

L'IMPATTO DEGLI EVENTI CULTURALI E DI SPETTACOLO SULL'ECONOMIA DEL TERRITORIO

Indagine Agis e Università Iulm, in collaborazione con Makno

L'impatto sul territorio

Sale cinematografiche, teatri, festival sono in grado di stimolare l'economia del territorio. Infatti, gli eventi culturali, al pari di un'infrastruttura o di un investimento immobiliare, attivano processi virtuosi di incremento della domanda di beni e servizi nel contesto interessato dalla struttura o dalla manifestazione.

Gli effetti economici e occupazionali generati nel contesto urbano dalla presenza di una sala cinematografica o di un teatro o dalla realizzazione di un evento culturale derivano, dunque, in primo luogo dagli investimenti e dalle spese attivati dai gestori e organizzatori, sia pubblici che privati, per la realizzazione della loro attività.

Alle spese di gestione e organizzazione si affiancano le spese degli spettatori per i quali l'uscita al cinema o a teatro diventa occasione di socialità (dall'aperitivo alla cena, al gioco per i più piccoli) o di shopping quando la struttura è in un contesto commerciale naturale (centro città) o in un centro commerciale.

Nel caso dei festival e degli eventi di musica live, poi, hanno particolare rilievo le spese effettuate dai turisti nella località (sempre più spesso, le località) dove si svolge l'attività culturale. In questo caso, le spese sostenute possono anche essere rilevanti e comprendono il soggiorno, il consumo di pasti, spese culturali legate o meno all'evento, shopping e acquisto di prodotti locali, ecc.

Le spese di gestione e organizzazione attivano un circolo economico virtuoso

Ogni euro speso nella gestione di una struttura cinematografica o teatrale genera 1,7 euro di produzione di beni intermedi sul territorio e 2,4 euro di valore aggiunto. Con una spesa complessiva di gestione pari a 13,7 milioni di euro si attivano 23,8 milioni di euro di produzione di beni intermedi, 10,9 milioni di euro di valore aggiunto e 207 unità di lavoro.

Quanto ai festival, 23,9 milioni di spese di gestione innescano 41,2 milioni di euro di produzione, 18,9 milioni di euro di valore aggiunto e 360 unità di lavoro.

Il valore dello spettacolo sul territorio: le spese degli spettatori

Il 68% degli spettatori dichiara che l'uscita per assistere ad uno spettacolo teatrale o cinematografico è in genere un'occasione per altre spese.

Oltre al biglietto di ingresso, l'attività di cinema e teatro genera, infatti, una spesa media a spettatore di 53 euro (cioè 5 volte il prezzo d'ingresso in una sala cinematografica e circa il doppio del prezzo di un ingresso al teatro) che vale complessivamente 5,3 miliardi di euro di spese aggiuntive in beni e servizi. Tutto ciò si traduce sul territorio in 10,8 miliardi di euro di produzione di beni intermedi, 4,7 miliardi di euro di maggior valore aggiunto e 99mila unità di lavoro.

Chi spende e per cosa (dati in euro)

Motivo della spesa	Classi di età							Media
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-75	oltre 75	
Parcheggio	1,2	1,8	2,1	2,0	2,7	5,0	3,0	2,0
Bar	4,3	4,7	7,0	5,9	5,9	4,4	0,0	5,8
Ristorante/pizzeria	9,9	14,4	17,0	20,3	24,0	28,4	20,0	17,6
Shopping	8,5	9,7	22,0	9,1	7,8	16,0	0,0	13,4
Utilizzo sale giochi	1,4	4,3	1,6	0,4	0,6	1,2	0,0	1,7
Acquisti per i bambini	3,5	2,8	6,1	2,0	1,5	4,2	0,0	3,7
Acquisti per me e/o altri familiari	6,7	6,5	9,5	4,4	4,0	14,0	0,0	6,9
Altro	0,3	1,0	4,4	0,0	1,4	7,4	0,0	2,0
Totale	36,0	45,1	69,0	44,0	48,0	81,0	23,0	53,1

Nelle varie categorie di acquisto sono spesso gli spettatori tra i 35 e i 44 anni a confermare una buona capacità di spesa (69 euro pro capite) che è, infatti, decisamente superiore alla media per lo shopping in genere e acquisti per bambini e la famiglia. Gli over 65 spendono invece di più al ristorante (ma anche per il parcheggio e altre spese).

