

**Sezione Editoria, Informazione e
Audiovisivo**

**Linee di azione
2024 - 2028**

La Sezione

1

Il Contesto

2

**Gli Obiettivi e le
Azioni**

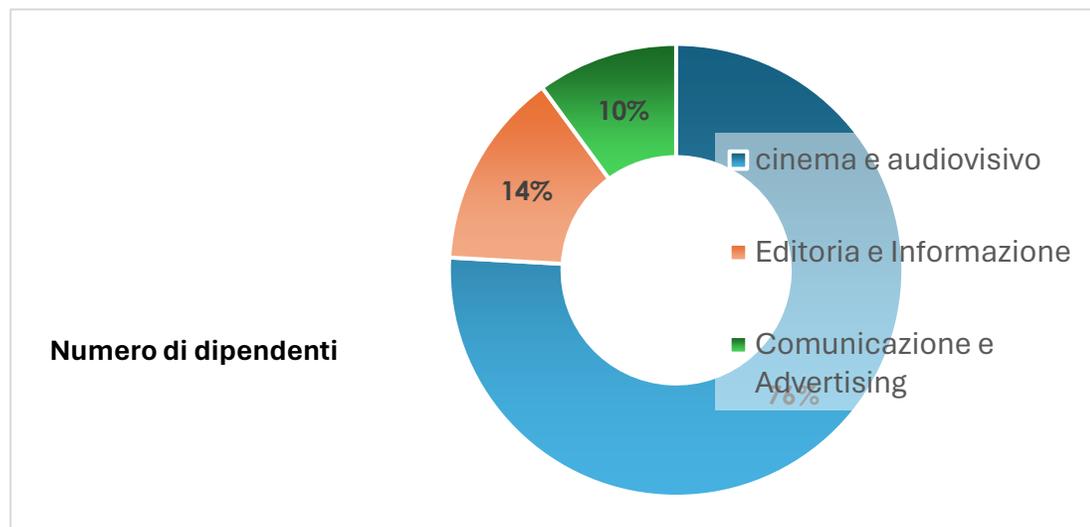
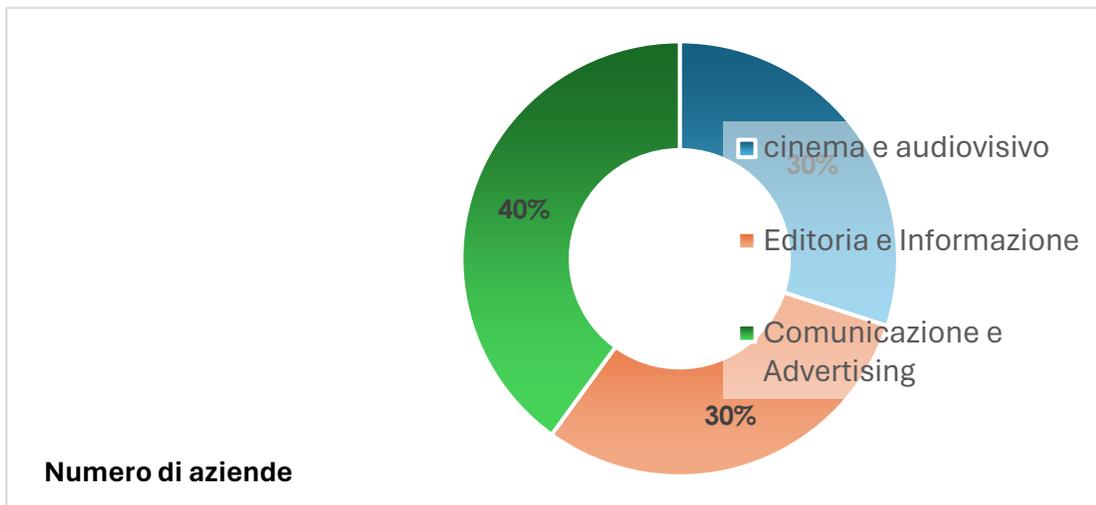
3

Il Networking

4

1. LA COMPOSIZIONE

I settori di riferimento



La Sezione Editoria, informazione e audiovisivo associa **52 aziende per un totale di 3887 dipendenti**

- **L'eterogena composizione** interna si traduce nella presenza preponderante di **PMI**, ma anche di grandi gruppi come **Rai, Mediaset e il Sole 24 Ore**
- **Tre i comparti rappresentati** all'interno della sezione, espressione di filiere creative per loro natura complementari e interconnesse

- 1 Audiovisivo:** produttori cinematografici e televisivi, doppiatori, broadcaster tv e radiofonia
- 2 Editoria e informazione:** editoria libraria, agenzie di stampa, quotidiani, rassegne e sistemi di consultazione
- 3 Comunicazione:** pr e media relation, advertising, social, digital and event agency

