

Mercoledì, 20 gennaio 2021

**CONFCOMMERCIO**
IMPRESE PER L'ITALIA

online



CULTURA

CONSUMI CULTURALI DIMEZZATI NEL 2020

Da dicembre 2019 si è passati da 113 euro di spesa media mensile per famiglia a circa 60 euro di dicembre 2020.



16 gennaio 2021

Un quadro dalle tinte drammatiche quello mostrato dall'Osservatorio di **Impresa Cultura Italia-Confcommercio**, in collaborazione con **Swg**, sui **consumi culturali degli italiani nel 2020**. Una situazione difficilissima, in particolare per gli spettacoli dal vivo bloccati dal lockdown e dalle successive misure di contenimento della pandemia che hanno determinato un **crollo degli spettatori di circa il 90% per cinema, concerti, teatro** e forti riduzioni di spesa, con punte di oltre il 70%, da parte dei consumatori tra dicembre 2019 e settembre 2020.

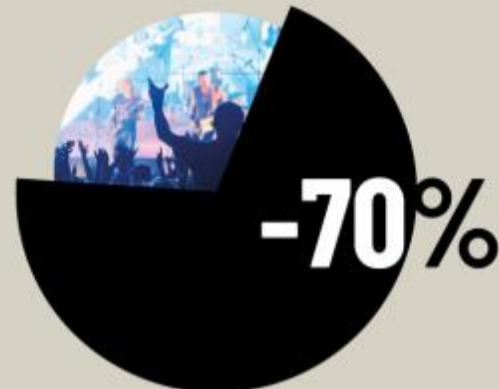
COVID-19: CONSUMI CULTURALI DIMEZZATI NEL 2020



