'economia italiana. Il coordinamento all'interno del Ministero delle Imprese e del Made in Italy tra le altre amministrazioni competenti, gli stakeholders, il Dipartimento, le sue Direzioni Generali e la Divisione competente è di ausilio allo sviluppo di un ecosistema più solido, innovativo e competitivo, in grado di valorizzare la creatività nazionale, sostenere la crescita delle imprese e consolidare la presenza del Made in Italy nei mercati internazionali.

5. L'impegno del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale per lo sviluppo del settore ⁸¹

Nel quadro della Legge n. 206/2023 e in coerenza con gli obiettivi del Piano Nazionale Strategico per la promozione e lo sviluppo delle imprese culturali e creative, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) concorre alla valorizzazione e all'internazionalizzazione del settore attraverso un'azione integrata di diplomazia culturale ed economica, orientata alla crescita e alla proiezione globale del sistema Paese.

L'azione del MAECI si inserisce nella più ampia strategia di "diplomazia della crescita", volta a sostenere l'internazionalizzazione delle filiere produttive nazionali e a rafforzare la competitività dell'Italia nei mercati esteri maturi e in quelli ad alto potenziale di sviluppo. In tale contesto, a decorrere dal 1° gennaio, l'istituzione della nuova Direzione Generale per la Crescita e la Promozione delle Esportazioni (DGCE) rafforza l'assetto organizzativo dedicato alla promozione dei prodotti Made in Italy, dell'italofonia, della cultura, dei territori e delle eccellenze italiane in generale, favorendo una più stretta sinergia tra dimensione economica, culturale e territoriale dell'azione esterna.

La promozione delle imprese culturali e creative rappresenta un vettore strategico di *soft power*, attrattività e innovazione, contribuendo in modo significativo alla reputazione internazionale dell'Italia, alla diffusione del Made in Italy e alla creazione di opportunità economiche nei mercati prioritari. Attraverso la rete diplomatica e consolare, gli Istituti Italiani di Cultura, nonché il raccordo strutturato con ICE-Agenzia e con gli altri attori del Sistema Italia per l'internazionalizzazione, il MAECI promuove un approccio sistemico volto a integrare cultura, creatività, scienza, innovazione e sviluppo territoriale, in un'ottica di crescita.

5.1. Principali linee di intervento

L'azione del MAECI in favore delle industrie creative e culturali si articola lungo le seguenti direttrici.

5.1.1. Sostegno all'internazionalizzazione e all'export delle industrie creative e culturali

Attraverso l'azione delle strutture competenti per la promozione dell'export e per le attività di internazionalizzazione fieristica, anche con il supporto di ICE-Agenzia, e in raccordo con CDP, Simest e SACE, il MAECI:

⁸¹ Il presente capitolo è a cura del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale - Direzione Generale per la Crescita e la Promozione delle Esportazioni.

- promuove la partecipazione coordinata delle imprese culturali e creative italiane a fiere, festival, mercati internazionali e piattaforme di settore;
- favorisce missioni imprenditoriali e incontri B2B nei mercati strategici;
- sostiene iniziative di promozione che valorizzino il nesso tra industrie creative e culturali, Made in Italy e attrattività economica.

5.1.2. Diplomazia culturale e promozione della lingua, editoria e diffusione del patrimonio letterario

Attraverso la rete delle Ambasciate, dei Consolati, delle Rappresentanze Permanenti e degli Istituti Italiani di Cultura il MAECI promuove la presenza qualificata delle industrie creative e culturali italiane nei principali contesti culturali internazionali; favorisce programmi di co-produzione, residenze artistiche, scambi professionali e partenariati culturali e rafforza la visibilità internazionale della creatività contemporanea italiana; sostiene la traduzione e diffusione all'estero dell'editoria italiana; valorizza la lingua italiana quale strumento di accesso alla produzione culturale nazionale; promuove iniziative editoriali e letterarie nei mercati esteri, anche attraverso il coinvolgimento delle reti universitarie e dei lettori.

a. Promozione della cultura

i. Contestualizzazione economica e priorità geografiche per la promozione delle industrie culturali e creative

Nel contesto globale le **industrie culturali e creative** rappresentano un fattore economico di rilievo, essendo stimate a livello mondiale come capaci di generare **oltre 2,3 trilioni di dollari di ricavi** e contribuire per circa il **3,1% al prodotto interno lordo globale**; tale peso riflette la rilevanza dei settori creativi (audiovisivo, arti performative, arti visive, editoria, design, moda, digitale) sia nei Paesi sviluppati sia in quelli in via di sviluppo, con variazioni nella capacità di integrazione economica a seconda dei contesti nazionali⁸².

Questa dimensione economica sottolinea l'importanza di orientare le strategie di internazionalizzazione non solo verso la diffusione culturale fine a sé stessa, ma anche verso la **valorizzazione produttiva delle imprese culturali italiane**, in termini di ricavi, occupazione e capacità competitiva nei mercati esteri. Secondo le rilevazioni disponibili, nei Paesi del G20 la quota di valore aggiunto attribuibile

⁸² UNCTAD (2024b) <https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_ch01_en.pdf> (Visitato il 25 febbraio 2026).

alle industrie culturali e creative varia tra circa **il 2% e il 7% del valore aggiunto nazionale**, evidenziando differenze significative nelle strutture produttive e nelle opportunità settoriali⁸³.

In questo quadro, la strategia di promozione futura individua un nucleo di **Paesi prioritari** in cui concentrare iniziative di promozione culturale e di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese creative, selezionati per la loro rilevanza economica, demografica e per lo sviluppo dei mercati culturali:

- **Stati Uniti:** prima economia mondiale per PIL e uno dei principali mercati globali per il consumo culturale, con un'economia creativa strutturata e un robusto settore audiovisivo.
- **Brasile e Messico:** tra le maggiori economie dell'America Latina, con dinamiche crescenti nei settori cinematografico, musicale e delle arti performative e un ruolo crescente nell'export di contenuti culturali. Per quanto riguarda il Messico, rilevante il settore dell'editoria, con traduzione delle opere in lingua spagnola.
- **Etiopia e Senegal:** economie africane con elevato potenziale di crescita demografica e culturale, in cui la creatività rappresenta un fattore di sviluppo socio-economico e di inclusione delle giovani generazioni nei circuiti professionali internazionali. La focalizzazione su tali Paesi si inserisce in coerenza con le linee di indirizzo del **Piano Mattei per l'Africa**, istituito con decreto-legge n. 161/2023 e convertito nella legge n. 2/2024, quale strumento nazionale di partenariato strategico con gli Stati africani. In tale ambito, la promozione culturale e delle industrie creative italiane potrà integrarsi con programmi di cooperazione formativa ed economica, favorendo residenze artistiche, scambi professionali, coproduzioni e iniziative espositive, rafforzando al contempo la presenza delle imprese italiane nei mercati creativi locali.
- **Turchia, Arabia Saudita e Emirati Arabi Uniti:** mercati medio-orientali caratterizzati da piani di diversificazione economica e investimenti significativi in cultura, musei, festival e infrastrutture creative.
- **India, Cina, Corea del Sud e Giappone:** economie asiatiche con forte dinamismo del settore culturale, produzione audiovisiva di ampia scala, industrie digitali avanzate e consumi culturali in rapida espansione.

⁸³ IFC (2025) <<https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/creative-industries>> (Visitato il 25 febbraio 2026).

- **Canada:** mercato caratterizzato da una forte complementarità e un crescente interesse per il settore delle imprese culturali e creative italiane.

La focalizzazione su questi Paesi prioritari intende generare **effetti sistemici sulla competitività delle imprese culturali italiane**, stimolando non solo la presentazione di prodotti artistici ma anche la costruzione di rapporti economici durevoli con operatori esteri, piattaforme distributive, investitori e istituzioni culturali localmente radicate. In tali mercati saranno sviluppate iniziative di **promozione diretta** (esposizioni, tournée, festival, coproduzioni), di **diplomazia culturale integrata** e di posizionamento del **marchio Italia** quale elemento di attrattività economica e creativa, contribuendo alla crescita delle esportazioni di beni e servizi culturali e all'ampliamento dei circuiti professionali internazionali.

ii. "Laboratorio Farnesina" - La promozione dei territori della cultura

Nel quadro delle attività di raccordo con il territorio nazionale, nel 2023 è stato avviato il progetto "**Laboratorio Farnesina**", un progetto a valenza pluriennale promosso dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale in collaborazione con *Il Sole 24 Ore*, con l'obiettivo di **avvicinare le attività di promozione culturale all'estero ai territori e al tessuto produttivo culturale nazionale**. Il progetto muove dalla constatazione che molte imprese culturali e industrie creative di medio livello non intercettano le opportunità offerte dalla Farnesina e, in alcuni casi, non ne conoscono gli strumenti e i canali.

L'iniziativa si è articolata in **una serie di missioni in città di medie dimensioni** (tra cui **Bari, Siracusa, L'Aquila, Bergamo, Torino, Genova, Reggio Emilia, Reggio Calabria, Verona, Firenze, Ancona**). La scelta delle sedi è stata orientata dalla suddivisione dell'Italia in sei macroaree regionali, selezionando città in grado di fungere da epicentro e aggregatore territoriale anche in ragione della loro raggiungibilità logistica.

Nel corso delle tappe del progetto **sono state invitate 9.894 attività economiche** operanti nei settori della cultura e delle industrie creative; **424** è stato il totale delle attività economiche partecipanti complessivamente. L'obiettivo è stato quello di **presentare in modo diretto agli operatori culturali** le opportunità di promozione della cultura italiana all'estero e quelle offerte dalla rete degli **Istituti Italiani di Cultura nel mondo**.

iii. La rete istituzionale a supporto della promozione della cultura e gli Istituti Italiani di Cultura

La promozione internazionale delle imprese culturali e delle industrie creative italiane si fonda su una rete istituzionale capillare coordinata dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale attraverso Ambasciate, Consolati, Rappresentanze Permanenti e Istituti Italiani di Cultura, in sinergia con ICE-Agenzia ed ENIT sotto l'indirizzo dei Capi Missione. In tale architettura, gli Istituti Italiani di Cultura (IIC) rappresentano il principale strumento operativo per la diffusione della cultura e della lingua italiana e, al contempo, piattaforme di collaborazione con gli ecosistemi culturali locali, funzionali alla internazionalizzazione di artisti, operatori e imprese creative.

