



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 Moda e artigianato artistico

Documento curato da Ales S.p.A con il contributo di Ariane Bieau

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

➤ MODA

Il settore tessile, moda e accessori, nonostante gli alti e bassi principalmente dovuti al periodo della pandemia da Covid, rimane un pilastro del Made in Italy, sia in termini di valore economico, che di creatività e di identità culturale. Nel 2023 il sistema moda occupava nel suo complesso oltre 600mila addetti, distribuiti su circa 60mila imprese, con un fatturato complessivo di oltre cento miliardi (cfr. dati Camera Nazionale della Moda, 2024). Si evidenzia una struttura produttiva polverizzata, sul piano numerico, nella quale predominano le imprese in forma singola o libero professionale o autonoma (il 54,3%), insieme alle società di persone che rappresentano il 12,4% del totale. Le restanti imprese sono suddivise tra società a responsabilità limitata (il 31%) e società per azioni per l'1,6% (cfr. dati Assolavoro, DataLab 2024). Il settore, tendenzialmente in crescita economica, deve oggi attrezzarsi per due sfide principali: l'eco-sostenibilità e le nuove tecnologie. Nel 2026 si prevede inoltre che serviranno fino a 90mila nuove figure, dai modellisti, agli e-commerce e *sustainability manager* (cfr. *Atlante delle Imprese Culturali e creative in Italia*, Enciclopedia Treccani, 2023).

L'Italia vanta un patrimonio di eccellenza culturale, competenze e talenti riconosciuti a livello internazionale. Questo settore rappresenta un esempio emblematico di integrazione tra creatività e manifattura: nel tempo, la moda italiana ha saputo trasformarsi da alto artigianato a

produzione industriale grazie a un modello che ha intrecciato design, cultura e innovazione produttiva sviluppando e strutturando le proprie filiere. Per comprendere l'evoluzione attuale del settore è utile superare il concetto di filiera produttiva lineare e adottare quello di “ecosistema intersettoriale” in cui manifattura, creatività e servizi si contaminano reciprocamente.

Negli ultimi due decenni il sistema moda italiano ha attraversato profondi cambiamenti, tra cui l'ascesa di grandi gruppi leader e la rivoluzione del sistema distributivo (monomarca ed e-commerce). Tuttavia il comparto è caratterizzato da una forte frammentazione con la prevalenza di un tessuto imprenditoriale che si compone di piccole e micro imprese (individui, imprese individuali o familiari, ETS, cooperative, ecc.). Questa configurazione è ancor più evidente nelle regioni del Centro-Sud e Isole, dove si riscontrano difficoltà ad integrare la filiera insieme a una maggiore fragilità economica e strutturale, con un'incidenza più alta della precarietà lavorativa. Tale situazione riduce l'attrattività del settore, come le opportunità lavorative soprattutto per i giovani, rendendo più complesso il consolidamento di strategie di sviluppo a lungo termine.

Un elemento distintivo delle sette regioni in oggetto è la crescente sensibilità verso la sostenibilità ambientale, grazie all'uso di materiali locali e naturali, spesso in sinergia con il settore agricolo, come nel caso della produzione di tessuti a filiera corta. Questa transizione verso modelli più responsabili e circolari rafforza ulteriormente l'integrazione tra cultura, innovazione e sviluppo territoriale, definendo così un'identità specifica del settore moda nel Mezzogiorno sulla quale fare leva per garantirne lo sviluppo.

Nel contesto attuale, il settore moda sta passando - come detto - da una struttura a filiera consolidata a un “ecosistema intersettoriale”, in cui il valore risiede sempre più nella collaborazione trasversale con diversi settori culturali (ad es. quelli di architettura, design, artigianato artistico, fotografia e audio-visivo, arti visivi, patrimonio culturale, ecc.). Per le caratteristiche del settore nelle regioni del Centro-Sud e Isole, questo nuovo paradigma favorisce modelli di sviluppo più flessibili e resilienti, capaci di rispondere alle sfide contemporanee attraverso processi di innovazione condivisa, contaminazione creativa e valorizzazione delle competenze territoriali, in grado di generare nuove attrattività e opportunità di occupazione per le nuove generazioni.

