

SPETTACOLO INTRATTENIMENTO E SPORT

Rapporto SIAE 2023
88a ed.

SOMMARIO

IL PRESIDENTE SIAE	/	4
IL DIRETTORE GENERALE	/	5
NOTE METODOLOGICHE	/	6
SCENARIO GENERALE	/	17
SPETTACOLO	/	23
CINEMA	/	31
TEATRO	/	43
CONCERTI	/	63
MOSTRE	/	79
INTRATTENIMENTO	/	87
BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI	/	95
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	/	107
FIERE	/	119
SPORT	/	127
TAVOLE	/	141
GLOSSARIO	/	157

TAVOLE

A01	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	142
A02	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MESE EVENTO	/	143
A03	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT INCIDENZA PERCENTUALE DELLA SPESA NEI GIORNI DELLA SETTIMANA	/	144
A04	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAREA E REGIONE	/	145
A05	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DEGLI SPETTACOLI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	146
A06	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DEGLI SPETTATORI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	147
A07	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DELLA SPESA SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	148
A08	/	SPESA MEDIA PER ASSISTERE ALL'EVENTO PERIODO 2023-2022 DATI PER AGGREGATO DI GENERE MANIFESTAZIONE	/	149
A09	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT ANALISI DEL QUINQUENNIO 2019-2023	/	150
A10	/	NUMERO DEI LUOGHI DI SPETTACOLO DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO DI GENERE MANIFESTAZIONE	/	152
A11	/	NUMERO DEGLI ORGANIZZATORI DI SPETTACOLO DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO, AGGREGATO E REGIONE	/	154

Scansiona il QR Code
per consultare tutte le
tavole dello spettacolo,
dell'intrattenimento e dello
sport del Rapporto SIAE 2023.



IL PRESIDENTE SIAE

L'Osservatorio dello Spettacolo SIAE rappresenta da decenni una fonte esclusiva di informazioni sullo stato di salute dell'intero panorama dello spettacolo e dell'intrattenimento italiano, grazie alla capillarità e alla granularità dei dati a sua disposizione: un ricco patrimonio informativo proprio di un presidio centrale per l'industria culturale e creativa come la Società Italiana degli Autori e degli Editori.

La fotografia che ci restituisce il presente Report è quella di un'annualità, il 2023, in cui si è quasi del tutto estinta la crisi prodotta dall'emergenza sanitaria da Covid-19, con un pubblico che torna a riscoprire, dopo la pandemia, l'esperienza dello spettacolo dal vivo e dell'intrattenimento nei luoghi fisici, anche come occasione di aggregazione sociale dopo gli anni del distanziamento.

Quasi tutti i settori hanno recuperato ampiamente i livelli del 2019, fatta eccezione per il comparto del ballo e degli intrattenimenti musicali, e per il cinema. In riferimento a quest'ultimo, in particolare, apprendiamo che il pubblico nelle sale cinematografiche cresce rispetto all'anno precedente ma fa ancora fatica a ritornare ai livelli pre-pandemici: siamo tuttavia ottimisti che un'inversione di tendenza sia non solo possibile, ma già in atto se si consolidassero i dati del 2024, non ancora definitivi.

Oltre a registrare i numeri dello spettacolo italiano attraverso il suo Osservatorio, SIAE continua la propria attività dietro le quinte per contribuire alla crescita dell'industria culturale e creativa, incoraggiando la creazione di valore attraverso accordi con gli attori principali della filiera e con i partner a livello nazionale e internazionale, e mantenendo un dialogo continuo e costante con le istituzioni nazionali ed europee senza mai dimenticare la ragione per cui è stata fondata ormai 142 anni fa: promuovere e proteggere il diritto d'autore.

In occasione degli Stati Generali della Musica a Sanremo, insieme al Sottosegretario alla Cultura Gianmarco Mazzi sono stati messi in evidenza alcuni obiettivi importanti: l'adeguamento delle tariffe di co-

pia privata alla luce dell'aumento Istat registrato negli ultimi anni e del sempre crescente utilizzo delle memorie utilizzate per archiviare contenuti culturali; il tax credit come strumento fondamentale per lo sviluppo dell'industria cinematografica e discografica; l'internazionalizzazione della musica italiana, sia classica e lirica che pop, rock e contemporanea. Tra gli altri temi cruciali indicati in tale circostanza, l'urgenza di regole certe di trasparenza e di tutela del diritto d'autore, cominciando dall'applicazione del AI Act Europeo e sviluppando a livello locale meccanismi di controllo e di governance di un mezzo così nuovo e controverso. A ciò si aggiunge la necessità di rendere sempre più efficienti i meccanismi di tutela dei diritti economici di autori, artisti, produttori, editori, a beneficio sia degli aventi diritto che degli utilizzatori. Ulteriore obiettivo fissato in occasione degli Stati Generali, l'approvazione, ormai in dirittura di arrivo, del Codice dello Spettacolo.

SIAE ha anche fatto ulteriori passi importanti in varie direzioni: da un lato, l'apertura sul tema del diritto di riproduzione di opere d'arte nei servizi giornalistici con la concessione di 4 foto gratuite per tutelare il diritto di cronaca, misura che fa dell'Italia il paese più liberale d'Europa sulla materia; dall'altro, siglando accordi con i distributori come SKY, per rafforzare i controlli sul territorio e combattere l'uso illegale di opere coperte dal diritto d'autore. Non ultimo, infine, il nuovo accordo, in vigore dal 1° gennaio 2024, che introduce un sistema di tariffazione forfettaria degli intrattenimenti organizzati nei Pubblici Esercizi, basato su parametri oggettivi e di semplice applicazione.

Siamo soddisfatti di quanto registrato dai dati che ogni anno l'Osservatorio SIAE produce con costanza e impegno per conto della collettività, raccolti e proposti in un Annuario che nel 2023 consolida metodologicamente la direzione già avviata nelle edizioni 2021 e 2022. Anche quest'anno, come il precedente, supportati dal team dell'Associazione Economia per la Cultura. Siamo inoltre felici di essere tornati a pubblicare i dati nel mese di luglio, ripristinando un appuntamento che la pandemia aveva allontanato nel tempo. Anche così si torna alla normalità.

Salvatore Nastasi

IL DIRETTORE GENERALE

Il Rapporto SIAE 2023, come ogni anno, fa il punto sullo stato e sull'evoluzione dello spettacolo, dell'intrattenimento e dello sport. I dati dell'Osservatorio SIAE attestano che il processo di ritorno alla normalità si è realizzato quasi nella sua interezza: gli effetti del Covid-19 si sono ormai esauriti, e le cifre ci restituiscono la fotografia di una realtà come sempre molto complessa e in grande mutamento.

Il 2023 è un anno che raggiunge i livelli del 2019 per quanto riguarda la spesa del pubblico ma non per l'offerta di spettacoli: i 3,5 milioni di eventi realizzati nell'anno segnano comunque un importante valore di crescita rispetto all'anno precedente.

Il numero di spettatori ha di pochissimo mancato il bersaglio del 2019 (ma ha già superato tali livelli nel corso del 2024, almeno secondo i primi dati tendenziali di SIAE) e la spesa del pubblico, che supera i 4,2 miliardi di euro di incassi (+37% rispetto al 2022), segna il più alto valore di sempre.

Tale andamento è trainato da alcuni settori quali i concerti di musica pop, rock e leggera, il calcio, i parchi da divertimento, l'arte varia e le mostre. Meno esaltante, invece, la situazione in termini di incassi e di spettatori dei due settori Cinema e Ballo e intrattenimenti musicali: si tratta dei comparti più "in ritardo"

nel percorso di ripresa post-Covid. Come si era rilevato anche l'anno scorso, inoltre, i dati per regione e per settore ci ripropongono ancora una volta un Paese che si muove a velocità diverse.

La pandemia, che aveva portato alla chiusura di tanti luoghi dello spettacolo e la traslazione sull'online e lo streaming, non si è tradotta nel temuto trasferimento definitivo del pubblico sul digitale, e le persone nel 2023 sono tornate a popolare i luoghi dello spettacolo tradizionali, con alcune dinamiche degne di nota: cresce lo spettacolo dal vivo con la spinta veramente prodigiosa dei concerti di musica leggera, del circo, delle mostre, del jazz, del balletto e della musica classica; aumenta inoltre il pubblico dello Sport, grazie soprattutto al calcio, agli sport di squadra e, dal 2023, anche agli sport individuali.

SIAE è pronta ad osservare e a misurarsi con le evoluzioni, tanto nel breve quanto nel lungo periodo, dell'intera filiera culturale e dell'intrattenimento, e rimane come sempre attenta all'impatto, sia in termini di sfide che di opportunità, che le nuove tecnologie, dall'AI al metaverso, eserciteranno sull'intero comparto e in primis sugli autori e sugli editori, attori centrali per la creazione di valore nell'economia culturale e creativa del Paese.

Matteo Fedeli

NOTE METODOLOGICHE

Nelle pagine che seguono sono esposti i risultati dell'attività di spettacolo svolta in Italia nel 2023 censita dagli Uffici territoriali della SIAE. Anche quest'anno, la versione in stampa tipografica del Rapporto è affiancata dall'edizione digitale, fruibile, per la consultazione ed il download, nella sezione del sito internet che la SIAE dedica all'Osservatorio dello Spettacolo all'indirizzo: <https://www.siae.it/it/cosa-facciamo/dati-dello-spettacolo/annuario-statistico-spettacolo/>

Prima di entrare nel dettaglio dell'analisi, è doveroso ricordare il contesto nel quale è stata condotta la rilevazione e l'elaborazione dei dati dello spettacolo 2023.

I dati esposti hanno carattere censuario e non campionario, e sono la sintesi di tutte le informazioni raccolte sul territorio dagli uffici della SIAE; la rilevazione è stata condotta nel periodo gennaio 2023 – febbraio 2024 (ovvero su 14 mesi) per acquisire ed elaborare anche quelle ulteriori residue informazioni riguardanti l'attività di spettacolo svolta nel 2023, ma contabilizzate all'inizio del 2024. I risultati dell'attività di spettacolo 2023 sono inoltre stati esaminati sotto due diversi e distinti punti di vista: gli eventi di spettacolo e l'utilizzazione dell'opere.

Gli eventi di spettacolo

L'evento di spettacolo definisce l'unità minima di rilevazione alla quale sono ricondotte tutte le informazioni acquisite per ciascuna manifestazione: il genere (cinema, ballo, teatro, sport, ecc.), il luogo e l'organizzatore dell'evento, il numero di titoli d'accesso rilasciati, la spesa del pubblico, etc. L'insieme dei valori rilevati durante gli eventi di spettacolo esprime il risultato economico dell'attività di spettacolo nel suo complesso. Gli eventi presi in considerazione nell'Annuario dello Spettacolo 2023 sono storicamente solo gli eventi dove gli organizzatori realizzano degli introiti direttamente dalla vendita dei titoli di accesso oppure derivanti da altre fonti (per la somministrazione di alimenti e bevande, per il servizio di guardaroba, per presenza di introiti pubblicitari o di contratti di sponsorizzazione). Si conferma quindi che, a partire dal 2012 non sono presi in considerazione gli eventi totalmente "gratuiti", ovvero dove non è previsto in nessun caso il pagamento di un qualsiasi importo per l'ottenimento del titolo di ingresso, in quanto si tratta di spettacoli

offerti gratuitamente dall'organizzatore agli invitati. Per la definizione degli indicatori, si consolida la scelta dell'edizione 2021 di passare dagli storici 5 indicatori (Spettacoli, Ingressi, Presenze, Spesa al Botteghino, Spesa del Pubblico) ad un più semplice e intuitivo utilizzo di soli 3 indicatori: **SPETTACOLI, SPETTATORI, SPESA**.

Per lo studio delle dinamiche dell'offerta, si prende a riferimento il numero di **SPETTACOLI** offerti alla popolazione.

Per l'analisi della domanda, si utilizzano:

- il numero di **SPETTATORI** partecipanti agli Spettacoli;
- la **SPESA** complessiva sostenuta dagli Spettatori.

Per brevità e convenzione, è possibile trovare, all'interno dell'analisi, anche la definizione "3S" che fa riferimento al set dei 3 indicatori individuati (Spettacoli, Spettatori, Spesa). Nell'analisi proposta nell'edizione 2023 del Rapporto, inoltre, sono stati introdotti due ulteriori parametri, che sono frutto del rapporto tra due indicatori:

- **affluenza media per spettacolo:** indica il numero di spettatori partecipanti, in media, a uno spettacolo del settore oggetto di analisi:

$$\text{affluenza media} = \text{numero di spettatori} / \text{numero di spettacoli}$$

ed è indicativa dell'attrattività media del genere di spettacolo considerato. L'utilizzo del parametro consente di valutare la capacità di un settore di spettacoli di generare pubblico in un dato territorio, isolandolo dalle dinamiche evolutive dell'offerta. Inoltre, fornisce un'indicazione in merito alla presenza distintiva o meno di un numero significativo di "grandi eventi" su un dato territorio;

- **spesa media individuale per spettatore:** indica l'importo mediamente speso da un partecipante per la fruizione di un singolo spettacolo afferente a un macroaggregato o a un settore:

$$\text{spesa media individuale} = \frac{\text{importo complessivo speso dal pubblico (Spesa)}}{\text{numero di spettatori}}$$

ed è indicativo del costo sostenuto da un individuo per partecipare a un singolo spettacolo. Fornisce indicazioni in merito alla disponibilità a pagare degli

individui per un evento di un dato macroaggregato o settore, ma anche rispetto all'aumento dei biglietti di ingresso (e al relativo impatto dell'aumento dei costi sostenuti dagli organizzatori e all'impatto dell'inflazione).

Infine, nel corso dell'analisi, dove ritenuto rilevante, oltre all'utilizzo degli indicatori "in purezza" si è proceduto con l'indicizzazione del dato. In primo luogo, i dati sono stati rapportati al numero di abitanti sul territorio – nazionale e regionale – per consentire una migliore comparabilità dei dati tra macroaree territoriali (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud e Isole) e regioni d'Italia.

Dal punto di vista dell'offerta, al numero di Spettacoli è associato anche il parametro della "densità di offerta", che è pari al numero di spettacoli offerti, nell'anno di riferimento – in Italia, in una macroarea o in una regione – sul rispettivo numero di abitanti, moltiplicato per mille:

$$\text{densità di offerta} = (\text{spettacoli} / \text{numero di abitanti}) * 1.000;$$

Dal punto di vista della domanda:

- al numero degli spettacoli è associato anche il parametro della "partecipazione territoriale", che è pari al numero di spettatori, nell'anno di riferimento – in Italia, in una macroarea o in una regione – sul rispettivo numero di abitanti, moltiplicato per mille:

$$\text{partecipazione territoriale} = (\text{spettatori} / \text{numero di abitanti}) * 1000$$

L'utilizzo del parametro consente di valutare la capacità di un settore di spettacoli di generare pubblico in un dato territorio, isolandolo dalle dinamiche evolutive dell'offerta. Inoltre, fornisce un'indicazione in merito alla presenza distintiva o meno di un numero significativo di "grandi eventi" su un dato territorio;

- alla spesa complessiva del pubblico è associato anche il parametro della "spesa pro-capite", che è pari all'importo complessivo realizzato, nell'anno di riferimento – in Italia, in una macroarea o in una regione – diviso il numero rispettivo di abitanti:

$$\text{spesa media individuale} = \frac{\text{importo complessivo speso dal pubblico (Spesa)}}{\text{numero di spettatori}}$$

ed è indicativo del costo sostenuto da un individuo per partecipare a un singolo spettacolo. Fornisce indicazioni in merito alla disponibilità a pagare degli individui per un evento di un dato macroaggregato o settore, ma anche rispetto all'aumento dei biglietti di ingresso (e al relativo impatto dell'aumento dei costi sostenuti dagli organizzatori e all'impatto dell'inflazione).

Per la valorizzazione dei 3 Indicatori, proseguendo con la linea intrapresa lo scorso anno di non prendere in considerazione le somme accessorie che non caratterizzano la partecipazione all'evento, sono state maggiormente definite le composizioni degli indicatori secondo il seguente schema:

- Settori che non hanno significativi eventi senza titolo di accesso

In questa tipologia di Settori i 3 indicatori assumono le seguenti caratteristiche:

- **SPETTACOLI:** Solo Eventi a Pagamento
- **SPETTATORI:** Solo partecipanti con Titolo di Ingresso
- **SPESA:** Solo Introiti derivanti dall'acquisto del titolo di accesso, ivi compresa l'eventuale Prevendita

Fanno parte di questo gruppo di spettacoli i settori relativi al: Cinema, Lirica, Rivista e Musical, Burattini e Marionette, Circo, Concerti Classici, Calcio Serie A e Serie B, Sport di Squadra Non Calcio, Attrazioni Viaggianti, Parchi da Divertimento, Mostre e Fiere.

- Settori con significativa presenza di manifestazioni senza titolo di accesso.

In questa tipologia di Settori i 3 indicatori assumono le seguenti caratteristiche:

- **SPETTACOLI:** Tutti gli eventi
- **SPETTATORI:** Tutti i partecipanti con o senza titoli di ingresso
- **SPESA:** Tutte le somme spese dallo spettatore per l'acquisto del titolo di accesso e di altre somme spese per la partecipazione all'evento.

Fanno parte di questo gruppo di spettacoli i settori relativi al: Teatro, Balletto, Arte Varia, Concerti Pop - Rock e Leggera, Concerti Jazz, Calcio Serie C e serie

Inferiori, Sport Individuali, Altri Sport, Ballo e Intrattenimenti Musicali.

Per ogni macro-aggregato o settore, per un maggior dettaglio su Ingressi e Presenze (con riferimento all'indicatore Spettatori) e su Spesa al Botteghino e Altre spese (con riferimento all'indicatore Spesa) si può sempre fare riferimento ai dati di base messi a disposizione da SIAE.

L'utilizzazione delle opere

L'altro punto di vista riguarda l'utilizzazione delle opere nei settori del Cinema, dei Concerti e del Teatro. Le tabelle proposte mostrano i dieci maggiori successi del 2023, in termini di incassi al botteghino, rilevati tra le pellicole cinematografiche, le opere teatrali, i concerti di musica leggera e gli spettacoli lirici proposti nel corso dell'anno.

Per quanto riguarda l'attività cinematografica, viene anche proposta l'analisi degli incassi al botteghino dei primi dieci film italiani. Questa informazione fornisce importanti spunti di riflessione sull'offerta di pellicole nazionali e sul loro gradimento.

Le aree geografiche

La rilevazione, condotta su tutto il territorio nazionale, è sintetizzata in relazione alle diverse ripartizioni geografiche. Per meglio valutare l'intensità dei fenomeni spettacolistici, sono stati considerati:

- **Il Territorio nazionale**
- **Le macroaree geografiche così circoscritte:**
 - Nord-ovest:** Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria, Lombardia;
 - Nord-Est:** Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna;
 - Centro:** Toscana, Marche, Lazio, Umbria;
 - Sud:** Abruzzo, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria;
 - Isole:** Sicilia, Sardegna.
- **Le Regioni**
- **Le Province**

Per gli approfondimenti sui dati territoriali si rimanda alle informazioni contenute nella Seconda sezione del Rapporto. Il grado di dettaglio delle tavole contenute nella Seconda sezione si articola in diversi livelli di approfondimento: dalle macroaree geografiche alle province.

I periodi temporali

I periodi temporali di riferimento per l'analisi sono stati *l'anno solare, i mesi, i giorni della settimana ed il raffronto tra gli anni 2022 e 2023*.

Infine, viene proposta anche una tavola che riepiloga i valori rilevati nell'ultimo quinquennio.

La disaggregazione del periodo annuale permette di studiare l'andamento stagionale cui sono soggette praticamente tutte le diverse tipologie di spettacolo. In proposito si raccomanda la massima cautela nella lettura dei dati al diminuire della frazione d'anno considerata: gli eventi occasionali e periodici¹ possono, infatti, creare fenomeni di alterazione di cui tener conto nell'interpretazione dei dati.

Il raffronto con i periodi precedenti (anno solare) è effettuato al fine di comprendere i trend evolutivi di domanda e offerta soprattutto in considerazione delle peculiarità dell'anno trascorso rispetto agli scenari determinati dal Covid-19.

In particolare:

- rispetto al 2022, il raffronto viene effettuato per determinare il tasso di crescita annuo delle dinamiche del macroaggregato o del settore oggetto di analisi;
- rispetto al 2019, il raffronto viene effettuato per quantificare la capacità di ripresa del macroaggregato o del settore con riferimento a una situazione di normalità "pre-pandemica".

Le tipologie di spettacolo

Concludiamo la descrizione della modalità espositiva dei dati presentati in questo studio con l'enunciazione

dei criteri. In questa pubblicazione sono stati analizzati *44 Generi di Manifestazione sintetizzati in 3 Segmenti, 21 Aggregati (o Settori), a loro volta riassunti in 7 Macroaggregati, definiti nell'analisi anche Comparti*.

La tabella nella pagina seguente espone le tipologie di spettacolo analizzate ed il criterio di aggregazione adottato: lo studio presentato nei capitoli successivi esaminerà le manifestazioni spettacolistiche adottando i criteri di esposizione per **Segmento**, **Macroaggregato** e **Aggregato** di manifestazione.

⁰¹ Un evento occasionale è una manifestazione che non presenta carattere di ripetitività (può essere il caso del concerto del cantante di grido o la tappa di un importante circo internazionale). Gli eventi periodici sono quelli che si svolgono sistematicamente nello stesso periodo dell'anno (ad esempio, un importante torneo di tennis o un concorso ippico).

SEGMENTO	MACROAGGREGATO	AGGREGATO	GENERE MANIFESTAZIONE
Spettacolo	● Cinema	Cinema	Cinema
Spettacolo	● Teatro	Prosa	Teatro di prosa
			Teatro di prosa dialettale
			Teatro di prosa repertorio napoletano
			Recital letterario
		Lirica	Teatro lirico
			Operetta
		Rivista e Musical	Rivista e commedia musicale
		Balletto	Balletto classico e moderno
			Concerto di danza
		Burattini e Marionette	Burattini e marionette
		Arte Varia	Varietà ed arte varia
		Circo	Circo
Spettacolo	● Concerti	Classico	Concerto classico
			Concerto bandistico
			Concerto corale
		Pop, Rock e Leggera	Spettacolo di musica leggera
		Jazz	Concerto jazz
Spettacolo	● Mostre	Mostre	Mostre
Intrattenimento	● Ballo e Intrattenimenti musicali	Ballo	Trattenimenti danzanti con orchestra
			Trattenimenti danzanti con musica registrata
		Intrattenimenti musicali	Trattenimenti musicali con orchestra
			Trattenimenti musicali con musica registrata
Intrattenimento	● Parchi e Attrazioni Viaggianti	Attrazioni Viaggianti	Attrazione viaggiante
		Parchi da Divertimento	Parchi da divertimento e acquatici
Intrattenimento	● Fiere	Fiere	Fiere
Sport	● Sport	calcio	Calcio serie A – B e internazionale
			Calcio serie C ed inferiori
		Sport di squadra non calcio	Pallacanestro
			Pallavolo
			Rugby
			Baseball
		Sport individuali	Pugilato
			Ciclismo
			Atletica leggera
			Tennis
			Concorsi ippici
			Automobilismo
			Motociclismo
			Motonautica
			Corse cavalli (Ingressi)
		Altri sport	Nuoto e pallanuoto
			Sport invernali
			Sport vari

Qualche chiarimento sui contenuti di alcune tipologie di manifestazione.

L'aggregato **Arte Varia** comprende diverse espressioni artistiche che, per la parzialità e la limitatezza temporale con le quali si susseguono nell'ambito di una manifestazione, non sono identificabili in uno specifico genere, pur presentandosi allo spettatore come un *unicum*.

L'aggregato **Circo** è inserito nel macroaggregato dell'attività teatrale perché gli spettacoli realizzati negli ultimi anni – particolarmente quelli di levatura internazionale – fanno ricorso ad azioni sceniche e ad allestimenti di chiara ispirazione teatrale.

Nell'aggregato **Concerti Classici** sono compresi i concerti bandistici e corali anche se il repertorio eseguito potrebbe non essere propriamente classico.

L'aggregato **Mostre** comprende le mostre culturali. Sono escluse da tale rilevazione le visite ai musei, non rientrando queste nella competenza della SIAE.

L'aggregato **Intrattenimenti Musicali** identifica quelle attività di spettacolo che prevedono la fruizione dell'esecuzione musicale (dal vivo, ovvero con supporto preregistrato) come elemento aggiuntivo di una prestazione principale: è il caso delle esecuzioni musicali nei pianobar, dove la musica ha una funzione di intrattenimento, ma non costituisce elemento di unico e principale richiamo per la clientela.

L'aggregato **Fiere** sintetizza il risultato delle attività espositive con finalità commerciali. In questa categoria rientrano anche le mostre di beni destinati alla commercializzazione (antiquariato, tappeti, ecc.) e le fiere campionarie.

Nel macroaggregato **Attrazioni Viaggianti** sono comprese sia le attrazioni viaggianti singolarmente allestite, sia le attrazioni installate all'interno dei parchi da divertimento e dei parchi acquatici.

3,5 mln di spettacoli

↑ +14,9% vs 2022

↓ -18,4% vs 2019

265 milioni di spettatori

↑ +29,6% vs 2022

↓ -8,1% vs 2019

4,2 miliardi di euro incassati

↑ +37,1% vs 2022

↑ +9,9% vs 2019

90% comuni italiani con spettacoli

dei 7.900 comuni italiani, in 7.134
si è tenuto almeno un evento

116.681 luoghi di spettacolo

↑ +14% vs 2022

→ 0% vs 2019

Nel corso del 2023 lo spettacolo, l'intrattenimento e lo sport in Italia sono tornati a ricoprire un ruolo fondamentale nella vita dei cittadini, lo stesso che avevano prima della pandemia. Anche se non tutti gli indicatori che il Rapporto propone hanno eguagliato o superato in termini di domanda e di offerta i risultati del 2019, il recupero è tuttavia sostanziale e innegabile.