Al 31 dicembre 2025 la rete degli IIC contava 88 sedi distribuite in tutti i continenti (33 nell'Unione Europea, 8 in Europa extra-UE, 19 nelle Americhe, 13 in Asia e Oceania, 11 nel Mediterraneo e Medio Oriente, 4 nell'Africa sub-sahariana), assicurando una presenza stabile nei principali poli culturali globali e nei mercati emergenti. Gli Istituti operano attraverso una programmazione culturale annuale e dispongono di autonomia amministrativa e finanziaria, con bilanci alimentati da trasferimenti statali, entrate proprie e contributi pubblici e privati. Tale struttura finanziaria consente agli Istituti di attivare modelli di co-finanziamento e partenariato con soggetti locali, elemento particolarmente rilevante per il sostegno alle industrie creative.

iv. Risorse finanziarie per gli Istituti Italiani di Cultura

Nel 2026 gli **88 Istituti Italiani di Cultura** potranno contare, per le spese di funzionamento e di promozione, su una dotazione pari a **19.744.815 euro**, alle quali si aggiungono **entrate proprie**, derivanti in particolare dai corsi di lingua italiana e da sponsorizzazioni private. Le cosiddette *entrate locali* ammontavano nel 2024 a circa **12 milioni di euro**, mentre i dati consolidati per il 2025 non risultano ancora disponibili.

Il quadro finanziario 2026 registra tuttavia un **rafforzamento delle risorse destinate alla promozione**, attraverso l'istituzione, con la legge di bilancio, di un **fondo di 35 milioni di euro annui a decorrere dal 2026** finalizzato al potenziamento delle attività di internazionalizzazione, della promozione del Made in Italy e della diplomazia pubblica e culturale svolte dal MAECI anche tramite la rete diplomatico-consolare. Nell'ambito di tale fondo, **una quota fino a 6 milioni**

di euro per il 2026 è destinata ad attività di promozione della città e del territorio di Napoli nel quadro delle celebrazioni per i 2500 anni di Neapolis. Una quota importante dello stanziamento straordinario è stata indirizzata in favore della Rete estera, con effetti diretti anche sulla capacità operativa degli Istituti Italiani di Cultura.

Ne deriva un quadro caratterizzato da un **incremento delle risorse progettuali per la promozione**, che orienta progressivamente l'azione degli IIC verso modelli operativi sempre più fondati su programmazione mirata, co-finanziamenti e progettualità ad alto impatto internazionale.

Elemento qualificante del sistema è il personale dell'Area della Promozione Culturale (APC), presente sia presso l'Amministrazione centrale sia nelle sedi estere, con competenze dedicate alla progettazione culturale, alla gestione di partenariati internazionali e al raccordo con i settori produttivi creativi. Al 16 febbraio 2026 risultavano in servizio 200 funzionari, di cui 106 presso l'Amministrazione centrale, 90 presso gli Istituti Italiani di Cultura e 9 presso Ambasciate e Rappresentanze, oltre a 5 dirigenti APC su un organico complessivo di 8 unità.

Nel loro insieme, rete diplomatica, Istituti Italiani di Cultura e professionalità APC costituiscono l'infrastruttura attraverso cui la Farnesina integra diplomazia culturale e proiezione economica, sostenendo in modo strutturato la competitività internazionale delle imprese culturali e delle industrie creative italiane.

a.1. Cooperazione Culturale Multilaterale e Missioni Archeologiche Italiane all'estero

Nel quadro della diplomazia culturale multilaterale, la partecipazione attiva dell'Italia all'**UNESCO** rappresenta un pilastro strategico dell'azione del MAECI, volta a valorizzare il patrimonio culturale e creativo nazionale nei principali contesti internazionali e a promuovere modelli di sviluppo sostenibile fondati sulla cultura. In tale ambito, l'Italia partecipa attivamente alla **Rete delle Città Creative** dell'UNESCO (UNESCO Creative Cities Network – UCCN), istituita nel 2004 per favorire la cooperazione tra città che riconoscono nella creatività e nelle industrie culturali un fattore chiave per lo sviluppo sostenibile. La Rete riunisce attualmente 408 città in otto ambiti creativi (Musica, Artigianato e arte popolare, Gastronomia, Letteratura, Design, Cinema, Media Arts e Architettura). L'Italia si conferma tra i Paesi maggiormente rappresentati, con 16 città che fanno parte del Network. La partecipazione italiana è particolarmente apprezzata dal Network e dal Segretariato

UNESCO per l'efficacia delle strategie di mobilitazione territoriale e per l'integrazione di principi e linee guida dell'UNESCO nelle politiche urbane di sviluppo. Le designazioni più recenti risalgono all'ottobre 2025, quando l'UNESCO ha proclamato 58 nuove Città Creative, includendo Faenza e La Spezia: due candidature distinte per l'innovatività dei dossier e per la proposta di modelli di sviluppo urbano sostenibile originali e replicabili, fondati su una marcata capacità di resilienza. Il prossimo ciclo di candidature al programma è previsto per il 2027.

Nel quadro della collaborazione dell'Italia con l'UNESCO, si inserisce altresì l'organizzazione dell'**edizione pilota della "Naples Biennale on Cultural Heritage"**. L'iniziativa trae origine dai risultati delle precedenti Conferenze di Napoli sul Patrimonio Culturale nel XXI secolo, tenutesi nel 2023 e nel 2025, e recepisce gli auspici espressi dalla Membership e dal Consiglio Esecutivo UNESCO (222^a sessione, ottobre 2025) per l'istituzione a Napoli di un foro stabile di riflessione sul patrimonio culturale nel XXI secolo. A tal fine, il MAECI ha concluso nel 2025 un Partnership Agreement con l'Ufficio Regionale UNESCO per la Scienza e la Cultura in Europa (BRESCE), con sede a Venezia, finalizzato al finanziamento e all'organizzazione, nel contesto delle celebrazioni per i 2.500 anni della fondazione di Neapolis e la promozione internazionale della città di Napoli quale punto di riferimento nel panorama sociale, economico e culturale internazionale, dell'edizione Pilota della Biennale che si terrà a Napoli nel secondo semestre del 2026. L'obiettivo è istituire una piattaforma periodica e di respiro internazionale dedicata alla presentazione e alla condivisione di buone pratiche nella salvaguardia e nella gestione del patrimonio culturale. L'edizione pilota si configurerà come un incontro internazionale di esperti volto a definire obiettivi, formato e metodologia delle future edizioni e sarà affiancata da una seconda componente, concepita quale anteprima degli sviluppi futuri: una "vetrina" di best practices nella gestione e valorizzazione del patrimonio, fondate su approcci partecipativi e integrati. La Biennale ambisce a consolidarsi quale punto di riferimento internazionale e strumento di sensibilizzazione sul valore del patrimonio culturale, con la prospettiva che la seconda componente evolva progressivamente in un'esposizione internazionale aperta ai contributi di Paesi di tutto il mondo, con particolare attenzione ai 44 Paesi meno sviluppati (LDCs), a partire da quelli africani.

Il Ministero degli Affari Esteri sostiene centinaia di Missioni archeologiche, antropologiche ed etnologiche italiane all'estero, che si estendono cronologicamente

dalla preistoria all'epoca medioevale e geograficamente dal mondo greco-romano al Vicino, Medio ed Estremo Oriente, Africa e America latina.

Tali Missioni sono all'avanguardia nell'uso di tecnologie avanzate – analisi archeometriche; geolocalizzazioni e costruzione di database georeferenziati; tecniche di rilevamento, quali droni, immagini da satellite e laser scanner; analisi biogenetiche, ecc. – e testimoniano in ambito internazionale una grande capacità nell'uso e nello sviluppo di metodologie innovative, specificamente adattate all'ambito storico-archeologico e alla protezione e valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale. In tale prospettiva le Missioni archeologiche si configurano quale strumento di sostegno e rafforzamento del sistema italiano della scienza e della ricerca, con la sua filiera che include istituzioni, università, centri ed istituti di ricerca, imprese di settore e operatori sul campo.

Le nostre Missioni contribuiscono all'impiego e lo sviluppo di tali tecnologie, in una prospettiva di diffusione del know-how italiano all'estero e di rafforzamento della cooperazione internazionale tramite la formazione di esperti in loco, il trasferimento di conoscenze e l'insegnamento ad operatori locali delle nostre più avanzate tecniche di restauro e di tutela dei beni culturali, anche a vantaggio dell'internazionalizzazione delle imprese italiane attive nel settore.

b. Promozione dell'italofonia

Il MAECI promuove la lingua italiana nel mondo non soltanto quale espressione del patrimonio culturale e identitario nazionale, ma come leva strategica capace di accrescere l'attrattività del Sistema Paese e generare nuove prospettive di crescita per l'Italia. In quest'ottica, la promozione dell'italofonia, anche attraverso la neoistituita Comunità dell'Italofonia, si configura come un'azione strategica finalizzata al consolidamento di uno spazio internazionale nel quale la lingua italiana operi quale strumento privilegiato di dialogo, cooperazione e crescita condivisa.

Tra le principali misure a sostegno della diffusione dell'italiano nel mondo, il MAECI eroga **contributi per la creazione e il funzionamento di cattedre di italiano** presso scuole e università straniere, nonché per il sostegno all'organizzazione di corsi di formazione e aggiornamento destinati a docenti di lingua italiana nelle università straniere. A tali interventi si affianca, inoltre, il sostegno al Sistema della Formazione Italiana nel Mondo.

Un ruolo centrale è altresì svolto dal **supporto all'internazionalizzazione del comparto editoriale italiano**. In tale ambito, il MAECI attribuisce annualmente premi

e contributi a case editrici straniere per incentivare la traduzione e la pubblicazione di opere letterarie e scientifiche italiane. Il MAECI sostiene inoltre la partecipazione dell'Italia, anche in qualità di Paese ospite d'onore, alle **principali fiere librerie internazionali**, riconoscendo nella diffusione del libro italiano uno strumento privilegiato di proiezione del patrimonio culturale e creativo nazionale. Tale impegno si fonda sulla consapevolezza del ruolo strategico dell'editoria, prima industria creativa del Paese per fatturato.

Una quota del Fondo straordinario è stata indirizzata anche alle sopra richiamate cattedre di italiano e all'internazionalizzazione del comparto editoriale italiano tramite finanziamenti o contributi alle traduzioni.

5.1.3. Promozione delle eccellenze italiane, internazionalizzazione dei territori e valorizzazione delle filiere locali

Nell'ambito della diplomazia della crescita e in coerenza con la strategia di rafforzamento della proiezione internazionale del Sistema Paese, il MAECI promuove le eccellenze italiane nei mercati esteri attraverso un'azione integrata che valorizza la qualità, l'innovazione e l'identità culturale della produzione nazionale. Tale azione si fonda sulla consapevolezza che le imprese culturali e creative rappresentano non solo un comparto economico di rilievo, ma anche un vettore strategico di reputazione, attrattività e influenza internazionale.

a. Promozione delle eccellenze italiane nei mercati esteri

La promozione delle eccellenze italiane si realizza mediante la presenza coordinata dell'Italia nei principali contesti culturali ed economici internazionali, favorendo la visibilità e il posizionamento competitivo delle filiere creative italiane. Attraverso la Rete diplomatico-consolare, degli Istituti Italiani di Cultura e degli Uffici ICE, il MAECI sostiene iniziative volte a consolidare l'immagine dell'Italia quale Paese ad alto contenuto creativo e tecnologico, capace di coniugare tradizione e innovazione, con particolare attenzione alla sostenibilità e alle giovani generazioni.