➤ **ARTIGIANATO ARTISTICO**

Il comparto si configura come il punto di incontro tra arte e tradizione artigianale. Comprende tutte le professioni che si occupano della progettazione, realizzazione e commercializzazione di prodotti unici, con un elevato valore estetico e culturale. I manufatti dell'artigianato artistico sono frutto di lavorazioni manuali eseguite con tecniche tradizionali e integrate, ove necessario, con le innovazioni tecnologiche. Questi oggetti, al contrario del comparto della moda (inteso nella sua dimensione industriale), sono realizzati con metodi artigianali che escludono processi industriali in serie, mantenendo intatta la singolarità e la creatività dei prodotti. Il comparto include diverse specializzazioni, come la lavorazione del legno, dei metalli, della ceramica, del vetro, della carta e la produzione di strumenti musicali. Ogni manufatto è, quindi, un'espressione tangibile della cultura materiale che unisce estetica, tradizione e capacità tecniche in un prodotto di alto valore artistico, estetico e culturale.

In Italia l'artigianato artistico rappresenta una risorsa significativa, non solo dal punto di vista culturale, ma anche economico. Il Paese vanta oltre un milione di imprese artigiane, pari al 30%

del totale nazionale, con una netta prevalenza di microimprese: oltre il 95% delle imprese artigiane occupa meno di 10 addetti e il 79% degli occupati è impiegato in piccole realtà aziendali (cfr. *Studio Artigianato artistico*, Confartigianato Imprese, 2024). Geograficamente la concentrazione maggiore di attività artigianali si trova nel Centro-Nord, con regioni come Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna a farla da padrone. Al contrario, le regioni del Centro-Sud e Isole, pur mostrando segnali di crescita, soffrono di una maggiore marginalità territoriale, economica e strutturale. Questa differenza incide sulla capacità delle imprese di svilupparsi e accedere a mercati più ampi e alla distribuzione dei prodotti al di fuori dei territori locali. Le regioni meridionali rimangono più isolate e meno referenziate, nonostante il loro forte potenziale culturale e creativo. Tuttavia il comparto, anche nel Meridione, continua a rappresentare un elemento distintivo per il Paese, in grado di generare valore culturale, sociale ed economico a livello locale e internazionale e che sarebbe ulteriormente potenziato da una messa in rete.

Le figure professionali impiegate nel comparto dell'artigianato artistico sono caratterizzate da un alto livello di specializzazione tecnica e artistica, con un forte focus sulla manualità, la precisione e la capacità creativa. Questi professionisti possiedono competenze avanzate nella lavorazione dei materiali, con una propensione all'aggiornamento continuo per adattarsi alle nuove tecniche e alle esigenze del mercato. La capacità di integrare le tecniche tradizionali con innovazioni moderne è fondamentale per il successo del comparto, permettendo così alle imprese di mantenere una posizione competitiva, preservando l'autenticità e l'identità dei loro prodotti.

Tradizione, competenze digitali e ricerca tecnologica, propri dell'artigianato artistico di oggi, sono alla base della creazione di prodotti innovativi. La crescente esigenza di nuovi processi e tecnologie produttive apre, così, nuove opportunità sia per la distribuzione, che per la commercializzazione a livello locale e internazionale, ulteriormente facilitate dall'e-commerce. Per sua natura, questo comparto si apre facilmente alle collaborazioni trasversali con altri settori culturali-creativi (ad es. moda, patrimonio culturale, architettura, design, fotografia e audiovisivo, ecc.). Queste contaminazioni stanno generando una rinnovata, anche se da potenziare ulteriormente, attrattività del settore presso i giovani, aprendo così opportunità di occupazione anche in aree più remote e marginali.

2.2 I fabbisogni del comparto

A livello nazionale, i comparti della moda e dell'artigianato artistico condividono fabbisogni generali prioritari legati all'internazionalizzazione, all'innovazione e all'aggiornamento professionale e manageriale, accompagnati dalla necessità di un miglior accesso ai finanziamenti e di una semplificazione burocratica.

Moda e artigianato artistico rispondono a sistemi organizzativi diversi e in evoluzione con fabbisogni specifici: da filiera a ecosistema per la moda, da ambito diffuso a reti per l'artigianato artistico.

Tuttavia, per quanto riguarda le sette regioni oggetto dell'Azione, i fabbisogni si arricchiscono di esigenze specifiche di strutturazione, di *capacity building* e sostenibilità, legate alle caratteristiche di un tessuto economico frammentato, come abbiamo rilevato, composto principalmente da piccole e micro imprese.