A tre anni dallo scoppio della pandemia, nel 2023 in Italia si sono tenuti 3,5 milioni di spettacoli (+15% rispetto al 2022), a cui hanno partecipato quasi 265 milioni di spettatori (+30%) generando una spesa di 4,2 miliardi di euro (+37%). Il dato della spesa è di particolare rilevanza: i numeri confermano che l'ammontare segnato nel 2023 sia il più alto di sempre, e ciò rafforza ulteriormente la consapevolezza che i consumi dello spettacolo dal vivo, dell'intrattenimento e dello sport siano realmente centrali per gli abitanti e per i tanti turisti che visitano il Paese, sempre di più spinti dall'offerta culturale italiana.

Ci si potrebbe chiedere se, sotto il profilo economico e a livello aggregato, il fatto che la spesa sia aumentata in termini assoluti, mentre il numero di spettacoli fatica a tornare ai livelli del passato, sia l'effetto dell'inflazione, complice il complicato quadro geopolitico a livello internazionale, con le guerre in Ucraina e in Medio Oriente e il conseguente incremento dei costi di materie prime ed energia. Un'altra ipotesi in campo è che l'aumento della spesa sia l'effetto di una ricerca degli imprenditori culturali, creativi e sportivi, sia profit che non profit, o dei dirigenti degli enti pubblici del settore di massimizzare l'efficienza, discriminando i luoghi con meno posti a sedere, sfruttando capacità non utilizzata e incrementando il prezzo; infine, si potrebbe ipotizzare che l'aumento dei prezzi sia in realtà il prodotto di un diverso comportamento degli spettatori e della loro disponibilità a pagare di più per eventi qualitativamente superiori.

L'interpretazione più prudente, e forse più diffusa tra gli esperti, è quella di considerare tutti i fattori sopra elencati una possibile concausa, a cui

però è difficile attribuire il peso effettivo. Ciò che è certo, tuttavia, è che storicamente il settore culturale e creativo è quello che in Europa prima della pandemia ha contribuito di meno all'inflazione rispetto a tutti gli altri settori economici, ad eccezione dell'abbigliamento e delle comunicazioni (Eurostat¹). Sostanzialmente, nel corso del 2023 il tasso di inflazione generale, pari a 5,3%, e quello osservato dalla SIAE, pari al 5,7%, si equivalgono, a differenza dell'anno scorso dove, rispettivamente, il tasso di inflazione è stato pari al 7,9% e l'aumento del prezzo medio dello spettacolo misurato dalla SIAE del 15,1%.

Si realizzerebbe, in questa prospettiva, un effetto “di composizione”, vale a dire che se nel medio e lungo termine i prezzi della cultura e della creatività non crescessero allo stesso tasso rispetto agli altri settori dell'economia, la percentuale della spesa per la cultura sulla spesa totale delle famiglie potrebbe ridursi più che in proporzione rispetto ad altre componenti. Il pericolo esiste, ma per il momento è contenuto. Fa ben sperare anche l'andamento del fatturato del settore produttivo culturale e creativo rispetto al totale dei settori produttivi e in particolare in due ambiti ad alta crescita come la musica e l'audiovisivo: il fatturato per addetto nel 2021 misurato da Eurostat¹ per l'*Audiovisivo, musica e software* pari a 348.798 euro registra il valore più alto dell'intero perimetro del settore culturale e creativo, pari a 187.806 euro e soprattutto a quello dell'economia nel suo complesso di 201.000 euro. Anche gli addetti dell'audiovisivo, musica e software nel periodo 2016-2021 sono cresciuti in modo impetuoso, con +4.812 addetti e un tasso di variazione medio annuo del +5%.

In parte, l'incertezza interpretativa è determinata anche da ulteriori fattori, certamente più profondi e in atto da molto tem-

po, come i cosiddetti “*grandi driver del cambiamento*”: la rivoluzione digitale prodotta dall'accelerazione tecnologica e dall'iperconnessione; le disuguaglianze sociali crescenti; i cambiamenti climatici e il degrado ambientale; il fenomeno delle migrazioni. La combinazione di questi fattori, alcuni più congiunturali, altri più strutturali, fa capire che analizzare i fenomeni a partire dai soli dati dell'Annuario e trarne leggi e spiegazioni più generali sia poco prudente.

Qualche aspetto è invece da sottolineare:

1. Se l'offerta di spettacolo, intrattenimento e sport è cresciuta più lentamente, è tornato invece ad aumentare il numero di luoghi dello spettacolo e degli operatori economici. Come era stato già evidenziato nel Report 2022, aprire i luoghi e ampliare la platea dell'offerta era comunque un fattore essenziale. Contrariamente, infatti, sarebbe stato difficile, se non impossibile, tornare ai livelli precedenti: in un paese diviso in 7.900 comuni e una popolazione residente frammentata, la presenza disomogenea dei teatri, dei cinema, degli auditorium e di luoghi all'aperto pone un ostacolo importante alla crescita. L'aumento dei luoghi di spettacolo, pari a quasi 117 mila unità localizzate in 7.134 comuni, è un aspetto dunque molto positivo e che fa ben sperare in futuro.
2. La crescita dell'offerta e della domanda non è indifferenziata, ma riguarda alcuni settori in particolare. Nello sport, ad esempio, la crescita del numero di spettatori e della spesa è stata molto più intensa e al di sopra di ogni attesa, in particolare per il calcio. Anche la musica pop, rock e leggera è cresciuta molto, ma non inaspettatamente date le performance del comparto nel 2022. Vi sono poi alcuni

⁰¹ Fonte: Unione Europea, EU statistics on income and living conditions
Link: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/european-union-statistics-on-income-and-living-conditions>

settori più piccoli, ma non certo “minori”, che hanno registrato risultati interessanti come le mostre, i parchi da divertimento, la musica jazz. L'intrattenimento, invece, è quello che ha segnato i valori più bassi. In parte ciò deriva dal fatto che l'elasticità della domanda al prezzo del segmento intrattenimento, calcolata per il periodo 2019-2023, è molto alta e pari a -5,1, a denotare che piccoli incrementi di prezzo riducono drasticamente il numero di fruitori. Esattamente il contrario di ciò che avviene per lo spettacolo, che presenta invece un'elasticità rigida e positiva (pari a 0,34), e per lo sport (ben 2,42), settore in cui il forte aumento dei prezzi non ha scoraggiato in alcun modo lo spettatore sempre più appassionato.

3. È evidente che negli ambiti più dinamici deve avere giocato un ruolo importante il ritorno di un pubblico giovane che non solo premia la contemporaneità, ma anche lo stare in compagnia con gli altri. Sorprende, tuttavia, che questa voglia di stare insieme non abbia favorito il ballo, un fenomeno questo che non rileva solo in Italia e che ha forse a che fare con l'evoluzione del mondo dei concerti e dei festival musicali all'aperto in evidente competizione con i luoghi al chiuso. Questi ultimi, probabilmente, hanno pagato un più caro prezzo alla pandemia.
4. Sarebbe di grande interesse, ma non si dispone di dati in proposito, se le dinamiche di domanda dei settori più promettenti potessero anche essere messe in relazione ad un eventuale incremento della componente femminile della domanda dal momento che i dati Eurostat (i più aggiornati fanno riferimento al lontano 2015) fotografano un divario storico difficile da giustificare e persino da comprendere al giorno d'oggi.

5. Un altro aspetto molto importante riguarda la dinamica effettiva degli spettacoli, degli spettatori e della spesa a livello territoriale, sia rispetto al 2019 che all'anno scorso. I dati per regione e per settore ci ripropongono un'immagine già ben nota, ma non meno preoccupante, di un paese che si muove a velocità diverse e con diversi modelli di consumo culturale. Il Paese, infatti, rimane drammaticamente diviso: la spesa pro capite in Italia è pari a 71,42 euro, contro i 35,46 euro al Sud e nelle Isole. Più alti valori di spesa si osservano nelle grandi aree urbane, con particolare riguardo Milano e Roma; buone performance, anche se settorialmente diversificate, sono quelle della Campania (in controtendenza rispetto alle altre regioni del Sud), del Veneto, dell'Emilia-Romagna, dell'Umbria e della Valle d'Aosta.

Queste considerazioni permettono di affermare che, anche se l'Italia nel complesso si trova indietro rispetto ad altri paesi europei ed extraeuropei², in realtà le regioni italiane ubicate nel Nord e nel Centro sono sostanzialmente allineate alla media europea. È dunque la sperequazione territoriale che spiega in larga parte il ritardo del Paese rispetto a ciò che accade nel resto del mondo.

Va però aggiunto che questo risultato è anche il prodotto di fattori più strutturali: un pubblico storicamente meno attivo (i dati Eurostat ci dicono che l'Italia segna un tasso di partecipazione alla cultura del 48% per gli uomini e il 45,8% per le donne contro una media europea del 62,6%); una minore disponibilità a pagare (la spesa delle famiglie italiane per "*Recreation and culture*" nel 2021 è del 6,4% contro il 7,9% della media UE27) a causa dell'impoverimento progressivo della classe media e della mancata rivalutazione dei salari dei lavoratori rispetto

02 Fonte: Eurostat, Indagine EU-SILC da Istat, Rapporto BES Benessere equo e Solidale 2023. Link al testo: <https://www.istat.it/it/files//2024/04/Bes-2023-Ebook.pdf>

all'inflazione; una dimensione del mercato assai più concentrata territorialmente tra aree urbane ed extraurbane, come già documentato in precedenza.

In tutto ciò, un altro aspetto importante è quello del ruolo effettivo giocato dalla rivoluzione digitale, concetto più volte riecheggiato nei giornali e nei media da parte di esperti e di operatori per i quali, a causa della pandemia, si paventava un cambiamento profondo dei comportamenti di consumo culturale dei cittadini italiani, con un maggiore impiego delle piattaforme digitali, anche a scapito dei media tradizionalmente più frequentati come la TV in chiaro o a pagamento, e soprattutto il cinema. Aldilà del fatto che la crisi del settore cinematografico non è da dare per scontata – nel corso del 2023 alcune grandi produzioni hanno ottenuto un largo successo (vedi i casi di *Oppenheimer*, diretto da Christopher Nolan, di *Barbie*, diretto da Greta Gerwig e di *C'è ancora domani*, diretto da Paola Cortellesi) – sull'andamento del pubblico e sulla spesa per lo spettacolo le cose sono andate per fortuna diversamente. Hanno probabilmente giocato fattori che oggi, fuori dalla pandemia, sembrano trovare maggiore sostanza:

- La complementarità tra la partecipazione a eventi di spettacolo o di sport in presenza e il consumo da remoto di quegli stessi generi tramite le nuove tecnologie e in particolare lo streaming, con un'intensità che certamente potrà essere monitorata in futuro tramite appositi sistemi di rilevazione online e offline per

verificarne se ne determini un ulteriore aumento;

- La maggiore varietà dei consumi culturali offerta dai canali digitali, che potrebbe dare vita, nel corso del tempo, ad una maggiore diversificazione delle modalità di consumo *in situ*. Una più accentuata multiculturalità potrebbe tradursi in un'intensificazione della manifestazione diretta e materiale dell'esperienza culturale, contribuendo a superare barriere nel linguaggio e nella conoscenza che solo la perseveranza può trasformare in continuità anche da parte di nuovi spettatori in presenza.

In conclusione, il Paese è riemerso pienamente dall'emergenza. C'è voluto molto tempo, ma non sembra che ciò che è accaduto in Italia sia così diverso da quanto è successo negli altri paesi europei e negli Stati Uniti. Se si è trattato di una fase solo transitoria, benché di lunga durata, tornano a contare i fattori di crescita e di decrescita che erano già presenti prima della pandemia, ai quali si aggiungeranno elementi nuovi. Tra questi il più citato è la diffusione e l'applicazione sempre più estesa dell'intelligenza artificiale anche al settore culturale, i cui effetti restano altamente incerti.

Ciò che è certo è invece che lo spettacolo, l'intrattenimento e lo sport sono segmenti economici e sociali densi di opportunità di crescita e di cambiamento per il Paese, e che il pubblico italiano è finalmente tornato ad abitare i luoghi dello spettacolo in piena presenza.

SCENARIO GENERALE

Offerta ancora in crescita per quasi tutti i settori, il 2023 conferma la ripresa dalla pandemia

Dopo un biennio tragico, il 2022 aveva rappresentato l'anno dell'inversione di tendenza per lo spettacolo dal vivo. Il 2023 conferma la ripresa del settore e, con circa 3,5 milioni di spettacoli, segna una crescita a doppia cifra sull'anno precedente (+14,9%): un anno che potrebbe, da una parte, essere visto come la tappa decisiva di un percorso verso la ripresa che, però, deve ancora essere completamente conquistata; dall'altra, potrebbe invece rappresentare il punto di partenza di un comparto che sta prendendo piena consapevolezza di una nuova realtà a cui adattarsi e potenzialmente reinventarsi.

18%
degli spettacoli
in Lombardia

a una domanda più bassa rispetto a quella del periodo pre-pandemico – anzi, la partecipazione è tornata ai livelli pre-pandemici, quando non oltre, in quasi tutti i settori considerati – fa maturare l'ipotesi che, a perdere dopo la pandemia, siano stati esclusivamente gli eventi “minori”, meno attrattivi e incapaci di generare ricavi sufficienti alla copertura dei costi.

Sul territorio restano evidenti degli squilibri sostanziali tra aree e regioni del Paese, a beneficio delle regioni più settentrionali, in particolare quella del Nord-Ovest, e centrali. Inoltre, al Nord i gap rispetto ai livelli di offerta pre-pandemia appaiono leggermente meno marcati rispetto al Centro e al Mezzogiorno.

-18,5%
spettacoli vs 2019

Difatti, nonostante il 2023 si distingue certamente in positivo grazie a risultati incrementali sui periodi precedenti – risultati che, si vedrà nelle sezioni seguenti, sono più palesi guardando alla domanda e alla spesa – è evidente che dopo la pandemia qualcosa sia cambiato. I dati dell'Osservatorio SIAE parlano abbastanza chiaro: nonostante non ci siano state restrizioni di alcun tipo nel corso dell'anno, al 2023 manca poco meno di uno spettacolo ogni cinque rispetto al 2019 (-18,5%).

Livelli di offerta ancora sostanzialmente inferiori a quelli registrati prima della pandemia accomunano una buona parte dei comparti e dei settori dello spettacolo oggetto di questo Report, sia pure con grandezze diverse da settore a settore; alcuni di questi sono tra i generi più popolari, come il calcio (-37% degli spettacoli rispetto al 2019), le discoteche (-32%) e le fiere (-23%). Fanno eccezione i settori afferenti allo spettacolo più culturale: tranne il cinema, che in termini di offerta registra ancora un -20% rispetto al 2019, tutti gli altri settori del teatro (con eccezione dei settori della lirica e del teatro di rivista e musical), dei concerti e delle mostre hanno superato i livelli di offerta degli anni precedenti al Covid-19.

Tuttavia, il fatto che nella maggior parte dei casi questo fenomeno non si associ

Con circa 640 mila eventi nel 2023 (18% del totale nazionale) la Lombardia si conferma il centro nevralgico dello spettacolo in Italia, con livelli di offerta superiori alla media in quasi tutti i settori, risultanti in una maggiore partecipazione e importanti volumi d'affari. Milano, con oltre 277 mila spettacoli, è la seconda provincia più vivace dopo Roma, che ne conta appena più di 351 mila e che, tuttavia, è molto più estesa e popolosa (si registrano, infatti, il 21% di spettacoli in più a fronte di una popolazione superiore del 23% rispetto alla provincia di Milano, in un rapporto che mette le due province in una situazione di sostanziale equilibrio).

Lazio ed Emilia-Romagna seguono al secondo e terzo posto come regioni con le più ricche proposte di spettacoli. Il Centro è, invece, l'area con i tassi di offerta pro-capite più elevati d'Italia in tutte le regioni (+23% rispetto alla media nazionale).

Al contrario, in tutte le regioni del Mezzogiorno e nelle Isole l'offerta rimane meno consistente, specialmente se paragonata alla popolazione residente, con livelli inferiori anche alla metà della media nazionale. Nota positiva per il Sud: una crescita sull'anno precedente superiore a quella nazionale, che in tutte le regioni dell'area si posiziona tra il +16% rilevato per l'Abruzzo e il +27,5% registrato in Basilicata (fanno eccezione Campania e Molise, che tuttavia restano allineate alla media del Paese).

Come per gli anni precedenti, anche i dati del 2023 inducono una centrale quanto necessaria riflessione sul tema delle garanzie all'accesso della popolazione allo spettacolo dal vivo nel nostro Paese, strettamente correlato a quello della partecipazione, che in alcune zone del Sud Italia presenta strutturalmente livelli allarmanti e senza accenno di miglioramento. Per fornire qualche esempio: nel 2023 in Campania sono proposti 39 spettacoli ogni mille abitanti, in Emilia-Romagna 70; in Puglia 55, mentre in Friuli-Venezia Giulia 78; in Molise 23, in Valle d'Aosta 83. Guardando alle prime 20 province italiane per numerosità di offerta, appena cinque di queste sono localizzate in regioni meridionali e insulari.

A fronte di un'offerta che rallenta, la partecipazione corre verso una condizione di normalità pre-pandemica

Con quasi 265 milioni di spettatori, 60,5 milioni in più rispetto all'anno scorso (+30%), il 2023 ha sfiorato il livello della domanda che caratterizzava il periodo appena precedente la pandemia (-6% rispetto ai risultati raggiunti nel biennio 2018-19).

Rispetto all'anno precedente, il rapporto tra domanda e offerta appare in parte ribaltato. Mentre la crescita dell'offerta si è notevolmente allentata (pur se con tassi di incremento ancora a doppia cifra), la domanda ha risposto più che bene: in molti settori le affluenze medie per spettacolo sono in aumento rispetto al 2019, lasciando intendere che gli eventi proposti nei palinsesti siano tornati ad essere attrattivi per un pubblico che si è completamente lasciato alle spalle il ricordo delle misure di sicurezza e contingentamento dovute alla pandemia. Con circa 75,8 partecipanti in media a ogni evento di spettacolo, le affluenze non sono mai state così elevate, segnando un +13% sul 2022 che presentava livelli allineati a quelli del 2019.

L'andamento positivo del pubblico è evidente, e spesso davvero considerevole, in pressoché tutti i settori oggetto di questo Report. Solo il pubblico degli spettacoli di

Rivista e Musical, nel macro-aggregato Teatro, è rimasto sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente, anno che tuttavia aveva registrato un record di partecipazione per il settore, motivo per cui aver mantenuto la stabilità appare in ogni caso un risultato considerevole.

Alcuni settori sono stati particolarmente determinanti per attestare la ripresa complessiva dello spettacolo, quali il Cinema o il Calcio, che in un anno soltanto hanno recuperato rispettivamente 26,4 milioni di spettatori (+55%) e oltre 9 milioni di spettatori (+46%). Discorso analogo per i concerti di musica pop, rock e leggera, che con 23,7 milioni di spettatori hanno confermato il corso già straordinario avviato nel 2022, abbattendo ogni record di presenze. Altri incrementi significativi nella partecipazione riguardano il settore delle mostre e, in generale, le manifestazioni sportive.

-6%

**spettatori
vs 2018/2019**

Nel 2023, in media, un cittadino italiano ha partecipato a 4,5 spettacoli; nel 2022 il valore si attestava a 3,5, mentre nel 2019 era pari a 4,8.

Anche l'Istat, all'interno del Rapporto sul Benessere equo e sostenibile del 2023¹, confermerebbe che, dopo un 2022 in cui il recupero nella partecipazione sociale e culturale degli italiani non era stato sufficiente a raggiungere i livelli del 2019, il 2023 è contrassegnato da una nuova vitalità da parte della popolazione, più disposta a prendere parte a eventi e manifestazioni di spettacolo di vario genere.

+13%

**spettatori
vs 2018/2019**

Rimane tuttavia invariato il divario di partecipazione nelle diverse aree del Paese: ancora una volta i dati ci restituiscono un'Italia spaccata a metà, con il Nord e il Centro stimolati anche da un'offerta generalmente più differenziata e accessibile.

Infatti, nonostante il pubblico al Sud e nelle Isole registri, per il 2023, tassi di crescita sull'anno precedente ben superiori alla media nazionale in tutte le regioni (+40% in media), le regioni del Nord e del Centro Italia raccolgono l'80% del pubblico degli spettacoli (a fronte

⁰¹ Fonte: Istat, Benessere equo e sostenibile 2023. Link: <https://www.istat.it/wp-content/uploads/2024/04/Bes-2023-Ebook.pdf>

02 Valori nominali.

di una popolazione che rappresenta i due terzi di quella nazionale).

Dal punto di vista della domanda, appare ancora più schiacciante il primato della Lombardia, dove si concentrano 56,6 milioni di spettatori, oltre un quinto del totale nazionale. Seguono, a distanza, il Lazio con circa 30,6 milioni di spettatori, pari all'11,6%, Emilia-Romagna (11%) e Veneto (10%).

Prima regione del Sud per affluenze è la Campania con 15,7 milioni di spettatori, un valore poco superiore alla metà di quello registrato nelle grandi regioni del Nord e del Centro Italia.

E mentre nelle aree settentrionali la partecipazione territoriale è quasi sempre superiore alla media nazionale, con picchi in Emilia-Romagna dove si contano, in media, 6,6 spettatori per ogni cittadino residente, al Sud e nelle Isole il valore è vertiginosamente più basso: a ogni residente del Mezzogiorno e delle aree insulari corrispondono appena 2,7 spettatori, un dato inferiore al 40% rispetto alla media nazionale. I valori tipicamente più bassi di affluenza media che caratterizzano tutte le regioni del Sud e le Isole, generalmente inferiori ai 60 spettatori per evento, testimoniano inoltre una portata tipicamente minore degli spettacoli che vengono realizzati in queste aree, con effetti contenuti anche in termini di beneficio economico e di indotto sul territorio. In questo

contesto si segnala l'Abruzzo, che con 3,5 spettatori è la prima tra le regioni dell'area per partecipazione territoriale, dimezzando lo scostamento dalla media nazionale.

I rincari, che hanno avuto impatto su quasi tutti i settori dello spettacolo, sostengono la spesa che per la prima volta supera i 4 miliardi di euro

Che lo spettacolo dal vivo si sia lasciato alle spalle gli effetti della pandemia è percepibile, in termini nominali, guardando ai volumi d'affari complessivamente generati e sostenuti dai rincari che hanno interessato quasi tutti i settori.

+10%
di incassi vs 2019

Con oltre 4,2 miliardi di euro, il 2023 segna un aumento della spesa complessiva del 37% sull'anno precedente e supera i livelli del 2019 di circa il 10%.² In termini di spesa pro capite sul territorio nazionale, questo si traduce in 71,4 euro per ogni abitante.

Già nel 2022 la corsa dei prezzi che ha interessato beni e servizi di ogni tipo (energia, carburanti, alimentari, etc.) non aveva risparmiato il tempo libero, biglietti per spettacoli inclusi, portando la spesa media individuale a 15,05 euro, un livello mai registrato prima. Nel 2023 la spesa media individuale ha vissuto un ulteriore incremento del 5,7% sull'anno precedente, arrivando fino a 15,91 euro. Rispetto al 2019, si tratta di un aumento di circa il +20%.

Nel 2023 i rincari nella spesa hanno riguardato quasi tutti i settori (rispetto all'anno precedente, fanno eccezione solo, per il macro-aggregato Teatro, i settori Rivista e Musical e Circo, per il macro-aggregato Intrattenimento le Attrazioni Viaggianti, e per lo Sport gli Sport di squadra non calcio), pure se con incrementi molto diversi tra loro. Tra gli aumenti più significativi rientrano quelli degli sport non di squadra (sport individuali e altri sport), delle fiere e dell'intero comparto dei concerti.

A livello territoriale, il trend di crescita sull'anno precedente è condiviso da tutte le venti regioni italiane, pur con grandezze differenti. In particolare, spiccano i tassi record rilevati nel Lazio, che segna un +69% sul 2022, e in Campania, che vede incrementare la spesa del 64% in un anno. Tuttavia, in molte regioni italiane, nonostante i rincari che hanno caratterizzato il biennio post-pandemico, si fa ancora fatica a realizzare i volumi di affari del 2019 o degli anni appena precedenti.

Di 12 regioni su 20 che, per il 2023, registrano ancora scostamenti di spesa negativi rispetto al 2019, 5 regioni sono al Sud e due sono le Isole maggiori.

del +30% dal 2019, mentre a livello nazionale, prima su tutte le regioni, il Lazio segna sul 2019 un tasso di incremento del 43%.

La spesa resta fortemente concentrata nelle grandi regioni del Nord e del Centro Italia, in conseguenza di un sistema di spettacolo più ricco, variegato e partecipato. In Lombardia si realizza più del 25% della spesa nazionale per spettacolo, pari a poco più di un miliardo di euro, in aumento del 46% sull'anno precedente. Seguono Lazio e Veneto, rispettivamente con poco meno di 600 milioni di euro (14% del volume d'affari nazionale) e 470 milioni di euro (11%).

Inoltre, avendo luogo in queste poche regioni (prevalentemente nelle città capoluogo e nei dintorni) la maggior parte dei grandi eventi di portata nazionale e internazionale (concerti, eventi sportivi, spettacoli teatrali e di lirica, etc.), i livelli di spesa media individuale sono anche nettamente più alti, contribuendo al maggiore distacco. In Lombardia e nel Lazio, ad esempio, la spesa per partecipante supera i 19 euro (+20% rispetto al valore medio nazionale). Al contrario, nelle regioni del Mezzogiorno e nelle Isole la spesa media resta sempre più bassa, pari a 13 euro a partecipante. Anche in questo caso unica eccezione è la Campania, che si allinea al valore medio nazionale.

