



Programma Nazionale Cultura (FESR) 2021-2027 (Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia)

Priorità 1 – Ampliamento dell'accesso al patrimonio digitale e rafforzamento della competitività delle imprese culturali e creative
Obiettivo specifico 1.3 – Rafforzare la crescita sostenibile e la competitività delle PMI e la creazione di posti di lavoro nelle PMI, anche grazie agli investimenti produttivi

Azione. 1.3.1 - Promuovere la nascita, la crescita e il posizionamento competitivo delle imprese nei settori culturali e creativi

Comparto Musica

Documento curato da Ales S.p.A con il contributo di Antonino Marcellino

Il Ministero della Cultura, **in vista** della pubblicazione degli avvisi previsti ai fini dell'attuazione dell'**Azione 1.3.1. del Programma Nazionale (PN) Cultura 2021-2027**, intende promuovere un confronto con gli *stakeholder* del settore culturale e creativo tramite la condivisione, in modalità digitale, della presente scheda finalizzata a mettere in comune informazioni relative al profilo della filiera e ai suoi fabbisogni, contenente, altresì, una proposta di misure per il suo sostegno.

L'Azione, di seguito illustrata, è rivolta alle imprese culturali e creative, le cui attività si basano su valori culturali, espressioni artistiche ed altre espressioni creative individuali o collettive, operanti nei settori quali architettura e design, moda e artigianato artistico, audiovisivo (inclusi film, televisione, videogiochi e multimedia, radio), patrimonio culturale tangibile (come archivi, biblioteche e musei) e immateriale, musica, arti dello spettacolo (quali teatro, danza ed altre arti performative), arti visive e fotografia, letteratura, libri ed editoria.

Con lo scopo di definire strumenti attuativi dell'azione idonei ad intercettare al meglio i fabbisogni e le aspettative delle imprese, esaminata la presente scheda, gli *stakeholder* possono sottoporre le loro riflessioni e suggerimenti, compilando l'apposito formulario scaricabile dal sito.

1. FINALITÀ GENERALI E OBIETTIVI SPECIFICI DELL'AZIONE 1.3.1 DEL PN CULTURA

L'Azione 1.3.1 intende assicurare il rafforzamento delle imprese culturali e creative esistenti e operanti nelle regioni meno sviluppate (Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna), nonché la **nascita di nuove imprese** culturali e creative, attraverso il **sostegno a nuovi progetti e iniziative culturali**, che **stimolino un crescente mercato pubblico e privato** e che promuovano il **rafforzamento delle specifiche filiere** in cui è articolato il comparto.

Al fine di definire la giusta demarcazione con i programmi regionali, evitando possibili effetti di competizione tra le azioni previste dalle programmazioni di titolarità dei diversi livelli istituzionali, il PN prevede un sostegno focalizzato sulle specifiche filiere del settore le cui imprese potranno fare ricorso non solo al regime de *minimis*, ma anche ai regimi in esenzione secondo il Regolamento generale di esenzione (GBER), distinguendosi in tal modo dalle forme di aiuto più "generalista".

L'Azione sarà attuata mediante uno strumento finanziario combinato, ai sensi degli art. 58-62 del Regolamento (UE) 2021/1060, che prevede come forme di sostegno un mix di prestiti, sovvenzioni e sostegno non finanziario per l'acquisto di servizi specialistici e qualificati connessi al progetto di investimento, tra cui servizi di supporto tecnico ai destinatari dei finanziamenti per l'avvio e la realizzazione degli investimenti. Ciò allo scopo di garantire un più efficace rafforzamento delle capacità di azione degli operatori privati cui si rivolge l'Azione, i quali - pur operando sul mercato - sono notoriamente soggetti a fragilità e instabilità in termini di domanda e possibilità di accesso al credito.