In generale e non nella prospettiva esclusiva dell'attuazione dell'Azione 1.3.1 del PN Cultura, si rilevano i fabbisogni su cui attivare azioni utili a contribuire attivamente alla dinamica di

sviluppo generale dei due comparti e offrire un supporto di sistema più ampio, in particolare agendo nell'ambito dell'aggiornamento professionale e manageriale:

- allineare le richieste di occupazione con l'offerta dei percorsi formativi di base e di eccellenza
- promuovere il comparto presso i giovani e incentivare l'occupazione giovanile
- acquisire nuove competenze
- attivare processi di formazione continua e *capacity building*
- trasmettere i saperi tradizionali e integrare l'innovazione
- trasferire forti competenze nella trasformazione digitale e nelle nuove tecnologie, in particolare nell'e-commerce e nell'IA.

Specificatamente ai fabbisogni a cui può rispondere l'Azione 1.3.1., i comparti moda e artigianato artistico hanno in comune le seguenti esigenze:

a) nell'ambito della strutturazione e dell'organizzazione

- sostenibilità finanziaria, principalmente attraverso l'accesso al credito e a finanziamenti differenziati
- attrezzature tecniche (ad es. acquisizione di materiali tecnici o software)
- disponibilità di spazi ad affitti agevolati
- sostegno finanziario e/o agevolazioni per l'attivazione di posti di lavoro, in particolare per giovani e donne
- modello di sviluppo a reti, sia locali che internazionali (ad es. reti di commercializzazione)
- accesso ad accompagnamento personalizzato (ad es. servizi o tutoraggio di esperti di altri settori).

b) Nell'ambito della ricerca e innovazione

- innovazione tecnica, tecnologica e digitale
- innovazione strategica e organizzativa
- innovazione dei processi
- ricerca di materiali, processi e filiere eco-sostenibili, economia circolare e di prossimità

Va inoltre considerata la necessità di attivare in parallelo misure-ombrello quali la formalizzazione di:

- “hub creativi” a livello regionale o macro-regionale (sul modello dei *Co-location Centers* del programma *EIT Culture & Creativity*), dedicati alla contaminazione e alla trasversalità dei settori culturali-creativi, punti focali d'informazione e di risorse, di scambio e di confronto, di aggregazione e di promozione, di creatività e di *open innovation*, operando così da acceleratori di sviluppo;
- “voucher Go & See” di mobilità esplorativa, a livello nazionale e internazionale (sul modello del programma *Culture moves Europe*), per favorire la scoperta e gli scambi di saperi tra pari, di tecniche ed esperienze, innescando così la strutturazione di nuovi partenariati commerciali;
- “Creatività Meridiana” (ispirato al *Pensiero meridiano* di Franco Cassano), promossa come identità culturale e creativa a sé nelle regioni Centro-Sud e Isole, tramite *label* e premi, assieme ad altri incentivi di attrattività o mantenimento di talenti, sull'onda della recente tendenza *#Southworking*.

Volendo analizzare i fabbisogni specifici della moda, possiamo inoltre rilevare, per quanto riguarda la commercializzazione e l'internazionalizzazione, le seguenti necessità:

- la partecipazione a fieri, saloni e meeting (nazionali e internazionali di settore)
- maggiori connessioni inter-regionali della filiera nazionale Sud/Nord e Nord/Sud

- il potenziamento dell'e-commerce
- lo sviluppo di filiere eco-sostenibili
- lo sviluppo di un ecosistema produttivo integrato con gli altri settori culturali-creativi affini (ad es. turismo, artigianato artistico, design, architettura, audio-visivo, fotografia, arti visive, ecc.).

Per quanto riguarda invece l'artigianato artistico, ulteriori specifici fabbisogni nell'ambito della promozione e commercializzazione sono:

- la partecipazione a fieri, saloni e meeting (nazionali e internazionali di settore)
- la creazione di reti e circuiti di manifestazioni commerciali settoriali, inter-settoriale e trans-settoriali
- l'accesso al riconoscimento di premi o *label* nazionali e internazionali
- lo sviluppo dell'e-commerce
- l'internazionalizzazione del mercato (includendo la mobilità e i partenariati nazionali e internazionali)
- la promozione e messa in rete con i settori culturali-creativi affini (ad es. turismo, moda, design, mostre, musei, arti visive, ecc.).