L'azione promozionale mira a costruire narrazioni coerenti e riconoscibili del "brand Italia", mettendo in evidenza l'eccellenza qualitativa, la sostenibilità dei processi produttivi, la capacità di innovazione e il radicamento territoriale delle imprese. Particolare attenzione è rivolta alla valorizzazione delle filiere integrate e dei settori di nicchia, alla creazione di opportunità di collaborazione internazionale e al rafforzamento della presenza italiana nei mercati prioritari, anche attraverso iniziative di comunicazione strategica e di mobilità dei talenti.

In tale prospettiva, la promozione delle eccellenze italiane si configura come leva strutturale della politica estera economica e culturale, contribuendo al consolidamento della competitività internazionale del Paese e alla diffusione dei valori, delle competenze e del patrimonio creativo italiano nel mondo.

- **Promozione del Design**

Attenzione particolare è data al settore del design, inteso in senso ampio quale espressione della creatività e dell'ingegno italiano, dall'architettura agli oggetti di uso quotidiano, fino a processi produttivi sostenibili e rispettosi di territori e tradizioni. In questa cornice, il MAECI collabora attivamente con alcuni attori fondamentali della promozione anche culturale italiana per portare il nostro design di eccellenza nel mondo.

Assieme al Ministero della Cultura e ai partner del tavolo per l'internazionalizzazione del design – tra i quali Triennale Milano, ADI Associazione per il Design Industriale e Salone del Mobile di Milano – si lavorerà per le iniziative da realizzare in tutta la Rete diplomatica - consolare e degli Istituti di Cultura nell'ambito della Giornata del Design Italiano nel mondo, rassegna giunta nel 2026 alla sua decima edizione.

- **La Giornata del Made in Italy**

Istituita dalla legge 206/2023, la Giornata del Made in Italy promuove ogni 15 aprile, nella ricorrenza della nascita di Leonardo da Vinci, la creatività e l'eccellenza italiana. Il MAECI contribuisce attivamente all'iniziativa attraverso molteplici eventi organizzati dalla rete diplomatico-consolare, anche in collaborazione con gli uffici ICE. Nel corso del 2025 per la Giornata sono stati organizzati oltre 130 eventi in più di 40 Paesi.

- **Promozione del settore moda**

Nel quadro dell'azione coordinata del MAECI e di ICE Agenzia per la promozione della moda italiana all'estero, a gennaio 2025 è stato firmato un Protocollo d'intesa per l'internazionalizzazione del settore moda con le dieci maggiori associazioni del settore (Camera Nazionale della Moda, Confindustria Moda, Confindustria Accessori Moda, CNA Moda, CNA Oreficeria, Confartigianato Moda, Confartigianato Orafi, Uniontessile Confapi, Federorafici, ANFAO), cui si sono aggiunti Fondazione Altagamma e, in seguito, Cosmetica Italia.

Nel Protocollo si esprime l'impegno del MAECI, soprattutto insieme ad ICE e Guardia di Finanza, e delle associazioni di categoria a promuovere e tutelare il Made in Italy nel settore della moda, della gioielleria e dell'occhialeria tramite un raccordo più stretto

e una presentazione coerente del saper fare italiano all'estero, curando con particolare attenzione la lotta alla contraffazione, la formazione, la sostenibilità e l'innovazione. In tale azione rientra l'istituzione della rassegna "Le Giornate della moda italiana nel mondo", con l'obiettivo di sviluppare l'attività promozionale all'estero in un quadro condiviso, a partire dai sette Paesi prioritari per il biennio 2025-2026, individuati d'intesa con le Associazioni di categoria: Giappone, Emirati Arabi Uniti, Brasile, India, Canada, Stati Uniti e Arabia Saudita.

b. *Diplomazia dei territori ed esposizioni internazionali*

Il MAECI è impegnato nella promozione dei territori italiani, sia nell'accompagnamento degli enti territoriali nella loro proiezione internazionale sia in termini di attrazione di flussi turistici. In quest'ottica, il turismo rappresenta una leva strategica di crescita anche per le imprese culturali e creative. Queste saranno valorizzate e promosse all'interno del Padiglione italiano all'EXPO settoriale del 2027 a Belgrado, sul tema portante di "Giocare per l'Umanità: Sport e Musica per tutti". La DGCE è attiva a ogni livello per coinvolgere i principali attori dell'intrattenimento e dell'industria musicale al fine di garantire una partecipazione qualificata del nostro Paese.

Le EXPO internazionali e Universali del BIE offrono al Paese una vetrina globale per la promozione dei propri territori e delle proprie eccellenze in tutti i campi. È per questo che, dopo il grande successo del Padiglione Italiano a EXPO 2025 Osaka sul tema "L'arte rigenera la vita", il MAECI è impegnato per favorire la partecipazione delle Regioni alle prossime EXPO specializzate del 2027 (quella orticola di Yokohama e la succitata EXPO di Belgrado) e all'EXPO Universale di Riad nel 2030.

6. Principi trasversali del piano strategico

I principi trasversali alla base del presente documento, considerati in maniera prioritaria nello sviluppo delle azioni previste per il prossimo triennio, sono i seguenti:

- **Competitività delle imprese:** favorire il trasferimento di competenze creative, promuovere ed espandere l'innovazione e la collaborazione intersettoriale, mappare e misurare l'impatto economico delle imprese culturali e creative, sostenere lo sviluppo imprenditoriale.
- **Accesso al credito:** sviluppare regimi di finanziamento specifici, in linea con quanto previsto dalle azioni del PN Cultura 21-27 e dalla stessa Legge per il Made in Italy.
- **Innovazione digitale e verde:** continuare l'azione, già avviata dagli investimenti del PNRR, volta a stimolare la trasformazione digitale e verde dei settori culturali e creativi.
- **Internazionalizzazione:** promuovere azioni volte a favorire la riconoscibilità delle imprese italiane all'estero, favorire il commercio internazionale e gli scambi di competenze.
- **Occupazione:** favorire la creazione di nuovi posti di lavoro attraverso il sostegno alla nascita di nuove imprese culturali e creative e il consolidamento di quelle esistenti.
- **Formazione:** supportare la *capacity building*, in continuità con il PNRR, e stimolare lo sviluppo di competenze creative.
- **Coesione territoriale:** incentivare programmi di investimento interregionale, riconoscere la diversità delle esigenze di finanziamento nei diversi ambiti culturali e creativi, tenendo conto delle singole peculiarità regionali e favorendo livelli omogenei di sviluppo.
- **Partecipazione culturale:** favorire progetti di sviluppo che prevedano il coinvolgimento degli attori culturali e della società civile nell'ottica di rafforzare gli ecosistemi culturali e creativi locali.
- **Inclusione sociale:** valorizzare in maniera adeguata e non discriminatoria le risorse umane, promuovere l'uguaglianza e il coinvolgimento dei giovani e di tutte le fasce della collettività mediante le attività culturali.
- **Parità di genere:** favorire politiche volte a garantire la parità retributiva, un migliore equilibrio tra vita professionale e vita privata, e la parità di genere nei settori culturali e creativi, nelle istituzioni e negli organi decisionali di settore.

7. Obiettivi e azioni del piano strategico

Il Piano sviluppa i propri obiettivi in coerenza con l'Atto di indirizzo del Ministro della Cultura del 21 gennaio 2025 (DM 21/01/2025, rep. n. 12), che orienta le strategie ministeriali per il triennio 2025-2027.

Le priorità individuate dal Ministro – tra cui il sostegno alla creatività contemporanea e alle imprese culturali e creative, l'innovazione e la transizione digitale, la valorizzazione del patrimonio culturale, la formazione e la cooperazione tra pubblico e privato – trovano declinazione negli obiettivi del presente Piano, volti a rafforzare la competitività, la sostenibilità e l'impatto territoriale delle imprese culturali e creative.

Per l'attuazione delle azioni previste, le amministrazioni competenti (MiC, MAECI, MIMIT), sentita la Conferenza permanente per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le province autonome di Trento e Bolzano, potranno definire ulteriori modalità organizzative e di coordinamento, anche mediante tavoli tecnici e interlocuzioni formali.

7.1. Obiettivo 1 - Sviluppo del settore e sinergie dei programmi e degli strumenti finanziari

7.1.1. Azione 1.1 - Agevolazioni per il settore culturale e creativo

Il presente Piano si propone di **incrementare gli strumenti finanziari disponibili** e favorire l'accesso al credito, estendendo l'applicazione anche al settore culturale e creativo di misure quali prestiti agevolati, garanzie, concessione di contributi in conto interessi.

Si propone, altresì, di sostenere le imprese culturali e creative anche con strumenti non finanziari, in particolare mediante servizi di supporto tecnico per l'avvio e la realizzazione degli investimenti finanziati.

Un primo passo verso l'attuazione di questo obiettivo è rappresentato dall'Azione 1.3.1 del PN Cultura 21-27 a sostegno dei settori culturali e creativi del Mezzogiorno mediante uno strumento finanziario combinato, che prevede una quota a fondo perduto e una quota di prestito agevolato.

In prospettiva, anche l'estensione delle misure di agevolazione fiscale, già in vigore in alcuni settori culturali e creativi (ad esempio il *tax credit* per cinema, videogiochi, librerie) potrebbe essere applicata con un sistema di controlli rigorosi che ne garantisca il funzionamento, a tutto il comparto.

Inoltre, di recente il Consiglio dei Ministri, con il Decreto-Legge 30 giugno 2025, n. 95, convertito in legge con modificazioni con la Legge 8 agosto 2025, n. 118, ha approvato il

Decreto Legge "Disposizioni urgenti per finanziamenti" che contiene, tra le altre, una riduzione dell'aliquota IVA dal 22% al 5 % per le cessioni e le importazioni di oggetti d'arte, di antiquariato e da collezione, purché non si applichi il regime speciale del margine. L'aliquota per l'importazione e cessione di opere e di oggetti d'arte, di antiquariato e da collezione, diventa dunque la più bassa in Europa. La nuova disciplina ha modificato la Tabella A, parte II-bis del DPR 633/1972 (T.U. Iva), ed è in vigore da luglio 2025.

La revisione del regime IVA del mercato dell'arte rappresenta un'opportunità fondamentale per riattribuire all'Italia un ruolo centrale nel contesto degli scambi di opere d'arte all'interno del mercato europeo.