Saranno finanziati progetti imprenditoriali proposti, in forma singola o aggregata, da micro, piccole e medie imprese - ivi incluse le società cooperative di cui all'art. 2511 e seguenti del codice civile - e da imprese sociali, soggetti del Terzo Settore, associazioni e fondazioni, che svolgono attività economica, costituite da oltre 5 anni (imprese esistenti) oppure costituende/constituite da meno di 5 anni (nuove imprese), aventi sede operativa nelle regioni

meno sviluppate e operanti nelle filiere afferenti ai seguenti 8 ambiti:

1. Musica
2. Audiovisivo (inclusi: film/cinema, televisione, videogiochi, software e multimedia, radio)
3. Teatro, danza e altre arti performative
4. Patrimonio culturale materiale e immateriale (inclusi archivi, biblioteche e musei)
5. Arti visive (inclusa fotografia)
6. Architettura, Design
7. Letteratura ed editoria
8. Moda, Artigianato artistico.

L'Azione 1.3.1 prevede il sostegno finanziario a progetti imprenditoriali afferenti alle seguenti tipologie:

- a) progetti di investimento quali **acquisizione di mezzi di produzione e insediamento di nuove attività** che favoriscano l'integrazione di filiera nell'ambito dei settori culturali e creativi interessati;
- b) progetti di **sviluppo di nuovi processi e servizi** da parte di imprese culturali e creative che connettano la conoscenza del territorio e la produzione culturale;
- c) progetti di **innovazione organizzativa** delle imprese promotrici, in grado di promuovere il lavoro di qualità, anche per attrarre e trattenere sul territorio capitale umano già formato.

L'azione prevede, altresì, un sostegno non finanziario (c.d. sovvenzione non finanziaria) per l'acquisto di servizi specialistici e qualificati connessi al progetto di investimento, tra cui servizi di supporto tecnico nella forma del tutoraggio tecnico-gestionale.

2. LO STATO DELL'ARTE, I FABBISOGNI E LE PRIORITÀ DI AZIONE

2.1 Lo stato dell'arte del comparto

Possiamo suddividere il comparto **Musica** in 4 categorie di attori:

- gli individui specializzati nella produzione e che rappresentano il sistema di offerta di beni e servizi (ad es. cantanti in ambito lirico e cameristico, corale e/o di altri generi musicali; musicisti/strumentisti di stili accademici classici e non accademici quali jazz, pop, rock; compositori/arrangiatori di generi e stili diversi; direttori d'orchestra, di banda e di coro; direttori artistici, manager in campo musicale e teatrale-musicale; musico-terapeuti; esperti in restauro di beni sonori e accordatori; professionisti tecnici del suono; esperti di inquinamento acustico, ecc.)
- i soggetti privati che contribuiscono al sistema della domanda e dell'offerta (ad es. proprietari di spazi culturali e non per la musica dal vivo e riprodotta, per residenze artistiche, ecc.);
- gli Enti del Terzo Settore che operano a cavallo tra i sistemi della domanda e dell'offerta e si occupano in larga misura di attività di produzione, quali festival e rassegne concertistiche (ad es. associazioni, fondazioni, cooperative, imprese sociali, ecc.);
- le imprese for profit che supportano il sistema produttivo e/o articolano il sistema distributivo (ad es. agenzie di rappresentanza e distribuzione; editori musicali; service tecnici

in ambito fonico e dell'ingegneria del suono; studi di registrazione; ditte di trasporto e allestimento; costruttori di strumenti musicali elettronici e acustici, ecc.).

Per una visione occupazionale del settore sono utili i dati che riguardano sia le posizioni previdenziali attive (cfr. le statistiche INPS dell'[Osservatorio lavoratori dello spettacolo e dello sport](#), per inquadrare il numero complessivo dei professionisti della musica suddivisi per aree geografiche), sia i dati dei diplomati nei conservatori e negli istituti musicali (docenti e studenti) e il loro tasso di occupazione (MUR/AFAM e MIUR dati <https://ustat.mur.gov.it/>). I dati INPS (cfr. cit. statistiche INPS, per gli anni 2019 – 2023), suddivisi per aree geografiche (rilevando le seguenti qualifiche professionali selezionabili: *canto, direttori e maestri di orchestra, concertisti/concertiste orchestrali, lavoratori/lavoratrici autonomi esercenti attività musicali*), mostrano per il Sud e le Isole i valori di occupazione più bassi a livello nazionale: Nord Ovest 28%, Nord Est 25%, Centro 23%, Sud 16% e Isole 8%.

