

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

Indagine Agis e Università Iulm, in collaborazione con Makno

FOCUS SU ROMA E PROVINCIA

In cosa e quanto si spende

In occasione dell'uscita per il cinema o per il teatro, gli spettatori del Centro Italia (inclusi quelli di Roma e della provincia) spendono in media, oltre al biglietto di ingresso, altri 43 euro pro capite, circa 10 euro in meno rispetto alla media nazionale e 20 euro in meno rispetto agli spettatori del Nord Ovest.

La spesa che incide in misura maggiore, con un importo medio pro capite di 16 euro, è quella per la ristorazione; per lo shopping in genere si spendono poco meno di 9 euro, circa la metà di quanto spendono per la stessa voce gli spettatori del Nord Ovest.

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

Dati in euro

Le spese degli spettatori delle sale cinematografiche di Roma e della provincia

L'impatto generato sull'economia dei territori dagli spettatori delle sale cinematografiche di Roma e della provincia è consistente.

In particolare, a Roma gli oltre 6 milioni e 200mila spettatori che hanno frequentato un cinema della Capitale nei primi dieci mesi di quest'anno (dati Cinetel) hanno speso complessivamente, biglietti esclusi, 269,2 milioni di euro. Ciò ha generato un incremento della produzione di beni intermedi di 547,6 milioni di euro (il doppio per ogni euro speso), 236,7 milioni di euro in maggior valore aggiunto e oltre 5mila unità di lavoro.

A livello provinciale, le spese extra biglietto degli oltre 8 milioni e 100mila spettatori delle sale cinematografiche della provincia di Roma nei primi dieci mesi del 2018 (dati Cinetel) ammontano a 348,8 milioni di euro. Tutto ciò si traduce sul territorio in una produzione aggiuntiva di beni

intermedi pari a 709,5 milioni di euro, un aumento del valore aggiunto di 306,7 milioni di euro e di oltre 6mila e 500 unità di lavoro.

“I dati sulla fruizione cinematografica di Roma e provincia – osserva Valerio Toniolo, direttore di Impresa Cultura Italia-Confcommercio, confermano la vitalità e l’interesse da parte del pubblico verso questo tipo di intrattenimento. Basti pensare che le presenze registrate solo nel Comune di Roma nei primi dieci mesi dell’anno rappresentano quasi il 10% del totale nazionale”. “Più in generale – conclude Toniolo – investire su spazi culturali intesi come luoghi dove la cultura diventa esperienza attraverso anche attività di intrattenimento che hanno come finalità ultima il pubblico e il suo arricchimento , veri e propri contenitori che possano consentire al pubblico di fruire di eventi culturali in ogni loro declinazione, non può che essere l’input per aumentare ancora di più la ricaduta economica del settore sul territorio”.