Anche i trasporti generano una spesa in termini prevalentemente di carburante (e poi di parcheggio): il 73% degli spettatori, infatti, raggiunge il cinema o il teatro in auto.

Dove si spende (dati in euro)

Motivo della spesa	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Media
Parcheggio	2,3	1,6	2,3	1,9	2,0
Bar	6,0	5,5	4,5	6,5	5,8
Ristorante/pizzeria	21,9	15,7	15,9	16,8	17,6
Shopping	17,6	11,0	8,8	14,2	13,4
Utilizzo sale giochi	2,8	0,1	1,7	1,6	1,7
Acquisti per i bambini	4,7	0,9	3,8	4,1	3,7
Acquisti per me e/o altri familiari	7,3	4,5	5,3	8,2	6,9
Altro	0,6	3,2	0,6	3,0	2,0
Totale	63,3	42,6	43,0	56,3	53,1

In quasi tutte le motivazioni di acquisto gli spettatori del Nord Ovest superano la spesa media nazionale pro capite, biglietto escluso: la loro spesa complessiva pro capite in relazione all'uscita per il cinema o il teatro è di 63 euro, 10 euro in più rispetto alla media nazionale (53 euro). Tra le altre macro regioni, anche nel Sud e Isole la spesa media risulta superiore di 3 euro pro capite (56 euro).

Per quanto riguarda i festival, la spesa media giornaliera a spettatore (biglietto d'ingresso escluso) è di quasi 66 euro e supera i 200 euro nel caso dei turisti che trascorrono almeno una notte nella località in cui si svolge l'evento. Ciò si traduce nel complesso in circa 182 milioni di euro di spese aggiuntive che generano a cascata 370 milioni di euro di produzione di beni e servizi intermedi, 160 milioni di euro di maggior valore aggiunto e 3mila e 400 unità di lavoro.

In particolare, durante il periodo di soggiorno, lo spettatore di un festival spende in media:

- 28,8 euro pro capite per la ristorazione (ristoranti, pizzerie, punti di ristoro, tavole calde);
- 36,7 euro pro capite in altre attività che vengono svolte in occasione dell'evento come: l'acquisto prodotti tipici o dell'artigianato locale; di libri, guide turistiche, di stampa ed editoria collegata o no allo spettacolo; di merchandising collegato allo spettacolo; l'ingresso a mostre, musei, parchi divertimento; le spese per sport, parchi termali e servizi vari collegati al territorio.