SPETTACOLO



oltre

2,9 mln

DI SPETTACOLI

↑ +14,5% vs 2022

↓ -17,6% vs 2019

145,1 mln

DI SPETTATORI

↑ +40,3% vs 2022

↓ -9,8% vs 2019

2.172 mln

DISTRIBUZIONE DEGLI SPETTATORI NELLO SPETTACOLO CULTURALE

51%	19,4%
nel Cinema	nei Concerti
18,2%	11,4%
nel Teatro	nelle Mostre

euro SPESI IN ITALIA NEL 2023

↑ +40,7% vs 2022
↑ +20,1% vs 2019

36,20 €

SPESA ANNUA PRO CAPITE

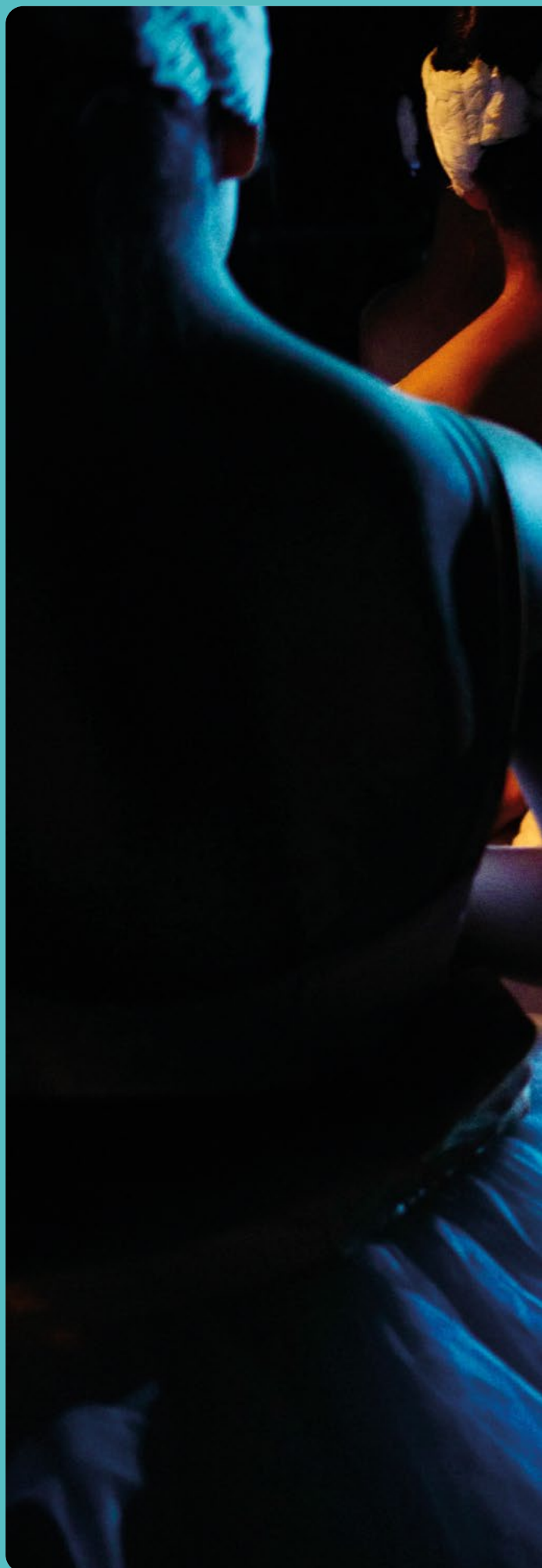
14,97 €

SPESA MEDIA SPETTATORE

↑ +0,3% vs 2022
↓ +33,2% vs 2019



SPET TA CO LO





Teatro, Concerti e Mostre vanno oltre i livelli di offerta pre-pandemici, mentre il Cinema resta ancora indietro

In Italia nel 2023 l'offerta di spettacolo culturale è cresciuta fino a oltre 2,8 milioni di spettacoli (+14,5% rispetto al 2022) e rappresenta la porzione più ampia (82%) degli spettacoli oggetto del Rapporto SIAE.

Circa 9 spettacoli culturali su 10 sono proiezioni cinematografiche, a cui seguono gli eventi del comparto teatrale (circa il 5% delle rappresentazioni); i concerti e le mostre rappresentano invece il 2,2% e il 2,8% delle manifestazioni del segmento. Tuttavia, il settore Cinema è l'unico, tra i quattro comparti, a non aver pienamente recuperato i livelli di offerta antecedenti alla pandemia, in nessuna delle regioni d'Italia. I concerti, sulla scia delle riprogrammazioni di eventi annullati, sono aumentati del 61% sul 2019 in appena due anni, ma anche gli spettacoli teatrali sono in crescita (+11%), così come le mostre (+10%). I risultati in termini di domanda realizzata sono tuttavia molto differenti: tra gli eventi del segmento culturale, il Cinema richiama 1 spettatore su 2, mentre i settori Teatro e Concerti ne raccolgono poco meno di 1 ogni 5.

31%
dell'offerta in Lazio
e Lombardia

Uno spettacolo su tre avviene in Lombardia (18% dell'offerta nazionale) o in Lazio (13%).

Il Mezzogiorno resta strutturalmente indietro rispetto alle tendenze del contesto nazionale: basti pensare che, nelle sei regioni del Sud, l'offerta eguaglia appena i risultati realizzati dalla sola Lombardia. Tuttavia, i tassi di crescita delle attività di spettacolo culturale – fatta eccezione per il Cinema – sono generalmente più alti della media nazionale, lasciando ben sperare nella possibilità di ridurre tale gap territoriale in futuro.

Dopo la pandemia, gli italiani stanno tornando progressivamente ad animare cinema, teatri e sale da concerti

Nel 2023 si evidenzia una significativa ripresa della partecipazione culturale, con un incremento di pubblico del +40% sul 2022, segnando un netto distacco dai difficili anni della pandemia. Superati di poco i 145 milioni tra ingressi e presenze nel corso di un anno, il macro-aggregato culturale sta finalmente tornando ai livelli di partecipazione che caratterizzavano il biennio antecedente al 2020. Come afferma l'Istat, l'aumento della partecipazione alle attività culturali ha riguardato tanto le donne quanto gli uomini, con un recupero che li riporta entrambi ai livelli del 2019, e coinvolge soprattutto le fasce più giovani della popolazione: i valori più alti si rilevano tra i giovanissimi di 6-14 anni (fascia all'interno della quale è "culturalmente attivo" in termini di partecipazione agli eventi il 47,2%) e i giovani di 15-24 anni (52,9%), per poi diminuire progressivamente al crescere dell'età.¹

La crescita sul 2022 contraddistingue tutti i comparti, anche se con tassi differenti. Sebbene, grazie alle eccellenti produzioni in-

ternazionali e nazionali che sono state distribuite nel corso dell'anno, le sale abbiano assistito a un cospicuo incremento della domanda (+55% sull'anno precedente), con risultati straordinari anche nel periodo estivo, notoriamente "fiacco" per il settore, il Cinema resta l'unico comparto del macro-aggregato culturale a non aver ancora recuperato completamente i livelli di pubblico registrati prima della pandemia.

I comparti Teatro e Mostre hanno invece ristabilito la partecipazione sui livelli del 2019 (+8% e +7%), evidenziando una risposta positiva del pubblico alla maggiore offerta sul territorio.

Il comparto Concerti ha consolidato gli ottimi risultati già ottenuti l'anno precedente, in particolare grazie all'exploit degli eventi di musica pop, rock e leggera, che dopo la pandemia hanno visto quasi raddoppiare il proprio pubblico, in risposta anche all'offerta in aumento e nonostante i rincari dei costi del biglietto.

I rincari generalizzati trainano la spesa

Con poco meno di 2,2 miliardi di euro incassati nel 2023, la dimensione della spesa ha superato, perlomeno da un punto di vista nominale, i risultati del periodo pre-pandemico (+20% rispetto al 2019).

Oltre la metà della spesa (57%) è raccolta nelle aree settentrionali del Paese, di cui oltre un quarto in Lombardia (27%). Al Centro, invece, gli incassi si concentrano in Lazio (14%).

I risultati sono da attribuirsi al forte incremento della domanda, mentre la spesa media individuale si attesta sui 14,97 euro, in

⁰¹ Fonte:
Istat, Rapporto Benessere equo e sostenibile, 2023.
<https://www.istat.it/wp-content/uploads/2024/04/Bes-2023-Ebook.pdf>

una situazione di sostanziale stabilità rispetto all'anno precedente se viene considerato il dato medio nazionale. Tuttavia, un'analisi di dettaglio sul territorio evidenzia forti differenze nell'evoluzione della spesa: in particolare, i maggiori rincari si rilevano in Lazio e in Lombardia, che insieme realizzano oltre il 41% della spesa complessiva nazionale, mentre nella maggior parte delle rimanenti regioni si rileva una flessione della spesa media individuale, in certi casi anche molto consistente, rispetto ai valori dell'anno precedente (ad esempio in Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige, Veneto, Toscana, Abruzzo e Calabria la spesa media individuale decresce di oltre il 10% rispetto al 2022). In questo quadro, occorre comunque evidenziare che la spesa presenta, per quasi tutte le regioni, un tasso di incremento positivo sul 2022 (fa eccezione il solo Trentino Alto Adige che segna un -9%).

Dal raffronto dei livelli di spesa sul 2019, emerge che le regioni che ancora non sono riuscite a eguagliare la spesa del periodo pre pandemico si trovano tutte al Centro-Nord.

Come per l'anno precedente, invece, la spesa rimane la dimensione in cui il gap territoriale tra il Centro-Nord e il Sud risulta più marcato.

Il divario in termini di capacità di spesa tra le aree centro-settentrionali e quelle meridionali e insulari del Paese si conferma un problema strutturale: il rapporto tra la spesa complessiva realizzata nelle regioni del Nord e del Centro Italia e il totale nazionale è pressoché costante negli anni e stabile intorno all'80%.

Determinanti, in questo caso, non solo i livelli di partecipazione del pubblico, decisamente più elevati nella stragrande maggioranza delle regioni settentrionali e centrali del Paese (al Sud e nelle Isole si registra meno di uno spettatore su 4), ma anche i livelli di spesa media che, nonostante i rincari, nella maggior parte delle regioni fanno fatica a decollare.

CINEMA



2,6 mln

SPETTACOLI CINEMATOGRAFICI

↑ +14,4% vs 2022
↓ -20,3% vs 2019

74,1 mln

SPETTATORI

↑ +55,4% vs 2022
↓ -29,1% vs 2019

530,5 mln



euro **DI SPESA**

↑ +59,3% vs 2022
↓ -22,2% vs 2019



più di **1** mln

**GIORNATE SOLARI
DI SPETTACOLO**

↑ +6% vs 2022
↓ -13% vs 2019

+36%

**AFFLUENZA MEDIA
NELLE SALE**

↑ +36% vs 2022
↓ -11% vs 2019

4,59 €

**PREZZO MEDIO
DEL BIGLIETTO
IN ABBONAMENTO**

vs 7,12 euro prezzo medio
del biglietto acquistato
singolarmente

CINEMA

01 Nel 2023 sono 903 le prime visioni in sala, delle quali il 54% di nazionalità italiana ed il 46% di nazionalità estera, in aumento sul 2022 (+8,4%).

02 EuroNews, *Hollywood, finisce lo sciopero degli attori dopo 118 giorni*, trovato l'accordo, 9 novembre 2023. Link: <https://it.euronews.com/cultura/2023/11/09/hollywood-finisce-lo-sciopero-degli-attori-dopo-118-giorni-trovato-laccordo>

03 Il Post, *Le conseguenze che vedremo e quelle che non vedremo dello sciopero di Hollywood*, 14 novembre 2023. <https://www.ilpost.it/2023/11/14/sciopero-hollywood-conseguenze/>





Il Cinema si lascia alle spalle gli effetti della pandemia e lascia ben sperare per il futuro

Che il 2023 sia stato un anno d'oro per il Cinema in Italia è un fatto conclamato, e l'Osservatorio SIAE non può che confermarlo.

I dati vedono il settore in netta ripresa dopo i recenti anni bui, e lasciano ben sperare per il futuro: per il 2023 l'Osservatorio dello Spettacolo registra poco meno di 2,6 milioni di proiezioni (+14% sull'anno precedente).

È altrettanto vero che permangono ancora sostanziali divari rispetto ai risultati degli anni antecedenti alla pandemia, specialmente se raffrontati a quelli del 2019, anno particolarmente virtuoso per il Cinema in Italia. In particolare, la presenza in sala del pubblico si attesta intorno a valori molto distanti da quelli registrati prima del 2020: il numero di spettatori, nel 2023, segna un -29% rispetto al 2019 e un -19% sul 2018.

Anche se parliamo di anni recenti, occorre inquadrare il 2018 e il 2019 come parte di un'epoca sostanzialmente differente da quella che viviamo oggi, con logiche di consumo e dinamiche di partecipazione culturale che sono state completamente sconvolte e riscritte in molti settori. Non fa eccezione il Cinema, influenzato dalla fortissima ascesa del digitale e dei servizi di streaming: un fenomeno sicuramente iniziato prima della pandemia, ma che con questa ha registrato una crescita significativamente più rapida.

L'aumento dell'offerta nel 2023 è stato supportato da numerose nuove uscite¹, anche in seguito alla ripresa delle attività di produzione a regime. Per gli anni a venire, resterà da vedere se l'andamento delle produzioni non subirà arresti, considerato anche l'impatto sull'industria cinematografica statunitense dello sciopero record degli attori del sindacato SAG-AFTRA insieme agli sceneggiatori della WGA, che ha fermato Hollywood per 118 giorni nel 2023². Per un periodo di circa cinque mesi, infatti, non sono stati scritti e girati film (e serie tv) da grandi produzioni; è stata sospesa anche l'attività di promozione, causando lo slittamento di diverse uscite in sala. Il 2024 sarà, pertanto, un anno sul quale è difficile fare previsioni in relazione alle produzioni internazionali, ma si stima già che serviranno due anni per recuperare il blocco derivante dallo sciopero³.

04 Si consideri, inoltre, che per il Cinema si rileva il secondo migliore incremento, in termini di partecipazione di pubblico, sull'anno precedente, dopo il settore dell'Arte varia (il cui pubblico è cresciuto circa del +86% sull'anno precedente).

05 Fonte: Gli Italiani e il Cinema 2023, Opinioni e comportamenti, Report di ricerca. Università Cattolica del Sacro Cuore e SWG per la DG Cinema e Audiovisivo, 12 luglio 2023.

06 Ibid. Nello specifico, il 55% per cento dei frequentatori ha meno di 35 anni, il 76% ne ha meno di 50.

07 Il termine *gamer* fa riferimento a un pubblico molto giovane di appassionati al mondo del gaming (effetti speciali, personaggi, storie) e degli universi dei *comics* (fumetti e graphic novel).

08 Fonte: Gli Italiani e il Cinema 2023, Opinioni e comportamenti, Report di ricerca. Università Cattolica del Sacro Cuore e SWG per la DG Cinema e Audiovisivo, 12 luglio 2023. La ricerca rileva, inoltre, che l'audiovisivo (in senso estensivo) resta l'attività preferita degli under 30, mentre nel tempo libero gli italiani over 50 preferirebbero trascorrere il tempo libero all'aria aperta.

09 Si rimarca che, esclusivamente ai fini di questa ricerca, con il termine "spettacolo" si fa riferimento al macroaggregato composto dai seguenti settori oggetto di rilevazione da parte dell'Osservatorio SIAE: cinema, teatro, concerti, mostre.

Tanti i nuovi film al cinema, e il pubblico ritorna nelle sale

Spinto da nuove produzioni italiane e internazionali, nel 2023 cresce nettamente il pubblico delle sale cinematografiche, attestandosi a 74,1 milioni di spettatori (+55,4% sul 2022)⁴. In particolare, come evidenziato da "CinExpert", attività di monitoraggio settimanale di Cinetel sulle caratteristiche socio-demografiche del pubblico in sala, nel 2023 è aumentato il pubblico femminile (+77% rispetto al 2022) e delle fasce d'età più alte (+92% per i 50-59enni; +81% per gli over 60).

Gli over 50, in particolare, erano gli spettatori più reticenti a tornare a vivere il cinema come un'esperienza collettiva in sala nell'immediata era post-pandemica. L'aumento di circa l'85% in quella fascia d'età nel 2023, stimolato anche dalla ripresa della produzione italiana (per la quale sono tendenzialmente più in target rispetto ai più giovani), è stato un fattore determinante per la crescita degli incassi.

La paura del contagio ha in effetti un peso ormai residuale nel tenere lontani gli spettatori dalle sale: oltre all'aumento dei costi del biglietto e dei servizi causato dall'inflazione, le motivazioni che frenano gli italiani dal tornare a frequentare più o meno assiduamente le sale cinematografiche sarebbero invece correlate alla perdita dell'abitudine e alla qualità dell'offerta.⁵

L'attuale pubblico delle sale, stando a un'indagine svolta da SWG e Università Cattolica per la Direzione Generale del Cinema e dell'Audiovisivo del MIC, è in buona parte (46%) selettivo – nello specifico, va in sala solo se ha già individuato un film di suo interesse – e di età superiore rispetto alla media dei frequentatori, che si attesta a 35 anni.⁶ Segue, per il 25%, un pubblico composto maggiormente da giovanissimi (accompagnato dai genitori) e *gamer*⁷ che sceglie la sala quando questa

offre film spettacolari; a questi si affianca una popolazione più eterogenea di spettatori che del cinema amano il contesto e la dimensione sociale e che, se potessero, ci andrebbero più spesso, a prescindere dal film⁸.

L'esperienza al cinema, che ancora gode di una buona attrattività, è da inquadrare all'interno di un sistema di spettacolo e intrattenimento in cui le alternative al grande schermo sono sempre più varie. Il prezzo è senz'altro un fattore determinante sulla scelta dello spettatore di recarsi in sala, o di preferire piuttosto la fruizione su piattaforma: un effetto di sostituzione che, come accennato, si è accentuato notevolmente nel post-pandemia.

I dati 2023 in termini di affluenza offrono quindi dei segnali nettamente incoraggianti e indicano che il Cinema è ancora in grado di giocare un ruolo di prim'ordine nel sistema italiano dello spettacolo, ma che deve farlo per un pubblico diverso: più variegato e complesso, con nuove abitudini, e che chiede un deciso cambio di passo in termini di innovazione dell'esperienza complessiva.

Con la crescita del pubblico crescono anche gli incassi, in maniera più che proporzionale a causa dell'effetto dell'inflazione sui costi dei biglietti: la spesa media per spettatore supera, per la prima volta, la soglia dei 7 euro. Il volume di incassi dalle sale italiane è di 530,5 milioni di euro, cifra ben superiore a quella dell'anno precedente (+59%). L'incasso medio associato a ogni proiezione aumenta del 39,3%, passando da 147,7 euro nel 2022 a 205,7 euro nel 2023. Ogni proiezione raccoglie, in media, poco meno di 29 persone.

Il Cinema mantiene quindi un ruolo decisamente rilevante sull'intero sistema dello spettacolo italiano: nel 2023 il settore ha infatti richiamato ben il 51% del pubblico dello spettacolo in Italia.⁹

7,16€
spesa media
per spettatore

205€
incasso medio
di una proiezione

Un'estate straordinaria per il Cinema e le sale: mai così bene dal 2019

Il Cinema riprende quota anche nella stagione estiva, tradizionalmente più debole dal punto di vista dei risultati, grazie in particolare all'uscita di due pellicole americane attesissime come *Barbie* e *Oppenheimer*. I due blockbuster nel nostro Paese hanno incassato rispettivamente 31,8 milioni e 27,2 milioni di euro, classificandosi al secondo e al terzo posto dei film più visti al cinema in Italia nel 2023.¹⁰

Notevole impulso al settore nei mesi più caldi è dovuto anche a *Cinema Revolution*, la misura di sostegno al consumo messa in atto dal Ministero della Cultura in collaborazione con le case di produzione e le sale aderenti all'iniziativa e in vigore nel 2023 dall'11 giugno al 21 settembre con biglietti a 3,50 euro per i film italiani ed europei (il successo di *Barbie* e di *Oppenheimer*, pertanto, trascende l'effetto dell'intervento pubblico).¹¹ Gli effetti di questa iniziativa si sommano a quelli di *Cinema in Festa*¹², progetto lanciato nel 2022 con la collaborazione di David di Donatello – Accademia del Cinema Italiano, distributori e sale e ispirato alla "Fête du Cinéma" francese.

Alle iniziative di sostegno ai consumi si è associata, sempre nell'ambito dell'intervento pubblico, un'intensa attività di promozione che si è estesa anche oltre il periodo della campagna ministeriale. La comunicazione si è rivolta al grande pubblico, in particolare ai giovani, con spot durante gli eventi più frequentati (concerti, partite di calcio etc.).¹³

Guardando ai dati dell'Osservatorio, emerge che il combinato disposto tra le uscite dei due blockbuster americani e le misure governative ha significativamente modificato le dinamiche classiche del Cinema in estate: i mesi di luglio, agosto e settembre del 2023 crescono, sul periodo precedente, a tassi decisamente superiori alla media annuale in termini di spettacoli, ma ancor più nella partecipazione di pubblico. Da giugno a settembre 2023, gli spettacoli sono aumentati del 27% rispetto al medesimo periodo del 2022; a luglio 2023 si registra il 117% in più

degli spettatori di luglio 2022, mentre agosto e settembre 2023 segnano +102% e +84% di partecipazione.

Inoltre, il periodo estivo del 2023 è il migliore dal 2019 in termini di offerta e spettatori a valori assoluti. Le presenze rilevate nell'estate 2023 restano più basse rispetto al 2019 di appena il 2,3% (23,5 milioni circa vs. poco più di 24 milioni di spettatori), mentre rimane più rilevante il divario tra il numero di proiezioni realizzate nei mesi estivi del 2023 rispetto al medesimo periodo del 2019, pari al -17,3% (rispettivamente 748,6 mila vs. 905,7 mila spettacoli). Tuttavia, mentre per il 2019 il valore medio dell'affluenza generata nei mesi estivi era pari a 26,6 spettatori per proiezione, per il 2023 questo è aumentato fino a 31,4 (+18%), il dato più alto degli ultimi sette anni. Non solo: nel 2023 i mesi di luglio, agosto e settembre registrano valori di affluenza media superiori a quelli registrati in gennaio e dicembre, tipicamente i mesi più "vivaci" per le sale cinematografiche.¹⁴

Questi dati vanno letti in parallelo alla diminuzione del cinema: si passa dai 5.272 del 2019 ai 4.961 del 2023. Soprattutto in estate, inoltre, si assiste ad una chiusura delle piccole strutture e monosala e a una conseguente crescita dell'affluenza nei multiplex che si dimostrano più idonei e pronti a fornire una gamma di servizi (dal condizionamento all'aspetto ristorativo) decisamente più attrattivi per il pubblico che si reca in sala nei torridi mesi estivi. Ciò contribuisce a spiegare, da un lato, l'effettiva diminuzione nel numero di spettacoli, e, dall'altro, l'aumento della presenza media per proiezione.

Infine, anche il livello di spesa complessiva nel periodo estivo del 2023 è il più alto dal 2017: su questo risultato pesa certamente l'effetto inflattivo, ma anche, come visto, l'incremento del pubblico.

Il Cinema e l'estate, quindi, possono andare d'amore e d'accordo e i dati dell'Osservatorio SIAE di quest'anno lo confermano, a dimostrazione che gli sforzi profusi da istituzioni ed esercenti per destagionalizzare la domanda hanno dato i loro frutti.

23,5

milioni di spettatori
tra giugno e settembre

¹⁰ Al primo posto in classifica c'è la pellicola di esordio alla regia dell'attrice Paola Cortellesi, *C'è ancora domani*, con 32,7 milioni di euro di incasso. Dati aggiornati a fine 2023.

¹¹ Per il 2023 si rilevano oltre 700 sale aderenti. Fonte: <https://rendicontazionecinemarevolution.it/cinema>

¹² Cinema in Festa ha una durata più contenuta, pari a cinque giorni, nei mesi di giugno e settembre.

¹³ Fonte: Cinema Revolution: tutti i numeri di un'estate da record – Al MIA i dati definitivi della campagna MiC, 10 ottobre 2023. <https://cinema.cultura.gov.it/notizie/cinema-revolution-tutti-i-numeri-di-una-estate-da-record-al-mia-i-dati-definitivi-della-campagna/>

¹⁴ In termini di valori assoluti, tuttavia, i mesi in cui le sale registrano il picco di pubblico restano quelli in concomitanza con le festività natalizie: per il 2023 gennaio vale il 10% del pubblico annuale (oltre 7 milioni di spettatori), mentre novembre e dicembre insieme contano quasi un quarto (23%, pari a 16,9 milioni di spettatori) degli spettatori del totale realizzato nell'anno.

Il miglioramento complessivo del settore non aiuta a colmare i divari territoriali

Nonostante l'annata straordinaria per lo spettacolo cinematografico italiano, non migliora la situazione di sostanziale divario tra Nord e Sud del Paese in termini sia di offerta sia di partecipazione, con il secondo in profonda sofferenza e livelli dimensionali pressoché sempre inferiori ai valori medi nazionali.

L'attività di spettacolo si concentra in Lombardia e Lazio, che da sole rappresentano quasi un terzo dell'offerta complessiva (rispettivamente 17,9% e 13,5% sul totale). In particolare, il Lazio presenta il numero più alto di spettacoli pro-capite nel Paese, con circa 61 proiezioni realizzate ogni mille abitanti, mentre la Lombardia, con 46 spettacoli ogni mille abitanti, si attesta poco sopra la media nazionale (pari a 43,7). Sempre in termini di offerta pro-capite, tutte le regioni del Centro Italia, insieme al Friuli-Venezia Giulia, risultano essere le più virtuose, con risultati ampiamente superiori alla media nazionale.