Va tenuto conto che le specifiche relative alle professioni musicali (classificazione ISCO-08: musicisti, cantanti, compositori, insegnanti di musica, ma anche liutai e accordatori di strumenti musicali) e i codici ATECO non distinguono fra musica classica e altri generi musicali, non rendendo così possibile estrapolare il numero di professionisti che lavorano nell'ambito dei diversi linguaggi ed espressioni musicali.

L'analisi delle attività relative al settore della “**musica dal vivo**” appare in diversi rapporti pubblicati annualmente (ad es. Federculture, Fondazione Symbola, et alia), come dato aggregato nella sezione “spettacolo dal vivo” o “musica ed audiovisivo”, quindi non è facilmente leggibile il peso che questo settore ha rispetto agli altri generi (ad es. teatro, danza, attività circensi, arti varie, ecc.) per produzione e consumo culturale.

I dati relativi a produzione, diffusione, ricavi e consumi sono disponibili anche nei rapporti SIAE (cfr. <https://www.siae.it/it/rapporto-siae-2023/>). L'ultimo rilevamento evidenzia la netta preponderanza e ripresa del mercato della musica dal vivo (“concerti”), in particolare pop-rock ed anche in modo minore jazz, in termini di fatturato, numero di eventi e presenze. Tra le regioni del Sud Italia (Isole incluse) la Campania si distacca nettamente in termini positivi. Va però evidenziato che nei rapporti SIAE i dati del settore musica (“concerti”) - aggregati per generi diversi (musica classica, leggera, jazz) - rilevano solo i numeri relativi alle attività con ingresso a sbigliettamento, quindi sfuggono tutte le attività musicali a fruizione gratuita, che permetterebbero di avere un quadro più esaustivo in termini di programmazione e di partecipazione del pubblico.

Un settore che appare economicamente rilevante oggi, rispetto al suo mercato di produzione-distribuzione e consumo, è quello della “**musica riprodotta**”. Le nuove tecnologie, hanno contribuito a determinare uno spazio senza soluzione di continuità per l'ascolto della musica e i siti internet sono il primo canale attraverso il quale le persone ascoltano la musica. L'IFPI (*International Federation of the Phonographic Industry*), l'organizzazione che rappresenta l'industria discografica in tutto il mondo, pubblica periodicamente il *Global Music Report - Engaging with Music*, il report che esamina le modalità di consumo musicale nel mondo e nei principali 21 mercati globali. Dal report risulta aumentato il tempo trascorso ad ascoltare la musica: a livello globale i fan ascoltano infatti una media di 18,4 ore a settimana e in Italia il dato sale a 21,9 ore (in crescita rispetto alle 16,3 ore del 2019). I dati sulla musica riprodotta in Italia sono disponibili anche nel rapporto FIMI: il 2023 segna un importante milestone per il mercato discografico italiano, che registra una significativa crescita del 18.8%, per un totale di €440 milioni di fatturato. Segno questo di un'evidente vitalità del mercato della musica in Italia, che mette a segno una delle percentuali di crescita più alte del mondo e si posiziona come terzo

mercato nell'Unione Europea [cfr. *Il mercato discografico italiano*, report FIMI 2024; *Engaging with music*, IFPI 2021].

Nelle sette regioni oggetto della presente Azione, il settore musicale mostra un ricco patrimonio di tradizioni, di talenti emergenti e un'ampia varietà di generi musicali (dalla musica popolare e tradizionale, a quella contemporanea, al jazz e alla classica). Notevole è la presenza di formazioni corali e bande musicali di alta qualità e tradizione storica, che costituiscono uno dei principali attori di diffusione musicale e di aggregazione di comunità sul territorio. A queste formazioni si aggiungono quelle di orchestre autogestite in prevalenza da soggetti privati e con un'attività molto variegata ma spesso occasionale, quindi un universo molto difficile da mappare. A tal proposito va rilevato che, in particolare per la musica classica non esiste un dato statistico completo sui professionisti assunti nelle orchestre italiane o un albo dedicato, né una federazione delle orchestre italiane che raccolga i dati a tappeto.

