

Giovedì, 2 luglio 2020

**CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA

online



ATTUALITÀ

CON IL COVID-19 LA CULTURA SI SPOSTA SUL DIGITALE

Indagine Impresa Cultura Italia-Confcommercio sugli effetti del lockdown sui consumi culturali degli italiani: cresce la voglia di attività legate al divertimento e al relax, mentre gli spettacoli dal vivo stentano a ripartire. Fontana: "il desiderio di cultura non si è mai spento".



2 luglio 2020

Crescono i consumi televisivi (+47%), la lettura di libri (+14%) e l'ascolto di musica (+7%). Incremento significativo dei consumi e dei servizi culturali digitali: il 34% degli intervistati ha utilizzato in misura maggiore le piattaforme in streaming a pagamento e un lettore su sei ha abbandonato la versione cartacea di quotidiani, riviste e fumetti in favore di quella digitale. Scarso successo per gli spettacoli dal vivo in digitale e flop per le visite virtuali a musei e siti archeologici. Cresce la voglia di attività culturali legate al divertimento (+15 punti percentuali rispetto a dicembre 2019) e al relax (+14 punti). Questi i principali risultati che emergono da un'indagine di **Impresa Cultura Italia-Confcommercio**, in collaborazione con Swg, sugli effetti del Covid-19 e del lockdown per i consumi culturali degli italiani.

Per il presidente di Impresa Cultura Italia-Confcommercio, Carlo **Fontana**, “il digitale è stato il compagno di una fase difficilissima per tutti noi e ha dimostrato di poter essere, utilizzato con sapienza, un ottimo canale di diffusione della cultura. Ma alcune esperienze, come lo spettacolo dal vivo, difficilmente possono essere mediate da uno schermo. Per questo, ferma restando la possibilità di continuare ad utilizzare l’offerta digitale, crediamo che in breve tempo il pubblico tornerà a fruire di cultura dal vivo perché questo desiderio, anche durante il lockdown, non si è mai spento”.