La ripartizione del numero e delle quote degli spettatori nelle cinque aree territoriali del Paese (Nord-Est, Nord-Ovest, Centro, Sud e Isole) e tra le diverse regioni segue in maniera sostanzialmente proporzionale quella dell'offerta, senza alcuna variazione degna di nota. Livelli di partecipazione notevolmente superiori alla media si rilevano in Lazio e in Emilia-Romagna, che registrano 1.688 e 1.635 spettatori ogni mille abitanti, rispettivamente +34% e +30% rispetto alla media nazionale (1.255). L'Emilia-Romagna è anche la regione col più elevato parametro di affluenza (calcolato come rapporto tra numero di spettatori e

numero di spettacoli), pari a 35, seguita da Veneto e Trentino Alto-Adige che rilevano una media di 34 partecipanti per ogni proiezione. Il Lazio è anche la regione dove la spesa unitaria media per spettatore è la più elevata (circa 8,2 euro, +15% sul valore medio nazionale).

Rispetto agli anni precedenti, dunque, sia per la domanda che per l'offerta, permane il sostanziale divario territoriale nel Paese, con le aree del Nord e Centro Italia che si muovono su valori dimensionali completamente differenti da quelli rilevati al Sud e nelle Isole. Ci sono regioni che fanno più fatica di altre a recuperare dopo la pandemia: il Molise presenta livelli di offerta ridotti di oltre il 30% rispetto al 2019 e la Campania segna un -28% nello stesso periodo. Il Molise resta, inoltre, la regione d'Italia più carente sia dal punto di vista della domanda sia dell'offerta, anche quando rapportate alla popolazione.

Come evidenzia anche l'indagine SWG e Università Cattolica (già citata in precedenza), il prezzo non è tra le prime motivazioni da addurre alla ridotta partecipazione (quando non assente) del pubblico nelle sale cinematografiche, ma ha comunque un forte impatto tra le categorie più fragili: potrebbe dunque non essere casuale che i tassi di partecipazione più bassi d'Italia si registrino nelle aree del Paese caratterizzate da minor reddito pro-capite disponibile e maggiori tassi di disoccupazione (con tassi tra i più alti anche a livello europeo).¹⁵ A ciò si aggiunge la chiusura di molte sale, soprattutto in alcune aree del Sud e nelle Isole, come in Abruzzo e Sardegna (anche se il fenomeno non ha risparmiato anche province del Nord e del Centro Italia).

Lombardia e Lazio ospitano un terzo degli spettacoli nazionali

¹⁵ Fonte: Banca d'Italia, *Economie regionali. L'economia delle regioni italiane. Dinamiche recenti e aspetti strutturali*. Numero 22, novembre 2023.





I TOP AL BOTTEGHINO / CINEMA

Sebbene il settore non abbia ancora raggiunto i livelli pre-pandemici, ottimi segnali si registrano in una vivace stagione estiva caratterizzata dall'uscita di due blockbuster come *Barbie* e *Oppenheimer*, e ancor più in autunno con il grande riconoscimento da parte del pubblico italiano per *C'è ancora domani*. Il film, esordio di Paola Cortellesi alla regia, conquista il primo posto nella classifica Cinema 2023 sia in termini di incassi che di ingressi, superando la quota di 5.000.000 di spettatori.

Classifica per spesa al botteghino 2023

Assoluta

POSIZIONE	FILM	NAZIONALITÀ
1	C'È ANCORA DOMANI	ITA
2	BARBIE	GB
3	OPPENHEIMER	USA
4	SUPER MARIO BROS - IL FILM	USA
5	AVATAR: LA VIA DELL'ACQUA	USA
6	LA SIRENETTA	USA
7	FAST X	GB
8	GUARDIANI DELLA GALASSIA VOLUME 3	USA
9	WONKA	USA
10	ASSASSINIO A VENEZIA	USA

Film italiani

POSIZIONE	POS.ASSOLUTA	FILM
1	1	C'È ANCORA DOMANI
2	19	ME CONTRO TE - IL FILM - MISSIONE GIUNGLA
3	24	TRE DI TROPPO
4	26	ME CONTRO TE - IL FILM - VACANZE IN TRANSILVANIA
5	28	SANTOCIELO
6	17	IO CAPITANO
7	30	LE OTTO MONTAGNE
8	31	IL SOL DELL'AVVENIRE
9	34	COMANDANTE
10	32	L'ULTIMA NOTTE DI AMORE

Classifica per spettatori 2023

Assoluta

POSIZIONE	FILM	NAZIONE	SPETTATORI
1	C'È ANCORA DOMANI	ITA	5.010.029
2	BARBIE	GB	4.498.586
3	OPPENHEIMER	USA	3.796.461
4	SUPER MARIO BROS - IL FILM	USA	2.872.938
5	AVATAR: LA VIA DELL'ACQUA	USA	1.939.721
6	LA SIRENETTA	USA	1.849.132
7	FAST X	GB	1.538.372
8	ASSASSINIO A VENEZIA	USA	1.476.518
9	GUARDIANI DELLA GALASSIA VOLUME 3	USA	1.454.430
10	WONKA	USA	1.340.991

Film italiani

POSIZIONE	POS. ASSOLUTA	FILM	SPETTATORI
1	1	C'È ANCORA DOMANI	5.010.029
2	17	IO CAPITANO	841.895
3	19	ME CONTRO TE - IL FILM - MISSIONE GIUNGLA	763.615
4	24	TRE DI TROPPO	721.562
5	26	ME CONTRO TE - IL FILM - VACANZE IN TRANSILVANIA	699.717
6	28	SANTOCIELO	680.086
7	30	LE OTTO MONTAGNE	668.987
8	31	IL SOL DELL'AVVENIRE	651.308
9	32	L'ULTIMA NOTTE DI AMORE	559.527
10	34	COMANDANTE	551.954

TEATRO



146,4 mila

SPETTACOLI

↑ +16,4% vs 2022

↑ +11,5% vs 2019

520,4 mln

euro

DI SPESA

↑ +35,4% vs 2022

↑ +7,7% vs 2019

TEATRO

26,4 mln



INCASSO MEDIO
DI UNO SPETTACOLO
DI LIRICA

↑ +17% vs 2022
↑ +10% vs 2019

SPETTATORI

↑ +37,1% vs 2022
↑ +7,7% vs 2019



LOCALI IN ITALIA CHE
HANNO OSPITATO ATTIVITÀ
TEATRALI NEL 2023

↑ +16% vs 2022
↑ +45% vs 2019

16.767

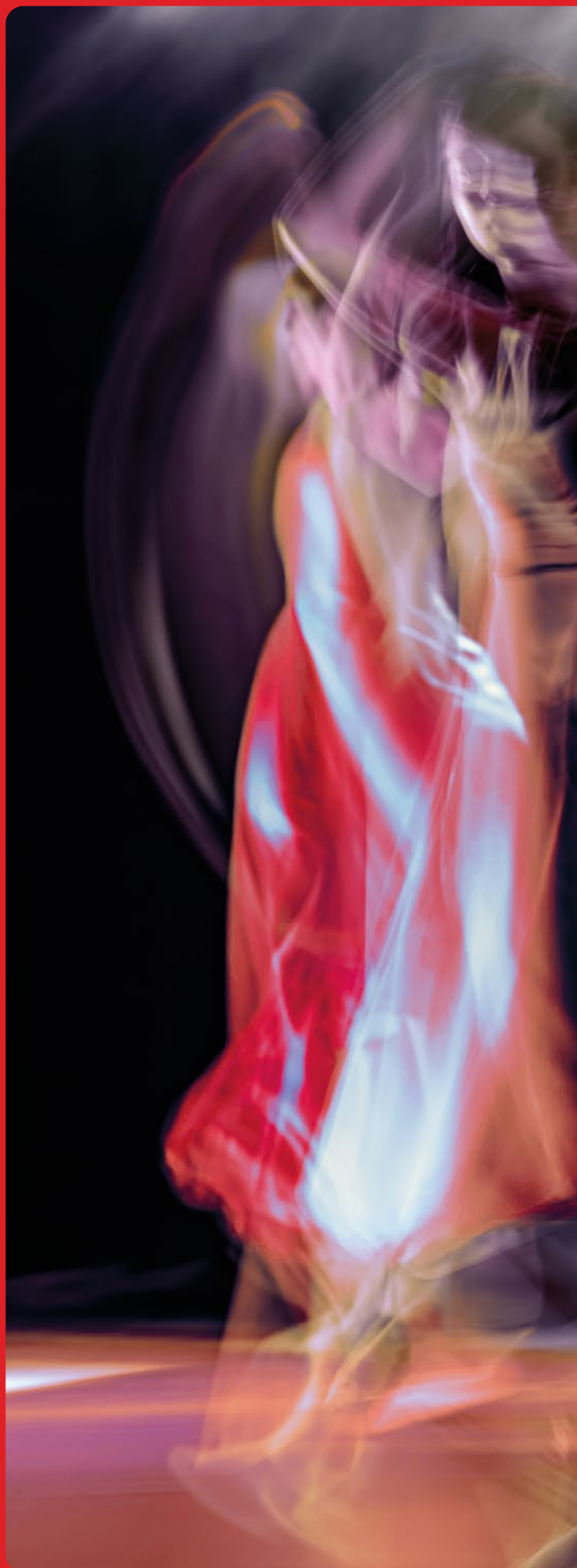
oltre 37 mila euro

SPETTACOLI DI PROSA

↑ +17% vs 2022
↑ +5% vs 2019

90,3 mila

TEA TRO





Invitato da un'offerta in crescita in tutti i settori del comparto e diffusa su buona parte del territorio nazionale, il pubblico del teatro ha finalmente ripreso a godere degli spettacoli dal vivo agli stessi livelli che hanno caratterizzato gli anni prima del 2020, consolidando la ripresa già avviata nel 2022 su tutto il territorio nazionale.

Il macro-aggregato Teatro raccoglie la più vasta varietà di generi di spettacolo tra quelli proposti nell'ambito delle attività di questo Report, così come tanti e diversi i soggetti organizzatori che, con estrema dedizione anche negli anni più duri della pandemia, hanno continuato a portare avanti le attività, sempre nei limiti esposti dalle regolamentazioni in vigore: si tratta di settori come Prosa, Lirica, Rivista e Musical, Balletto, Burattini e Marionette, Arte Varia e Circo.

Con oltre 146 mila spettacoli, il 2023 raccoglie e valorizza l'ottima ripresa già portata avanti dagli organizzatori di spettacolo teatrale in quasi tutti i settori del comparto.

Con oltre 6 spettacoli su 10, nell'ambito del macro-aggregato in analisi, il teatro di prosa rimane il genere più diffuso sul territorio, seguito dagli eventi di arte varia, circo e balletto, che insieme rappresentano il 95% dell'offerta teatrale. Settori come la Lirica, Rivista e Musical e Burattini e Marionette hanno invece una diffusione sul territorio decisamente più limitata.

La diffusione e la capillarità dei soggetti del macro-aggregato Teatro sul territorio nazionale, decisamente più omogenea rispetto a quella osservata negli altri comparti, nonché dei luoghi di spettacolo atti a ospitare le diverse rappresentazioni, è sicuramente tra le prime ragioni per cui anche l'offerta di spettacoli gode, complessivamente, di una distribuzione più equa sul territorio, a beneficio (parziale) delle regioni del Mezzogiorno e delle Isole, che insieme raccolgono più di un quarto delle rappresentazioni nazionali (28%). A trainare il comparto sul territorio restano, in ogni ca-

6/10

spettacoli teatrali
di prosa

so, le grandi regioni quali Lombardia (15% dell'offerta nazionale), Lazio (12%) ed Emilia-Romagna (11%).

In termini di domanda, tutti i settori del comparto teatrale chiudono in positivo rispetto all'anno precedente, registrando un +37% sul 2022 e un +7,7% sul 2019.

In cinque dei sette settori che compongono il comparto, il numero degli spettatori è tornato ai livelli pre-pandemici; a fare eccezione restano, come per l'anno precedente, il settore della lirica (-13% rispetto ai risultati del 2019) e del teatro di rivista e musical (-19%). In pienissima forma è, al contrario, il genere di spettacolo di arte varia, che ha quasi raddoppiato i livelli di pubblico del 2019 (+88%). È da segnalare anche l'ottimo recupero del teatro di prosa con oltre 15 milioni di spettatori (circa 260 mila in più in valore assoluto sul 2019 ed oltre 4 milioni in più sul 2022).

La crescita è trasversale a tutte le aree e a ogni regione d'Italia, e si rilevano nelle regioni del Sud e delle Isole risultati superiori alla media nazionale (ad esempio: in Basilicata il numero di spettatori è aumentato del 72%, nel Molise del 54%, in Sicilia e in Calabria del 53%, in Abruzzo del 49% e in Campania del 42%). Le regioni trainanti restano Lombardia (che raccoglie il 17% della domanda nazionale) e Lazio (13%), anche se con quote decisamente più modeste rispetto a quelle

rilevate per altri comparti, come quello dei concerti.

Con il pubblico in aumento, a fronte di una sostanziale stabilità nella spesa media individuale (-1,2% sul 2022) crescono anche gli incassi del comparto, che registra volumi d'affari complessivi per oltre 520 milioni, in crescita del 35% sull'anno precedente. La sola Lombardia copre oltre il 25% della spesa nazionale, seguita dal Veneto e dal Lazio, entrambe al 13%. La spesa media individuale a livello nazionale è di 19,7 euro, con variazioni territoriali significative, come ad esempio la Lombardia e il Veneto, uniche due regioni con valori ampiamente sopra la media (rispettivamente 28,8 euro e 31,2 euro).

Prosa

Aumenta l'offerta, con quasi la metà degli spettacoli concentrati al Nord

Se nel 2022 il teatro di prosa mostrava buoni segnali di ripresa, nel 2023 si assiste ad un totale recupero dei livelli pre-pandemici di offerta (+5% rispetto al 2019), fruizione e spesa e si conferma, come in altri settori, il superamento di tali soglie, realizzando la performance migliore di sempre. Gli oltre 90 mila spettacoli, trainati da una forte crescita del numero di organizzatori rispetto al 2022 sull'intero territorio nazionale (+59%), hanno portato oltre 15 milioni di spettatori nelle sale, superando quota 250 milioni di spesa da parte del pubblico. Questi risultati rendono la Prosa il più vivace settore dello Spettacolo in Italia.

90
mila spettacoli

A differenza del 2022, in cui si registrava una più equilibrata distribuzione delle attività tra i mesi autunnali e invernali (59%) rispetto a quelli primaverili ed estivi, l'organizzazione dell'offerta di prosa sembra aver ripreso il suo normale corso concentrando la maggior parte degli spettacoli offerti (64%) nei mesi autunnali e invernali.

La maggior parte degli eventi si concentra nelle regioni del Nord (47%), in particolare in Lombardia, che con 14,6 mila spettacoli è la regione più prolifica d'Italia (16% dell'offerta nazionale).

Seguono Sud e Isole con il 28% dell'offerta e Centro con il 25%. Con 12 mila spettacoli, il Lazio è la seconda regione per offerta in Italia (13%).

Leggendo il dato in termini di offerta in relazione alla popolazione, che a livello nazionale è pari a 1,53 spettacoli ogni mille abitanti, è il Centro a registrare la performance migliore con quasi 2 spettacoli ogni mille abitanti. Il Nord si attesta sulla media nazionale, le Isole registrano un buon risultato mentre le regioni del Sud sono le più distanti (-21%). A livello regionale si distinguono, oltre al Lazio, anche Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia (+37% e 35%), mentre le regioni più

+7%

la partecipazione
al Sud e nelle Isole
sul 2019

+44%

la partecipazione
al Sud e nelle Isole
sul 2022

520,4

milioni di euro la spesa
nel comparto teatrale

distanti dal dato nazionale sono Molise (-58%), Valle d'Aosta e Basilicata (-40%): le stesse che registrano, secondo i dati SIAE, il più basso numero di organizzatori a livello nazionale e che ricevono il minor numero di contributi a livello ministeriale per le attività di teatro.

Il pubblico torna in sala e si concentra nelle grandi regioni settentrionali

Anche il dato di pubblico ha superato i livelli del 2019, seppur in percentuale più contenuta (+1,74%), segno da un lato del definitivo superamento degli effetti della pandemia sulla partecipazione ma anche di una risposta prudente del pubblico all'aumento dei costi di fruizione (spesa media +7% vs 2019).

Degli oltre 15 milioni di spettatori, circa il 50% ha partecipato ad attività di prosa nelle regioni del Nord. Seguono Sud e Isole con il 27% e Centro con il 23% degli spettatori.

Se si osservano gli stessi dati delle macroaree in relazione al numero di abitanti, performano meglio le regioni del Centro (+17% rispetto alla media nazionale), mentre quelle del Sud si pongono distanti dal dato nazionale (-24%). I dati regionali confermano quanto evidenziato per l'offerta con l'aggiunta della Calabria tra le regioni che registrano dati di partecipazione bassi in relazione al numero di abitanti.

Più equilibrata è, invece, l'affluenza media, cioè il numero di spettatori per spettacolo, che si attesta in tutte le macroaree tra -7% e +8% della media nazionale, pari a 169 spettatori in media per ogni evento. A livello regionale i risultati migliori sono registrati dalla Liguria, con un'affluenza media di quasi 200 spettatori, mentre la Sardegna registra il dato più basso, con 110 spettatori per evento.

L'incremento dei prezzi traina la crescita della spesa

La spesa nel 2023 supera i 250 milioni di euro con un +44% rispetto al 2022 e un +9% rispetto al 2019, con oltre 20 milioni di euro di incremento sullo stesso anno. La crescita dell'indicatore in questo settore è riconducibile principalmente all'aumento

della spesa media unitaria, nel 2023 pari a 16,45 euro (+7% vs 2019) e, in minima parte, all'incremento della partecipazione.

La Lombardia guida la classifica delle regioni e rappresenta oltre il 21% della spesa nazionale, seguita dal Lazio, unica altra regione con percentuale a doppia cifra (13%) grazie ad una spesa media unitaria, insieme alla Liguria, superiore alla media nazionale. La regione che, invece, garantisce una maggiore accessibilità, in termini economici, è il Trentino-Alto Adige (9,2 euro), l'unica che si attesta al di sotto dei 10 euro.

Il dato della spesa, se letto a sistema con il numero di abitanti, conferma purtroppo un'Italia a due velocità: le regioni del Sud e delle Isole – anche quelle con performance migliori, come Campania e Puglia – non hanno un'offerta, una domanda e una spesa pro capite in linea con il dato nazionale. Se da un lato il sistema territoriale delle otto regioni del Mezzogiorno e delle grandi Isole si dimostra meno strutturato, con meno del 30% dei luoghi di spettacolo e degli operatori del sistema nazionale mappati dal presente Osservatorio, certamente il minor livello di partecipazione e di spesa non può non essere influenzato sia dalla minor vivacità del sistema sia da una minore disponibilità economica delle famiglie evidenziata dai dati di statistica nazionale.

Lirica

Il sistema di offerta del Nord traina la ripresa del settore

Nel 2023 l'offerta per la Lirica ha continuato un importante percorso di crescita, avviato già nel 2022, incrementando il suo valore del 12% circa rispetto all'annualità precedente e arrivando a realizzare poco meno di 3 mila spettacoli, un valore pari all'86% dei volumi di attività del 2019.

Le aree del Nord Italia, da sole, rappresentano circa il 55% della proposta nazionale; segue il Centro con il 24% dell'offerta mentre la restan-

quasi
50%
spettatori al Nord

250
milioni di spesa
+9% vs 2019

**3 quasi
3 mila**
spettacoli
-13,9% vs 2019

te quota (circa il 21%) viene proposta dalle 8 regioni del Sud e delle Isole.

Se per altri settori del teatro i livelli di attività per aree territoriali appaiono relativamente omogenei, per la Lirica sussistono più evidenti differenze di offerta tra aree e regioni del Paese. Il sistema di offerta al Nord del Paese presenta, generalmente, una maggiore articolazione sia di luoghi deputati all'ospitalità di spettacoli lirici, sia di soggetti organizzatori: ad esempio, Lombardia ed Emilia-Romagna superano, da sole, il risultato delle 8 regioni del Sud e delle Isole su entrambi gli indicatori e, insieme al Lazio, guidano la classifica delle regioni con più elevati livelli di offerta.

In relazione ai livelli di offerta per numero di abitanti, inoltre, mentre al Nord e nel Centro Italia si assiste a risultati molto diversificati, positivi per alcune regioni (Friuli-Venezia Giulia, Liguria ed Emilia-Romagna) e meno soddisfacenti in altri casi (Valle d'Aosta e Umbria), al Sud tutte le regioni registrano, indistintamente, indici di densità di offerta significativamente al di sotto della media nazionale (-58% a livello di macroregione), con i picchi di Calabria (-89%) e Molise (-79%). Si distinguono, invece, Sardegna e Sicilia con livelli di offerta pro capite superiori alla media nazionale.

L'offerta è leggermente superiore nei mesi autunnali ed invernali: i due trimestri gennaio-marzo e ottobre-dicembre totalizzano, insieme, il 54% degli spettacoli del 2023. Tuttavia, la risposta in termini di pubblico e, soprattutto, di spesa, è molto più forte nei mesi primaverili ed estivi: è in queste stagioni che, grazie al fiorire di importanti festival e rassegne estive realizzate in location esclusive e dotate anche di maggior capienza, come arene e teatri antichi, si concentra il 56% del pubblico e il 66% della spesa.

Pubblico in aumento in tutta Italia

Il numero di spettatori nel 2023 supera i 2,1 milioni di persone, confermando una crescita generalizzata del pubblico che coinvolge tutte le regioni (ad eccezione del Molise). Rispetto al periodo pre-pandemico, in cui il pubblico era cresciuto quasi fino a toccare la soglia dei 2,5 milioni di partecipanti nel 2019,

mancano ancora all'appello circa 320 mila tra ingressi e presenze (-13%).

La partecipazione agli spettacoli si concentra in Lombardia e Veneto che, da sole, accolgono il 44% del pubblico nazionale (oltre 941 mila spettatori) grazie alla presenza nei rispettivi territori di due strutture di eccellenza e di fama internazionale nel campo della Lirica: Teatro alla Scala e Arena di Verona. A differenza della Lombardia, che vede un pubblico relativamente stabile rispetto all'anno precedente (+5%), il Veneto guadagna oltre il 21% degli spettatori dal 2022 al 2023.

Seguono, con percentuali significative anche se notevolmente più contenute: Lazio (8%), Emilia-Romagna (7,5%), Piemonte, Toscana e Sicilia (6%), unica presenza tra le regioni del Mezzogiorno. Due regioni hanno visto un notevole incremento del pubblico non solo sul 2022, ma anche sugli anni antecedenti allo scoppio della pandemia, registrando affluenze record sul territorio: Trentino-Alto Adige (+151% sul 2022 e +227% sul 2019) e Basilicata (+261% sul 2022 e +201% sul 2019). L'unica altra regione i cui risultati di pubblico sono arrivati a eguagliare quelli registrati nel periodo pre-pandemico è il Piemonte.

L'affluenza media a livello nazionale è di 730 spettatori, dato influenzato dai risultati del Veneto che supera la soglia dei 2 mila spettatori, grazie all'Arena di Verona, e della Lombardia che supera i mille spettatori in media per ogni evento. Le uniche altre regioni che si attestano al di sopra dell'affluenza media nazionale sono la Sardegna (810 spettatori), la Campania (790 spettatori) e la Puglia (750 spettatori).

Si conferma l'incremento della spesa media soprattutto nei mesi estivi

Il settore della Lirica, pur rappresentando solo il 2% degli spettacoli del Teatro, pesa ben il 21% della spesa realizzata dal comparto teatrale nel 2023. La spesa del pubblico nel 2023 è stata pari a oltre 110 milioni di euro con un incremento rispetto al 2022 del 30%, arrivando a quota -5,5% dal 2019. Tale recupero è attribuibile all'aumento della

oltre
2,1
milioni
di spettatori

44%
degli spettatori in
Veneto e Lombardia

51

euro spesi in
media da ogni
partecipante

oltre

90

euro nel mese
di settembre

spesa media per spettatore (+9% rispetto al 2019) che, nel 2023, ha superato la soglia dei 51 euro, e che rende la Lirica ancora un settore di nicchia. Il risultato è trainato dagli incassi dei mesi tra aprile e settembre che, da soli, rappresentano il 66% della spesa con una media di oltre 60 euro a spettatore e picchi superiori a 90 euro.

Il Veneto e la Lombardia, da sole, rappresentano il 66% della spesa del pubblico nazionale con incassi medi non confrontabili con le altre regioni, sia grazie alle capienze offerte dalle location sia per la spesa media degli spettatori. Se non si considerano i due *outlier*, ottimi risultati in termini di incassi medi sono raggiunti

dalla Campania, dalle Marche e dal Piemonte; seguono Lazio e Puglia, unica tra le regioni del Mezzogiorno.

Nonostante la partecipazione agli eventi lirici sia mediamente costosa, ci sono regioni che riescono a garantire una maggiore accessibilità grazie a un valore di spesa media per spettacolo inferiore ai 10 euro: è il caso di Basilicata, Trentino-Alto Adige, Valle d'Aosta e Molise.

Rivista e Musical

Nel corso del 2023 il settore Rivista e Musical ha continuato il percorso di crescita avviato nel 2022. In particolare, sono in aumento gli spettacoli proposti e la spesa, a fronte di una risposta del pubblico sostanzialmente allineata sui livelli registrati già nel 2022. Nonostante il recupero in corso nell'ultimo biennio, tutti gli indicatori oggetto di rilevazione da parte dell'Osservatorio SIAE rimangono al di sotto dei livelli del 2019.