Rispetto alla distribuzione geografica dei consumi musicali, nel 2023 i “concerti di musica classica/opera” e “altri concerti” registrano nel Sud il 9,7% e nelle Isole il 9,1%, con un discreto miglioramento rispetto all'anno precedente, avvicinandosi alla media delle altre aree geografiche (Centro, Nord-ovest, Nord-est), pur mostrando ancora i dati più bassi rispetto alle altre aree geografiche d'Italia. Per gli “altri concerti di musica” le Isole (con il 17,5 %) risultano ancora quelle con la percentuale più bassa rispetto alle altre aree geografiche, precedute nella classifica territoriale dal Sud con il 20,8% (cfr. *Impresa Cultura*, Federculture). Questi dati indicano che il comparto deve lavorare ancora molto sul pubblico, mettendo in campo strategie di promozione, *engagement* e *out-reach*.

I dati di contesto relativi a produzione e distribuzione (cfr. i rapporti Federculture, Symbola, Dismamusica, FIMI, ecc.) evidenziano la persistenza di una forte frammentazione del tessuto imprenditoriale, che ne limita la crescita e la competitività a livello nazionale e internazionale. In alcune regioni la presenza di imprese è limitata in termini di offerta (in particolare Basilicata e Molise), e generalmente si concentra nei centri urbani principali (ad es. in Sicilia, Sardegna e Calabria). Sono inoltre prevalenti le piccole dimensioni d'impresa a conduzione associativa e cooperativa o artigianale. A fronte di sostegni statali e regionali non indifferenti, vi è ancora una limitata capacità di accesso al credito e alle risorse per l'internazionalizzazione, a fare rete e ad investire in innovazione. Come abbiamo visto, il comparto mostra carenze strutturali nella promozione e nel marketing, ma anche nel management; competenze queste necessarie per attuare processi gestionali innovativi e permettere una crescita in termini di produzione e distribuzione.

La presenza nelle sette regioni di istituzioni pubbliche e private di grande rilievo, quali fondazioni (4 Fondazioni Lirico-Sinfoniche e 4 ICO-Istituzioni Concertistico-Orchestrale), enti di alta formazione artistica e di ricerca, non appare sufficiente a garantire un ecosistema stabile e competitivo. Le imprese di produzione artistica, di registrazione sonora e di editoria musicale mostrano la presenza di capacità creative, ma il comparto è frenato nel suo sviluppo anche dalla carenza di infrastrutture adeguate alla produzione, registrazione e distribuzione musicale. Così artisti e piccole etichette indipendenti faticano a trovare spazi attrezzati per concerti e registrazioni professionali. Limitato risulta l'accesso alle reti di distribuzione e promozione, a livello nazionale e internazionale; mancano strutture consolidate per l'export musicale, sono scarse le strategie di internazionalizzazione.

Le Regioni Sicilia, Calabria e Molise risultano prive di circuiti ufficiali per lo spettacolo dal vivo, tuttavia Molise e Abruzzo sono interessate dall'attività dell'ACS – Abruzzo Molise Circuito Spettacolo. La Regione Puglia ha avviato negli anni scorsi la prima mappatura degli

spazi della musica dal vivo e festival (tramite Puglia Sounds) per lo sviluppo del sistema musicale regionale. Altri tentativi di valorizzare il settore a livello regionale, che però ad oggi non risultano decollati, sono stati promossi dalla Regione Basilicata (il progetto “residenze musicali”, lanciato nel 2021) e dalla Regione Campania (il progetto *Campania Music Commission*, lanciato nel 2021 che doveva portare a una legge regionale sulla musica).