7.1.2. Azione 1.2 - Internazionalizzazione

Al fine di favorire l'internazionalizzazione delle imprese, fermi restando i poteri di indirizzo e coordinamento in materia previsti dalla normativa vigente come specificato della Legge n. 206/2023, art. 30, comma 2, lettera a), saranno previste azioni di collaborazione tra il Ministero della cultura e il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), istituzione che guida e rappresenta la politica estera dell'Italia.

Attraverso una vasta rete diplomatica composta da ambasciate, consolati e istituti culturali presenti in tutto il mondo, il MAECI promuove gli interessi politici, economici, culturali e scientifici del Paese. Le sue attività includono la partecipazione alle organizzazioni internazionali, il sostegno allo sviluppo e alla cooperazione, la promozione delle imprese italiane all'estero, la tutela dei cittadini italiani all'estero e lo sviluppo delle relazioni bilaterali e multilaterali.

Grazie a organi rappresentativi delle comunità italiane nel mondo come il Consiglio Generale degli Italiani all'Estero (C.G.I.E.) e i Comitati degli Italiani all'Estero (COMITES), il MAECI mantiene un legame costante con gli italiani residenti all'estero, contribuendo così a rafforzare l'identità nazionale e il ruolo dell'Italia nello scenario internazionale.

È in questo contesto che si colloca la fondamentale collaborazione tra il MAECI – responsabile dell'attuazione della politica estera italiana e del coordinamento delle attività culturali svolte all'estero – e il Ministero della cultura (MIC) che apporta competenze specifiche nella tutela, valorizzazione e promozione del patrimonio culturale nazionale, offrendo contenuti, *expertise* e risorse essenziali. Questa collaborazione rappresenta un pilastro della strategia italiana di diplomazia culturale, integrando competenze diplomatiche e culturali per valorizzare e promuovere il ricco patrimonio artistico, storico e linguistico dell'Italia nel mondo.

La cooperazione tra i due ministeri si traduce in numerose iniziative condivise che vanno dalla partecipazione a festival e grandi mostre internazionali, alla realizzazione di progetti culturali congiunti, fino al potenziamento della rete degli Istituti Italiani di Cultura. Questi ultimi, presenti in oltre 80 Paesi, coordinati dal MAECI sono veri e propri centri di diffusione internazionale della lingua e della cultura italiana, punti di incontro per intellettuali, artisti e appassionati.

Dal 2014, il MAECI ha istituito gli *Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondo*, un'iniziativa dedicata a monitorare e orientare le strategie di diffusione della lingua italiana, che oggi conta oltre due milioni di studenti in tutto il mondo.

Negli ultimi anni, inoltre, è diventato sempre più evidente il forte legame esistente tra la lingua italiana e il Made in Italy, elemento centrale dell'identità culturale e dell'economia nazionale. Tra gli strumenti più efficaci di questa diplomazia culturale la promozione della lingua italiana all'estero rappresenta la chiave d'accesso privilegiata per una conoscenza profonda della cultura italiana.

L'art. 1, comma 587, della Legge 11 dicembre 2016, n. 232, recante "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2017 e bilancio pluriennale per il triennio 2017-2019", ha autorizzato l'istituzione, nello stato di previsione del MAECI, di un Fondo da ripartire per il potenziamento della promozione della cultura e della lingua italiana all'estero, da destinare "ad attività di promozione del cinema, dello spettacolo, delle arti visive, del patrimonio storico e museale dell'Italia all'estero".

Nell'ambito del **Fondo per il potenziamento della promozione della cultura e della lingua italiana all'estero per il triennio 2025-2027** è stato approvato, con Decreto Ministeriale n. 157 del 15 maggio 2025, l'elenco dei progetti da finanziare per un importo complessivo di € 19.617.444, ripartito rispettivamente tra gli anni 2025 (€ 6.317.484), 2026 (€ 6.649.990) e 2027 (€ 6.649.970), di cui si presenta di seguito una sintesi per Dipartimenti⁸⁴.

Le iniziative del **Dipartimento per la tutela del patrimonio culturale** si concentrano sulla tutela, valorizzazione e internazionalizzazione del patrimonio culturale materiale e immateriale, con particolare attenzione alla cooperazione nel bacino del Mediterraneo.

I progetti spaziano dalle missioni archeologiche alla diffusione e promozione della cultura del restauro italiano in Nord Africa, Arabia Saudita e Croazia, fino alla valorizzazione delle

⁸⁴ Per l'elenco completo si rimanda all'Allegato 1 del Decreto Ministeriale n. 157 del 15 maggio 2025 *Fondo per il potenziamento della promozione della cultura e della lingua italiana all'estero annualità 2025-2027* <https://media.cultura.gov.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bfff70aa174035096/DECRETI/ANNO%202025/D.M.%202025/D.M._rep._157_del_15.05.2025-signed.pdf>

eccellenze italiane in ambito conservativo. Accanto alle attività tecniche, emergono iniziative espositive di respiro internazionale e completano il quadro progetti di taglio linguistico e documentario.

Il **Dipartimento per la valorizzazione del patrimonio culturale** si distingue per un approccio orientato alla narrazione interculturale del Mediterraneo e alla promozione della diplomazia culturale. Le mostre previste propongono un dialogo tra le civiltà del bacino del mediterraneo, mettendo in luce il ruolo storico dell'Italia come ponte tra Europa, Africa e Asia e valorizzano il patrimonio archeologico e storico-artistico come strumento di conoscenza reciproca, scambio e cooperazione, integrando strumenti digitali, ricostruzioni virtuali e percorsi espositivi itineranti.

Le attività del **Dipartimento per l'amministrazione generale** hanno un carattere prevalentemente istituzionale e strategico, e sono finalizzate a sostenere la cooperazione internazionale e la promozione integrata del sistema culturale italiano, a formare tecnici nel settore culturale nei Paesi africani e mediterranei nonché a promuovere il patrimonio nazionale nell'ambito di eventi di grande visibilità internazionale.

Il **Dipartimento per le attività culturali** coordina una pluralità di progetti volti alla promozione della creatività italiana nel mondo. Le iniziative spaziano dal settore audiovisivo e radiofonico (coproduzioni internazionali, festival, promozione del cinema italiano) alla letteratura e all'editoria (digitalizzazione di fondi rari, traduzioni multilingue, valorizzazione del patrimonio bibliotecario e femminile), includendo anche le arti visive, l'architettura, il design e la moda.

Il Mediterraneo allargato e l'Africa emergono come aree prioritarie di intervento con progetti di promozione dell'arte, dell'architettura, del design e della moda e di tutto il sistema della creatività italiana, in linea con il *Piano Mattei*⁸⁵. Sempre in questo ambito si aggiunge il sostegno alla partecipazione italiana a grandi manifestazioni internazionali (Biennali, Triennali, Festival e Fiere).

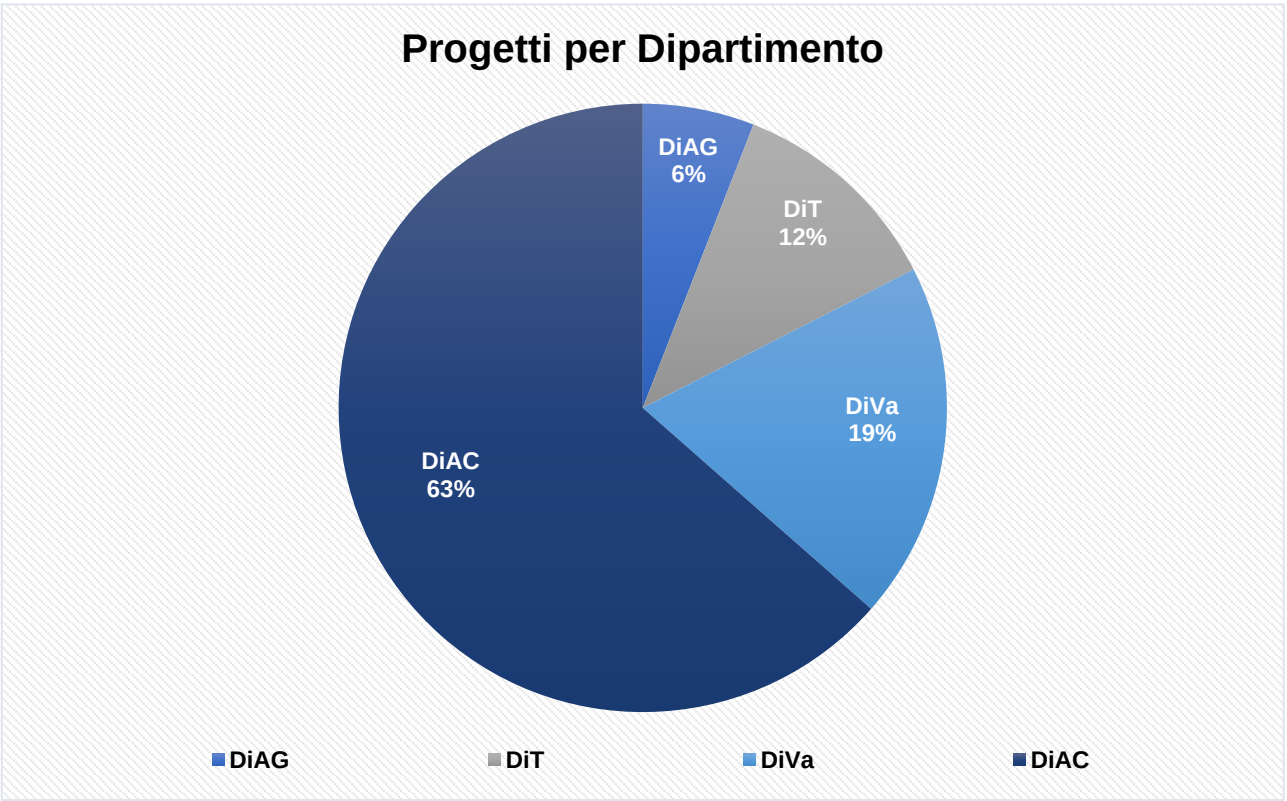
⁸⁵ Per maggiori informazioni: <https://www.governo.it/it/piano-mattei> .

