

COMUNICATO STAMPA

PRESENTATI A MILANO I RISULTATI DELL'INDAGINE INTESA SANPAOLO-MEDIOCREDITO ITALIANO SULLE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE

- **Presentati a Milano i risultati dell'indagine sulle imprese culturali e creative condotta dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo, in collaborazione con Mediocredito Italiano e grazie al supporto di alcune delle principali associazioni di categoria del settore (AESVI, AGIS Lombardia, AIE, Federculture e Federvivo) e della Fondazione Fitzcarraldo.**
- **Dall'indagine, che ha coinvolto 119 soggetti, emerge un settore vivo ed ottimista: oltre la metà degli intervistati si aspetta una crescita dei livelli di attività della propria impresa. Capitale umano qualificato e innovazione sono alla base del passato successo e fattori considerati trainanti per il futuro.**
- **Buona propensione ad investire: il 67,2% farà investimenti anche nei prossimi 3 anni, il 28,8% in maniera significativa. Se in passato si è privilegiato l'aspetto legato ai processi di digitalizzazione dell'offerta, per il futuro appare centrale l'investimento in marketing e comunicazione.**
- **Risulta centrale il tema delle risorse finanziarie: oltre la metà delle imprese ricorre a finanziamenti bancari, soprattutto credito a medio lungo termine per lo sviluppo della propria attività. Le imprese "chiedono" strumenti finanziari adeguati e interlocutori qualificati in grado di comprendere le loro specificità.**

Milano, 1 ottobre 2019 - La Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo e Mediocredito Italiano hanno presentato oggi i risultati dell'indagine sulle imprese culturali e creative, un mondo ampio e variegato che include spettacolo dal vivo, musei, editoria, musica, produzioni video e cinematografiche etc.. Questa realtà occupa complessivamente in Italia circa 830mila persone (il 3,6% degli occupati nazionali). L'indagine è stata condotta nel periodo febbraio-maggio 2019, con la collaborazione della Fondazione Fitzcarraldo e di alcune delle principali associazioni di categoria del settore (AESVI, AGIS Lombardia, AIE, Federculture e Federvivo).

Il Rapporto, illustrato da Gregorio De Felice Chief Economist di Intesa Sanpaolo e da Stefano Firpo Direttore Generale di Mediocredito Italiano, evidenzia una buona vivacità delle imprese culturali e creative. Su un campione di 119 aziende intervistate, emerge che l'82,4% degli intervistati ha dichiarato di aver realizzato degli investimenti negli ultimi 3 anni e, di queste aziende, circa un terzo dichiara di averlo fatto in maniera significativa. Le imprese creative hanno investito soprattutto in nuovi prodotti e nel marketing, mentre le imprese culturali hanno indirizzato i loro investimenti nella digitalizzazione delle attività e nella riqualificazione delle strutture.

Non solo. Le imprese culturali e creative si dimostrano anche molto dinamiche. Basti pensare che oltre la metà delle imprese si aspetta un aumento delle attività nel biennio 2019-2020 e oltre il 60% dei soggetti dichiara che investirà, in particolare in comunicazione e marketing. Fattori trainanti anche in futuro saranno la presenza di capitale umano qualificato e l'innovazione (sia di prodotto che tecnologica), riconosciuti come fondamentali per determinare le performance del settore.

Ma per continuare a crescere, in un contesto altamente incerto, occorre rafforzare le fonti di finanziamento. E in questa ottica il ruolo della Banca diventa fondamentale, proprio perché oltre la metà degli intervistati dichiara che per il proprio sviluppo occorrono in maniera prioritaria finanziamenti a medio lungo termine, con durate e modalità di rimborso adeguate alla propria attività. Le imprese culturali e creative, data la peculiarità del settore, chiedono figure con competenze specifiche e prodotti ad hoc, per migliorare la relazione con la banca.