L'offerta in crescita si avvicina ai livelli pre-pandemici

In relazione all'offerta (più di 2,7 mila gli spettacoli realizzati, +30% sul 2022), il genere Rivista e Musical rappresenta una quota abbastanza esigua sul totale delle rap-

presentazioni teatrali in Italia, appena meno del 2% e in leggero recupero sull'anno precedente.

La proposta culturale per il settore si concentra nei mesi autunnali e invernali, che da soli rappresentano il 77% dell'offerta del settore, in linea con la programmazione delle stagioni teatrali. A differenza della Lirica o di altri generi teatrali che pur ricorrono all'ampio utilizzo di musiche e suoni registrati, il genere della Rivista e della Commedia Musicale non si è affermato in location tipicamente estive, come le arene.

Nelle 8 regioni del Nord si colloca appena più della metà della proposta di spettacoli del settore (51%).

L'altra metà dell'offerta nazionale si distribuisce tra le quattro regioni del Centro (25% circa degli spettacoli) e le otto regioni di Sud e Isole (24%).

La buona performance del Nord è influenzata dagli ottimi risultati della Lombardia che da sola propone quasi il 25% dell'attività del settore con 682 spettacoli, beneficiando di una fitta rete di teatri che anima la città di Milano, ma anche altri capoluoghi.

Al secondo posto si posiziona il Lazio (circa il 17%), seguito da Campania (10%), Emilia-Romagna (8%), Piemonte (7%) e Sicilia (6%). Nel Lazio ogni organizzatore propone mediamente 10 spettacoli (la media nazionale è pari a 5); sopra il valore medio troviamo anche Campania e Friuli-Venezia Giulia (entrambe con 7 spettacoli). La Lombardia, con i suoi 139 organizzatori, si allinea alla media nazionale.

La densità di offerta, e quindi il numero di spettacoli per abitanti, è più elevata nel Lazio, a cui seguono Friuli-Venezia Giulia e Lombardia, solo terza; l'unica regione del Sud che supera la media nazionale è il Molise, seppur con un volume di offerta contenuto, mentre la Campania si assesta sulla media nazionale, con un numero di spettatori più che raddoppiato rispetto al 2022.

Il pubblico resta stabile nonostante un'offerta in aumento e prezzi più accessibili

Con poco meno di 1,5 milioni di spettatori, il settore si attesta ai livelli del 2022 nonostante lo sforzo degli organizzatori nell'in-

oltre

2,7

mila spettacoli
realizzati
+30% sul 2022

quasi
1,5
milioni di
spettatori

cremento della proposta, richiamando circa il 6% del pubblico del comparto teatrale.

La quota di spettatori richiamati da spettacoli di Rivista e Musical appare quindi in diminuzione rispetto all'annualità precedente, in cui rappresentava il 7,6%, evidenziando un rallentamento della capacità attrattiva rispetto alle altre proposte del settore teatrale. Questo è evidente anche guardando all'indicatore di affluenza media per evento: se l'anno precedente il rapporto aveva toccato livelli record, con circa 690 spettatori per ogni rappresentazione, per il 2023 il valore è in netto calo, attestandosi a 531 (-23%).

Verosimilmente, tuttavia, la mancata crescita del numero di spettatori (che si riflette in una flessione del 13,6% della spesa rispetto al 2022) è imputabile alla programmazione, nel 2022, degli spettacoli del musical campione di incassi "Notre Dame de Paris".

La partecipazione del pubblico è più che proporzionale rispetto alle quote dell'offerta: la Lombardia e il Lazio da soli attraggono quasi la metà del pubblico nazionale (49%) grazie alla presenza di teatri con stagioni dedicate in grado di attrarre un pubblico ampio, anche in leggera crescita rispetto all'anno precedente.

Tra le altre regioni con risultati di rilievo si evidenziano la Campania, al terzo posto con circa 126 mila spettatori (poco meno del 9% del pubblico totale), e l'Emilia-Romagna con oltre 113 mila spettatori (circa l'8%).

Se si osserva il dato di affluenza media di pubblico per spettacolo, che a livello nazionale è pari a 530 spettatori, la fotografia regionale appare leggermente diversa: si distinguono Friuli-Venezia Giulia con i suoi 723 spettatori per evento, superando anche la Lombardia che ne conta in media 656, mentre tutte le regioni delle aree meridionale e insulare, invece, hanno risultati di partecipazione inferiori alla media nazionale. Nelle regioni del Centro troviamo al primo posto la Toscana, con una media di 601 spettatori per evento.

Infine, la stagionalità del pubblico segue quella dell'offerta garantendo una rispo-

sta più robusta nei mesi autunnali ed invernali, con il picco nel mese di dicembre che registra quasi 320 mila spettatori (il 22% del totale annuo), superando gli oltre 279 mila spettatori registrati nello stesso mese del 2022.

Gli incassi in calo scontano il successo di pubblico di "Notre Dame de Paris" degli anni precedenti

Con i quasi 47 milioni di euro di spesa complessiva sostenuta dal pubblico che, nel 2023, ha preso parte a spettacoli di Rivista e Musical, il settore contribuisce al 9% degli incassi realizzati dall'intero comparto teatrale.

Rispetto al 2022 è evidente un calo abbastanza sostanzioso della spesa complessiva, pari a oltre il -13%. Per l'anno precedente, infatti, l'Osservatorio SIAE riportava un volume d'affari complessivo pari a oltre 54 milioni e quasi paragonabile al dato rilevato nel 2019. Da sottolineare che una quota assai consistente della spesa realizzata nel 2022 è da attribuire allo straordinario successo del musical "Notre Dame de Paris".

32

euro spesa
media per
spettatore
-14% vs 2022

Il passo indietro in termini di spesa è inoltre proporzionale alla riduzione della spesa media per spettatore che, nonostante sia rientrata sui livelli pre-pandemici (intorno ai 32 euro per partecipante) dopo il consistente balzo registrato nel 2022 (toccando quota 37 euro, il valore più alto mai registrato) non è riuscita a garantire il ritorno ai medesimi livelli di partecipazione.

A dispetto dei primati di Lombardia e Lazio in termini di spesa complessiva, 17,5 milioni di euro la prima e 9,5 milioni la seconda (che complessivamente rappresentano oltre il 58% della spesa nazionale), la classifica delle regioni con l'incasso medio più elevato è guidata dal Friuli-Venezia Giulia, che realizza circa 26mila euro a spettacolo (contro una media nazionale è di quasi 17 mila euro), seguita solo da altre cinque regioni che si piazzano sopra la media (nell'ordine: Lombardia, Lazio, Liguria, Toscana e Veneto). Gli introiti delle rimanenti regioni oscillano tra i 4 mila e i 12 mila euro per spettacolo.

58%

della spesa nazionale
in Lombardia e Lazio

Al Sud gli incassi si concentrano per una buona maggioranza in Campania, terza

regione per spesa complessiva (come per il pubblico) con oltre 3,1 milioni di euro incassati, a fronte di livelli di spesa individuale che, tuttavia, risultano nettamente inferiori a quelli rilevati in Lombardia e Lazio.

Balletto

Un'offerta sempre più ricca conferma una nuova vitalità post pandemica

Tra i diversi settori del comparto teatrale, già nel 2022 il Balletto si era distinto per un'ottima ripresa post-pandemia, con livelli di offerta che avevano largamente superato anche quelli degli anni antecedenti (+31% sulla media del biennio 2018-2019). Con quasi 11,5 mila spettacoli realizzati (circa 2 ogni mille abitanti), il 2023 conferma l'espansione del settore (+13% sul 2022), grazie soprattutto a numerose produzioni internazionali in tournée e al lavoro dei festival che, tutto l'anno e su quasi tutto il territorio nazionale, promuovono la disciplina della danza stimolando l'intera filiera della produzione artistica e incentivando l'interesse del pubblico.

Come già rilevato per l'anno precedente, i primi quattro mesi dell'anno tendono a essere più conservativi in termini di proposta al pubblico. Gli incrementi più significativi si registrano infatti tra maggio e luglio. In particolare, con 2,6 mila rappresentazioni, pari circa a 1 ogni 4 realizzate nel 2023, giugno si conferma il mese in cui l'offerta è la più abbondante. Nella seconda metà dell'anno, dopo la pausa agostana, l'offerta si attesta su livelli più contenuti, con nuovo incremento nel mese di dicembre (1,3 mila spettacoli).

Sul territorio, l'offerta si presenta più omogenea tra le aree rispetto ad altre categorie di attività teatrale. Nord-Ovest, Nord-Est e Centro rappresentano, ciascuna, quasi un quarto dell'offerta nazionale, mentre il restante 24% è spartito tra Sud e Isole. In termini di densità d'offerta, tuttavia, si percepisce ancora marcato il divario tra quasi tutte le regioni del Nord e del Centro rispetto a quelle meridionali, che presentano un nu-

mero di spettacoli pro capite praticamente dimezzato. Le regioni più ricche di offerta sono Lombardia con quasi 1.600 spettacoli (13,7% dell'offerta nazionale), Emilia-Romagna (11,5%), e Toscana (11,3%), ma si registrano buoni risultati anche in Piemonte (quasi mille spettacoli, pari all'8,6% del totale nazionale), Lazio (8%) e Veneto (7%).

Al Sud e nelle Isole emerge ancora la Sardegna, che con circa 670 spettacoli (6% dell'offerta nazionale) presenta il più elevato rapporto tra spettacoli e popolazione (4 spettacoli ogni mille abitanti, valore grande più del doppio della media nazionale); il settore sembra andare bene anche in Campania (650 spettacoli) e in Sicilia e Puglia, che segnano, rispettivamente, una crescita dell'offerta del 24% e 32% sull'anno precedente.

Il pubblico torna ai livelli pre-Covid, conteso da un maggior numero di spettacoli

Con poco meno di 2,4 milioni di spettatori, il settore del Balletto ha guadagnato circa mezzo milione in più di ingressi e presenze rispetto all'anno precedente, per un incremento pari al 24%. Il genere si conferma tra le forme più popolari nella grande famiglia dello spettacolo teatrale, dopo il teatro di prosa e il settore dell'arte varia, richiamando quasi uno spettatore su 10 nell'ambito del comparto.

Come per l'offerta, anche la domanda ha superato i livelli pre-pandemici: rispetto al 2019, il pubblico è aumentato di circa il 6%. Considerando, tuttavia, che il numero di spettacoli è cresciuto in modo ben più sostenuto, nel 2023 l'affluenza media risulta ancora in calo rispetto agli anni che hanno preceduto il 2020, arrivando a circa 206 spettatori per evento (nel 2019 erano 250).

Nel corso dell'anno emerge una fortissima affluenza di pubblico nel mese di giugno, che da solo richiama oltre un quarto del totale degli spettatori raccolti nel 2023 (27%), naturale conseguenza dell'altissima concentrazione degli spettacoli. In generale, il periodo che precede la stagione estiva e quello natalizio sono contraddistinti dai maggiori afflussi di pubblico.

Sul territorio, invece, la distribuzione appare più polarizzata nelle regioni del Nord e del Centro Italia, dove, inoltre, il tasso di crescita sull'anno precedente è ovunque più alto rispetto alla media del Paese. La Lombardia

+6%
spettatori vs 2019

detiene il record di partecipazione con oltre 400 mila spettatori (17% del pubblico nazionale), mentre nelle altre regioni più virtuose – come Emilia-Romagna, Toscana, Lazio e Veneto – non si va oltre i 200-250 mila spettatori.

La crescita appare, invece, più lenta e meno incisiva nelle regioni del Sud. In Campania, unico caso in tutta Italia, si registra addirittura una flessione del 5% nel pubblico, a fronte di una sostanziale stabilità nel numero di spettacoli in palinsesto.

La spesa per il Balletto torna a crescere, ma gli effetti economici si concentrano in poche regioni al Centro e al Nord

Insieme al pubblico è in crescita anche la spesa complessiva, che per il 2023 supera di poco i 41 milioni di euro, realizzando quasi dieci milioni in più sull'anno precedente (+31%). Il valore è praticamente tornato ai livelli del 2019, in cui il volume di affari si aggirava intorno ai 40 milioni di euro.

Anche la spesa media individuale è in crescita (+5,6% rispetto all'anno precedente), per un valore di 17,3 euro, ancora leggermente inferiore a quello registrato per il 2019.

Gli incassi per il Balletto si concentrano in poche regioni, prevalentemente al Nord, caratterizzate da dinamiche di offerta e domanda premianti: prima tra tutte la Lombardia, che riunisce quasi un quarto della spesa nazionale (24%), per un valore di circa 10 milioni di euro; nella regione la spesa media individuale arriva a 24,6 euro, superiore del 42% rispetto al valore medio nazionale. Segue il Lazio, come per l'anno precedente, con oltre 5 milioni di euro, e il Piemonte, che ne raccoglie circa 4,7 milioni.

In generale, i volumi d'affari risultano in aumento consistente nelle regioni del Nord e del Centro, non solo grazie a un maggiore riscontro di pubblico ma anche in conseguenza di valori di spesa media individuale significativamente più elevati. Emblematico il caso del Piemonte, in cui la spesa è cresciuta del 50% sull'anno precedente a fronte di un incremento di pubblico di "appena" il 16%, ma si tratta di un fenomeno che riguarda anche altre regioni, come la stessa Lombardia o la Toscana.

Al Sud e nelle Isole il Balletto si conferma una forma di spettacolo meno diffusa, con dinamiche che si ripercuotono anche sulla sfera economica del settore. In tutte le regioni i valori di spesa sono sensibilmente più bassi del valore medio nazionale, e, anche a causa di una minore partecipazione di pubblico, in quest'area si concentra appena più di un decimo della spesa nazionale. I risultati più importanti si rilevano in Campania e in Sicilia, dove in entrambi i casi si realizza un volume d'affari intorno agli 1,6 milioni di euro. Emerge infine il caso della Sardegna dove, a fronte di un pubblico in consistente aumento sull'anno precedente (+47%), si rileva una contrazione nella spesa del -18%.

Burattini e Marionette

Il 2023 avvalora la piena ripresa già intravista nell'anno precedente

Il teatro di burattini e marionette ha completamente recuperato i livelli pre-pandemici, come si poteva già apprezzare già osservando i dati relativi all'ultimo trimestre del 2022.

Con circa 2.650 spettacoli realizzati, il 2023 si è rivelato anche migliore del 2018 (+12%) e del 2019 (+5,6%).

Confrontando i numeri del settore rispetto all'intero comparto teatrale, di cui rappresenta appena lo 0,4% delle rappresentazioni, il teatro di burattini e marionette risulta un genere di nicchia, che trova il suo spazio all'interno della programmazione di festival dedicati, a beneficio di un pubblico di appassionati, oppure nel corso di eventi vari, spesso inseriti nella programmazione dell'intrattenimento teatrale dedicato ai più piccoli. La produzione di spettacoli, inoltre, è affidata a un numero di soggetti molto limitato se paragonata ad altri settori del comparto teatrale (appena 201 su tutto il territorio nazionale) e che, a differenza degli altri generi di spettacolo, non ha subito incrementi nel corso degli anni recenti.

L'andamento dell'offerta nel corso dell'anno è peculiare, concentrata prevalentemente nel periodo tra gennaio e marzo, e nei mesi di novembre e dicembre: una dinamica da ricondurre in parte alle attività

oltre
41
milioni di euro
realizzati

oltre
2,6
milioni di euro
realizzati

scolastiche, avendo i bambini tra i principali destinatari degli spettacoli.

La Sicilia conserva il ruolo predominante nel panorama nazionale, valorizzando una tradizione fortemente identitaria e sentita nella popolazione locale: nella regione, infatti, si tiene il 29% degli spettacoli nazionali, pari a 767 rappresentazioni, in crescita del 14% sull'anno precedente.

Seguono Lazio (17%), Lombardia (8,5%) e Friuli-Venezia Giulia (6,4%).

Anno di svolta anche per la partecipazione: affluenze medie in forte crescita

Il 2023 è, finalmente, anche l'anno di ripresa per la domanda: il settore ha segnato il +28% sull'anno precedente, arrivando a oltre 205 mila spettatori. Sono dunque eguagliati, e anche superati, i risultati realizzati nel biennio pre-pandemico, con un incremento del pubblico del 6,7% rispetto al 2019. Come per l'offerta, anche in questo caso le prospettive di crescita apprezzabili già dagli ultimi mesi del 2022 sono state confermate con risultati anche migliori delle attese.

Con quasi 40 mila spettatori, il Lazio è la prima regione per pubblico di spettacoli di teatro di burattini e marionette, mentre la Sicilia è al secondo posto con circa 33 mila partecipanti, a fronte di un'offerta ben più consistente. Al Nord spiccano i valori di Lombardia (20 mila spettatori), Emilia-Romagna e Friuli-Venezia Giulia (entrambe con circa 14 mila spettatori).

Cresce anche l'affluenza, che arriva a 77 spettatori per rappresentazione in media su tutta l'Italia (+18,5% rispetto al 2022). Tipicamente, livelli maggiori si registrano nelle regioni del Nord e del Centro Italia (in cui si oscilla, in media, tra i 90 e i 100 partecipanti per evento), mentre al Sud e, soprattutto, nelle Isole (44 partecipanti per evento), livelli di affluenza ridotti lasciano immaginare una dimensione degli spettacoli generalmente più contenuta. Tra le regioni con i più alti tassi di partecipazione troviamo Veneto (148 partecipanti per evento), Toscana (143) e Calabria (136).

La domanda in crescita spinge gli incassi al rialzo

Con target di pubblico limitati e capienze ridotte, gli spettacoli di burattini e marionette realizzano incassi molto contenuti rispetto a quelli di altri generi teatrali, rappresentando appena lo 0,3% della spesa del comparto teatrale. Tuttavia, l'indicatore della spesa continua a crescere, dopo un 2022 che si era già ristabilito sui livelli pre-pandemici, arrivando a quasi 1,4 milioni di euro, il valore più alto registrato dal settore almeno dal 2018 (+32% rispetto al 2022).

Su questo risultato ha influito anche il rincaro della spesa media distanziandosi notevolmente dai valori precedenti e segnando un +27% rispetto al 2019 (trend di crescita già iniziato nel 2022, con un +23% sul 2019). Nel 2023, infatti, la spesa è aumentata leggermente sull'anno precedente (+2,7%), attestandosi sui 6,7 euro in media.

L'incasso medio di uno spettacolo si attesta sui 520 euro, un valore certamente non elevato, specialmente se paragonato agli altri settori dello spettacolo, anche al di fuori del comparto teatrale. Grazie a una più elevata partecipazione, tuttavia, il valore è in aumento sul 2022, su cui registra un +22%, e superiore anche agli anni antecedenti.

+35%
di incassi rispetto al 2019

Arte varia

L'offerta supera ampiamente i volumi realizzati negli anni prima della pandemia, ma si concentra fortemente nelle grandi regioni del Nord e del Centro Italia

Con 20 mila spettacoli realizzati nel 2023, il settore dell'arte varia registra tra i maggiori incrementi sull'anno precedente realizzati nel comparto teatrale (+31,5%), staccando nettamente anche i livelli di offerta conseguiti nel biennio pre-pandemico 2018-19 e confermando una completa ripartenza.

Gli spettacoli del genere rappresentano il 13,7% dell'offerta del comparto teatrale sul territorio, qualificandosi come il secondo settore per diffusione nazionale, dopo il teatro di prosa.

20
mila spettacoli
+51% vs 2019

Come per il 2022, la proposta al pubblico è meno sostanziosa nei mesi più freddi, soprattutto nei primi mesi dell'anno. Al contrario, la stagione più prolifica è quella estiva: la metà degli spettacoli (51%) ha infatti avuto luogo tra giugno e settembre.

Sul territorio, l'offerta resta più concentrata nelle regioni nord-orientali del Paese, e in primo luogo in Emilia-Romagna e in Veneto che, insieme, rappresentano oltre un terzo dello spettacolo nazionale (36%), corrispondenti a circa 7,3 mila manifestazioni. Anche nel Nord-Ovest l'offerta, complessivamente pari a circa 4,8 mila spettacoli (24% del totale nazionale), è concentrata per la sua quasi totalità tra Lombardia e Piemonte.

Livelli inferiori di offerta si rilevano per il Centro Italia (circa il 16% dell'offerta nazionale, pari a poco più di 3,2 mila spettacoli, realizzati perlopiù tra Lazio e Toscana) e soprattutto al Sud, dove si registrano appena 2 mila spettacoli (10%), di cui oltre la metà realizzati in Puglia.

Nelle Isole resta distintiva, come per l'anno precedente, la Sardegna, che con poco meno di 1,7 mila spettacoli rappresenta l'8% del dato nazionale, superiore ai casi, ad esempio, di Lazio e Toscana.

Boom di spettatori nel 2023, affluenza record per il settore

+87%
spettatori vs 2022

Con poco meno di 4 milioni di spettatori, il settore dell'arte varia ha quasi raddoppiato i livelli realizzati nel 2022 (+87%). Come per l'offerta, anche la domanda ha superato i risultati realizzati nel periodo antecedente alla pandemia e, dopo la Prosa, si afferma dunque come il secondo genere più popolare e attrattivo del comparto, rappresentando il 15% del pubblico del Teatro nel 2023. L'affluenza sfiora i 200 spettatori per evento (+42% sul 2022), un record per il settore.

Nel corso dell'anno emerge una fortissima affluenza di pubblico nel mese di febbraio, che da solo rappresenta oltre un quarto del totale degli spettatori raccolti nel 2023 (27%), specialmente grazie alle manifestazioni che hanno luogo in occasione del Carnevale italiano: solo a Viareggio nel 2023 si sono raccolti oltre 350 mila spettatori, ma anche

altre note e storiche destinazioni registrano grandi numeri, come Ivrea, Acireale e Putignano. Fatta eccezione per il mese di febbraio la domanda appare più equilibrata, anche se comunque si rilevano maggiori affluenze di pubblico nei periodi più caldi dell'anno.

Guardando alla partecipazione sul territorio, la situazione si ribalta a favore del Centro Italia, e in particolare di Lazio e Toscana, che riuniscono oltre 700 mila spettatori a testa, rappresentando insieme il 38% della domanda nazionale. In tutta l'area le affluenze sono tra le più alte d'Italia, a indicare che, rispetto alle regioni settentrionali in cui l'offerta è più abbondante, nell'area centrale del Paese si realizzano spettacoli di maggiore richiamo: non si tratta solo di manifestazioni carnevalesche, ma anche di eventi come palii e rievocazioni storiche, particolarmente diffuse nelle città e nei borghi delle regioni del Centro Italia. Al Nord, le regioni più attrattive sono Lombardia ed Emilia-Romagna, rispettivamente con poco meno di 400 mila e 300 mila spettatori (circa il 10% e il 7,5% della domanda nazionale).

Anche nelle regioni meridionali del Paese l'intensità della domanda non appare correlata al numero di spettacoli: in particolare, in Sicilia, Campania e Molise si registrano affluenze elevate, a fronte di un numero di spettacoli esiguo, mentre in regioni connotate da un palinsesto di eventi più ricco, come Puglia e Sardegna, il numero di spettatori appare più contenuto.

In un anno più che raddoppiata la spesa

Supportata dall'incremento del pubblico, nell'anno più recente di rendicontazione la spesa complessiva è cresciuta a ritmi più che proporzionali: con oltre 61 milioni di euro realizzati, il 2023 si rivela l'anno più profittevole per il genere dell'arte varia (+105% rispetto al 2022 e +81% rispetto al 2019).

oltre
61
milioni di euro
incassati
nel 2023

Anche la spesa media individuale è in crescita (+9,3% rispetto all'anno precedente) per un valore di 15,4 euro; tuttavia, l'indicatore è ancora leggermente inferiore a quello registrato per il 2019.

Nonostante una domanda relativamente ben distribuita sul territorio, gli incassi si concentrano in poche regioni e, come

sempre, in prevalenza in Lombardia e nelle regioni del Centro, tuttavia con dinamiche caratteristiche ben differenti. La Lombardia, con quasi 16,8 milioni di incassi, rappresenta oltre il 27% della spesa complessiva, presentando valori particolarmente alti di spesa media individuale, pari a oltre 42 euro (+175% rispetto al valore medio nazionale). Le ottime performance della Lombardia sono da attribuirsi prevalentemente a grandi eventi come "LE CIRQUE WTP" e l'atteso ritorno del "CIRQUE DU SOLEIL" (questo spiega anche l'alto valore della spesa media individuale, rispetto ad altri tipi di manifestazioni più popolari). In Lazio e in Toscana (che insieme raccolgono poco più di 20 milioni di euro, pari a un terzo degli incassi totali realizzati nel Paese) i prezzi restano stabili intorno alla media nazionale, mentre ad essere incisiva, come già rilevato, è la forte affluenza di pubblico.

Al Sud e nelle Isole il genere dell'arte varia si conferma meno impattante in termini economici, anche in virtù di spese molto più contenute. In particolare, valori di spesa media come quelli rilevati in Molise o in Sicilia (rispettivamente 3,5 euro e 4,4 euro) indicano che una buona parte delle manifestazioni sul territorio possano essere state offerte con quote di accesso simboliche. Sempre al Sud emerge il risultato della Campania che, come nelle grandi regioni dell'area centrale, riesce a capitalizzare su una domanda molto consistente, realizzando incassi ben superiori alla media dell'area (oltre 6 mila euro per ogni evento, un valore superiore al doppio del dato medio nazionale e pari a 2,5 volte quello rilevato in Abruzzo, che con oltre 2,5 mila euro troviamo al secondo posto nell'area rispetto all'indicatore).

Circo

Si consolida il livello di offerta raggiunto nel 2022. Spettacoli più diffusi al Sud

Con poco più di 16,2 mila spettacoli realizzati nel 2023, il Circo ha dimostrato di riuscire a mantenere i livelli di attività del 2022 (+1,6% sull'anno precedente), al culmine di un percorso di ripresa post-pandemica durato appena due anni: si tratta del terzo settore per volumi di offerta nel comparto teatrale, dopo la prosa e il genere di arte varia.