Tabella 14. Risorse assegnate ad ogni Dipartimento nell'ambito del Fondo per il potenziamento della cultura italiana all'estero

DIPARTIMENTO	2025	2026	2027	Totale 2025-2027
DiAG	374.600 €	102.700 €	82.700 €	560.000
DiT	729.710 €	803.920 €	806.370 €	2.340.000 €
DiVa	1.200.580 €	1.322.690 €	1.326.730 €	3.850.000 €
DiAC	4.012.594 €	4.420.680 €	4.434.170 €	12.867.444 €
TOTALE	6.317.484 €	6.649.990 €	6.649.970 €	19.617.444 €

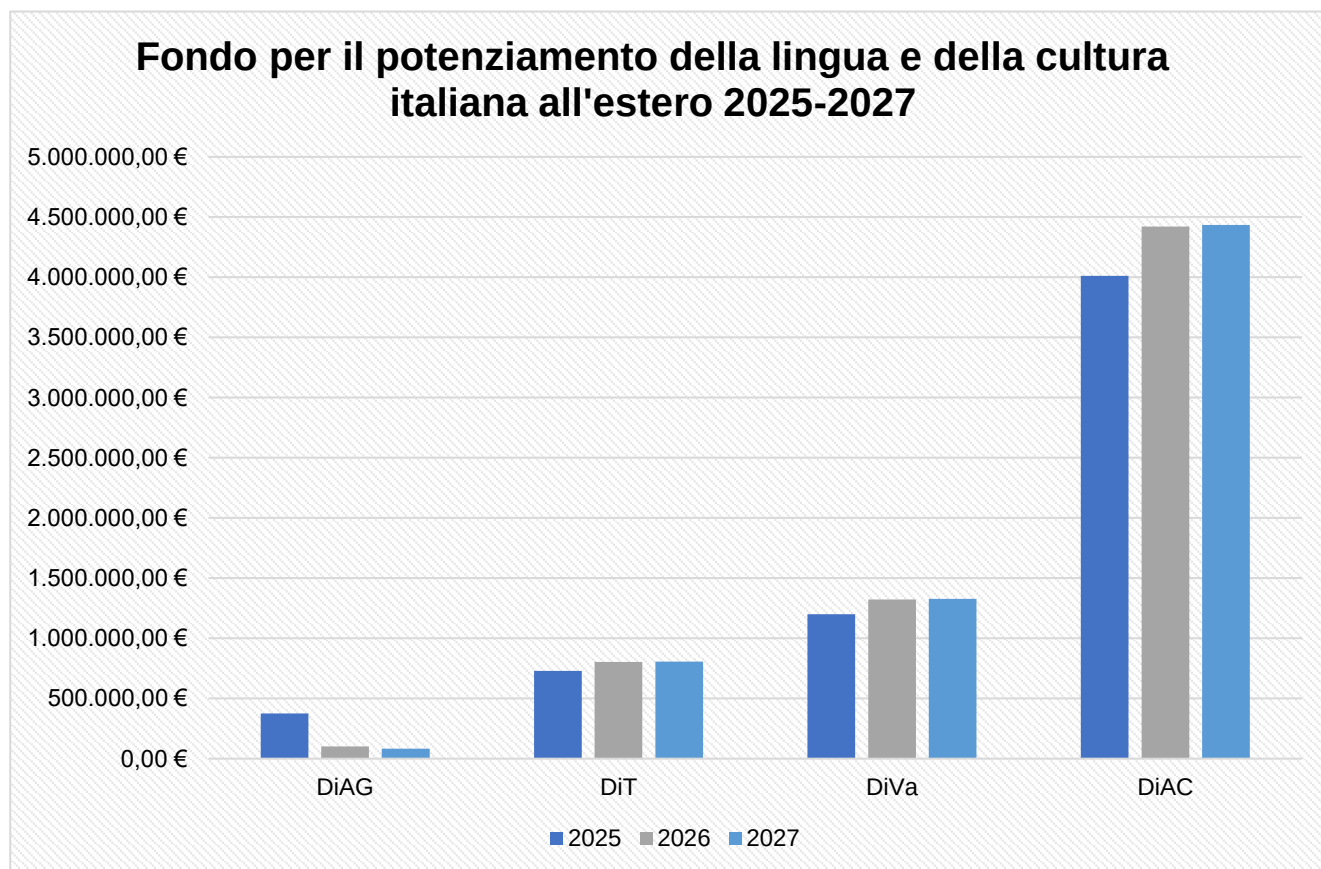
Fonte: dati interni MiC, 2025

Figura 16. Percentuale delle risorse assegnate ai progetti dei quattro Dipartimenti del MiC



Fonte: dati interni MiC, 2025

Figura 17. Fondo per il potenziamento della cultura italiana all'estero. Risorse assegnate nel triennio 2025-2027



Fonte: dati interni MiC, 2025

7.2. Obiettivo 2 - Innovazione e sperimentazione tecnologica

7.2.1. Azione 2.1 - Analisi dei fabbisogni e priorità per il settore

Al fine di pervenire alla definizione di obiettivi rispondenti alle reali esigenze del settore, utili alla predisposizione di successive azioni strategiche, sarà realizzata un'analisi SWOT specifica per il settore culturale e creativo a livello nazionale. Tale analisi evidenzierà, in maniera il più possibile chiara e puntuale, i principali punti di forza e debolezza interni al settore, oltre alle opportunità e minacce provenienti dall'ambiente esterno di riferimento, per tutti gli ambiti della filiera culturale e creativa.

Mediante tale azione sarà possibile predisporre, per il prossimo triennio, una pianificazione mirata, a partire da una più approfondita conoscenza dell'ecosistema culturale e creativo e dei suoi fabbisogni.

7.3. Obiettivo 3 - Formazione finanziaria e gestionale

7.3.1. Azione 3.1 - Accrescere le competenze

In coerenza con l'Atto di indirizzo del Ministro della cultura per il triennio 2025-2027, saranno implementati i rapporti di collaborazione interministeriale con il Ministero dell'istruzione e del merito (MIM) e con il Ministero dell'università e della ricerca (MUR).

Per rafforzare ulteriormente il legame tra cultura, creatività e competenze trasversali, si propone di attivare mediante intesa con il Ministero dell'Istruzione e del Merito (MIM), e con le associazioni tra imprese, percorsi di formazione finanziaria e gestionale dedicati alle competenze professionali connesse al settore culturale e creativo. Tali percorsi avranno l'obiettivo di favorire l'integrazione con altri settori produttivi, creando opportunità di crescita per i giovani nei contesti lavorativi emergenti.

A tal fine, potranno essere stabilite ulteriori intese con il Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR) per promuovere, in linea con le indicazioni europee, lo sviluppo di competenze in ambito imprenditoriale, accesso ai finanziamenti⁸⁶, gestione dell'innovazione e della proprietà intellettuale⁸⁷, nonché nella collaborazione intersettoriale⁸⁸.

7.4. Obiettivo 4 - Sviluppo delle opere dell'ingegno e tutela della proprietà intellettuale

Il Dipartimento per le Attività Culturali, fermo restando quanto previsto dall'art. 2 del Decreto-Legge 26 aprile 2005, n. 63 convertito, con modificazioni, dalla Legge 25 giugno 2005, n. 109, sentiti gli altri Dipartimenti competenti, svolge i compiti in materia di proprietà intellettuale e di diritto d'autore, ai sensi dell'art. 10 del Decreto Legislativo 30 luglio 1999, n. 303, nonché di indirizzo e, acquisite le valutazioni della Direzione generale Bilancio, programmazione e monitoraggio, di vigilanza sulla Società italiana autori ed editori (SIAE) ai sensi dell'art. 1, comma 3, della Legge 9 gennaio 2008, n. 2.

Per effetto del Decreto Legge 1° marzo 2021, n. 22, "Disposizioni urgenti in materia di riordino delle attribuzioni dei Ministeri" (entrata in vigore 02/03/2021), le attività relative al diritto d'autore sono state attribuite alla Direzione generale Biblioteche e diritto d'autore, nell'ambito della quale ricadono le competenze della Segreteria del Comitato Consultivo Permanente per il diritto d'autore e delle Commissioni speciali istituite in seno al Comitato. Il Comitato è un organo collegiale previsto e disciplinato dagli artt. 190-195 della Legge 22

⁸⁶ OECD, 2022.

⁸⁷ Interreg Europe, 2024a.

⁸⁸ UNCTAD, 2022.

aprile 1941, n. 633, Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio del Ministro della Cultura. Provvede allo studio delle materie attinenti al diritto di autore o ad esso connesse e formula pareri sulle questioni relative quando ne sia richiesto dal Ministro o quando sia prescritto da speciali disposizioni.

7.4.1. Azione 4.1 - Rafforzare la tutela del diritto d'autore

Al fine di favorire lo sviluppo delle opere dell'ingegno e la tutela della proprietà intellettuale, in accordo con la Direzione generale Biblioteche e diritto d'autore, si organizzeranno **giornate di formazione e orientamento per giovani autori**, in collaborazione anche con la **Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali**, **SIAE** o altri **OGC** (organismi di gestione collettiva del diritto d'autore), nell'ottica di rafforzare la tutela del diritto d'autore in ambito culturale e creativo anche in relazione all'Intelligenza Artificiale.

7.5. Obiettivo 5 - Studi, ricerche ed eventi in ambito nazionale

Nell'ambito dell'accordo triennale di collaborazione tra MiC - DGCC e ISTAT per lo *Studio degli organismi culturali e creativi* è previsto il rilascio, entro novembre 2025, di documenti metodologici contenenti delle raccomandazioni, sia a livello statistico che di *policy*, a supporto del settore. Oltre alla progettazione condivisa con la DGCC di una **rilevazione ad hoc per le organizzazioni non profit** in fase di rilascio e analisi durante tutto il 2025, la collaborazione con ISTAT ha consentito un monitoraggio e confronto costante circa la perimetrazione del settore culturale e creativo.

Ai fini di un'analisi del settore, per la DGCC potrà essere un utile strumento e fonte di dati l'elenco aggiornato delle ICC iscritte alla sezione speciale del registro delle imprese, che Unioncamere trasmetterà annualmente al MiC ai sensi della Legge n. 206/2023, art. 25 comma 8 e del Decreto rep. 402 del 25 ottobre 2024, nonché l'elenco delle imprese culturali e creative che risulteranno iscritte all'albo delle ICC di interesse nazionale di cui all'art. 26 della stessa Legge e del Decreto n. 460 del 18/12/2024. Tale documentazione consentirà di pervenire ad una prima mappatura nazionale delle organizzazioni che popolano il settore culturale e creativo italiano.

7.5.1. Azione 5.1 - Migliorare le statistiche culturali

Il lavoro di analisi statistica proseguirà mediante la raccolta di dati, indicatori e informazioni sulle politiche rivolte alle imprese culturali e creative e conseguente pubblicazione di un report finale.

I dati raccolti dalle altre Direzioni e dagli istituti autonomi del Ministero della cultura potranno confluire in una pubblicazione ad hoc *Minicifre delle ICC* che, analogamente a quanto propone ogni anno *Minicifre della cultura* sulla totalità dell'ambito culturale, sintetizzerà per ogni triennio le principali informazioni inerenti ai settori culturali e creativi.

Inoltre, tutti gli studi e le ricerche valorizzati e promossi a favore del settore culturale e creativo prevedranno dei **momenti di restituzione pubblica** mediante l'organizzazione di convegni e giornate di studio, anche in collaborazione con Università e istituti di ricerca.