spesa media mensile
a famiglia circa **60 euro**
a dicembre



spesa a settembre
per spettacoli



spettatori a settembre
per cinema, concerti e teatro



crescono a dicembre
gli abbonamenti
alla pay TV in streaming

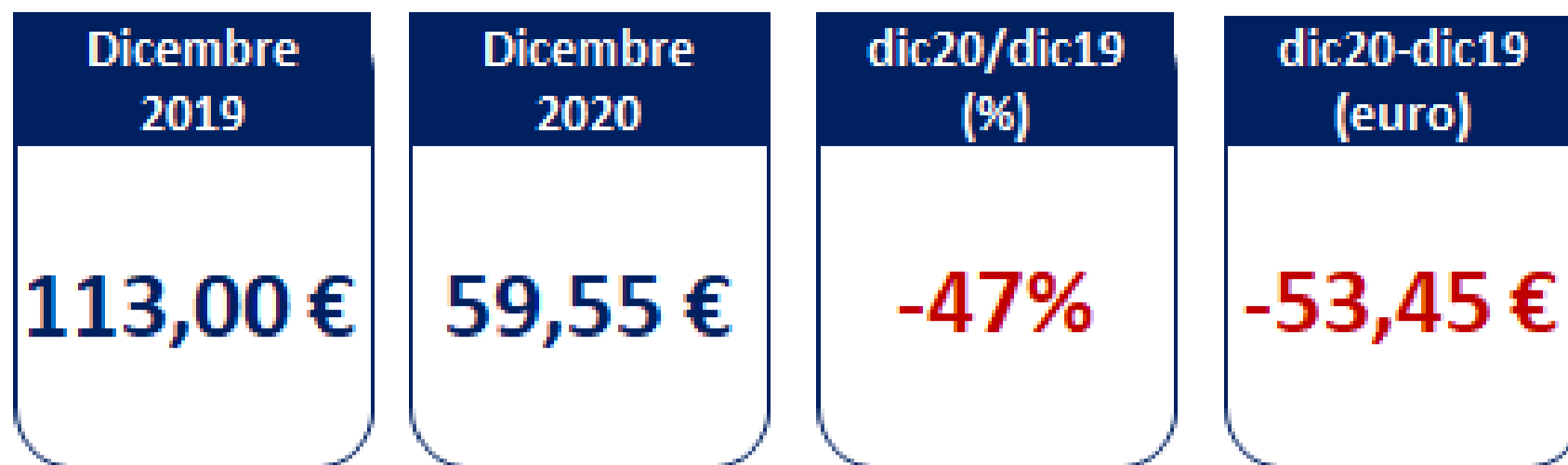


* variazioni percentuali su dicembre 2019

Fonte: Osservatorio Impresa Cultura Italia-Confcommercio • 16 gennaio 2021

LA SPESA MEDIA MENSILE

Il dato più significativo della ricerca Confcommercio-Swg è quello del crollo della spesa mensile che da la misura delle enormi difficoltà del settore.



CONFCOMMERCIO
IMPRESI PER L'ITALIA

Valori med.

Dicembre 2019 N=1046, Dicembre 2020 N=1022

Tutti i diritti riservati

La spesa media mensile delle famiglie per i consumi culturali

	Dicembre 2019	Settembre 2020	Dicembre 2020	Dic20/dic19 (val. %)
Libri	23%	24%	25%	+9%
Giornali	17%	18%	19%	+12%
Riviste e fumetti	20%	16%	16%	-20%
	Dicembre 2019	Settembre 2020	Dicembre 2020	Dic20/dic19 (val. %)
TV a pagamento	27%	41%	37%	+37%
Cinema	38%	6%	nr	-84%*
Teatro	10%	1%	nr	-90%*
	Dicembre 2019	Settembre 2020	Dicembre 2020	Dic20/dic19 (val. %)
Musica	14%	6%	11%	-21%
Concerti dal vivo	9%	1%	nr	-89%*
	Dicembre 2019	Settembre 2020	Dicembre 2020	Dic20/dic19 (val. %)
spettacoli all'aperto	5%	2%	nr	-60%*
festival culturali	7%	1%	nr	-86%*
mostre, musei	21%	8%	nr	-62%*

Valori % Dicembre 2019 N=1046, Settembre 2020 N=1000; Dicembre 2020 N=1022

*dato calcolato su sett. 2020-dic.2019



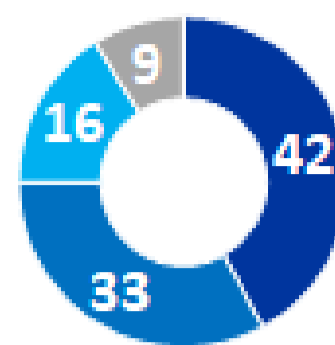
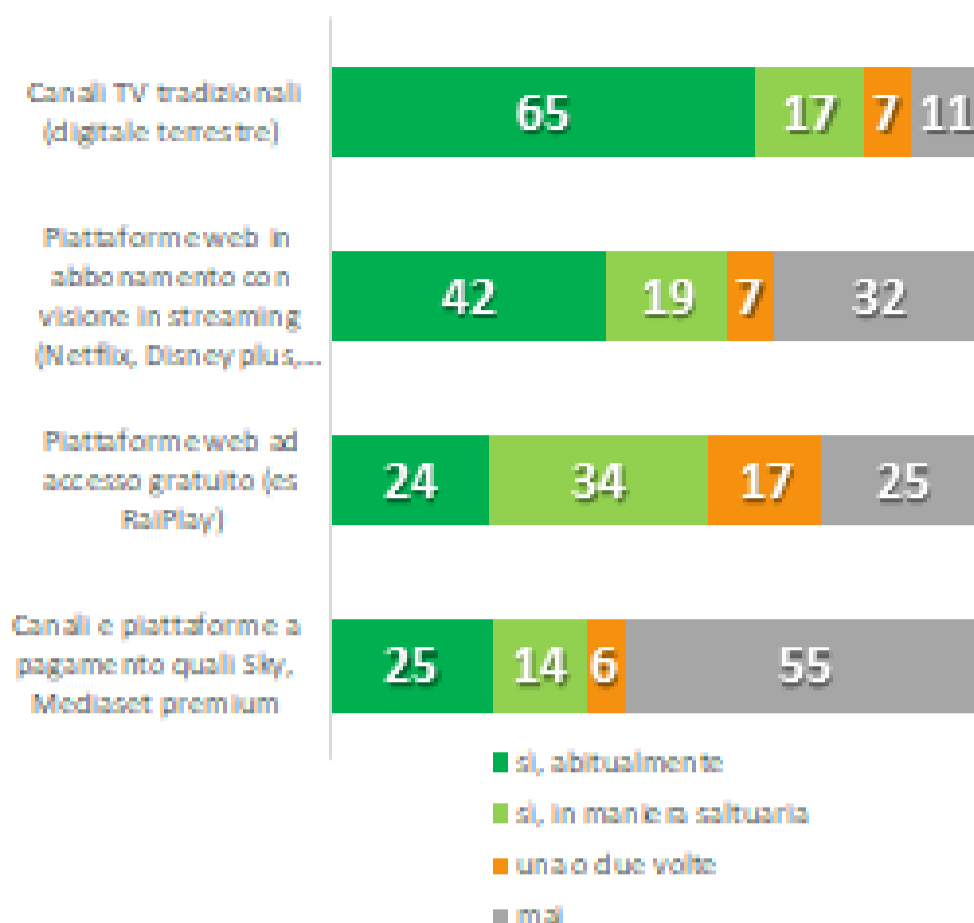
I fruitori dei beni e dei servizi culturali