Dichiarazione di Gregorio De Felice, Chief Economist Intesa Sanpaolo: “Le imprese culturali e creative rappresentano un volano fondamentale, sia per l’impatto diretto sull’occupazione, mediamente più giovane e qualificata, sia per il contributo alla capacità innovativa e creativa e alla coesione sociale. Abbiamo pertanto voluto, insieme ai colleghi del Mediocredito Italiano, esplorare meglio questo mondo complesso e variegato, focalizzando l’attenzione sui fabbisogni finanziari di queste imprese. Maggiori risorse sono cruciali per favorirne la crescita, in un contesto di forti cambiamenti. Dall’analisi emerge come si tratti di un settore con prospettive in crescita e buona propensione ad investire: oltre la metà delle imprese si aspetta un aumento delle attività nel biennio 2019-2020 e oltre il 60% dei soggetti dichiara che investirà in particolare in comunicazione e marketing. Fattori trainanti per lo sviluppo futuro saranno la presenza di capitale umano qualificato e l’innovazione, sia di prodotto che tecnologica”.

Dichiarazione di Stefano Firpo, Direttore Generale di Mediocredito Italiano: “Nel loro sviluppo pesa l’incertezza dei contributi pubblici per le imprese culturali e in modo più trasversale il peso della burocrazia e il difficile accesso alle risorse. La mancanza di finanziamenti è particolarmente sentita assieme anche ad un contesto complesso fatto tanto di minacce quanto di opportunità a causa del profondo cambiamento nelle modalità di fruizione di beni e servizi culturali e creativi. Per sostenere lo sviluppo di questo settore particolare occorrono soluzioni finanziarie dedicate, capacità di valutazione dei molti asset immateriali e interlocutori bancari specializzati”.

Intesa Sanpaolo

Intesa Sanpaolo è una delle più solide e profittevoli banche europee. Offre servizi bancari commerciali, di corporate investment banking, di gestione del risparmio, asset management e assicurativi. È la principale Banca in Italia con circa 12 milioni di clienti serviti attraverso i suoi canali digitali e tradizionali. Le banche estere del Gruppo contano 7.2 milioni di clienti in Est Europa, Medio Oriente e Nord Africa. Intesa Sanpaolo è riconosciuta come una delle banche più sostenibili al mondo.

Per il Gruppo creare valore significa essere motore di crescita per la società e l'economia. In campo ambientale, ha creato un fondo di € 5 miliardi destinato all'economia circolare. Promuove progetti rilevanti di inclusione economica e riduzione della povertà, tra cui un fondo di impatto per € 12 miliardi di finanziamenti a categorie di soggetti con difficoltà di accesso al credito. Intesa Sanpaolo è fortemente impegnata in attività culturali proprie e in collaborazione con altri soggetti in Italia e all'estero, incluse esposizioni permanenti e temporanee del suo vasto patrimonio artistico presso le Gallerie d'Italia, i musei del Gruppo a Milano, Napoli e Vicenza.

Sito internet: group.intesasanpaolo.com | News: <https://www.intesasanpaolo.com/it/news.html> | Twitter: @intesasanpaolo | Facebook: @intesasanpaolo | LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/intesa-sanpaolo> | Instagram: @intesasanpaolo

Per Informazioni:

Intesa Sanpaolo
Media Corporate e Investment Banking e Media Internazionali
06 67125297
stampa@intesasanpaolo.com

Indagine Intesa Sanpaolo - Mediocredito Italiano sulle imprese culturali e creative

Sintesi dell'indagine

Il settore culturale e creativo¹ è sempre più riconosciuto come fattore cruciale per la crescita economica e sociale delle comunità, sia per l'impatto diretto sia per il contributo allo sviluppo di asset fondamentali nell'attuale contesto competitivo come la capacità innovativa e creativa, la coesione sociale, il senso di appartenenza e la fiducia reciproca.

