

07/2021

Roma, 16.01.2021

Crolla la spesa per spettacoli, tengono i libri cartacei, cresce l'utilizzo del digitale e della pay tv in streaming

CON COVID-19 DIMEZZATI I CONSUMI CULTURALI NEL 2020 (-47%)



Con il Covid-19 i consumi di beni e servizi culturali si sono dimezzati (-47%) passando da 113 euro di spesa media mensile per famiglia di dicembre 2019 a circa 60 euro a dicembre 2020; situazione drammatica, in particolare, per gli spettacoli dal vivo bloccati dal lockdown e dalle successive misure di contenimento della pandemia: 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; 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 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; le restrizioni imposte dalla pandemia e la conseguente spinta sul digitale sembrano aver mutato anche la declinazione del concetto di cultura da parte degli italiani con il rischio di renderne più effimeri significati e sfumature.

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 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".

Questi i principali risultati che emergono dall'Osservatorio di Impresa Cultura Italia-Confcommercio, in collaborazione con Swg, sui consumi culturali degli italiani nel 2020.

La spesa media mensile delle famiglie per i consumi culturali

Dicembre 2019	Dicembre 2020	dic20/dic19 (%)	dic20-dic19 (euro)
113,00 €	59,55 €	-47%	-53,45 €



 Valori medi: Dicembre 2019 N=1046, Dicembre 2020 N=1022
 Tutti i diritti riservati

Fonte: Osservatorio Impresa Cultura Italia-Confcommercio e Swg

I fruitori di beni e servizi 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%*

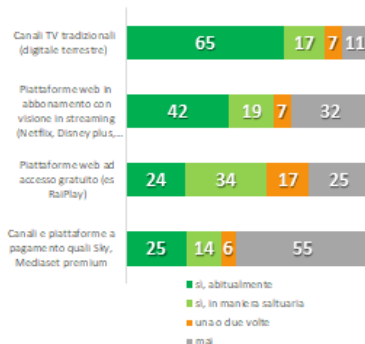
Valori % Dicembre 2019 N=1046, Settembre 2020 N=1000; Dicembre 2020 N=1022
*dato calcolato su sett. 2020-dic.2019



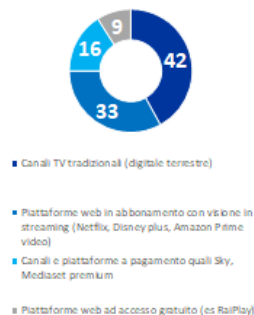

Fonte: Osservatorio Impresa Cultura Italia-Confcommercio e Swg

La fruizione televisiva

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



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

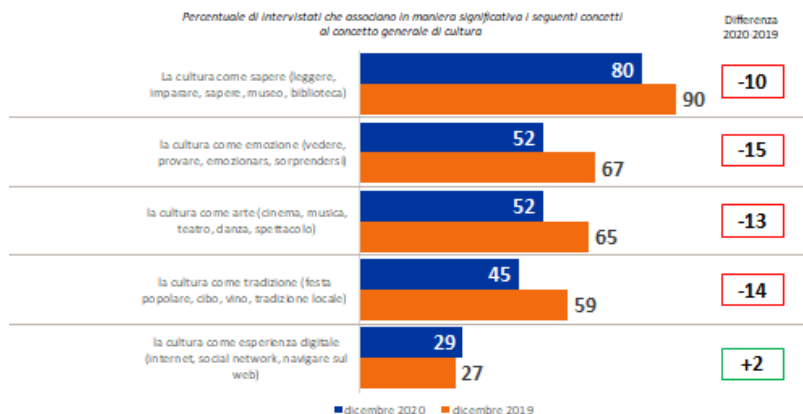




 Valori %, N=1002
 Tutti i diritti riservati

Fonte: Osservatorio Impresa Cultura Italia-Confcommercio e Swg

La percezione del valore della cultura



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Valori %
Dicembre 2019 N=1046, Dicembre 2020 N=1022

Tutti i diritti riservati

Fonte: Osservatorio Impresa Cultura Italia-Confcommercio e Swg

Nota Metodologica

L'indagine quantitativa è stata condotta mediante interviste online con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview) su un campione composto da 1022 cittadini italiani tra i 18 e 74 anni rappresentativi della popolazione per genere, età, area geografica e ampiezza comune di residenza. Le interviste sono state somministrate dal 14 al 17 dicembre 2020.