LA PERCEZIONE DELLA CULTURA AI TEMPI DEL COVID

Tiene la lettura sia dei libri, con una preferenza per il cartaceo sebbene oltre italiano su tre utilizzi anche il formato digitale, che dei quotidiani, consultati principalmente in versione gratuita online e con un rapporto di circa 1 a 2 tra lettori in digitale a pagamento e lettori in cartaceo; **in calo tutte le forme di abbonamento a servizi culturali a pagamento ad eccezione della TV in streaming** (+17 punti su dicembre 2019) e con un terzo di italiani che pensa di utilizzare prevalentemente piattaforme streaming a pagamento a testimonianza di un crescente interesse per questo tipo di offerta televisiva rispetto a quella generalista; la forma di fruizione tradizionale della cultura ha lasciato spazio al digitale, come già evidenziato [da una precedente ricerca Confcommercio-Swg](#) con la visione di spettacoli dal vivo, opere, balletti e musica classica soprattutto sul web o in TV. Una tendenza che, alla luce delle attuali restrizioni, sembra confermarsi anche per la prima parte del 2021.

Nel corso dell'ultimo anno lei ha guardato film, telefilm e programmi TV attraverso (indichi tutte le forme utilizzate)

Nel prossimi sei mesi lei pensa che guarderà i contenuti televisivi soprattutto attraverso...



- Canali TV tradizionali (digitale terrestre)
- Piattaforme web in abbonamento con visione in streaming (Netflix, Disney plus, Amazon Prime video)
- Canali e piattaforme a pagamento quali Sky, Mediaset premium
- Piattaforme web ad accesso gratuito (es RaiPlay)