In particolare, si organizzeranno annualmente delle giornate di studio dedicate ai diversi ambiti delle imprese culturali e creative, in cui saranno invitati a partecipare all'interno di un convegno pubblico i principali *stakeholders* di settore, rappresentanti di istituzioni pubbliche e private, artisti, creativi, imprese e organizzazioni appartenenti a tutti gli ambiti.

L'obiettivo è quello di arrivare all'istituzione di un **Osservatorio nazionale sulla cultura e la creatività** in grado di restituire sulla base di un monitoraggio triennale i principali dati, analisi e attività riconducibili all'intero ecosistema culturale e creativo italiano.

Sarà incoraggiata, in coerenza con l'Atto di indirizzo del Ministro della cultura per il triennio 2025-2027, la cooperazione con il Ministero dell'università e della ricerca per la promozione di attività di ricerca congiunta, e la diffusione dei risultati attraverso la rete degli Istituti italiani di cultura all'estero, in coordinamento con il Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale.

7.6. Obiettivo 6 - Promozione e valorizzazione del settore

Il Dipartimento per le attività culturali, come indicato dall'art. 7 del DPCM 15 marzo 2024, n. 57, promuove e sostiene le attività teatrali, musicali, di danza, circensi, dello spettacolo viaggiante; favorisce le attività e le produzioni cinematografiche, audiovisive, radiotelevisive e multimediali; supporta le imprese culturali e creative, la creatività contemporanea, la cultura urbanistica e architettonica, partecipando alla progettazione di opere destinate ad attività culturali; promuove le attività legate al libro e alla lettura, lo sviluppo dei servizi bibliografici e bibliotecari nazionali, la tutela i beni librari e la valorizzazione delle biblioteche statali.

7.6.1. Azione 6.1 - Istituzione dell'Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale

L'attuazione della Legge per il Made in Italy prevede importanti azioni rivolte alla valorizzazione, alla promozione e alla tutela del settore culturale e creativo italiano.

La creazione di una sezione speciale del registro camerale, espressamente dedicata a queste realtà, come previsto dall'articolo 25, rappresenta un punto di forza per superare i limiti dell'attuale nomenclatura e circoscrivere più compiutamente il perimetro di un settore molto vario e articolato quale quello riconducibile alle attività e ai prodotti culturali e creativi. Con il successivo articolo 26 viene istituito l'Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale che, con un importante richiamo ai marchi storici e alla valorizzazione degli archivi storici delle imprese, riconosce l'alto valore culturale del patrimonio detenuto dai soggetti privati.

7.6.2. Azione 6.2 - Valorizzare i marchi storici e gli archivi d'impresa

Una delle principali azioni, in attuazione della Legge per il Made in Italy, è quella che prevede la tutela e valorizzazione dei marchi storici e degli archivi d'impresa, grazie alla registrazione nel portale del sistema archivistico nazionale e all'accertamento dell'interesse storico particolarmente importante ai sensi degli artt. 13 e 14 del *Codice dei beni culturali e del paesaggio* (Art. 26).

7.6.3. Azione 6.3 - Tutelare i diritti sulle opere dei creatori digitali

L'articolo 27 ha introdotto l'istituzione di un repertorio delle opere dei creatori digitali all'interno del Registro pubblico generale delle opere protette (RPG). In attuazione di tale disposizione è stato adottato il Decreto ministeriale 3 ottobre 2024, n. 319, che disciplina le modalità e le forme di deposito e registrazione delle opere dell'ingegno realizzate dai creatori digitali, ai sensi dell'art. 103 della Legge 22 aprile 1941, n. 633.

Il Repertorio delle opere dei creatori digitali (R.C.D.), a cura della Direzione generale Biblioteche, è destinato ad accogliere le opere originali ad alto contenuto digitale, tutelate ai sensi dell'art. 1 della Legge sul diritto d'autore, sviluppate dai creatori digitali quali risultato di attività intellettuale e creativa. L'istituzione del Repertorio non comporta nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.

7.6.4. Azione 6.4 - Salvaguardia dell'autenticità storica delle opere musicali, audiovisive e librerie

L'articolo 28 prevede l'emanazione di linee guida per la salvaguardia dell'autenticità storica delle opere musicali, audiovisive e librerie, per assicurare che le opere siano conservate e rese fruibili anche nella loro versione originale, al fine di evitare che operazioni creative di riadattamento sostituiscano l'originale e ne facciano perdere la memoria.

7.6.5. Azione 6.5 - Giornata nazionale del Made in Italy

La Giornata nazionale del Made in Italy, istituita grazie all'art. 3 della Legge per il Made in Italy al fine di celebrare, il 15 aprile di ogni anno (giorno dell'anniversario della nascita di Leonardo da Vinci), la creatività e l'eccellenza italiana, prevede l'organizzazione di iniziative finalizzate alla promozione della creatività in tutte le sue forme, nonché alla difesa e alla valorizzazione del Made in Italy.

Le iniziative, coordinate dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, prevedono eventi presso istituzioni, scuole e imprese con i seguenti obiettivi: riconoscere il ruolo sociale e il contributo allo sviluppo economico e culturale del Paese delle eccellenze italiane, anche in relazione al patrimonio identitario; responsabilizzare l'opinione pubblica per promuovere la tutela del valore e delle qualità peculiari delle opere e dei prodotti italiani; sensibilizzare i giovani a scegliere le professioni artigianali e creative legate alle eccellenze delle nostre manifatture.

La Direzione generale Creatività contemporanea del Ministero della cultura ha organizzato, per l'anno 2025, una Giornata di studi dal titolo *Made in Italy e arti applicate*.

La Giornata di studi ha offerto l'opportunità di ripercorrere le vicende storiche e costruttive del Complesso di San Michele a Ripa Grande, sede di molte Direzioni generali, evidenziando il legame con le arti applicate e l'artigianato artistico. Per l'occasione sono intervenuti esperti di diversi settori, dalla formazione all'imprenditoria, su temi riguardanti le ricostruzioni storiche e architettoniche, il saper fare italiano, l'artigianato artistico.

7.6.6. Azione 6.6 - Promuovere la creatività contemporanea

La rassegna *Lezioni di creatività contemporanea*, nata nel 2024, esplora il ruolo della creatività contemporanea in diverse discipline: attraverso incontri con protagonisti internazionali si analizzano il processo creativo, le fonti di ispirazione e l'impatto culturale delle loro opere.

Al fine di facilitare l'acquisizione di competenze trasversali e stimolare il pensiero innovativo, si potrebbero istituire delle **Giornate della creatività** volte a promuovere la creatività nelle scuole mediante organizzazione di incontri ad hoc con la partecipazione di professionisti ed esperti.

In tale prospettiva, si potranno attivare forme di collaborazione con il Ministero dell'istruzione e del merito, nonché con il Ministero dell'università e della ricerca per favorire il raccordo tra formazione, ricerca e produzione creativa, in linea con gli indirizzi strategici del Ministero della cultura e le priorità delineate nell'Atto di indirizzo 2025-2027.

8. Appendice

8.1. Riferimenti bibliografici

- **Amabile T. M.** (1996). *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*. Boulder (CO): Westview Press.
- **Autorità di Gestione del Programma Nazionale Cultura 2021-2027.** *Linee d'Indirizzo per l'attuazione dell'azione 1.3.1 "Promuovere la nascita, la crescita e il posizionamento competitivo delle imprese nei settori culturali e creativi"*.
https://pncultura2127.cultura.gov.it/wp-content/uploads/2025/09/02.-All.-01-Linee-di-Indirizzo-filiere_Azione-1.3.1_PN-Cultura.pdf (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Barron F. X.** (1955). The Disposition Toward Originality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 478–485.
- **Caves R. E.** (2000). *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- **Connolly M.** (2025). *Creative Industry and Cultural Policy. Creativity in Education, Urban and Cultural Policy*. Palgrave Macmillan: Cham.
- **DCMS - Department for Digital, Culture, Media & Sport (UK)** (1998). *Creative Industries Mapping Documents 1998*. [S.l.: s.n.].
<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **DCMS - Department for Digital, Culture, Media & Sport (UK)** (2001). *Creative Industries Mapping Documents 2001. Demonstrating the success of our creative industries*. [S.l.: s.n.].
<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Commission Staff Working Document** (2021). *Annual Single Market Report 2021. Accompanying the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Updating the 2020 New Industrial Strategy: Building a stronger Single Market for Europe's recovery*.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52021SC0351> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Commissione europea** (2010). *Libro Verde - Le industrie culturali e creative, un potenziale da sfruttare* in COM/2010/0183, 27 aprile 2010, 6.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:52010DC0183> (Visitato il 15 ottobre 2025).

- **Commissione europea** (2018). *Guide to Eurostat culture statistics*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/9433072/KS-GQ-18-011-EN-N.pdf/72981708-edb7-4007-a298-8b5d9d5a61b5?t=1544174403000> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Commissione europea** (2023). Direzione generale dell'Istruzione, della gioventù, dello sport e della cultura. *Culture and democracy, the evidence – How citizens' participation in cultural activities enhances civic engagement, democracy and social cohesion – Lessons from international research*, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 57.
<https://data.europa.eu/doi/10.2766/39199> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Commissione europea** (2018). Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni. *Una nuova agenda europea per la cultura, COM/2018/267 final*.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=COM:2018:267:FIN> (Visitato il 21 ottobre 2025).
- **Consiglio d'Europa** (2005). *Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società* (CETS No. 199). Faro, 27 ottobre 2005. Ratifica dell'Italia: Legge 1° ottobre 2020, n. 133 (ratifica ed esecuzione della Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore del patrimonio culturale per la società. Faro, 27 ottobre 2005), in Gazzetta Ufficiale, n. 263 del 23 ottobre 2020.
<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2020/10/23/263/sq/pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Consiglio dell'Unione europea** (2023). *Risoluzione del Consiglio sul piano di lavoro dell'UE per la cultura 2023-2026* 2022/C 466/01.
[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32022G1207\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32022G1207(01)) (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Consiglio dell'Unione europea, Parlamento europeo** (2018). Risoluzione del Parlamento europeo del 13 dicembre 2016 su una politica dell'UE coerente per le industrie culturali e creative (2016/2072(INI)).
https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0486_IT.html (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Consiglio dell'Unione europea, Parlamento europeo** (2021). Regolamento del 20 maggio 2021, n. 2021/818, che istituisce il programma Europa creativa (2021-2027) e che abroga il regolamento (UE) n. 1295/2013, art. 2, comma 1.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32021R0818> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Consiglio dell'Unione europea, Presidenza portoghese** (2021). *Porto Santo Charter. Culture and the Promotion of Democracy: Towards a European Cultural Citizenship*. [S.l.: s.n.]

https://portosantocharter.eu/wp-content/uploads/2025/09/VF_ING_CPS_AD.pdf
(Visitato il 15 ottobre 2025).