Come già rilevato nel 2022, anche il 2023 si apre con un gennaio molto vivace (poco più di 1,5 mila spettacoli), da ascrivere alla ricca programmazione delle festività natalizie e dei festival di circo contemporaneo. Passato gennaio, l'andamento mensile del 2023 si presenta decrescente su tutto il primo semestre. Il secondo semestre si caratterizza per una maggiore intensità, che culmina nel mese di dicembre con oltre 1,8 mila spettacoli.

Le dinamiche territoriali del settore sono peculiari rispetto agli altri comparti oggetto di questo Report: l'offerta si concentra principalmente al Sud (il 26,7% dell'offerta nazionale, il valore più alto) e in particolare in Sicilia, che con oltre 2,1 mila spettacoli è la prima regione italiana (13% del totale).

Segue poco distante il Lazio con 2 mila rappresentazioni (12,3%), insieme a Lombardia e Campania, entrambe su un livello poco superiore a 1,6 mila spettacoli. Occorre tuttavia considerare che la popolazione resi-

oltre
16
mila spettacoli
+14% vs 2019

dente in Campania è grande appena più della metà di quella lombarda, e che quindi, in termini relativi, l'intensità dell'offerta sul territorio campano è decisamente più alta.

Altre regioni connotate da livelli di offerta rilevanti sono Puglia (con oltre 1,5 mila spettacoli) e Veneto (1,4 mila).

Confermata la ripresa del settore avviata nell'ultimo quadrimestre 2022

Il pubblico che assiste agli spettacoli continua a crescere anche nel 2023, superando i 934 mila partecipanti in un solo anno (+19%) e consolidando una ripresa che era già evidente nel 2022: si tratta del valore più alto rilevato per il settore. Anche l'affluenza media per spettacolo è in aumento, pur restando su livelli contenuti (57 spettatori per evento). In rapporto alla popolazione, si rilevano 15,8 spettatori ogni mille abitanti.

Nel corso dell'anno la partecipazione si concentra nel tardo periodo estivo (agosto e settembre) e durante le festività natalizie (gennaio e dicembre): una tendenza strutturale, e legata al fatto che il pubblico si compone, in gran parte, di famiglie con bambini e giovani ragazzi.

Una partecipazione di pubblico più elevata si rileva in Lazio e in Sicilia, che registrano rispettivamente oltre 141 mila e 107 mila partecipanti (15% e 11,5% del pubblico nazionale). In generale, la domanda risulta più elevata, in rapporto alla popolazione, nelle regioni del Sud. Al Nord, invece, i livelli di partecipazione territoriale sono, in quasi tutte le regioni, inferiori alla media nazionale (fanno eccezione Emilia-Romagna e Valle d'Aosta, rispettivamente con 18,8 e 20,7 spettatori ogni mille abitanti).

L'incremento della domanda compensa la contrazione della spesa individuale, la spesa collettiva si mantiene stabile

Nel 2023 il Circo realizza un volume d'affari complessivo pari a poco meno di 8,9 milioni di euro, consolidando gli incassi già realizzati nel 2022 (+2%).

In flessione, invece, la spesa media individuale, che torna sotto ai 10 euro (9,5 euro, -14,3% sull'anno precedente), ma comunque in linea con le cifre registrate negli anni prima della pandemia.

Come l'offerta, anche la spesa è distribuita in modo abbastanza omogeneo tra le diverse macroaree territoriali, ma in ognuna di queste il valore tende a concentrarsi nelle grandi regioni, che si caratterizzano, oltre che per un'offerta superiore, anche per esercitare una maggiore capacità attrattiva, e quindi per incassi più elevati.

La regione con il più alto livello di introiti è il Lazio, che realizza 1,3 milioni di euro (15% del totale di settore) seguita da Sicilia (appena più di un milione di euro) e Veneto (un milione di euro).

Nonostante i riscontri del pubblico e una più alta offerta rispetto ad altri settori, anche in questo caso la spesa realizzata al Sud si rivela più contenuta. Nelle regioni del Nord, in particolare in Veneto, gli incassi risultano molto più elevati in quanto la spesa individuale (15,09 euro) è decisamente più alta della media nazionale (9,51 euro), nonostante l'affluenza sia inferiore ai valori registrati al Sud. Invece, nel Mezzogiorno e nelle Isole, fatta eccezione per la Calabria (10,14 euro) e la Sicilia (9,81 euro), la spesa individuale si attesta su livelli inferiori rispetto al valore medio del Paese, con Basilicata, Sardegna e Puglia a toccare i minimi nazionali (rispettivamente 5,61, 5,93 e 6,65 euro spesi in media dal singolo spettatore).

935
mila spettatori

oltre
8,9
milioni di euro
incassati nel 2023



I TOP AL BOTTEGHINO / TEATRI

Un teatro decisamente all’insegna della comicità, quello del 2023: guidano la classifica, sia in termini di spesa al botteghino che di spettatori, Checco Zalone ed Enrico Brignano con i loro spettacoli già in tour da fine 2022.

Si conferma anche quest’anno, al quinto posto nella classifica per spettatori, il successo della *Medea* di Euripide. Messa in scena dall’Istituto Nazionale Dramma Antico nella splendida cornice del Teatro di Siracusa, questa suggestiva opera della tragedia greca ha richiamato migliaia di appassionati da tutto il mondo.

Un’interessante sesta posizione è quella che troviamo nella classifica per spesa con *The Phantom of The Opera*: il musical, in programmazione ogni settimana a Londra dal 1986, è stato portato nel 2023 per la prima volta in Italia in lingua originale e con orchestra dal vivo.

Classifica per spesa al botteghino 2023

POSIZIONE	OPERA TEATRALE	ARTISTA PRINCIPALE
1	AMORE + IVA	CHECCO ZALONE
2	MA... DIAMOCI DEL TU!	ENRICO BRIGNANO
3	BAU	ANGELO PINTUS
4	C'È SEMPRE QUALCOSA CHE NON VA	ANDREA PUCCI
5	IL GIAGUARO MI GUARDA STORTO	TERESA MANNINO
6	THE PHANTOM OF THE OPERA	Musical
7	AI MIEI TEMPI NON ERA COSÌ	MAURIZIO BATTISTA
8	FELICISSIMO SHOW	PIO E AMEDEO
9	EXTRA LIBERTÀ LIVE TOUR	ALESSANDRO SIANI
10	RAPUNZEL IL MUSICAL 2022	Musical

Classifica per spettatori 2023

POSIZIONE	OPERA TEATRALE	ARTISTA PRINCIPALE	SPETTATORI
1	AMORE + IVA	CHECCO ZALONE	482.155
2	MA... DIAMOCI DEL TU!	ENRICO BRIGNANO	133.424
3	BAU	ANGELO PINTUS	109.103
4	IL GIAGUARO MI GUARDA STORTO	TERESA MANNINO	91.975
5	MEDEA	INDA	90.263
6	AI MIEI TEMPI NON ERA COSÌ	MAURIZIO BATTISTA	84.260
7	C'È SEMPRE QUALCOSA CHE NON VA	ANDREA PUCCI	69.091
8	RAPUNZEL IL MUSICAL 2022	Musical (LORELLA CUCCARINI)	65.706
9	BALCONE A 3 PIAZZE	BIAGIO IZZO	62.954
10	SONO CAMBIATO	ANGELO DURO	62.954

I TOP AL BOTTEGHINO / OPERE LIRICHE

L'Arena di Verona e il Teatro alla Scala di Milano si confermano i due più grandi templi italiani per la Lirica.

Nel 2023 crescono le rappresentazioni dedicate al pubblico più giovane: al 4° posto in classifica troviamo *Il Piccolo Principe* al Teatro alla Scala di Milano, mentre entra in Top Ten alla 10ª posizione, all'Auditorium della Conciliazione di Roma, *Il Flauto magico*, il progetto di EURO-PA INCANTO che parte dalle aule scolastiche e porta i ragazzi sul palco di coinvolgenti spettacoli lirici.

Classifica per spesa al botteghino 2023

	LOCALE	CITTÀ	OPERA	RAPPRESENTAZIONI
1	ARENA DI VERONA	Verona	AIDA	13
2	ARENA DI VERONA	Verona	LA TRAVIATA	6
3	TEATRO ALLA SCALA	Milano	DON CARLO	9
4	ARENA DI VERONA	Verona	CARMEN	6
5	ARENA DI VERONA	Verona	NABUCCO	4
6	ARENA DI VERONA	Verona	IL BARBIERE DI SIVIGLIA	4
7	ARENA DI VERONA	Verona	TOSCA	4
8	ARENA DI VERONA	Verona	MADAMA BUTTERFLY	4
9	ARENA DI VERONA	Verona	RIGOLETTO	4
10	TEATRO ALLA SCALA	Milano	LUCIA DI LAMMERMOOR	9

Classifica per spettatori 2023

	LOCALE	CITTÀ	OPERA	SPETTATORI	RAPPRESENTAZIONI
1	ARENA DI VERONA	Verona	AIDA	89.869	11
2	ARENA DI VERONA	Verona	LA TRAVIATA	68.44	9
3	ARENA DI VERONA	Verona	CARMEN	49.839	7
4	TEATRO ALLA SCALA	Milano	IL PICCOLO PRINCIPE (Opera per bambini)	49.548	8
5	ARENA DI VERONA	Verona	NABUCCO	48.405	7
6	ARENA DI VERONA	Verona	TOSCA	26.331	16
7	ARENA DI VERONA	Verona	IL BARBIERE DI SIVIGLIA	18.000	5
8	ARENA DI VERONA	Verona	MADAMA BUTTERFLY	17.039	11
9	ARENA DI VERONA	Verona	RIGOLETTO	15.856	9
10	CONCILIAZIONE	Roma	SCUOLA INCANTO - IL FLAUTO MAGICO (Opera per bambini)	15.364	11

CONCERTI



61,7 mila

SPETTACOLI

↑ +12,9% vs 2022

↑ +60,9% vs 2019

1.092.406

SPETTATORI
AL MEAZZA (MILANO)
PER IL POP,
ROCK E LEGGERA

28,2 mln

SPETTATORI

↑ +15,5% vs 2022

↑ +70,1% vs 2019



ORGANIZZATORI DI CONCERTI

↑ +11% vs 2022

18.559

PODIO CITTÀ CON MAGGIOR NUMERO DI CONCERTI ORGANIZZATI

1° ROMA
3.866

2° MILANO
3.250

3° FIRENZE
1.631

967,4 mln

euro

SPESI DAL PUBBLICO

↑ +33,5% vs 2022
↑ +88,2% vs 2019

CON CER TI





67

Di tutti i comparti dello spettacolo, quello dei concerti ha vissuto la più grande rinascita dopo la pandemia. Dopo un 2022 straordinario, il 2023 segna numeri da record nell'offerta di spettacoli e nella partecipazione. Il settore della musica pop, rock e leggera traina la spesa, portando l'intero comparto a sfiorare il miliardo di euro di incasso.

Già nel 2022 il comparto dei concerti in Italia aveva assistito a un ritorno significativo degli eventi dal vivo, portandosi su livelli di offerta che andavano ben oltre quelli registrati negli anni precedenti alla pandemia. La musica classica risuona nuovamente nelle sale da concerto, anche grazie al sostegno pubblico; molti artisti italiani e internazionali hanno ripreso a esibirsi nei teatri, nelle arene e negli stadi in seguito alla sospensione di molte attività tra il 2020 e il 2021, e festival e concerti jazz hanno contribuito ad animare città e paesi in tutta Italia. Sull'onda dell'entusiasmo della ripartenza dell'anno precedente, anche il 2023 si è contraddistinto per un'offerta particolarmente florida, pari a oltre 61 mila spettacoli, segnando un +13% sul 2022. Con un numero di spettacoli superiore del 60% rispetto a quelli realizzati nel Paese tra il 2018 e il 2019, il comparto si distingue per aver registrato il più ampio incremento rispetto al periodo pre-pandemico.

Questo trend di ripresa contraddistingue tutti e tre i settori che compongono il comparto – musica classica, pop, rock e leggera, e jazz – tuttavia con impatti e dimensioni ben diverse. A supportare la ripresa dell'aggregato dei concerti è senza dubbio la musica pop, rock e leggera, che nel 2023 ha quasi raddoppiato il numero di spettacoli realizzati negli anni immediatamente antecedenti alla pandemia (+98% rispetto al 2019). Il pubblico, desideroso di esperienze uniche da ricordare e condividere, soprattutto dopo gli anni dell'isolamento pandemico, ha risposto molto positivamente a un'offerta in continua crescita (il settore rappresenta il 58% degli spettacoli del comparto), che riflette anche una rinnovata importanza dei *live* all'interno dell'industria musicale anche dal punto di vista della profittabilità.

+42%

concerti jazz vs 2019

Di ottima salute pare godere anche il jazz suonato dal vivo, che prosegue il suo percorso di diffusione sul territorio avviatosi già nel 2021, pur continuando a rappresentare una quota esigua dell'intero sistema (11% del totale dei concerti). Dati alla mano, il settore è stato il primo a essersi ripreso già l'anno immediatamente successivo allo scoppio della pandemia, presumibilmente in forza dell'opportunità di poter proporre al pubblico sessioni live in spazi aperti – come corti e piazze o terrazze di bar e caffè – per gruppi ristretti di persone. Tra il 2022 e il 2023 il numero dei concerti jazz ha continuato ad aumentare, attestandosi, per l'ultimo anno di rilevazione, a un +42% rispetto al valore registrato per il 2019.

Si consolida, infine, il cammino di crescita intrapreso anche dalla musica classica, che nel 2023 segna un +8% sull'anno precedente arrivando a offrire quasi un quarto degli spettacoli in più rispetto al periodo pre-pandemico (+23% rispetto al 2019).

Il 2023 segna un nuovo record per il pubblico dei concerti di musica in Italia con oltre 28 milioni di partecipanti registrati, un dato superiore del +15,5% rispetto al già straordinario risultato del 2022. Rispetto al 2019, l'indicatore è cresciuto del +70%: anche dal punto di vista della domanda, dunque, i concerti rappresentano il comparto più fiorente e che meglio si è ripreso dopo la pandemia.

La varietà delle proposte in palinsesto nel 2023 è stata in grado di radunare pubblici dai gusti eterogenei e di ogni fascia di età: come conferma Istat nel Rapporto Bes - Benessere equo e sostenibile, nel 2023 è cresciuta la partecipazione ai concerti di musica a tutte le età, soprattutto per la popolazione giovane e giovanissima.¹

In particolare si è ulteriormente rafforzato l'entusiasmo per gli eventi dal vivo della musica pop, rock e leggera, con molti concerti di artisti italiani e internazionali ad aver segnato il tutto esaurito. La partecipazione si è concentrata verso poche, grandi mete, localizzate perlopiù nelle aree settentrionali e centrali del Paese dotate di grandi stadi e arene e migliori opportunità di collegamento infrastrutturale, a discapito delle regioni

del Sud dove gli eventi di questo genere restano più contenuti.

Anche la musica classica ha recuperato completamente i livelli di pubblico pre-pandemici (+6% rispetto al 2019), proponendo un'offerta più vasta e diffusa rispetto agli anni precedenti. Le grandi affluenze di pubblico restano, tuttavia, appannaggio di poche regioni d'Italia, localizzate prevalentemente nelle grandi regioni del Nord Italia (Veneto, Lombardia, Emilia-Romagna e, anche se in proporzione minore, Piemonte).

La crescita del pubblico del jazz, al contrario, è proporzionata rispetto all'incremento dell'offerta, e, a differenza degli altri settori del comparto, rimane più diffusa su tutto il territorio italiano.

Nel 2023 la spesa per i concerti in Italia sfiora la soglia di un miliardo, attestandosi a poco più di 967 milioni di euro e segnando sull'anno precedente un incremento ben più che proporzionale alla crescita degli spettatori (+33,5%). Si tratta del valore più alto registrato dal comparto, pari quasi a due volte quello rilevato per il 2019. I rincari nella spesa hanno interessato tutti i settori del comparto, la cui spesa media complessiva aumenta del +15,5% sul 2022. Tuttavia, il settore che ha catalizzato maggiormente l'attenzione dell'opinione pubblica è stato, senz'altro, quello dei concerti di musica pop, rock e leggera, che dal 2020 ha continuato ad aumentare i prezzi con tassi di crescita annui sempre a doppia cifra: la spesa media per un concerto di musica pop, rock e leggera, è mediamente almeno il doppio di quella sostenuta da un partecipante ai concerti di musica classica o jazz (37,67 euro contro rispettivamente 16,21 euro e 17,38 euro).

84%

del pubblico
alla musica pop,
rock e leggera

Ci sono vari fattori che giustificano i rincari, tra cui i cambiamenti nel mercato della musica – con l'ascesa dello *streaming* sono calate notevolmente le vendite degli album, per cui gli artisti capitalizzano altre fonti di ricavo, come i concerti e il merchandising; i costi di produzione in aumento, soprattutto dopo la pandemia; l'aumento del cachet degli artisti. Per fare qualche esempio: il biglietto più

economico per assistere all'unico concerto italiano estivo del rapper americano Kendrick Lamar, il 17 luglio all'arena di Verona,

⁰¹ Fasce di popolazione comprese tra i 6-24 anni e 25-44 anni.

aveva un prezzo di 104 euro, mentre un posto in piedi nel settore più distante dal palco all'Autodromo di Monza per il concerto di Bruce Springsteen a luglio esprimeva un costo di 100 euro.²

Nonostante l'aumento dei prezzi, la domanda di biglietti per i concerti rimane alta. Tuttavia, nei primi mesi del 2024 ha cominciato ad avanzare la preoccupazione, guardando anche all'esperienza oltreoceano degli artisti americani, che l'aumento dei prezzi possa rendere i concerti accessibili solo a poche fasce di pubblico, con possibili conseguenze negative per l'industria musicale a lungo termine.

Classica

Spettacoli ancora in crescita dopo la pandemia

Già nel 2022 l'offerta di spettacoli di musica classica (come anche le altre categorie di concerti) aveva ampiamente superato il periodo buio della pandemia andando oltre i livelli del 2019, anche grazie alle eccezionali misure di sostegno governative e di altre amministrazioni pubbliche per il risanamento di un settore che ha risentito gravemente delle chiusure forzate. Nel 2023 il numero di concerti classici ha proseguito il suo trend di crescita, arrivando poco sotto i 19 mila spettacoli (+8,4% vs. 2022 e 23,2% in più rispetto al 2019), anche con il sostegno dei contributi ministeriali e regionali che sono rimasti sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente. Sono in crescita anche i luoghi di spettacolo (+6,7% il dato nazionale rispetto al 2022) e, soprattutto, il numero di soggetti organizzatori (+17,6%).

Nel corso dell'anno la programmazione si presenta pressoché uniforme: qualche flessione si rileva nei mesi di gennaio e febbraio e, in maniera più leggera, anche ad agosto, facendo seguito, in modo quasi fisiologico, a periodi, al contrario, più intensi, quali il trimestre ottobre-dicembre che segna l'avvio delle nuove stagioni di programmazione proposte dalle organizzazioni di tutta Italia,

e i mesi di maggio e giugno, che rappresentano rispettivamente la chiusura di buona parte delle stagioni di programmazione delle sale e il culmine delle attività di spettacolo all'aperto.

Dal punto di vista della distribuzione territoriale, l'offerta appare meno polarizzata nelle grandi regioni rispetto ad altri settori, quali ad esempio i concerti di musica leggera, ma presenta dinamiche di crescita molto differenti da regione a regione: quasi sempre positivi, i tassi oscillano su un intervallo abbastanza ampio, che va dal +2% al +20%.

La Lombardia mantiene il primato nazionale con oltre 2,3 mila concerti; seguono poco distanti Lazio e Toscana, uniche altre due regioni italiane che ospitano più di 2 mila spettacoli nell'anno, ed entrambe in ottima crescita sull'anno precedente. In Toscana, inoltre, si rileva il tasso di offerta rapportato alla popolazione più elevato d'Italia (0,58 spettacoli ogni mille abitanti, rispetto a una media nazionale di 0,3), anche grazie al ruolo delle Accademie regionali nella diffusione e nella promozione del patrimonio musicale classico.³ Al Sud e nelle Isole, dove si realizza poco meno del 30% dei concerti italiani, l'offerta si concentra in particolare modo in Sicilia, che con poco più di 1,4 mila concerti è la quinta regione italiana – appena prima dell'Emilia-Romagna (che però ha un numero di luoghi di spettacolo e organizzatori tre volte superiore).

+23,2%
concerti rispetto al 2019

Gli spettatori crescono più che in altri settori rispetto all'anno precedente, anche se si tratta di meno di un italiano su 10

Con quasi 3,5 milioni di spettatori, il settore dei concerti di musica classica è quello che più cresce sull'anno precedente (+28%). Con un +6% sul 2019, il 2023 segna anche la completa ripresa dagli effetti della pandemia per il comparto, anche se con un anno di ritardo rispetto ai settori della musica pop, rock e leggera e della musica jazz.

Se è vero che, in prima battuta, questi dati possono risultare confortanti, la ripartenza della musica classica appare complessivamente più debole rispetto agli altri settori, che sull'onda dell'entusiasmo generale della

⁰² Fonte: Perché i biglietti dei concerti sono diventati così costosi, Il Post, 28 marzo 2023. <https://www.ilpost.it/2023/03/28/aumento-prezzi-biglietti-concerti/>

⁰³ Stando ai dati dell'associazione AIDSM, Associazione Italiana Scuole di Musica, la Toscana è tra le principali regioni per lo studio e la promozione musicale, con oltre 500 scuole (su 7 mila in Italia), 65 mila allievi e quasi 7 mila insegnanti (dati al 2022). Link: <https://www.aidsmtoscanaps.it/musica-toscana-500-scuole-65-mila-allievi-e-6-800-maestri/>

04 Fonte: Istat, Rapporto Bes Benessere equo e sostenibile 2023. Il dato comprende anche la fruizione dell'opera lirica. Link: <https://www.istat.it/it/archivio/295254>

popolazione nazionale per i concerti, specialmente quelli di musica pop, rock e leggera, presentano incrementi nel pubblico ben più consistenti rispetto all'epoca pre-Covid. Anche l'affluenza media nelle sale, inoltre, non è ancora ai livelli pre-pandemici e si ferma a un valore di 183 spettatori per ogni concerto.

I dati evidenziano che nel 2023 meno di un italiano su dieci ha partecipato a un concerto di musica classica⁴, nonostante un buon incremento della partecipazione sul 2022 (in cui solo il 6,5% della popolazione aveva assistito a uno spettacolo del genere).

Rispetto all'offerta, la concentrazione della domanda sul territorio è più marcata, specialmente in alcune regioni storicamente riconosciute per ospitare luoghi di spettacolo di prim'ordine: tra tutte spiccano Lombardia e Veneto (rispettivamente circa 615mila e 390 mila spettatori), che possono fregiarsi di location particolarmente prestigiose e rinomate e degli effetti del turismo internazionale.

Al Centro Italia, in Lazio e Toscana il pubblico cresce a ritmo sostenuto, anche in relazione all'incremento di offerta già rilevato. In particolare, in Lazio la domanda è aumentata del 44% sull'anno precedente, arrivando quasi a 370 mila spettatori.

Degno di nota è il fatto che, tra le regioni italiane più grandi e, anche, storicamente più emblematiche nel panorama della musica classica nazionale – Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna, Lazio – solo in Veneto si può dire che sia ripresa a pieno regime l'attività rispetto agli anni prima della pandemia, mentre nelle altre regioni persiste ancora una, pur lieve, fatica a recuperare attrattività di pubblico nonostante l'offerta risulti in aumento.

+24,3%
spettatori al Sud e nelle Isole vs 2019

Al contrario, in tutte le regioni meridionali e insulari il numero degli spettatori risulta superiore a quello registrato nel biennio pre-pandemico. Tra tutte, la Sicilia raccoglie la più vasta fetta di pubblico con circa 270 mila spettatori (+32% sull'anno precedente), ma è notevole anche il risultato rilevato in Puglia dove il pubblico è superiore alle 212 mila persone (+22% sull'anno precedente e +60% sul 2019).

Record di spesa ma da sola l'accessibilità non basta ad assicurare la sostenibilità del settore

Grazie a un pubblico che, finalmente dopo la pandemia, ha fatto ritorno nelle sale da concerto, il 2023 ha portato ai concerti di musica classica poco più di 56 milioni di euro di incassi, segnando la crescita sul 2022 più marcata del comparto musicale.

56,1
milioni di euro
volume d'affari
nel 2023

Il confronto con i risultati della musica pop, rock e leggera evidenzia alcune criticità da gestire per la futura sostenibilità del settore: a fronte di un'offerta che, in termini di numero di concerti, è poco superiore alla metà quanto realizzato nel settore della musica leggera, ma anche meglio distribuita sul territorio rispetto a quest'ultima, nel 2023 la musica classica ha riunito un numero di spettatori appena pari a circa il 15% di quelli della musica pop, rock e leggera.

Osservando i dati nazionali, il prezzo del biglietto non costituirebbe il principale ostacolo alla fruizione, dal momento che la partecipazione a uno spettacolo di musica classica costa in media 16 euro: si tratta del livello più basso dell'intero comparto dei concerti, in leggero aumento sull'anno precedente (infatti, la spesa media individuale per un concerto di musica leggera ha superato, nel 2023, i 37 euro). Il risultato in termini di volumi di affari è ancora più ridotto: la musica classica genera, infatti, appena il 6% dei ricavi della musica pop, rock e leggera.

Sull'anno, gli incassi si rivelano più alti nel secondo semestre, in particolare a luglio, ma anche a settembre e dicembre. In particolare, nel mese di luglio i valori di spesa individuale aumentano fino a 30 euro per spettatore.

