

Non solo spesa al botteghino, ma shopping, trasporti e pasti fuori triplicano la spesa culturale di base. Nei consumi extra degli spettatori, a fronte di 5,3 miliardi di spese, si genera un valore aggiunto annuale da 4,7 miliardi di euro, una produzione aggiuntiva da 10,8 miliardi, oltre a 99 mila unità di lavoro. Allo stesso modo, nei consumi extra degli spettatori dei festival, a fronte di 181 milioni di spese, si genera un valore aggiunto annuale da 160 milioni di euro, una produzione aggiuntiva da 369 milioni, oltre a 3.400 unità di lavoro.

Il 68% degli spettatori intervistati dichiara che l'uscita per il cinema o il teatro diventa occasione per effettuare altre spese. Infatti, oltre al costo dei biglietti di ingresso, si stima una spesa aggiuntiva pro capite media di 53 euro, tra shopping, cene, aperitivi, servizi ecc., un dato oltre cinque volte maggiore al prezzo del biglietto di ingresso al cinema e circa due volte rispetto al biglietto per lo spettacolo teatrale. Considerando l'incremento di valore che si verifica nella produzione e distribuzione di beni e servizi finali fruiti dagli spettatori, rispetto ai beni e alle risorse primarie iniziali, necessarie alla produzione di uno spettacolo, si genera sul territorio un valore aggiunto di 4,7 miliardi di euro. Nel caso della partecipazione a Festival, la spesa aggiuntiva pro capite degli spettatori oscilla tra i 65,5 euro se la partecipazione avviene in giornata e i 200 euro al giorno se lo spettatore è anche turista e pernotta fuori. E il valore aggiunto generato dal turismo legato agli spettacoli ammonta a circa 160 milioni di euro. Anche le spese di gestione delle strutture cinematografiche e teatrali e di organizzazione di festival mettono in moto un analogo volano di sviluppo. Per cinema e teatri il valore aggiunto generato è di circa 11 milioni di euro. Per i festival considerati il valore aggiunto è di 18,9 milioni di euro.

Tra le voci del paniere di spesa dello spettatore di cinema e teatro, al primo posto la c'è la ristorazione per la quale si spendono quasi 18 euro a testa, seguita dallo shopping (24 euro, tra acquisti per i bambini, per sé e/o altri familiari o altro), dalle spese al bar (quasi 6 euro) e dal parcheggio (circa 2 euro). L'auto è usata da oltre il 72% degli spettatori delle sale cinematografiche e teatrali. Oltre il 73% degli spettatori dei festival pernottano fuori con una spesa media di 61,5 euro a notte, il soggiorno diventa, poi, occasione per effettuare altre spese o svolgere altre attività: spendono in media: 28,8 euro per la ristorazione e 36,7 euro in altre spese (acquisto prodotti tipici, prodotti editoriali e merchandising collegato allo spettacolo, servizi offerti in loco, ecc.).

Gli spettatori tra i 35 e i 44 anni confermano una buona capacità di spesa, pari a 69 euro contro la media di 53 euro, concentrati soprattutto in shopping e acquisti per bambini e la famiglia. A sostenere la spesa maggiore per cene e parcheggio sono gli spettatori tra i 65 e i 75 anni (28 euro per il ristorante contro la media di 17,6 euro, e 5 euro per il parcheggio contro la media di 2). A livello territoriale, si spende di più nelle regioni del Nord Ovest (63 euro, 10 euro in più rispetto alla media), meno nel Nord Est (42,6 euro).

Fonte: Ricerca “Misurazione dell'impatto socio-economico che le sale cinematografiche e gli eventi culturali producono nell'economia dei territori” a cura di Agis e Università IULM, novembre 2018.

La Cultura è sinonimo di vitalità di un popolo e può svolgere un ruolo strategico per l'economia di un Paese come l'Italia che è sempre stata e sarà luogo di fermento creativo e artistico; ricco di tradizioni culturali, oltre che di un vastissimo patrimonio artistico culturale e di tantissimi siti Unesco.

Con la cultura si mangia

Domenica, 10 Febbraio 2019 10:27
Di Connie Rizzo

La cultura contribuisce allo sviluppo economico con la produzione di esternalità in una serie di filiere (industria culturale, enogastronomia, artigianato e produzioni tipiche, edilizia di riqualificazione). Non da meno contribuisce anche alla creazione di occupazione dando una via di sbocco ai giovani.

Per poter raggiungere queste finalità è sempre più pressante la necessità di una corretta gestione del patrimonio non solo beni archeologici ed artistici, ma anche paesaggistici e le altre testimonianze della nostra storia ed identità, di poter agevolare i rapporti e le interconnessioni pubblico-privato nell'intento di valorizzazione.