- **Guo, J., Tang, S., & Song, Y.** (2021). A Multidimensional Model of Creativity: The Role of Cognitive, Emotional, and Motivational Factors. *Creativity Research Journal*, 33(3), 234–245.
- **IFC** (2025). International Finance Corporation. *Creative Industries* <https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/creative-industries> (Visitato il 25 febbraio 2026).
- **Interreg Europe** (2024a). *Cultural and Creative Industries. A Policy Brief from the Policy Learning Platform for a smarter Europe*. [S.l.: s.n.]. <https://www.interregeurope.eu/sites/default/files/2024-01/Policy%20brief%20on%20Cultural%20and%20Creative%20Industries.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Interreg Europe** (2024b). *The social dimension of culture. How cultural initiatives and CCIs can impact social policies on the ground* [S.l.: s.n.]. <https://www.interregeurope.eu/sites/default/files/2024-02/Policy%20brief%20on%20the%20social%20dimension%20of%20culture.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **ISTAT** (2023a). *Statistiche culturali, 2023*. [S.l.: s.n.]. <https://www.istat.it/tavole-di-dati/statistiche-culturali-anno-2023/> (Visitato il 16 giugno 2025).
- **ISTAT** (2023b). *Registro statistico delle imprese attive (ASIA – imprese), 2022*. [S.l.: s.n.]. <https://www.istat.it/tavole-di-dati/registro-statistico-delle-imprese-attive-anno-2022/>. (Visitato il 30 maggio 2025).
- **ISTAT** (2023c). *Conti economici delle imprese (Frame SBS), 2022*. [S.l.: s.n.]. <https://www.istat.it/notizia/conti-economici-delle-imprese-stima-anticipata-delle-imprese-con-dipendenti-anno-2022/>. (Visitato il 30 maggio 2025).
- **ISTAT** (2023d). *Registro statistico sulle istituzioni non profit, 2022*. [S.l.: s.n.]. <https://www.istat.it/comunicato-stampa/struttura-e-profilo-del-settore-non-profit-anno-2022/> (Visitato il 30 maggio 2025).
- **ISTAT** (2024). *Annuario Statistico Italiano. Cultura e tempo libero*. Istat: Roma. <https://www.istat.it/storage/ASI/2024/capitoli/C10.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **KEA European Affairs** (2006). *The Economy of Culture in Europe: A Study Prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture)*. [S.l.: s.n.]. https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf (Visitato il 15 ottobre 2025).

- **Kwan, L. Y.-Y., Leung, A. K.-Y., & Liou, S.** (2018). Culture, Creativity, and Innovation. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 49(3), 423–427.
- **McCarthy, J.** (2019). *Creativity and the Role of the Leader* in *Journal of Leadership Studies*, 13(2), 6–9.
- **Ministero della Cultura, Direzione generale Creatività contemporanea & ISTAT** (2023-2025). Dati tratti dal progetto di ricerca curato da ISTAT sul settore culturale e creativo in Italia nell'ambito della convenzione triennale MiC-DGCC/ISTAT 2023-2025). <https://creativitacontemporanea.cultura.gov.it/ricercaistat-iccitalia/> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Ministero della Cultura, Direzione generale Educazione, ricerca e istituti culturali con Fondazione Scuola dei beni e delle attività culturali** (a cura di) (2024). *Minicifre della cultura: edizione 2024*. [S.l.: s.n.]. https://www.fondazione scuolapatrimonio.it/wp-content/uploads/2024/12/Minicifre-della-cultura_edizione-2024.pdf (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **OECD** (2022). *The Culture Fix: Creative People, Places and Industries, Local Economic and Employment Development* (LEED). Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/991bb520-en> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **O'Connor J.** (2024). *Culture is not an industry: Reclaiming art and culture for the common good*. Manchester: Manchester University Press.
- **Oksanen J., Kuusisto O., Lima-Toivanen M., Mäntylä M., Naumanen M., Rilla N., Sachinopoulou A., Valkokari K.** (2018). In search of Finnish creative economy ecosystems and their development needs: study based on international benchmarking. *Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja No. 50/2018*.
- **Plucker J. A., Beghetto R. A., & Dow G. T.** (2004). Why Isn't Creativity More Important to Educational Psychologists? Potentials, Pitfalls, and Future Directions in Creativity Research. *Educational Psychologist*, 39(2), 83–96.
- **Runco M. A., & Jaeger G. J.** (2012). The Standard Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96.
- **Sacco P. L.** (a cura di) (2004). *Cultura e creazione del valore. Processi formativi e nuovi modelli di sviluppo per le economie post-industriali*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- **Sacco P. L., Santagata W., & Trimarchi M.** (2005). *L'arte contemporanea italiana nel mondo. Analisi e strumenti*. Milano: Skira.
- **Shao Y., Nijstad B. A., & Täuber S.** (2019). Creativity and Culture: A Two-Way Interaction. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 50(8), 1097–1109.
- **The Measuring CCS Consortium** (2022). *Final Report - Measuring the Cultural and Creative Sectors in the EU*. [S.l.: s.n.].

<https://www.measuring-ccs.eu/wp-content/uploads/2022/11/The-Measuring-CCS-Consortium-publishes-the-Final-Report-Measuring-the-Cultural-and-Creative-Sectors-in-the-EU.pdf> (Visitato il 15 ottobre 2025).

- **Throsby D.** (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- **Trimarchi M.** (2005). *Economia e cultura. Organizzazione e finanziamento delle istituzioni culturali*. Milano: Franco Angeli.
- **Towse R.** (2010). *A Textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- **UNESCO Institute for Statistics** (2024a). *2025 Unesco Framework for Cultural Statistics. Part I: Concepts and Definitions*. Montreal: UIS.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395490> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **UNESCO Institute for Statistics** (2024b). *2025 Unesco Framework for Cultural Statistics. Part II: Classifications guide*. Montreal: UIS.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395491> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **UNCTAD** (2022). *Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries*. [S.l.: s.n.].
https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **UNCTAD** (2024a). *Advancing the measurement of the creative economy, A revised framework for creative industries and trade*. Ginevra. [S.n.].
https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d1_en.pdf (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **UNCTAD** (2024b). *Creative Economy Outlook 2024*
https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_ch01_en.pdf (Visitato il 25 febbraio 2026).
- **UNESCO** (2002). *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. Records of the General Conference, 31st session, Paris, 15 October to 3 November 2001, v. 1: Resolution, 61–64*. [S.l.: s.n.].
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687.page=67> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **UNESCO** (2022). *Re|Shaping Policies for Creativity – Addressing culture as a global public good*. Paris: UNESCO.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **UNESCO** (2025a). *2025 Unesco Framework for Cultural Statistics. Part I: Concepts and Definitions*. Montreal: UIS.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395490> (Visitato il 15 ottobre 2025).

- **UNESCO** (2025b). *2025 Unesco Framework for Cultural Statistics*. Part II: Classifications guide. Montreal: UIS.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000395491> (Visitato il 15 ottobre 2025)
- **UNESCO, UNDP** (2013). *Creative Economy Report*. Paris: UNESCO, New York: UNPD.
- **Unione Europea** (2023). *Creative Europe 2021-2022: monitoring report*. Publications Office of the European Union.
<https://data.europa.eu/doi/10.2759/561008> (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Unioncamere** (2024). *Imprese e professioni culturali e creative. I fabbisogni professionali e formativi delle imprese culturali*. Indagine 2024 di Unioncamere e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. Sistema Informativo Excelsior, Roma. [S.l.: s.n.].
https://excelsior.unioncamere.net/sites/default/files/pubblicazioni/2024/Imprese_culturali.pdf (Visitato il 15 ottobre 2025).
- **Valentino P. A.** (2013). L'impresa culturale e creativa: verso una definizione condivisa. *Economia della Cultura*, 23(3), 273–288.
- **Wu Y., Yiyang W., Yunye Y., Pengcheng A.** (2022). Dancing with the Unexpected and Beyond: The Use of AI Assistance in Design Fiction Creation. *Proceedings of the Tenth International Symposium of Chinese CHI (Chinese CHI '22)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 129–140.

8.2. Indice delle figure

Figura 1. L'occupazione culturale in Europa.	20
Figura 2. L'occupazione culturale in Europa negli ultimi anni.	21
Figura 3. L'occupazione maschile e femminile in Europa.	22
Figura 4. Stanziamento economico del Ministero della cultura.	33
Figura 5. Gli investimenti relativi al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.	34
Figura 6. Domande presentate e beneficiari del sub-investimento 3.3.2 del PNRR.	36
Figura 7. Domande presentate e beneficiari del sub-investimento 3.3.4 del PNRR.	36
Figura 8. Una delle attività promosse dal Desk Italia Europa Creativa.	39
Figura 9. Il finanziamento del MiC agli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano.	41
Figura 10. Percentuale del finanziamento erogato per tipologia di beneficiari ricadenti negli ambiti CC del presente Piano.	42
Figura 11. Finanziamento medio erogato negli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano.	43
Figura 12. Il finanziamento da parte dei Dipartimenti del MiC agli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano.	44
Figura 13. Percentuale del finanziamento erogato da parte del DiT negli ambiti oggetto del presente Piano.	45
Figura 14. Percentuale del finanziamento erogato da parte del DiVa negli ambiti oggetto del presente Piano.	47
Figura 15. Percentuale del finanziamento erogato da parte del DiAC negli ambiti oggetto del presente Piano.	49
Figura 16. Percentuale delle risorse assegnate ai progetti dei 4 Dipartimenti del MiC.	76
Figura 17. Fondo per il potenziamento della cultura italiana all'estero. Risorse assegnate nel triennio 2025-2027.	77

8.3 Indice delle tabelle

Tabella 1. Valore aggiunto delle imprese culturali e creative.....	20
Tabella 2. Le professioni culturali e creative e il mercato del lavoro	24
Tabella 3. Le competenze maggiormente richieste nel settore.....	25
Tabella 4. L'impegno economico del Mic negli ambiti culturali e creativi oggetto del presente Piano.....	41
Tabella 5. Forma giuridica dei beneficiari finanziati negli ambiti oggetto del presente Piano	42
Tabella 6. Il finanziamento medio per ambito	43
Tabella 7. Gli ambiti culturali e creativi finanziati dal Dipartimento per la Tutela nell'anno 2024.....	45
Tabella 8. Gli ambiti culturali e creativi finanziati dal Dipartimento per la Valorizzazione del Patrimonio culturale nell'anno 2024	46
Tabella 9. Gli ambiti culturali e creativi finanziati dal Dipartimento per le Attività Culturali nell'anno 2024	48
Tabella 10. Confronto tra aiuti ai beneficiari ICC sul totale degli aiuti	54
Tabella 11. Analisi dei principali 20 bandi con aiuti destinati a ICC per Amministrazione concedente	55
Tabella 12. Mappatura Incentivi MIMIT aperti ad inizio 2026 con descrizione e beneficiari	56
Tabella 13. Mappatura Incentivi MIMIT aperti ad inizio 2026 con dettagli operativi e link..	58
Tabella 14. Risorse assegnate ad ogni Dipartimento nell'ambito del Fondo per il potenziamento della cultura italiana all'estero	76