Secondo i dati Eurostat, nel 2018, oltre 8,7 milioni di persone nell'UE28 lavorano nei settori culturali e creativi pari al 3,8% del totale: in Italia il peso sull'occupazione, mediamente più giovane e qualificata, è del 3,6% in lieve aumento rispetto al 2008, evidenziando una maggiore capacità di resistenza nella fase di crisi recente. È un settore estremamente composito, dai contorni assai frastagliati, costituito in larghissima prevalenza da PMI, sia di storica tradizione sia di recente costituzione, con un numero significativo di start-up soprattutto tra le imprese creative.

Considerando il ruolo che possono avere come leva di sviluppo della nostra economia, risulta importante analizzare più nel dettaglio il mondo delle imprese culturali e creative, focalizzando l'attenzione sui fabbisogni finanziari di questi soggetti, un tema poco esplorato dalle indagini e dagli studi esistenti ma che appare cruciale per favorirne la crescita, in un contesto di forti cambiamenti che richiedono investimenti e risorse.

L'eterogeneità delle imprese afferenti a questo settore, che - accomunate dal valore culturale che esprimono - rispondono spesso a logiche economiche ben diverse tra loro, si riflette infatti anche sui fabbisogni finanziari, che risultano specifici per ciascuna tipologia di attività. A fianco a imprese ben strutturate finanziariamente, si trovano infatti soggetti con limitate risorse e che spesso soffrono di maggiori difficoltà di accesso ai finanziamenti, condizionati da modelli di business complessi e particolari, lontani da quelli standard e che non risultano di facile lettura e interpretazione per gli investitori e i finanziatori.

L'indagine è stata condotta attraverso l'invio di un questionario, veicolato dalle associazioni di categoria coinvolte, insieme alla Fondazione Fitzcarraldo, nel progetto: AESVI, AGIS Lombardia, AIE, Federculture e Federvivo. Il campione è composto da 119 imprese, prevalentemente appartenenti al settore dello spettacolo dal vivo.

In base alle diverse fonti di ricavo, sono state distinte le imprese culturali (soggetti in cui prevalgono contributi pubblici come fonte di ricavo, circa il 70% del campione) e le imprese creative con modelli di business più vicini a quelli dell'industria e riconducibili alla vendita di prodotti e/o servizi.

Si tratta di imprese altamente dinamiche: l'82,4% delle imprese intervistate ha dichiarato di aver fatto degli investimenti negli ultimi 3 anni e, di queste, circa un terzo dichiara di averlo fatto in maniera significativa. Le imprese creative hanno investito soprattutto in nuovi prodotti e nel marketing, mentre le imprese culturali hanno indirizzato i loro investimenti nella digitalizzazione delle attività e nella riqualificazione delle strutture.

Dall'analisi emerge come si tratti di un settore vivo, con prospettive in crescita e buona propensione ad investire: oltre la metà delle imprese si aspetta un aumento delle attività nel biennio 2019-2020 e oltre il 60% dei soggetti dichiara che investirà in particolare in comunicazione e marketing. Fattori trainanti per lo sviluppo futuro saranno la presenza di capitale umano qualificato e l'innovazione (sia di prodotto che tecnologica).

Nel loro sviluppo pesa però l'incertezza dei contributi pubblici per le imprese culturali e in modo più trasversale il peso della burocrazia e il difficile accesso alle risorse. La mancanza di finanziamenti è particolarmente sentita assieme anche ad un contesto complesso di minacce e opportunità in cui stanno profondamente mutando le abitudini culturali e le modalità di fruizione di beni e servizi culturali e creativi.

Oltre la metà dei soggetti intervistati dichiara di fare ricorso a fonti finanziarie esterne all'impresa, quota che sale al 60,5% nel caso delle imprese culturali. La fotografia sugli strumenti finanziari utilizzati se da un lato evidenzia come per entrambe le categorie di soggetti emerga il ruolo del credito bancario, dall'altra mostra come per le imprese culturali siano rilevanti anche altri strumenti: contributi su progetti e sponsorizzazioni fra tutti.