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	- strumenti di sostenibilità finanziaria, principalmente attraverso l'accesso al credito e a forme di finanziamento differenziato; - acquisizione di attrezzature (ad es. strumentazioni tecniche o software); - riconversione e dotazione di spazi per l'avvio di nuove attività o l'ampliamento dell'impresa; - affitto di spazi a tariffe agevolate.
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 e creativa;	- sviluppo di processi organizzativi e logistici volti ad agevolare l'impiego di giovani e donne; - ricerca tecnica e tecnologica per la creazione di prodotti innovativi (ad es. attraverso l'uso di software di progettazione CAD, stampanti 3D, realtà aumentata, metaverso, ecc.) e per lo sviluppo di fibre/tessuti o materiali alternativi che producono meno rifiuti durante la fase di produzione e sono durevoli, biodegradabili, riciclabili, rigenerativi e riutilizzabili (come i filati/materiali sviluppati negli ultimi anni da bucce d'arancia, caffè macinato, latte non alimentare, polpa di cellulosa, fibre di seta estratte da ragnatele, fibre riciclate, foglie di ananas, funghi, buccia delle mele, fico d'India, ecc.); - azioni di innovazione di prodotto/servizio (ad es. relative a le caratteristiche dei prodotti offerti, alla costruzione di nuove relazioni con i clienti, all'e-commerce, all'acquisto di nuovi macchinari per la produzione in ottica di efficientamento, ecc.); - ricerca nell'ambito dei materiali / prodotti sostenibili, in ottica di economia circolare e di prossimità; - azioni volte alla connessione Sud/Nord delle piccole e micro imprese con mercato locale per facilitare la loro integrazione nelle filiere di settore strutturate a livello nazionale e il posizionamento di prodotti specifici sui mercati nazionale e internazionale (sul modello della <i>Sicily Fashion Week</i>);

	- azioni di potenziamento dell'e-commerce; - azioni di sviluppo di filiere eco-sostenibili (ad es. filiere a km 0, con materiali locali e produzione in circuiti corti), di decarbonazione ed efficienza energetica (ad es. con riduzioni di trasporti e uso di risorse rinnovabili), di eco-progettazione e di economia circolare (ad es. progetti volti a riusare/riparare/rigenerare/riciclare materiali, sul modello <i>Retex.Green</i>); - azioni di sviluppo dell'ecosistema produttivo in relazione e in cooperazione con i settori culturali-creativi affini (ad es. turismo, artigianato artistico, design, architettura, audiovisivo, fotografia, arti visive, ecc.) per la realizzazione, commercializzazione e promozione di prodotti e servizi (ad es. un progetto audiovisivo per la realizzazione di spot promozionali nel settore moda / artigianato, integrando la valorizzazione turistica del territorio tramite la creazione di itinerari regionali tematici sull'esempio del <i>Toscana Artour</i>; la realizzazione di costumi di scena e scenografie, ecc.); - iniziative di internazionalizzazione del mercato, tra cui la mobilità per avviare e consolidare partenariati nazionali e internazionali (ad es. la partecipazione a fiere, saloni, meeting); - creazione di reti e circuiti per la commercializzazione settoriale, intersettoriale e trans-settoriale.
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	- accompagnamento personalizzato tramite servizi di consulenza o/e tutoraggio nell'ambito della trasformazione digitale, del management e dei processi di gestione (ad es. finanziaria, legale, amministrativa, copyright, ecc.); - azioni di innovazione di processo (ad es. software per la gestione corretta del flusso di materiali, la programmazione efficiente della produzione; il controllo della qualità, la riduzione al minimo degli scarti, la gestione efficiente della catena di fornitura; applicazione di nuovi sistemi di distribuzione, quali il <i>dropshipping</i>; applicazione di processi elaborati in <i>digital twin</i> o, ancora, l'uso di sensoristica dell'<i>Internet of Things</i>); - processi di tracciabilità o <i>label</i> per il riconoscimento nazionale e internazionale dei prodotti dell'artigianato artistico (ad es. la blockchain per la tracciabilità dei prodotti artigianali).



**COESIONE
ITALIA 21-27**

CULTURA