8.4 Cronoprogramma delle attività

Attività in corso a sostegno dell'intero ecosistema delle imprese culturali e creative

						Inizio del Piano																																							
						25/11/2025																																							
						Progressi riferiti a:																																							
						nov-25																																							
						Periodi:		2025												2026										2027															
						2	per mese	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D		
SOGGETTO GESTORE	OBIETTIVO	ATTIVITÀ IN CORSO	DESCRIZIONE	DOTAZIONE	PROGRESSO	INIZIO	FINE																																						
MIC	1. Sviluppo del settore e sinergie dei programmi e degli strumenti finanziari	PNRR MIC3 I 3.3.1	Capacity building e transizione digitale delle ICC	10.000.000,00 €	80%	2022	31/12/2026																																						
		PNRR MIC3 I 3.3.2	Transizione digitale delle ICC	115.000.000,00 €	80%	2022	31/12/2026																																						
		PNRR MIC3 I 3.3.3	Capacity building e transizione ecologica delle ICC	10.000.000,00 €	80%	2022	31/12/2026																																						
		PNRR MIC3 I 3.3.4	Innovazione e progettazione eco-compatibile per le ICC	20.000.000,00 €	80%	2022	31/12/2026																																						
		DESK ITALIA EUROPA CREATIVA	Desk nazionale in Italia sul Programma Europa Creativa	445.000,00 €	50%	2014	n.d.																																						
MIMIT	2. Innovazione e sperimentazione tecnologica	LIBRO VERDE SULLA POLITICA INDUSTRIALE	Politica industriale e futuro del Made in Italy	n.d.	10%	2025	n.d.																																						
MIM	3. Formazione finanziaria e gestionale	PIANO NAZIONALE DELLE ARTI	Misure e finanziamenti per realizzare percorsi scolastici sui temi della creatività	n.d.	50%	2017	n.d.																																						
MIC	4. Sviluppo delle opere dell'ingegno e tutela della proprietà intellettuale	Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore	Competenza in materia di diritti d'autore; Comitato Consultivo Permanente per il diritto d'autore	n.d.	10%	n.d.	n.d.																																						
MIC	5. Studi, ricerche ed eventi in ambito nazionale	Accordo di collaborazione MIC/STAT	Studio degli organismi culturali e creativi in Italia	300.000,00 €	100%	25/11/2022	25/11/2025																																						
	6. Promozione e valorizzazione del settore	Promozione delle attività culturali	Promozione delle attività in materia di spettacolo, cinema, creatività contemporanea, libro e lettura	n.d.	10%	n.d.	n.d.																																						
				155.745.000,00 €																																									

Attività previste a sostegno dell'intero ecosistema delle imprese culturali e creative

Inizio del Piano Progressi riferiti a:						25/11/2025		2025												2026												2027																							
						nov-25																																																	
						Periodi:		2	per mese																																														
SOGGETTO GESTORE	OBIETTIVO	AZIONE	ATTIVITÀ PREVISTA	DOTAZIONE 2025-2027	PROGRESSO	INIZIO	FINE																																																
MIC	1. Sviluppo del settore e sinergie dei programmi e degli strumenti finanziari	1.1 Attuazione di uno strumento finanziario del PN Cultura	PN CULTURA 2021-2027 AZIONE 1.3.1	151.710.000,00 €	20%	2025	2029																																																
		1.2 Contributo agli investimenti	Attuazione Legge Made in Italy art. 29	8.100.000,00 €	20%	2025	n.d.																																																
		1.3 Agevolazioni per il settore culturale e creativo	Incremento degli strumenti finanziari disponibili	n.d.	1%	2025	n.d.																																																
MAECI/MIC		1.4 Internazionalizzazione	Fondo per il potenziamento della promozione della cultura e della lingua italiana all'estero per il triennio 2025-2027	19.617.444,00 €	33%	2025	2027																																																
MIMIT/MIC	2. Innovazione e sperimentazione tecnologica	2.1 Analisi dei fabbisogni e priorità per il settore	SWOT Analysis	n.d.	0%	2027	n.d.																																																
MIMI/MIC	3. Formazione finanziaria e gestionale	3.1 Accrescere le competenze	Percorsi di formazione finanziaria e gestionale	n.d.	0%	2027	n.d.																																																
MIC/SAIE	4. Sviluppo delle opere dell'ingegno e tutela della proprietà intellettuale	4.1 Rafforzare la tutela del diritto d'autore	Giornate di formazione e orientamento per giovani autori	n.d.	0%	2027	n.d.																																																
MIC	5. Studi, ricerche ed eventi in ambito nazionale	5.1 Migliorare le statistiche culturali	Favorire la ricerca, l'analisi dei dati e la divulgazione scientifica	n.d.	1%	2025	n.d.																																																
	6. Promozione e valorizzazione del settore	6.1 Istituzione dell'Albo delle imprese culturali e creative di interesse nazionale	Attuazione Legge Made in Italy art. 25	n.d.	25%	2024	n.d.																																																
		6.2 Valorizzare i marchi storici e gli archivi d'impresa	Attuazione Legge Made in Italy art. 26	n.d.	15%	2025	n.d.																																																
		6.3 Tutelare i diritti sulle opere dei creatori digitali	Attuazione Legge Made in Italy art. 27	n.d.	25%	2024	n.d.																																																
		6.4 Salvaguardia dell'autenticità storica delle opere musicali, audiovisive e librarie	Attuazione Legge Made in Italy art. 28	n.d.	25%	2024	n.d.																																																
		6.5 Giornata nazionale del Made in Italy	Attuazione Legge Made in Italy art. 3	n.d.	20%	2024	n.d.																																																
MIMIT/MIC																																																							
MIC		6.6 Promuovere la creatività contemporanea	Lezioni di creatività contemporanea	n.d.	25%	2024	n.d.																																																
				179.427.444,00 €																																																			

Sostegno ai diversi ambiti di attività entro cui operano le imprese culturali e creative*

AMBITO	COMPETENZA DIRETTA	ATTIVITÀ PRINCIPALI	DESCRIZIONE	DOTAZIONE MIC 2024
ARCHITETTURA E RIGENERAZIONE URBANA	DIREZIONE GENERALE CREATIVITÀ CONTEMPORANEA	Laboratorio di creatività contemporanea	Sostegno e promozione di nuovi centri culturali italiani nati da progetti di rigenerazione partecipata	35.606.433,42 €
ARTI VISIVE	DIREZIONE GENERALE CREATIVITÀ CONTEMPORANEA	Italian Council; Piano per l'arte contemporanea	Promozione alla produzione, alla conoscenza e alla disseminazione della creazione contemporanea italiana; finanziamento di proposte finalizzate all'incremento delle collezioni museali pubbliche italiane	13.353.562,39 €
ARTIGIANATO ARTISTICO	DIREZIONE GENERALE CREATIVITÀ CONTEMPORANEA	n.d.	n.d.	n.d.
AUDIOVISIVO (inclusi Cinema e videogiochi)	DIREZIONE GENERALE CINEMA E AUDIOVISIVO	Tax Credit, contributi selettivi (bandi) e automatici, Piano straordinario, Film d'Essai, Fondi ad hoc	Sostegno alla creazione, alla produzione, alla distribuzione e alla diffusione delle opere cinematografiche e audiovisive	1.188.093.283,00 €
DESIGN	DIREZIONE GENERALE CREATIVITÀ CONTEMPORANEA	Premio Barcellona; Italian Design Day	Sostegno a giovani designers e promozione del design italiano all'estero	32.947.700,00 €
EDITORIA E LETTERATURA	DIREZIONE GENERALE BIBLIOTECHE E DIRITTO D'AUTORE - CENTRO PER IL LIBRO E LA LETTURA	Contributi al funzionamento delle biblioteche non statali non di pertinenza regionale; Fondo per il diritto di prestito pubblico; Contributi Piano nazionale d'azione per la promozione della lettura	Finanziamenti a biblioteche di enti privati non a fini di lucro; pagamento dei diritti d'autore a fronte dell'attività di prestito nelle biblioteche; finanziamenti per la realizzazione di programmi incentivanti la lettura sul territorio nazionale	15.199.956,51 €
FOTOGRAFIA	DIREZIONE GENERALE CREATIVITÀ CONTEMPORANEA	Piano strategico della fotografia; Avviso pubblico "Strategia fotografia"	Sostegno alle eccellenze italiane nel campo della fotografia	3.581.664,56 €
MODA	DIREZIONE GENERALE CREATIVITÀ CONTEMPORANEA	Premio Stoccolma	Sostegno a giovani fashion-designers	25.000,00 €
MUSICA	DIREZIONE GENERALE SPETTACOLO	Fondo Nazionale Spettacolo dal vivo	Sostegno e promozione delle attività liriche e musicali (Fondazioni Lirico-Sinfoniche, Teatri di Tradizione, Istituzioni concertistico-orchestrali (ICO), Imprese Liriche	295.941.232,00 €
PATRIMONIO CULTURALE	DIREZIONE GENERALE ARCHEOLOGIA, BELLE ARTI E PAESAGGIO - DIREZIONE GENERALE MUSEI; ISTITUTO CENTRALE PER IL PATRIMONIO IMMATERIALE	Percorsi didattici e museali; programma "Testimoni viventi"; esposizione permanente dei calchi Fonderia Chiurazzi; prodotti multimediali; rassegne e attività di promozione e valorizzazione	Allestimenti, esposizioni, restauri di opere d'arte e reperti archeologici	46.007.746,74 €
SPETTACOLO DAL VIVO	DIREZIONE GENERALE SPETTACOLO	Fondo Nazionale Spettacolo dal vivo	Sostegno alla produzione e programmazione negli ambiti del teatro, della danza, del circo e dello spettacolo viaggiante; finanziamento a progetti multidisciplinari ed azioni Trasversali (quali la promozione nazionale ed internazionale, tournée all'estero, residenze artistiche ed azioni di sistema); sostegno a Fondazioni e Accademie; contributi ai Carnevali storici	172.873.104,97 €
				€ 1.803.629.684

* Nella tabella non sono incluse le risorse destinate al PNRR e al PN Cultura. Le risorse fanno riferimento esclusivamente al finanziamento delle attività svolte prevalentemente da soggetti privati profit e non profit negli ambiti culturali e creativi.