¹ Il settore secondo la definizione Eurostat include le attività creative, artistiche e d'intrattenimento, il settore relativo alle biblioteche, archivi, musei e altre attività culturali, il settore della produzione e programmazione delle attività radiodiffusive, cinematografiche, video e televisione, di registrazione del suono, il settore delle attività di design specializzate.

L'analisi sulle necessità delinea un quadro simile per le imprese culturali e per quelle creative: oltre la metà degli intervistati dichiara che per il proprio sviluppo occorrono in maniera prioritaria finanziamenti a medio lungo termine, con durate e modalità di rimborso adeguate alla propria attività. La necessità di strumenti a medio lungo termine potrebbe essere legata anche alla tipologia di attività che spesso è programmata su periodi pluriennali. Il 64% delle imprese del campione ha infatti un'attività soggetta a cicli di produzione e/o investimenti che vanno oltre l'esercizio finanziario (67,4% le imprese culturali, 54,5% le imprese creative).

Tra i fabbisogni finanziari si osserva anche l'importanza del finanziamento a breve, mentre ha un peso meno rilevante il ricorso al capitale di rischio, indipendentemente dal settore di attività.

Un ulteriore aspetto affrontato nell'indagine è legato alla relazione con la Banca, analizzando sia i principali ostacoli che le imprese culturali e creative possono incontrare nel rapporto con le istituzioni finanziarie sia gli strumenti una Banca potrebbe predisporre per sostenere gli specifici fabbisogni di questi soggetti.

Tra le principali esigenze espresse dalle imprese emerge la necessità di avere strumenti finanziari adeguati e di interlocutori qualificati, in grado di comprendere e rispondere alle loro specificità. Si tratta di soggetti, che proprio per la tipologia di attività, richiedono un approccio non standard e una visione diversa da quella adottata per la valutazione del sistema delle imprese in generale, e che necessitano di interlocutori in grado di comprendere queste particolarità. Questi elementi emergono allo stesso modo tra imprese culturali e creative, anche se per queste ultime spicca il dato sulla necessità di valorizzare gli asset immateriali, tema centrale in sede di valutazione del merito creditizio.

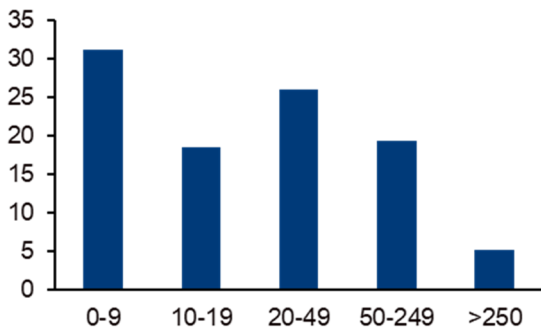
L'analisi dei flussi di cassa ci permette di cogliere meglio la sostenibilità finanziaria di questi player. Emerge in questo caso una netta differenza tra le due tipologie di imprese. Per le imprese creative oltre il 57% dei soggetti dichiara che i propri flussi di cassa sono sufficienti per sostenere un ulteriore indebitamento, a fronte di una quota del 21% circa che esprime invece un'insufficienza. Tra questi solo il 3% pensa che i flussi siano insufficienti a sostenere anche il debito presente. Per le imprese culturali invece emerge invece un quadro più fragile, che evidenzia le maggiori tensioni di questi soggetti dal punto di vista finanziario.

D'altro canto anche se emerge un'importante differenza tra questi player nella gestione dei flussi di cassa, che evidenziano una maggiore sostenibilità finanziaria per le imprese creative, rispetto alle imprese culturali è pur vero che quest'ultime dimostrano vitalità e longevità per spiegare le quali non sono sufficienti le tradizionali logiche su cui si basa la concessione del credito, rafforzando la necessità di trovare linguaggi comuni e interlocutori specializzati, in grado di comprendere le peculiarità di questi soggetti.