Infine, da valorizzare è anche il settore della produzione di strumenti musicali - qualificato settore di nicchia, espressione ancora oggi del saper fare e della creatività italiana. Dismamusica nel suo rapporto (cfr. *Osservatorio sul mercato degli strumenti musicali 2022* - dati 2021, pubblicati nel feb. 2023) rileva grandi criticità che frenano il comparto e rischiano di fermarne la crescita o rendere ancora più precario il suo futuro: la difficoltà di accesso al credito e di interlocuzione col sistema bancario; la difficoltà nel reperire manodopera (ad es. in molti settori non esiste una scuola di formazione professionale specializzata che formi personale, ma si va “a bottega”); la mancanza di una “rete” di sistema che non rende facile reperire fornitori di buon livello qualitativo, che possano essere adatti alle produzioni di nicchia a costi contenuti. Infine, la pandemia da covid, la guerra intra-europea, la crisi economica, l’impennata inflazionistica, l’aumento dei costi dell’energia e di trasporto, delle materie prime e dei semiconduttori, hanno amplificato le difficoltà del settore. Il rapporto evidenzia quindi le aree da potenziare: ricerca & sviluppo, produzione; manodopera e formazione del personale; sostegno all’export; recupero del mercato interno.

Nonostante le criticità sinteticamente rilevate, il settore musicale – in particolare quello della musica “non classica” - del Centro-Sud e delle Isole mostra fermento culturale, con festival ed iniziative culturali locali che lavorano per la ‘destagionalizzazione’ e cercano di valorizzare i talenti e i territori e incentivare la partecipazione del pubblico, in particolare quello giovanile. Le imprese culturali e creative del comparto musicale rappresentano un settore strategico anche per lo sviluppo sociale ed economico dei territori, potendo contribuire all’attrattività e alla valorizzazione delle risorse territoriali delle regioni in oggetto, ricche di patrimoni storici e paesaggistici unici, oltre a poter contribuire significativamente alla coesione sociale, alla qualità della vita e alla creazione di nuove opportunità di impiego.

2.2 I fabbisogni del comparto

Il comparto musicale nelle regioni del Centro-Sud e Isole necessita di interventi mirati per superare le criticità esistenti rilevate e rafforzare la sua competitività.

Prioritaria è la necessità di rafforzare le competenze tecniche e manageriali e l’innovazione nel settore, promuovendo percorsi di affiancamento, formazione e specializzazione in gestione culturale, marketing musicale e nuove tecnologie. Il comparto ha bisogno di implementare la conoscenza e capacità d’uso degli strumenti disponibili sul mercato per la digitalizzazione della produzione e distribuzione, migliorare la presenza degli artisti sulle piattaforme di *streaming*, l’uso di tecnologie avanzate per la promozione, l’uso dell’Intelligenza Artificiale (AI). Serve ampliare le occasioni di sperimentazione e contaminazione anche con altri linguaggi artistici e creativi. Particolare attenzione dovrebbe essere riservata ai sistemi di “AI generativa” applicati alla musica, che rappresentano una potenziale rivoluzione per il settore e una decisa opportunità, così come tutte le tecnologie che hanno trasformato in passato l’industria musicale.

Fondamentale è mettere in campo strategie per facilitare l’export musicale e l’accesso ai circuiti internazionali, attraverso la partecipazione a eventi e fiere di settore per generare network tra artisti, etichette, promotori e istituzioni, determinanti per la crescita del settore, il confronto di esperienze/competenze e la condivisione delle opportunità. Prioritaria, in prospettiva di

sostenibilità del comparto, è da considerarsi la capacitazione imprenditoriale per l'accesso ai finanziamenti: imprese e artisti necessitano di competenze manageriali e gestionali per accedere agli strumenti finanziari messi a disposizione dalla pubblica amministrazione a livello regionale e nazionale, ma anche a livello europeo. Strumenti operativi e competenze che permettano alle imprese culturali e creative del comparto di scegliere soluzioni di finanziamento 'mirate' (ad es. che combinino sovvenzioni, prestiti agevolati e strumenti di sostegno anche non necessariamente finanziario).

Serve al comparto un investimento sul potenziamento e sull'innovazione delle infrastrutture: spazi adeguati alla nuova creazione musicale, quali studi di registrazione e luoghi per sperimentare, creare e presentare la musica dal vivo in modo innovativo, con una attenzione e cura della qualità e spazialità del suono, integrando le tecnologie oggi disponibili che permettono anche una fruizione inclusiva dell'esperienza musicale.