LA MISSION ASSOCIATIVA

**PROMUOVERE E SOSTENERE I PROGETTI
DELL'ASSOCIAZIONE**

**FAVORIRE LA PIU' AMPIA PARTECIPAZIONE
DELLE IMPRESE ALLA VITA ASSOCIATIVA**

**FARSI PORTAVOCE DI TEMI, QUESTIONI
STRATEGICHE E PROGETTI PROVENIENTI DALLA
BASE ASSOCIATIVA**

**ESSERE SNODO E COLLEGAMENTO CON LE
ASSOCIAZIONI E FEDERAZIONI DEL SISTEMA**

**PROMUOVERE LA CRESCITA E LO SVILUPPO DEL
SETTORE**



2 IL CONTESTO

Secondo il XIII rapporto annuale di **Fondazione Symbola e Unioncamere «Io sono CULTURA»**, a **livello globale le industrie culturali e creative rappresentano il 3% del Pil** e sono ormai stabilmente considerate un generatore di ricchezza e occupazione.

Grazie all'integrazione tra **cultura e digitale**, accelerata proprio durante la pandemia, l'economia creativa è uno dei settori dell'economia mondiale in più rapido sviluppo **con una crescita media annua del 9%** e un valore aggiunto complessivo generato direttamente e indirettamente dalle imprese di circa **272,9 miliardi di euro**.

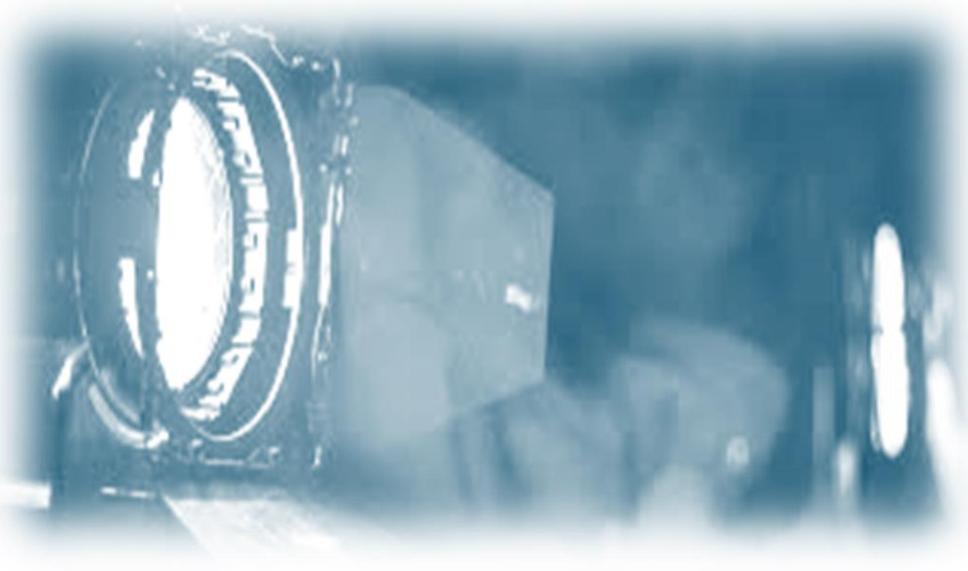
*In Italia, sono **275.318 le imprese** e **37.668** le organizzazioni non-profit che si occupano di cultura e creatività (il 10,4% del totale delle organizzazioni non-profit), per un totale di **1.490.738** di lavoratori della filiera (+3% rispetto al 2021).*

La filiera include i seguenti macro-domini: architettura e design, comunicazione, audiovisivo (cinema, tv,), musica, videogiochi, editoria, performing arts, patrimonio artistico.

L'AUDIOVISIVO: IL POLO DEL LAZIO

L'industria audiovisiva mondiale sta attraversando una fase di rapida evoluzione, con **modalità sempre più evolute e convergenti** di fruizione di contenuti attraverso le grandi piattaforme distributive **dei prodotti audiovisivi (film, serie, musica, videogiochi)**.

In questo contesto, il **Lazio - a fortissima vocazione cinematografica e audiovisiva** - sta vivendo un momento di grande dinamismo, grazie anche agli ingenti investimenti esteri e strutturali degli Studios di **Cinecittà** (sono **262 milioni le risorse previste dal PNRR**), vero e proprio volano per lo sviluppo del territorio.



Le aziende presenti nel Lazio sono **2232 per 10.000 dipendenti ***
(pari al **28%** delle aziende e al **43%** degli addetti in Italia)

Solo a Roma è localizzato il **28% delle imprese attive in Italia** con **9.900 addetti**

Al primo trimestre 2023 I trend post Covid vedono le vendite all'estero di produzioni cinematografiche **made in Lazio** salire a **20 milioni** rispetto ai 9 milioni del 2022, **con un incremento del + 127**

Secondo i dati dell'Osservatorio UNA in collaborazione con l'Università di Pavia, il comparto della comunicazione (**progettazione creativa/strategica, pr e media relation, advertising, social, digital & event agency**) ha prodotto nel 2023 un volume complessivo di **22 milioni di euro**, con un'esplosione sui margini di profitto del **settore PR e Digital Advertising**.
In Italia sono attive **10.538 imprese**.