A questo proposito, è interessante analizzare anche la risposta in merito agli strumenti che una Banca può mettere in campo per venire incontro ai bisogni delle imprese culturali e creative. Emerge su tutti la necessità di aver una figura di riferimento con competenze specifiche, in grado di cogliere le specificità del settore, e che riflette in parte quanto osservato nell'analisi sui principali ostacoli nella relazione con la banca. Le imprese culturali esprimono inoltre la necessità di un check up specialistico della propria struttura.

Un campione prevalentemente di piccole e piccolissime imprese

Fig. 1 Distribuzione delle imprese del campione per classe di addetti



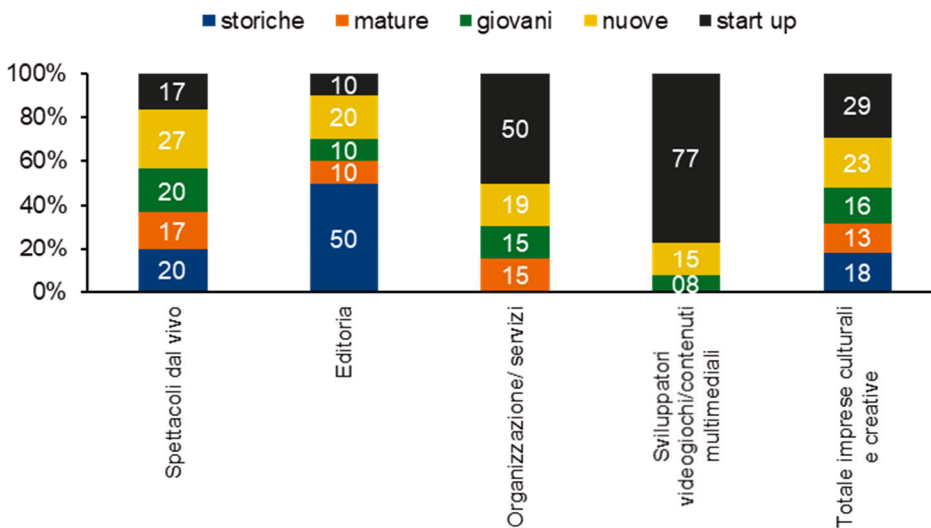
La maggior parte delle imprese intervistate appartiene al settore degli Spettacoli dal vivo

Fig. 2 Composizione del campione per attività (%)



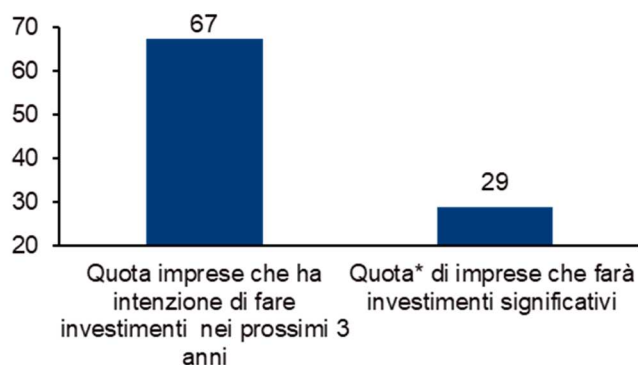
Oltre la metà delle imprese nate dopo il 2000

Fig. 3 Classificazione delle imprese per anno di costituzione (%)



Imprese dinamiche e intenzionate ad investire

Fig. 4 Quota di imprese che farà investimenti nei prossimi 3 anni (%)



Necessità soprattutto di finanziamenti a medio lungo termine

Fig. 5. Il vostro sviluppo necessita prevalentemente di ...



L'importanza di una figura di riferimento con competenze specifiche

Fig. 6 Quali strumenti una banca potrebbe predisporre per meglio aiutarvi?