È inoltre sicuramente utile investire nel trasferire competenze al comparto per attivare azioni di sistema che permettano un approccio integrato con il settore del turismo, come in alcune delle regioni in oggetto già si fa (cfr. la Sicilia dove l'Assessorato al Turismo eroga i finanziamenti alla musica e all'intero comparto dello spettacolo dal vivo, con azioni trasversali tramite il supporto di agenzie), rendendo più efficaci le azioni di network, programmazione e promozione, così da stimolare la crescita di nuovi servizi, nuove imprese e nuovi sbocchi occupazionali per il settore.

Infine, le regioni del Centro-Sud e Isole, nell'ambito musicale hanno da secoli vissuto la contaminazione data dall'incontro con le altre culture del Mediterraneo. Da questo incontro, che ancora oggi vede diverse realtà culturali di questi territori attive nello scambio culturale con i paesi in particolare della sponda sud del Mediterraneo, possono emergere ulteriori occasioni di contaminazione e co-progettazione, su cui investire in modo più continuativo per rinnovare e arricchire i propri linguaggi e le proprie narrazioni.

2.3 Le priorità per il comparto rispetto alle tipologie di progetti previsti dall'azione 1.3.1 del PN Cultura

Tipologie progetti (come da az. 1.3.1)	Priorità per la filiera
a) progetti di investimento quali acquisizione di mezzi di produzione e insediamento di nuove attività che favoriscano l'integrazione di filiera nell'ambito dei settori culturali e creativi interessati	- potenziamento delle strutture e rifunzionalizzare gli spazi (in aree urbane e periferiche) per dedicarli alla creazione, produzione e diffusione musicale, favorendo l'integrazione delle filiere locali; - innovazione nella digitalizzazione per la sperimentazione di nuovi modelli di business anche <i>multiservice</i> (ad es. modelli di business che sfruttano le tecnologie dell'IoT quali l'<i>everything as-a-service</i>, il <i>data-driven business model</i>, il <i>platform business model</i>, il <i>servitization business model</i>, ecc.); - applicazione di tecnologie per la fruizione e produzione musicale, per la modernizzazione del comparto, quali i sistemi di "AI generativa".
b) progetti di sviluppo di nuovi processi e servizi da parte di imprese culturali e creative che connettano la conoscenza del territorio e la produzione culturale	- uso delle tecnologie digitali utili a valorizzare il legame con il territorio nella distribuzione e promozione della musica per favorire lo sviluppo di modelli innovativi di business; - processi/prodotti integrati con il comparto turistico per i centri urbani, aree interne e siti UNESCO (quali piattaforme digitali integrate con l'e-commerce), per sviluppare e potenziare la diffusione e il consumo della musica; - progetti di partnership intersettoriale (ad es. con locali notturni, bar, ristoranti) per una integrazione della musica nell'ecosistema

	economico, così da inglobarla nelle politiche urbane (ad es. i <i>night-time plan</i>: https://www.europeanmusicpolicyexchange.eu/night-time-economy); - progetti musicali integrati alle azioni di valorizzazione del patrimonio e degli spazi della cultura, con il tessuto imprenditoriale locale e il marketing territoriale.
c) progetti di innovazione organizzativa delle imprese promotrici, in grado di promuovere il lavoro di qualità, anche per attrarre e trattenere sul territorio capitale umano già formato	- scambi di buone pratiche con <i>case history</i> di successo per attivare ‘nuovi’ ed efficaci modelli organizzativi per le imprese musicali e migliorare le competenze degli operatori culturali di settore; - tutoraggio manageriale per intercettare strumenti finanziari ‘mirati’ utili a facilitare la sostenibilità economica delle imprese; - integrazione di competenze di management dell’innovazione sociale utili alla creazione e gestione di progetti e network a vocazione territoriale trans-settoriale; - progettazione ‘trasversale’ come scambio di idee e interventi fra professionisti del settore musicale con altri comparti per favorire l’integrazione di filiere culturali e creative; - acquisizione di competenze e strumenti tecnico-manageriali per attivare progetti nell’ambito del <i>wellness</i> culturale; - implementazione delle competenze narrative (<i>story telling</i>) rispetto al patrimonio musicale della tradizione e delle identità culturali dei territori, per contribuire al posizionamento delle imprese con competitività sui mercati regionali, nazionali e internazionali.



**COESIONE
ITALIA 21-27**

CULTURA