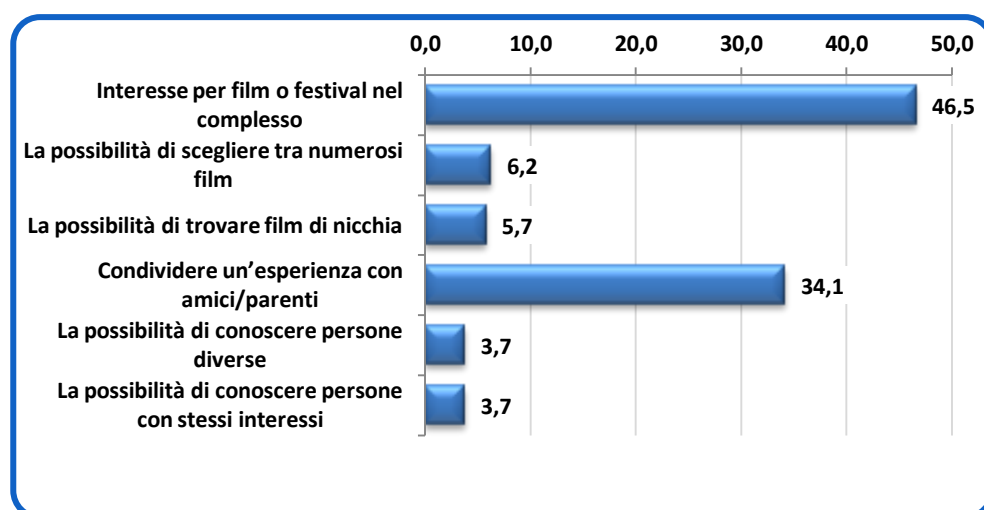
Il cinema in cima alle preferenze

Tra le varie forme di spettacolo il cinema continua ad essere la più seguita: nell'ultimo anno il 97% degli spettatori si è recato almeno una volta in una sala cinematografica e il 94% si dichiara soddisfatto della qualità delle strutture. Tuttavia, la frequenza resta bassa: solo il 20% va al cinema due o più volte alla settimana.

I festival hanno soprattutto un pubblico di affezionati: chi partecipa a questi eventi di solito lo fa più di una volta all'anno.

Lo spettacolo è un'occasione di socialità (il 94% va al cinema con partner, amici o parenti). La motivazione prevalente è l'interesse culturale, ma è apprezzata anche la possibilità di condivisione con parenti o amici.

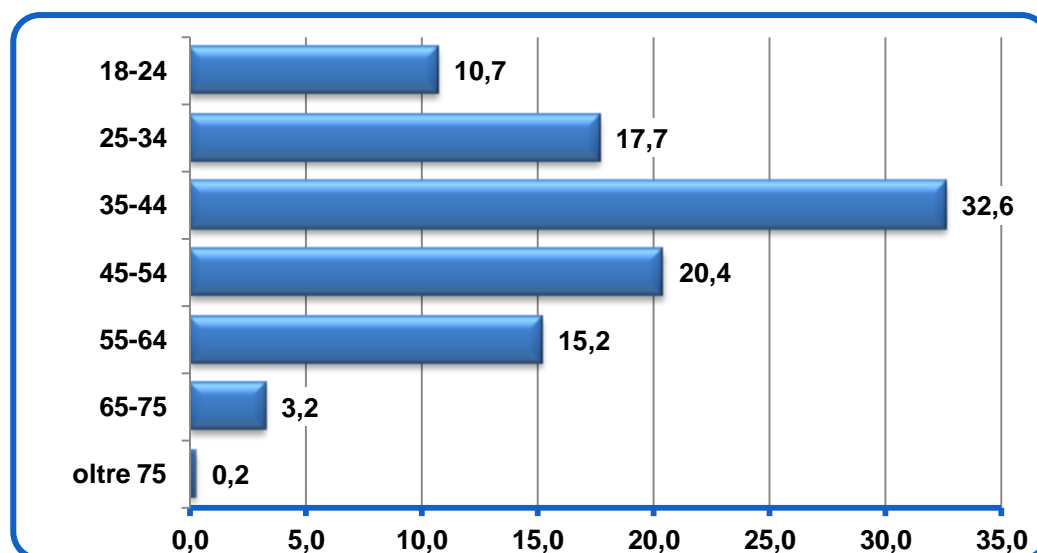
Le motivazioni del pubblico in dettaglio (%)



L'identikit dello spettatore

La maggioranza degli spettatori è compresa nella fascia di età 35-44 anni. Cinema e teatro sono, infatti, frequentati da chi ha già acquisito una certa capacità di spesa. I più giovani rappresentano meno dell'11% degli spettatori mentre dopo i 45 anni la fruizione di spettacoli diminuisce progressivamente sia per maggiori impegni familiari e di lavoro, sia per la difficoltà di raggiungere le strutture quando non sono sotto casa.

Chi va al cinema/teatro (%)



NOTA METODOLOGICA

L'indagine è stata effettuata: A) con raccolta ed elaborazione di dati sulle spese di gestione sostenute da sale cinematografiche, teatri ed organizzazioni di eventi culturali e festival sia fornite da strutture che ricavate da fonti varie, tra cui il Mibact; B) su un campione statisticamente rappresentativo degli spettatori sul territorio nazionale tramite metodo Cawi (oltre 400 interviste a buon fine).