A livello regionale, Veneto, Lombardia, Lazio e Toscana rappresentano insieme quasi i due terzi del volume d'affari nazionale: tra i fattori premianti rientra senz'altro quello di ospitare tra le più prestigiose sale da concerto e arene italiane, che attraggono un pubblico non esclusivamente locale (si pensi, ad esempio, all'attrattività turistica di un asset come l'Arena nei mesi estivi per la città di

Verona), e con prezzi di vendita decisamente più elevati (i livelli di spesa media, infatti, sono i più alti in Italia). Al Sud e nelle Isole la spesa è quasi completamente concentrata in Sicilia e Campania; anche in Sicilia, in particolare, il valore della spesa media è generalmente più caro, mentre in Campania questo si allinea alla media nazionale. L'andamento del volume d'affari è estremamente variabile sul territorio nazionale, spesso con modalità e dimensioni non direttamente correlati alle variazioni di offerta e domanda, a indicare, probabilmente, delle dinamiche molto diverse del settore da regione a regione.

Pop, Rock e Leggera

Tra digitalizzazione e nuove modalità di fruizione, cresce l'importanza dei concerti per l'industria musicale italiana

I concerti di musica pop, rock e leggera continuano a crescere anche nel 2023, superando quota 36 mila eventi (+16% sul 2022). Rispetto ai livelli pre-pandemici, il numero di spettacoli è praticamente raddoppiato (+98% sul 2019). Nel 2023 l'effetto connesso alla riprogrammazione degli spettacoli annullati causa pandemia (e rilanciati poi nelle stagioni concertistiche del 2022) può dirsi ormai praticamente esaurito: un elemento, questo, che lascia ben sperare che questi numeri possano essere tecnicamente replicabili anche in futuro in maniera sostenibile. Occorre tuttavia ricordare che molti artisti – italiani come internazionali – sono tornati ad avere la possibilità di esibirsi solo nel 2023 dopo diverse stagioni di fermo, generando certamente un palinsesto straordinariamente ricco per tutto l'anno e in buona parte del Paese.

D'altro canto, è con il progressivo avanzare delle tecnologie digitali e dello streaming musicale che sono cambiate, insieme alle modalità di fruizione, anche le dinamiche relative alla profittabilità del prodotto musicale stesso, di per sé volatile e immateriale.⁵ Il valore percepito dal consumatore dell'esperienza della musica dal vivo è aumentato notevolmente, accrescendo il ruolo dei live per la sostenibilità economica dell'industria musicale⁶: non è un caso, dunque, che il nu-

mero dei soggetti organizzatori di spettacoli di musica pop, rock e leggera sia aumentato del 59% rispetto al 2022.

Rimane quindi da capire se il settore riuscirà effettivamente a mantenere i numeri eccezionali del biennio 2022-2023 anche negli anni a seguire. Per il momento i primi dati del 2024 sembrano confermare l'andamento.

L'estate rimane il periodo ideale per la programmazione dei concerti, in particolare modo dei grandi eventi negli stadi e nelle arene: nel periodo giugno-settembre si concentra oltre la metà degli spettacoli nel Paese (53%, in leggero calo rispetto all'anno precedente, in cui il valore era del 57%). Il primo trimestre, al contrario, si conferma il periodo più scarico dell'anno, tuttavia con tassi di crescita sul medesimo periodo del 2022 ben superiori rispetto alla media registrata per l'intero 2023.

A livello territoriale permane un forte accentramento nelle regioni settentrionali e centrali del Paese e, in particolare, in quelle dotate di maggiore capacità in termini di strutture ospitanti (arene, grandi stadi) e di infrastrutture di collegamento (Lombardia, Emilia-Romagna e Piemonte in primo luogo, ma anche Lazio e Toscana), fattore di fondamentale importanza nell'organizzazione di grandi eventi, in particolare di artisti internazionali. Non è un caso, infatti, che gli eventi più partecipati nel 2023 si siano tenuti in poche, grandi location, come la RCF Arena di Reggio Emilia, l'Ippodromo e lo Stadio Meazza di Milano, l'Autodromo di Monza, il Circo Massimo di Roma.

Allo stesso tempo è da rilevare che, rispetto al periodo precedente, le stesse regioni più "attrezzate" sono cresciute, nel 2023, a un tasso nettamente inferiore (in Lombardia il numero di spettacoli è superiore di "appena" il 5% rispetto al 2022) rispetto a diverse regioni del Sud, nelle Isole e in altre regioni del resto Italia, che hanno visto un incremento più marcato dell'offerta, come ad esempio Basilicata (+55%), Sicilia (+45%), Calabria (+38%), Puglia (+34%), Liguria (+28%), Marche (+26%), e Valle d'Aosta (+23%).

Questo può ricondursi essenzialmente a due fenomeni principali: in primo luogo

+98%
concerti vs 2019

⁰⁵ I servizi di streaming musicale costituiscono una delle maggiori fonti di guadagno per le case discografiche. Inoltre, abbattendo i costi di fruizione al consumatore hanno contribuito alla riduzione del fenomeno della pirateria online.

⁰⁶ Altre importanti fonti di ricavo per l'industria musicale sono: vendita di merchandising, sponsorizzazioni, royalties da pubblicità.

si sta raggiungendo un certo livello di “saturazione” delle strutture presenti e delle organizzazioni attive nelle regioni “trainanti” e nelle grandi città capoluogo – Milano, Torino, Bologna, Firenze e Roma – comportando una crescita più misurata in queste città e nelle regioni di appartenenza; dall'altra sono ripresi a pieno regime i tour di artisti italiani e di giovani artisti noti prettamente in ambito nazionale, con numerose tappe in tutta Italia. Infine, numerose destinazioni turistiche – sia rinomate sia in via di sviluppo – hanno compreso il contributo dei festival musicali per lo sviluppo del sistema economico locale, favorendone l'organizzazione: oltre ai soggetti organizzatori, infatti, nel 2023 sono aumentati i luoghi di spettacolo in quasi tutte le regioni italiane.

Il rinnovato e forte protagonismo della musica italiana nel contesto nazionale è evidente anche osservando le vendite del mercato discografico: nelle classifiche annuali di vendita FIMI - Federazione Industria Musicale Italiana, in collaborazione con GfK, l'80% degli album in Top 100 sono di artisti italiani (nel 2013 lo stesso dato era fermo al 63%). Il concerto è anche un forte strumento promozionale per un artista che ha rilasciato un nuovo album: non sorprende, quindi, che vi siano sempre più artisti in tour.

Si rileva inoltre una crescita esponenziale dei concerti di artisti che hanno seguito esclusivamente presso le fasce di pubblico dei millennials, GenZ e anche più giovani, la cui fama è nata e cresciuta in modo repentino attraverso i canali digitali e i social media, e che spesso risultano addirittura assenti o non tracciati sui canali più tradizionali come la radio, meno utilizzati dalle generazioni più giovani. Il digitale e i social media, infatti, sono diventati un vero e proprio strumento promozionale per un artista, per la sua attività discografica ma anche per pubblicizzare le date dei concerti, raggiungendo il pubblico target con il minor sforzo. Lo studio *Engaging with Music 2023* a cura di IFPI rivela, in particolare, che la maggior parte dei giovanissimi (under 20) italiani scopre nuovi brani e artisti prevalentemente grazie a YouTube, short form video e servizi di streaming, nonché grazie al passaparola tra amici e membri delle *community*.⁷ Il fenomeno resta consistente

anche al crescere dell'età dei fruitori musicali, tendenzialmente fino ai 35 anni. Il notevole abbattimento dei costi di distribuzione consentito dal digitale agevola la diffusione di musica leggera indipendente, il cui pubblico è estremamente segmentato e composto di sottoculture, bisogni, e consuetudini specifiche e peculiari: si pensi, ad esempio, alla scena hip hop e rap che assume connotazioni, temi, linguaggi diversi a seconda della provenienza degli artisti, con marcate differenze anche nel contesto nazionale.

Un pubblico sempre più partecipativo. Buona crescita al Sud e nelle Isole

Prosegue il periodo d'oro della musica pop, rock e leggera dal vivo, che dopo la pandemia è riuscita a rispondere al bisogno di divertimento, leggerezza, passione e condivisione espresso da una vastissima fetta della popolazione italiana. Con 23,7 milioni di spettatori realizzati nel 2023 (+13,6 % sul 2022) il settore dei concerti ha quasi raddoppiato i risultati del 2019 (+88%).

Gli spettatori si concentrano nei mesi più caldi (poco meno di due terzi del totale annuo) riversandosi nei grandi concerti nelle città, che sono sempre più numerosi, ma anche in quelli di dimensioni più contenute, che riescono a raggiungere destinazioni diverse anche grazie ai sempre più numerosi festival in programmazione nella stagione estiva su tutto il territorio nazionale. In particolare, giugno registra i valori più alti di affluenza media per evento, superando quota mille (unico mese in tutto l'anno), mentre luglio è il mese durante il quale più persone hanno presenziato ai concerti in tutta Italia.

La Lombardia si conferma la principale tappa italiana per i grandi eventi di respiro internazionale, nonché meta obbligatoria per numerosi altri concerti capaci di generare grande affluenza: con 5,7 milioni di spettatori (+20% sull'anno precedente), la regione rappresenta quasi un quarto della domanda nazionale; seguono Lazio ed Emilia-Romagna che, tuttavia, fanno appena la metà dei volumi.

A parte il Lazio, che comunque presenta valori sostanzialmente in linea con l'an-

+13,6%
spettatori in Italia vs 2022
+30% al Sud

⁰⁷ Con più di 8 mila membri associati, IFPI è l'associazione internazionale che rappresenta e tutela l'industria discografica mondiale. *Engaging with Music 2023* è il più grande studio sui consumi musicali realizzato, con il contributo di 43 mila intervistati nei principali 26 mercati mondiali della musica registrata. Link all'estratto italiano dello studio sul sito della FIMI: <https://www.fimi.it/mercato-musicale/pubblicazioni/engaging-with-music-2023-estratto-italiano.kl>

no precedente (+3%), nel Centro Italia la situazione va un po' in controtendenza rispetto al dato medio italiano e presenta una lieve contrazione a livello di area (-4%): in particolare in Toscana e nelle Marche il pubblico è diminuito nonostante un incremento nell'offerta.

L'incremento generale dell'offerta che si è visto nel 2023 al Sud e nelle Isole si rivela premiante, risultando spesso in aumenti consistenti nella partecipazione, con tassi di crescita del pubblico ben superiori alla media in tutte le regioni (fa eccezione la Puglia che presenta un andamento in linea con quello nazionale). In particolare, aumenta il pubblico in Campania (+40%), Sicilia (+39%) e Sardegna (+60%, il tasso più alto registrato a livello nazionale).

Grande risposta di pubblico e biglietti sempre più cari: l'impennata dei ricavi non accenna a fermarsi

La predominanza dei generi Pop, Rock e Leggera nel comparto della musica dal vivo è particolarmente evidente se si guarda al volume di incassi generato dal settore, che nel 2023 è 894 milioni di euro, pari al 92% dei ricavi complessivi realizzati da tutti i concerti. Si tratta della più alta componente di ricavi tra tutti i settori dello spettacolo oggetto di questo Report.

A contribuire a questo risultato non è solo l'aumento generale del pubblico, anche in risposta ad un'offerta più ricca e differenziata, ma anche un complessivo incremento dei prezzi dei biglietti. Sulla scia dei rincari generali aumenta, infatti, anche la spesa media individuale, che arriva a circa 37,7 euro (+16,8% rispetto all'anno precedente): si tratta del livello di spesa più alto del settore, pari a circa il doppio di quella per il Jazz e oltre il doppio di quella per la Classica, nonché tra i più alti in tutti i comparti.

L'incremento anomalo dei prezzi dei biglietti dei concerti di musica più popolare o commerciale è tra gli aspetti più evidenti e discussi dell'industria musicale e dello spettacolo, soprattutto dopo la pandemia. Le ra-

gioni sono diverse e non riguardano soltanto il mercato italiano: in parte, è possibile ricondurlo all'aumento dei cachet degli artisti – che nei live hanno ritrovato una delle principali fonti di guadagno, soprattutto dopo che la digitalizzazione ha ridotto drasticamente gli introiti derivanti dall'attività di produzione e distribuzione, ma anche all'aumento dei costi di allestimento e dei costi di servizio delle piattaforme di *ticketing* (soprattutto delle commissioni di acquisto). In particolare, la sempre più elevata attenzione alla “spettacolarizzazione” dell'evento ha generato un grande incremento nei costi di produzione, e acceso anche l'attenzione sulle tematiche correlate alla sostenibilità di tali grandi eventi. Inoltre, specialmente con l'avvento delle piattaforme di *streaming* musicale, sembra essere aumentata la propensione all'acquisto di biglietti per i concerti: in parte perché il costo connesso all'ascolto di musica registrata si è decisamente ridotto con gli abbonamenti alle piattaforme, che con pochi euro consentono di accedere a una *library* pressoché infinita di artisti e canzoni, in parte per l'esperienza in sé, decisamente più coinvolgente e condivisa con un gruppo di amici e una *community* o *fandom* (anche questa agevolata dallo sviluppo del digitale).

Sul territorio nazionale, la Lombardia consolida un primato difficile da eguagliare, con oltre 275 milioni di euro di volume d'affari, segnando un +53% sul 2022 con una crescita a velocità doppia rispetto all'aumento di pubblico. Seguono, con elevato distacco, Lazio, con poco più di 133 milioni di euro, ed Emilia-Romagna con 110 milioni.

Al Sud i buoni risultati di pubblico che sono stati realizzati non sempre hanno generato un analogo riscontro in termini di ricavi, come è invece avvenuto nelle due isole maggiori.

Fa eccezione la Campania, per cui è apprezzabile l'effetto “grande evento”, dopo che Napoli ha ospitato nel 2023 importanti concerti di interesse nazionale, come ad esempio due date dell'attesissimo tour dei Coldplay allo stadio Maradona (giugno), o il concerto-show del rapper Marracash all'Ipodromo di Agnano (settembre): gli incassi nella regione ammontano a 58 milioni di euro, in aumento dell'80% sull'anno precedente.

37,7
euro spesa media
individuale

Jazz

L'offerta cresce su quasi tutto il territorio italiano, consolidando la ripresa del 2022

Per la musica live jazz in Italia, il 2023 conferma il risultato già ottimo e ben sopra le aspettative realizzato l'anno precedente, che superava di gran lunga quanto fatto nel periodo pre-pandemico. Il numero di concerti, infatti, continua a crescere - e con un tasso a doppia cifra (+10,5%) - rispetto al 2022, arrivando a un valore poco inferiore ai 6,7 mila (+42% rispetto al 2019).

Più ricca di eventi è la seconda metà dell'anno, in cui si concentrano circa i due terzi degli spettacoli. In particolare, luglio si conferma il mese del jazz, con numerosi festival e concerti all'aperto su tutto il territorio italiano, come Umbria Jazz, Siena Festival, Ancona Jazz, Venezia Jazz Festival, Pescara Jazz e tanti altri, per un totale di 1.209 spettacoli (18% del totale annuo). Altri mesi "caldi" sono agosto, che viaggia sulla scia degli eventi del mese precedente, insieme a novembre e dicembre, che chiudono l'anno in bellezza con altri festival in città come Milano (JazzMI), Bologna, Padova, Roma, Moncalieri⁸ insieme alla ripresa delle attività dei club con la nuova programmazione stagionale.

Tuttavia, sono i risultati del primo quadrimestre 2023, che presenta tassi di crescita sul 2022 largamente superiori al valore medio annuale⁹, a rafforzare l'ipotesi di consolidamento dell'offerta su tutto l'anno e lasciano presumere che il 2024 potrà muoversi su livelli analoghi, se non superiori.

Gli spettacoli si concentrano in Lombardia, Emilia-Romagna e Lazio, che si confermano le regioni dove l'offerta è più abbondante, rappresentando, insieme, appena meno di un terzo degli spettacoli.

Il divario di offerta tra le aree settentrionali e centrali del Paese rispetto al Mezzogiorno e alle Isole appare meno netto rispetto agli altri settori dei concerti e anche ad altre categorie di spettacolo; inoltre, è rilevante sottolineare che in tutte le regioni del Sud Italia i tassi di crescita dell'offerta

superano largamente la media nazionale, attestandosi su un +31% sul 2022 per l'area.

Come già osservato anche per il 2022 nella scorsa edizione del Rapporto SIAE, emergono i risultati positivi di Sicilia, Sardegna¹⁰ e Puglia, dove l'offerta - rapportata al numero di abitanti - presenta risultati che si allineano o sono anche superiori alla media nazionale.

Regione fanalino di coda rimane, invece, la Valle d'Aosta, con appena 5 concerti rilevati nel corso dell'anno.¹¹

Pubblico del jazz a livelli record: sfiorato il milione di spettatori

Sempre più spettatori per il jazz in Italia nel 2023, con un +24% rispetto al 2022 (che con i suoi 800 mila spettatori già rappresentava un risultato straordinario per il settore), fino ad arrivare poco sotto la soglia del milione di persone. Sicuramente negli anni più recenti è cresciuto l'interesse del pubblico nei confronti della musica jazz, anche grazie al fascino delle sue sfumature più contemporanee, capaci di fondersi con generi come elettronica e hip-hop, più familiari al pubblico delle generazioni più giovani, tra tutte quella dei *millennials*.

Parte del risultato, inoltre, è da attribuirsi al lavoro fatto dai festival e dai jazz club nella promozione della cultura jazz in Italia, che attirano un numero sempre più vasto e variegato di interessati e di curiosi (oltre che dei soliti appassionati e intenditori), supportato anche dai contributi ministeriali e delle amministrazioni pubbliche per il rilancio del settore¹² dopo la pandemia.

In aumento, meno significativo, anche l'affluenza media per spettacolo (+12% sul 2022), che passa dai 132 spettatori per evento del 2022 a un valore medio di 148, che diventa più alto nei mesi estivi (posizionandosi intorno ai 175 spettatori in media per concerto) in considerazione dei festival e della disponibilità di spazi all'aperto che possono avere maggior capienza.

Osservando i dati territoriali emerge che la crescita del pubblico è un fenomeno che caratterizza tutte le macroaree del Paese, premiando in particolare il Sud Italia e gli sforzi effettuati dalle organizzazioni per in-

+24%
spettatori in Italia vs 2022

⁰⁸ Tutti i festival citati si sono svolti nel mese di novembre 2023, tranne JazzMI che è iniziato a ottobre.

⁰⁹ L'offerta complessiva rilevata per i mesi di gennaio, febbraio, marzo e aprile 2023 è superiore del 35% rispetto a quella registrata sul medesimo periodo nell'anno precedente.

¹⁰ In particolare, la Sardegna presenta il più grande valore di densità di offerta tra tutte le regioni italiane dopo quello rilevato in Umbria, che ogni estate ospita l'omonimo festival, tra i più ricchi e prestigiosi al mondo.

¹¹ Anche volendo considerare l'offerta pro capite e non il valore assoluto, il dato rilevato per la Valle d'Aosta rimane il più basso delle 20 regioni italiane.

¹² Ad esempio, la Regione Autonoma della Sardegna ha attivato, per il 2023 e il 2024, un'apposita misura di sostegno a favore dei Jazz Club, per sostenere la loro attività in considerazione della persistente situazione di crisi economica.

crementare l'offerta sui territori: nel Mezzogiorno, infatti, il pubblico segna un +42% rispetto all'anno precedente; anche le Isole registrano livelli di crescita superiori alla media nazionale (+35%).

La distribuzione e l'andamento del pubblico nelle regioni italiane, tuttavia, è variegato e non risponde sempre a livelli alti e crescenti di offerta.¹³ Mentre, ad esempio, in Lombardia si rileva un incremento del pubblico del 26% a fronte di un'offerta regionale che è rimasta sostanzialmente stabile sul 2022, in Emilia-Romagna si registra un -11,4% di spettatori rispetto all'anno precedente nonostante un aumento del numero degli spettacoli programmati (+6,7%). Come in Lombardia, anche in Friuli-Venezia Giulia c'è una forte crescita del pubblico (+38%) a fronte di un ampliamento dell'offerta ridotto in termini numerici (+3,7%). Situazione analoga a quella dell'Emilia-Romagna anche in Umbria, dove a seguito di un incremento di oltre il 50% del numero di spettacoli sull'anno precedente il pubblico è aumentato di quasi il 5%.

Al Sud e nelle Isole c'è un'ottima reazione da parte del pubblico, con incrementi a doppia cifra sull'anno precedente in tutte le regioni dell'area. Tra le regioni con più di 100.000 spettatori troviamo la Lombardia, con quasi 182 mila (+26% sull'anno precedente), la Sicilia (127 mila spettatori) ed il Lazio (112 mila spettatori).

Giro di affari da record per il settore, complice l'inflazione

Come per la musica classica e la musica pop, rock e leggera, anche per il jazz i parametri medi di spesa sono aumentati, portando il livello di spesa media individuale oltre i 17 euro (+15% rispetto all'anno scorso). Il generale aumento dei prezzi insieme alla crescita del pubblico hanno generato un effetto positivo sulla spesa complessiva, che per il primo anno supera i 17 milioni di euro, in crescita del 42% sull'anno precedente.

L'andamento mensile della spesa consente di apprezzare meglio il contributo dei festival all'intero settore: se fino a maggio in-

cluso, infatti, la spesa non supera il milione di euro mensili raccolti, da giugno ripartono gli incassi con oltre 2,5 milioni di euro (impatto in parte spiegato dall'aumento del pubblico, in parte anche dalla maggiore presenza di artisti di pregio e di fama internazionale inseriti nella programmazione di festival e stagioni estive). In valore assoluto, luglio realizza il maggior volume di incassi, con 4,2 milioni di euro; tuttavia, è giugno che presenta i valori più alti di incasso medio per spettacolo (più di 5 mila euro, ben superiore a luglio che si attesta appena sotto ai 3,5 mila euro per evento). Dopo luglio i valori si attestano stabili su una media di 1,3 milioni di incasso al mese, a parte una leggera flessione in settembre che si mantiene sui livelli pre-estivi.

Le regioni dove si concentra il volume d'affari restano Lombardia e Lazio, che insieme realizzano il 40% del totale nazionale, e l'Umbria, che da sola rappresenta l'11% della spesa complessiva del Paese.

Si tratta anche delle uniche tre regioni dove i valori di spesa individuale risultano superiori alla media nazionale; in particolare in Umbria, che ospita una tra le rassegne jazz più lunghe e importanti del mondo, si registra un valore medio di spesa pari a 40 euro per spettatore, il più elevato d'Italia con grande distacco sulle altre regioni e in aumento sul 2022 di oltre il 60%. Nel resto d'Italia, al contrario, si osservano valori contenuti in un intervallo tra gli 8 e i 16 euro di spesa per partecipante, probabilmente per la minore incidenza di eventi con protagonisti artisti di richiamo.

L'andamento della spesa rispetto all'anno precedente varia sostanzialmente da regione a regione, con scostamenti significativi dal dato medio nazionale, evidenti soprattutto nelle regioni del Sud Italia e nelle Isole che presentano tassi di crescita ben superiori alla media italiana. Si tratta, in parte, di una conseguenza dell'andamento del pubblico, che – come già rilevato – ha subito notevoli incrementi in tutto il Mezzogiorno e nelle isole maggiori, ma anche, in certi casi, di una consistente variazione della qualità dell'offerta sui territori, spiegata dall'aumento dell'impegno economico degli spettatori.

¹³ Qui sempre espressa solamente in quantità di spettacoli programmati e realizzati.



I TOP AL BOTTEGHINO / CONCERTI DI MUSICA LEGGERA

I grandi artisti internazionali tornano ad animare i palchi italiani nel 2023, ma già al 2° posto della classifica per Spettatori troviamo il festival *Marrageddon*: Marracash, che ha ideato, organizzato e presentato l'evento, nella data del 23 settembre ha portato sul palco dell'ippodromo Milano Trenno i migliori artisti della scena rap e hip hop italiana davanti a circa 84.000 persone.

La RCF ARENA di Reggio nell'Emilia (nuovo nome dell'Arena Campovolo), scelta da Harry Styles per chiudere in un'unica data il suo *Love on Tour*, si conferma una delle migliori location per concerti in Europa, coinvolgendo per l'occasione ben oltre 102.000 persone.