Il settore è fortemente polarizzato tra di piccole società indipendenti (**oltre il 47% tra 3 e 5 dipendenti e il 39% con >di 3**) e **pochi grandi network internazionali** – composti da medie e grandi imprese – che rappresentano **l'1% e producono il 60% del fatturato**

La Lombardia, in particolare **il milanese** ospita il **47% delle imprese**, con una preponderanza **di grandi e medie (pari al 59%)**.

Il Lazio e in particolare Roma ospita **circa l'11% delle imprese** e rappresenta un polo di attrazione per aziende di **medie dimensioni**

Il modo dell'editoria e della stampa, si estende ed evolve in un contesto in cui **gli editori** sono spinti dall'evoluzione digitale e dai cambiamenti nella fruizione dei contenuti degli utenti, puntando sempre più **su siti responsive**, che si adattano a qualsiasi dispositivo, sulla creazione di **contenuti specifici per la rete** e uso **costante dei social network** e dei media.

Il **libro** rimane presente nei consumi culturali degli italiani, confermandosi al secondo posto tra le ICC in termini di valore aggiunto con 10.842 milioni di euro (superato solo dal settore videogiochi e software con 14.599 milioni di euro). **Il Lazio conta circa 300 case editrici, per 1200 addetti, pari al 20% dell'editoria italiana.** (Focus Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia dell'Ufficio studi AIE)



Per la STAMPA, i dati di scenario fotografano un trend sostanzialmente stabile, grazie soprattutto alla fruizione della **copia digitale**

Sono **31,6 milioni i lettori complessivi** che negli ultimi 30 giorni hanno letto o sfogliato un titolo stampa su carta e/o replica, pari al **60,7% della popolazione dai 14 anni e oltre**



3 GLI OBIETTIVI

- **Porre al centro il valore associativo** attraverso iniziative e progettualità volte ad esaltare la più ampia partecipazione delle imprese alla vita associativa
- **Valorizzare tutte le anime della Sezione** sviluppando attività a supporto **dell'intera filiera creativa**, anche per rafforzare e sviluppare la base delle aziende associate
- **Attivare** percorsi dedicati alla **diversity & inclusion in collaborazione con Enti e Fondazioni**, per promuovere **un accesso equo** alle potenzialità ed opportunità del settore
- **Sensibilizzare la diffusione di buone prassi** nella **gestione sostenibile** delle attività culturali e creative
- **Sostenere il valore dell' internazionalizzazione** del prodotto audiovisivo ed editoriale **e in generale del «talento made in Italy»** attraverso scambi culturali, partnership transazionali con enti e istituzioni

- Organizzare **focus specifici e attività formative per tutte le filiere** volti a:
 - favorire l'innovazione nel settore dei media e della comunicazione, con particolare riferimento **all'impatto ed opportunità dell'AI nel settore dei content creator e dell'audiovisivo**
 - offrire una panoramica esaustiva sugli **aspetti legali e fiscali** connessi alla produzione e distribuzione di contenuti: **diritto d'autore, proprietà intellettuale, crediti d'imposta**
 - sostenere l'«**animazione dei talenti**» nel mondo dell'**industria creativa**, attraverso programmi dedicati di mentorship
- Promuovere **grandi eventi dedicati alla filiera**, come ad esempio il *Premio Film Impresa*, ma anche occasioni di networking, incontro e confronto sui temi caldi del settore
- Rafforzare i **rapporti con l'Europa** per il monitoraggio e la diffusione degli strumenti finanziari (ad es i bandi *Europa Creativa*) destinati a prodotti, processi, servizi o modelli di business innovativi dedicati alle filiere creative

Insieme al Valore Associativo, lo sviluppo del networking rappresenta un asset di primario interesse per la Sezione, attraverso:

- ❑ l'attivazione di **sinergie con le Associazioni di categoria e territoriali del sistema Confindustria** sui temi di interesse prioritario per gli attori della filiera: **Apa, Anica, Aie, Anes** sono solo alcuni degli principali attori che incidono a più livelli sulla filiera creativa
- ❑ lo sviluppo di sinergie con Enti, Istituzioni e Fondazioni per la condivisione di progetti a supporto di artisti, creativi, imprese con particolare riferimento alle **Film Commission**
- ❑ la promozione di **ogni forma di contaminazione e scambio** con le Sezioni e Componenti Unindustria
- ❑ lo sviluppo di iniziative dedicate **all'ampliamento della base soci e alla costruzione di reti cross-settoriali** con aziende e Enti e Fondazioni che afferiscono al settore