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

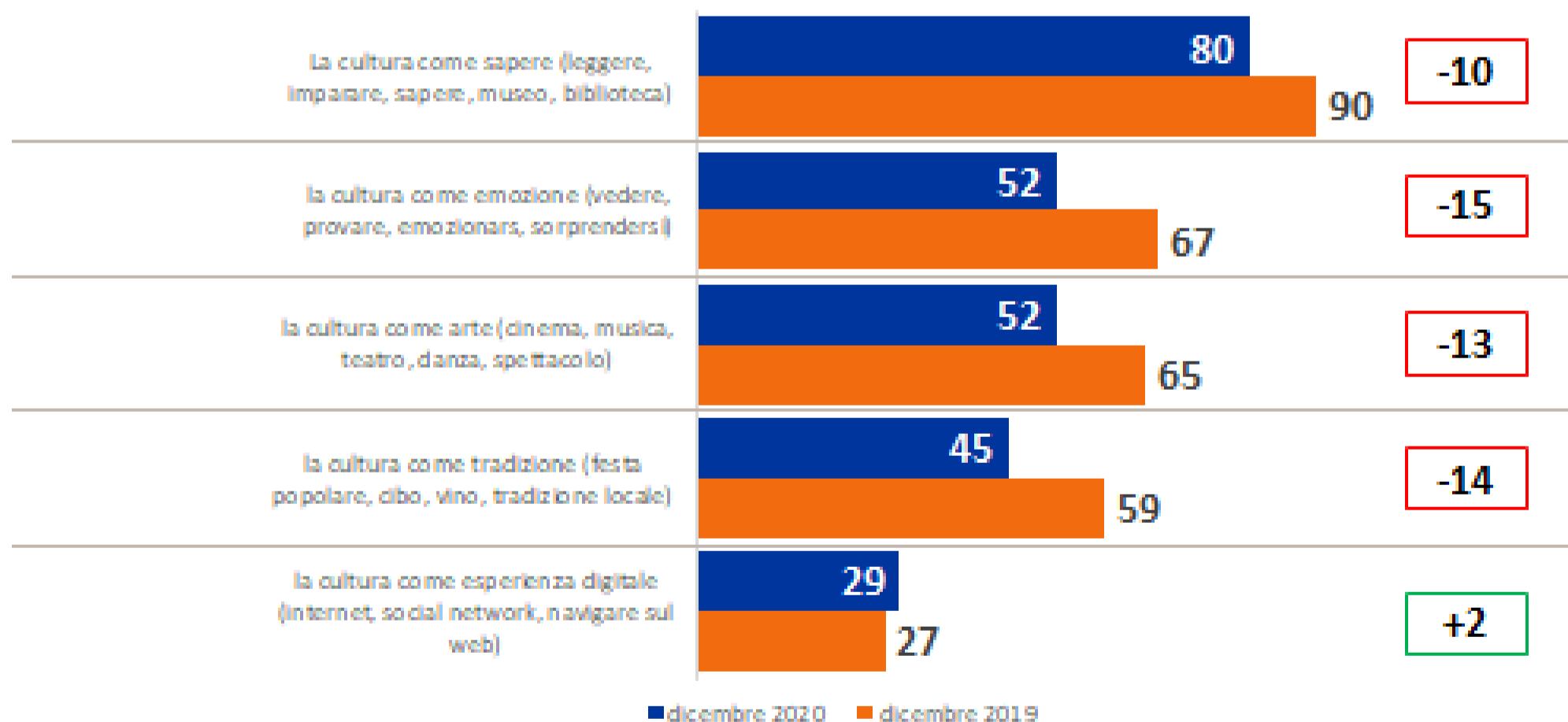
Valori %, N=1001

Tutti i diritti riservati

I "numeri" della fruizione televisiva nel corso dell'ultimo anno

Percentuale di intervistati che associano in maniera significativa i seguenti concetti al concetto generale di cultura

Differenza
2020-2019



■ dicembre 2020 ■ dicembre 2019



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Valori %.

Dicembre 2019 N=1046, Dicembre 2020 N=1022

Tutti i diritti riservati

La percezione del valore della cultura

Misure di intervento necessarie

Per il **presidente di Impresa Cultura Italia-Confcommercio, Carlo Fontana**, *“i dati della nostra indagine sono senza dubbio allarmanti con una riduzione dei consumi culturali del 47% e una spesa mensile per famiglia che è crollata a 60 euro nel 2020. E sono dati che ci rappresentano tutta la drammaticità della situazione delle attività culturali nel nostro Paese. **E’ stata fatta una politica di ristori, ma non è sufficiente**”*. "Oggi - ha osservato Fontana - *è necessaria una strategia con una serie di interventi che consentano una ripartenza delle nostre attività perché **la popolazione non può essere ancora per lungo tempo privata di quello che è anche un nutrimento dello spirito***”.