Classifica per Spesa al Botteghino 2023

POSIZIONE	EVENTO	ARTISTA
1	RCF ARENA - REGGIO NELL'EMILIA - 22/07/2023	HARRY STYLES
2	AUTODROMO DI MONZA - MONZA - 25/07/2023	BRUCE SPRINGSTEEN AND THE E STREET BAND
3	STADIO MEAZZA - MILANO - 28/06/2023	COLDPLAY
4	STADIO MEAZZA - MILANO - 26/06/2023	COLDPLAY
5	STADIO MEAZZA - MILANO - 29/06/2023	COLDPLAY
6	STADIO MEAZZA - MILANO - 25/06/2023	COLDPLAY
7	CIRCO MASSIMO - ROMA - 21/05/2023	BRUCE SPRINGSTEEN AND THE E STREET BAND
8	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 30/06/2023	TRAVIS SCOTT
9	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 27/07/2023	THE WEEKND
10	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 26/07/2023	THE WEEKND

Classifica per Spettatori 2023

POSIZIONE	EVENTO	ARTISTA	SPETTATORI
1	RCF ARENA - REGGIO NELL'EMILIA - 22/07/2023	HARRY STYLES	102.861
2	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 23/09/2023	MARRAGEDDON FESTIVAL (MARRACASH)	83.981
3	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 30/06/2023	TRAVIS SCOTT	80.091
4	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 27/07/2023	THE WEEKND	79.847
5	RCF ARENA - REGGIO NELL'EMILIA - 09/09/2023	PINGUINI TATTICI NUCLEARI	79.636
6	IPPODROMO MILANO TRENNA - MILANO - 26/07/2023	THE WEEKND	78.860
7	AUTODROMO DI MONZA - MONZA - 25/07/2023	BRUCE SPRINGSTEEN AND THE E STREET BAND	72.129
8	CIRCO MASSIMO - ROMA - 05/08/2023	IMAGINE DRAGONS	69.525
9	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 15/07/2023	ARCTIC MONKEYS	65.320
10	IPPODROMO MILANO TRENNO - MILANO - 02/07/2023	RED HOT CHILI PEPPERS	64.713

MOSTRE



79 circa
mila

SPETTACOLI

↑ +17,1% vs 2022

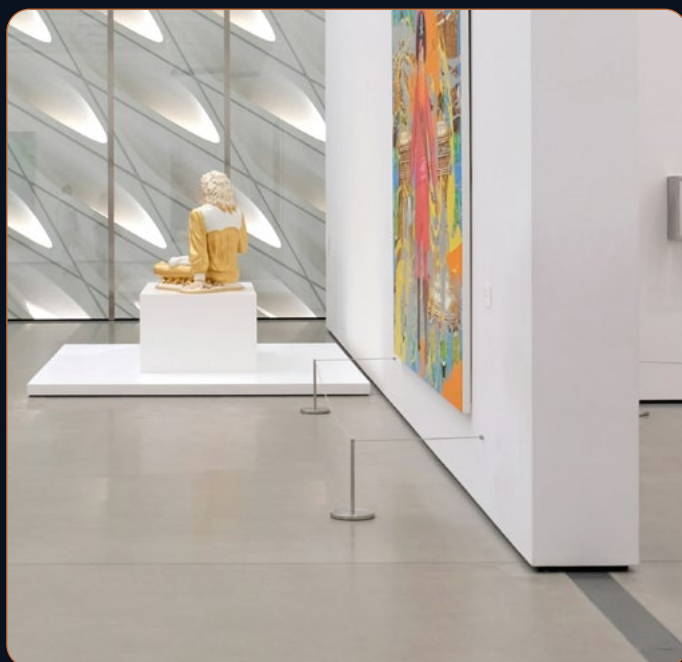
↑ +9,8% vs 2019

16,5 mln

SPETTATORI

↑ +35,8% vs 2022

↑ +6,8% vs 2019



SPEA MEDIA INDIVIDUALE PER UNA MOSTRA

↑ +11% vs 2022

↑ +12% vs 2019

9,31 €

153,5 oltre mln

euro

SPEA

↑ +51,2% vs 2022

↑ +19,3% vs 2019

INTROITO MEDIO GIORNALIERO DI UNA MOSTRA

↑ +29% vs 2022

↑ +9% vs 2019

1.946 €

209

AFFLUENZA MEDIA

↑ +16% vs 2022

↓ -3% vs 2019



MO STRE

01 Si sottolinea che l'aggregato include mostre artistiche e culturali e percorsi espositivi allestiti presso istituzioni e/o da organizzazioni a finalità prevalentemente culturale.

02 Per il settore Mostre, normalmente un'unità di spettacolo equivale a una giornata di apertura al pubblico tranne nei casi in cui nello stesso giorno si prevedano distinti orari di ingresso o specifici percorsi riservati a gruppi organizzati (ad esempio per le scolaresche).

03 Fonte: Isnart, Turismo Culturale Report 2022.
Link: <https://www.isnart.it/it/report-sui-turismi/turismo-culturale-report-2022/>



In Italia come all'estero, mostre di ogni genere per un pubblico sempre più diversificato.

Il 2023 segna la reale ripartenza per il settore delle mostre, in particolar modo di quelle artistiche. Ad Amsterdam è stato l'anno dell'attesissimo Vermeer, a Londra di Cézanne, a Berlino di Isa Genzken e di Edvard Munch, a Parigi quello del trionfo di due "grandi binomi": Monet-Mitchell e Basquiat x Warhol.

In Italia tantissime esposizioni¹ hanno animato città e centri urbani, per un totale di oltre 78 mila spettacoli², in crescita a doppia cifra sull'anno precedente (+17%) e superiori anche alle giornate rilevate per il 2019 (+9,8%).

Nel campo dell'arte, tantissime le grandi mostre nelle principali città italiane: a Milano con El Greco e Goya alla sua prima retrospettiva; a Mantova, nella cornice di Palazzo Te, uno straordinario Rubens; a Torino si è celebrato invece Hayez e Picasso. Non sono mancate inoltre le mostre d'arte contemporanea, come Anish Kapoor al Palazzo Strozzi di Firenze, Roy Lichtenstein a Parma, Yayoi Kusama a Bergamo.

Anche al di fuori delle grandi mostre d'arte, il comparto avanza e registra un grande successo: tra scienza, design, archeologia, moda e street art, sia i residenti che i turisti delle nostre città hanno avuto l'imbarazzo della scelta. Qualche esempio per inquadrare i nuovi trend: la mostra celebrativa di Gucci, a 102 anni dalla fondazione della *maison*, presso l'omonimo museo a Firenze; il Balloon Museum, primo progetto espositivo di *inflatable art* (arte gonfiabile) di caratura internazionale, che nel 2023 ha toccato Napoli, oltre a New York e Londra. Crescono inoltre le mostre interattive, virtuali, immersive, che spesso sostituiscono completamente il percorso espositivo "canonico" a favore di un'esperienza che, attraverso il medium digitale, promette di coinvolgere, divertire e intrattenere: è il caso di Van Gogh, a Milano e a Roma, e Da Vinci a Milano.

Le mostre rientrano tra i principali fattori di attrattività delle città e dei centri, costituiscono un elemento importante per la partecipazione culturale dei residenti e favoriscono il turismo locale, contribuendo così anche alla destagionalizzazione. Inoltre, le mostre possono accrescere la competitività di un territorio nei confronti del target internazionale: una ricerca Isnart condotta nel 2022³, infatti, rileva che almeno un turista estero su dieci valuta positivamente il nostro paese e seleziona le mete da visitare anche per la qualità e la varietà delle mostre che queste sono in grado di offrire.



52%

degli spettacoli concentrati
nei capoluoghi di regione

Nonostante le mostre temporanee siano uno strumento sempre più utilizzato anche nelle piccole città per attrarre visitatori, i dati dell'Osservatorio SIAE restituiscono un'offerta, in termini di numero di esposizioni e giornate di apertura, estremamente concentrata in pochissime regioni d'Italia e, spesso, nella città capoluogo: basti pensare che,

sul totale nazionale, uno spettacolo su due (52%), è nei comuni capoluogo di regione⁴. Solo in Lombardia si contano oltre 14,8 mila spettacoli, il 18,7% del totale registrato nel Paese; segue con un buon distacco il Piemonte, con quasi 10,6 mila spettacoli, pari al 13,4%: le due grandi regioni nord occidentali del Paese rappresentano dunque un terzo dell'offerta nazionale di mostre in Italia, in continuità con quanto già

comunque rilevato l'anno precedente, trainate dalla programmazione dei due capoluoghi Milano e Torino (che da sole contano la metà delle giornate di apertura mostre delle relative regioni), due città che da sempre fanno del patrimonio museale e di un ricco e variegato palinsesto di mostre (e altri eventi culturali) una delle principali leve di attrazione del turismo nazionale e internazionale.

Terza regione per consistenza di offerta è il Lazio, che con circa 9,2 mila spettacoli copre l'11,7% della quota nazionale; seguono Emilia-Romagna e Veneto (9,8% e 9,6% dell'offerta nazionale). Oltre nove spettacoli su dieci di mostre in Lazio fanno riferimento alla città di Roma, mentre Bologna e Venezia accentrano il 57% e il 48% delle giornate di apertura mostre nelle rispettive regioni di appartenenza.

Nel contesto del Sud e delle Isole risaltano i numeri di Campania e Sicilia, entrambe caratterizzate da un'enorme attrattività turistica, ma che presentano tuttavia valori nettamente più bassi, intorno ai 4 mila spettacoli; inoltre, la Campania "perde" quasi 900 spettacoli sull'anno precedente, ed entrambe le regioni hanno visto diminuire la propria quota di offerta sul territorio nazionale, arrivando a rappresentare, ciascuna, circa il 5% del totale.⁵

Dal punto di vista della stagionalità, infine, non si registrano picchi di offerta nel corso dell'anno, ma solo una leggera flessione nei mesi di febbraio e marzo.

La partecipazione torna ai livelli pre-pandemia, spinta da grandi nomi dell'arte ma anche dalla ricerca di un'esperienza da condividere

Il 2023 è anche un anno di rinnovata propensione dei nostri connazionali a visitare le mostre e le esposizioni: lo studio più recente di Istat sugli aspetti della vita quotidiana degli italiani⁶, infatti, rileva che quasi una persona su tre nel Paese – il 32,6% della popolazione, in prevalenza donne – avrebbe, nel 2023, visitato almeno una mostra o un museo. Il dato, in aumento di dieci punti percentuali rispetto all'anno precedente, lascia spazio alle ipotesi di conferma di ripresa del settore, risultando anche leggermente superiore rispetto a quanto rilevato per il 2019 (31,8%).

Il pubblico delle mostre in Italia nel 2023 cresce, segnando, con 16,5 milioni di spettatori, un +35,8% sull'anno precedente e registrando una performance migliore persino del 2019 (+6,9%).

Tra i fattori a sostegno della crescita del pubblico ritroviamo senz'altro la ricchezza e la diversità delle esposizioni offerte da un settore in piena ripresa, la fine dello stato d'emergenza e la crescita dei flussi turistici internazionali.

Rispetto all'anno precedente migliora anche l'affluenza media, che nell'anno si attesta a 209 partecipanti in ogni spettacolo (+16%).

L'affluenza è in calo nei mesi estivi, in cui, in particolar modo per la popolazione nazionale, si prediligono altri tipi di turismo e attività all'aperto: i mesi di giugno, luglio e agosto sono gli unici in cui si rilevano valori di pubblico inferiori al milione.

I grandi nomi dell'arte continuano a regnare incontrastati nelle classifiche: in Italia, la mostra di Van

Gogh al Palazzo Bonaparte di Roma, realizzata in occasione dei 170 anni dalla nascita dell'artista, è stata la mostra più gettonata (oltre 327 mila ingressi realizzati solo nel 2023⁷), con 50 opere in mostra provenienti dal Kröller-Müller Museum. Si tratterebbe della quarta esposizione più visitata al mondo nel 2023⁸, dopo le due grandi mostre parigine organizzate dalla Fondazione Louis Vuitton su Claude Monet - Jean Mitchell e Basquiat x Wahrol, e la mostra di Vermeer al Rijksmuseum di Amsterdam, divenuta un vero e proprio caso dopo aver segnato il

+16%

affluenza media
per spettacolo

⁰⁴ In due comuni capoluogo, Potenza e L'Aquila, nel 2023 l'offerta è completamente assente.

⁰⁵ Per il 2022, la Campania contava per il 7% circa dell'offerta nazionale, mentre la Sicilia per il 6%.

⁰⁶ Fonte: Istat, Aspetti della vita quotidiana.

⁰⁷ La mostra è stata inaugurata in data 8 ottobre 2022 ed è terminata (con proroga) il 7 maggio 2023.

⁰⁸ Stando alle classifiche de Il Giornale dell'Arte che mette a sistema i dati sulle esposizioni di tutti i Paesi. La graduatoria comprende solo le mostre con ingresso dedicato: sono dunque, escluse, quelle con biglietto integrato (inserite nei circuiti museali) e quelle a ingresso gratuito.

tutto esaurito dopo dieci giorni di apertura nonostante le eccezionali aperture notturne.⁹

Al secondo posto, con poco distacco dal Van Gogh di Roma, troviamo il Festival della Scienza di Genova, che in pochi giorni di apertura ha totalizzato 320 mila spettatori. Ma è forte anche l'interesse per le mostre che hanno a tema linguaggi artistici contemporanei: sul gradino più basso del podio troviamo ancora una esposizione d'arte, quella di Omar Hassan, artista italo-egiziano che con la sua mostra personale a Palermo ha raccolto più di 277 mila visitatori (dopo aver esposto a Miami, New York, Londra, Berlino e Milano).

Aumenta sempre più l'attrattiva delle mostre esperienziali, capaci di ingaggiare e divertire: tra le più visitate in Italia, con quasi 200 mila ingressi, rientra Leandro Erlich a Milano, artista che ha creato un percorso espositivo caratterizzato da una preponderante interazione tra opera e fruitore, in una sorta di gioco continuo. La mostra di Yayoi Kusama, tra le tante mostre di pregio che hanno impreziosito il fitto programma organizzato dalle città di Brescia e Bergamo Capitali della Cultura 2023, è andata sold out mesi prima della sua inaugurazione, nonostante avesse una sola opera in mostra e a ciascun spettatore fosse concesso un solo minuto per osservarla (o parteciparla, nella visione dell'artista). Un segnale, questo, che al pubblico esperto, appassionato o "semplicemente" interessato all'arte si sta affiancando sempre più quello che, oltre alla ricerca del bello e per arricchimento culturale, vede l'esperienza della mostra come un momento di svago, da fotografare e condividere.

Forte di un'offerta solida, la Lombardia registra 4,5 milioni di spettatori (27,4% della quota nazionale), di cui oltre 3,5 milioni solo a Milano; è l'unica regione italiana in cui, in media, si superano i 300 spettatori per ogni spettacolo, a confermare la grande attrattiva di pubblico delle mostre in programma, oltre a una buona capacità dimensionale delle location a disposizione. Risultato simile in termini di affluenza si rilevano anche nel Lazio, con 291 spettatori per ogni giornata di spettacolo, e quasi 2,7 milioni di accessi (pari al 16,3% del valore nazionale).

Al Sud e nelle Isole le mostre, pur presenti, sono sicuramente di meno e hanno una durata - in termini di giornate di apertura - generalmente più contenuta. In queste aree, l'offerta risulta meno attrattiva: la Campania si attesta a poco meno di mezzo milione di

spettatori, mentre in Sicilia si arriva a quota 670 mila (con il grande contributo di Omar Hassan, già citato). Nelle regioni del sud e delle isole si registrano nel complesso livelli di affluenza poco significativi se confrontati ai volumi nazionali, e in particolare in Basilicata e Molise, dove non supera il valore medio di 30 accessi a spettacolo.

Dopo anni di stallo aumenta la spesa media individuale, portando a un record di incassi nel settore

Per il 2023 gli incassi crescono del 52% sull'anno precedente, superando quota 153 milioni di euro e ben oltre le cifre realizzate prima della pandemia (+19% sul 2019). Oltre alla crescita del pubblico, fattore determinante di questo risultato è stato certamente il generale aumento dei prezzi: la spesa media individuale sale a 9,3 euro, +11,4% sull'anno precedente dopo oltre cinque anni di sostanziale invariabilità del dato.

Prima per offerta (18,7% sul totale nazionale) e prima per pubblico (27,4% degli spettatori nel 2023) delle regioni d'Italia, la Lombardia incassa, con le mostre, oltre 57 milioni di euro, pari al 37,3% del totale della spesa nazionale: all'esito contribuisce un generale livello di spesa media superiore (+36%) a quella nazionale (12,6 euro), forte di un sistema di offerta spesso arricchito da una ampiezza e varietà di servizi al pubblico superiore ai livelli nazionali¹⁰. Secondo, con stacco nettissimo, il Lazio, che con 23 milioni di incassi raccoglie il 15% del totale realizzato nel Paese; in questo caso, tuttavia, il livello di spesa individuale è leggermente inferiore (-8%) al valore nazionale. Sommate insieme, le due regioni rappresentano poco più della metà del totale degli introiti diretti generati dalle mostre in Italia nel 2023.

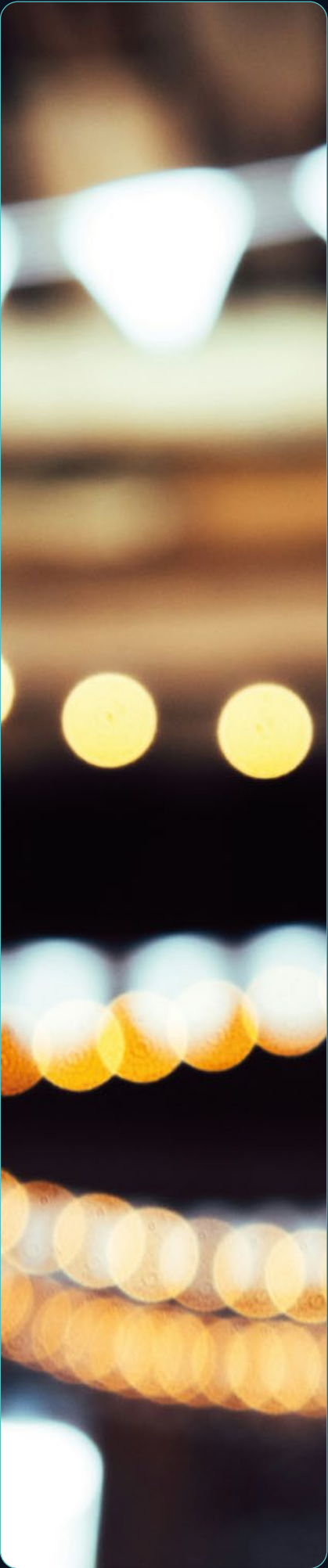
Nel Mezzogiorno è la Campania la regione che massimizza i ricavi, con oltre 5,6 milioni di euro (3,7% del totale nazionale), mentre la Sicilia segue con distacco con 4 milioni di euro (2,6%). Salta all'occhio il caso della Calabria, che nonostante presenti il secondo peggior livello di offerta in Italia (appena 243 spettacoli), raccoglie più di mille euro di incassi per spettacolo - posizionandosi al di sopra della Sicilia: un segnale che potrebbe indicare un bisogno di partecipazione non ancora pienamente soddisfatto, e che troverebbe risposta in un'offerta più consistente, a beneficio del benessere della popolazione, del turismo e dell'indotto economico e sociale sul territorio.

37%
dei ricavi in
Lombardia

⁹ È stata la mostra più visitata nella storia del museo olandese, fondato nel 1800.

¹⁰ Fonte: Minicifre della Cultura, Dati sul Patrimonio Culturale. Servizi offerti ai visitatori - Valori medi percentuali dei servizi offerti ai visitatori nei luoghi del patrimonio a livello regionale. Rielaborazioni su dati Istat - Indagine sui musei e le istituzioni similari, anni 2018-2021.

INTRATTENIMENTO



552,1 mila

SPETTACOLI

↑ +17,4% vs 2022
↓ -19,5% vs 2019

83

mln

SPETTATORI

↑ +9,8% vs 2022
↓ -13,9% vs 2019

SPESA PRO CAPITE

↑ +18% vs 2022
↓ -10% vs 2019

21€

INTRATTENIMENTO

1.237 mln

euro SPESA

↑ +18,3% vs 2022

↓ -11,4% vs 2019

2.241 mila
euro

INTROITO MEDIO
DI UNO SPETTACOLO

↑ +1% vs 2022

oltre
51.000

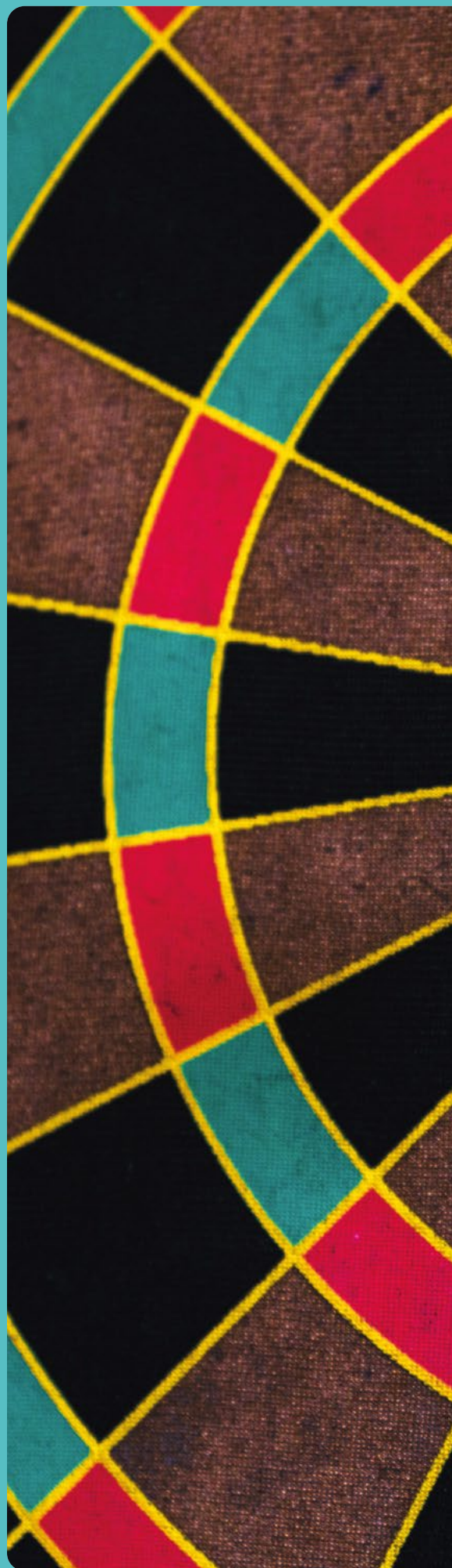
ORGANIZZATORI
DI SPETTACOLI

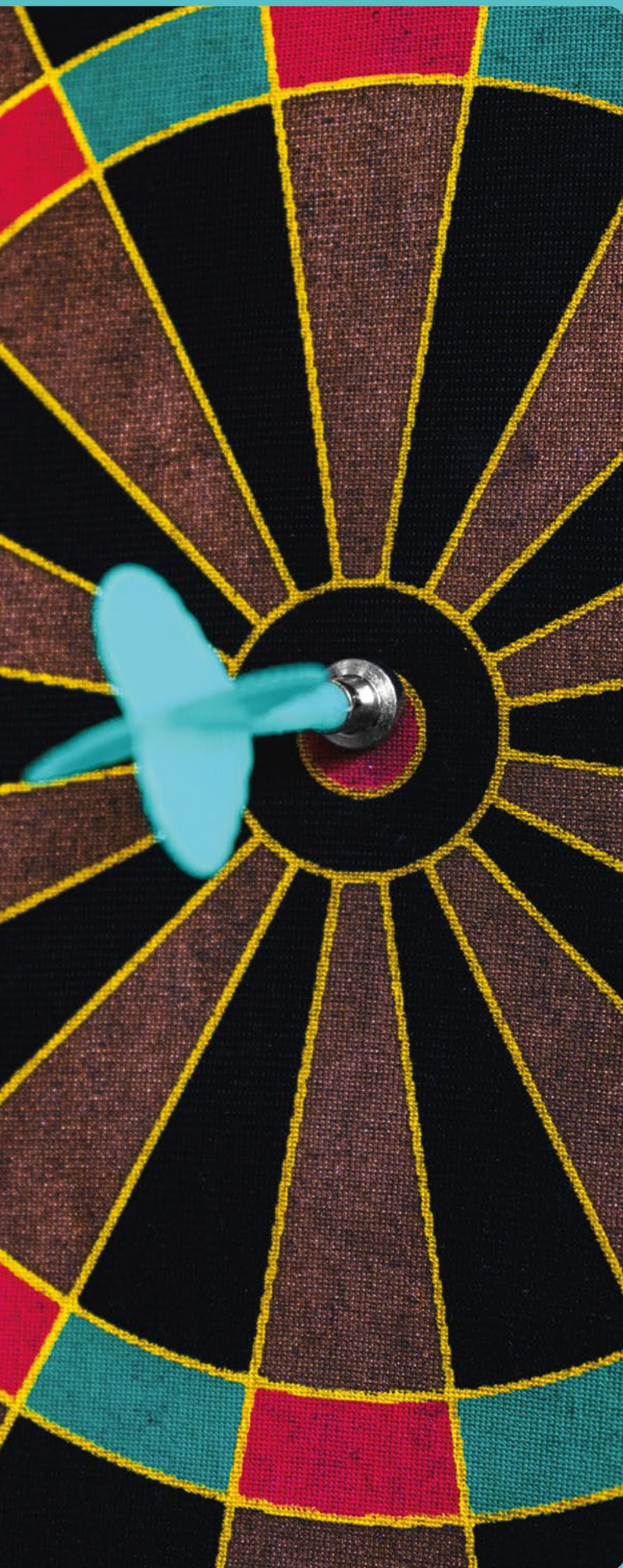
↑ +31% vs 2022

↓ -2% vs 2019



INTRAT TE NI MENTO





Spesa, spettacoli e spettatori continuano il percorso di crescita rispetto al 2022 in un settore altamente variegato, ma il divario con il pre-pandemia è ancora presente, e persiste in particolare nel Sud del Paese

Il segmento dell'Intrattenimento, che include gli aggregati Discoteche e Ballo, Intrattenimenti Musicali, Parchi da Divertimento, Attrazioni Viaggianti e Fiere, è piuttosto variegato in termini di pubblico, dinamiche di mercato e proattività al cambiamento, resa particolarmente necessaria dopo il 2020.

In questa sezione verrà offerta una panoramica generale sull'intero segmento dell'Intrattenimento, volta ad evidenziare le tendenze trasversali ai singoli settori, nonché la sua evoluzione alla luce del forte impulso che la fine della pandemia ha restituito alle diverse attività economiche.

Innanzitutto, l'intrattenimento italiano appare dominato da spettacoli di ballo e intrattenimento musicale: nell'ambito del segmento Intrattenimento, oltre 9 eventi su 10 rientrano in questa categoria. La quota principale è rappresentata dall'intrattenimento musicale; diversamente, il settore delle discoteche, come descritto nel capitolo dedicato, non sembra vivere i suoi anni migliori, con una crisi che perdura dal 2020. Anche in termini di spettatori e spesa l'aggregato "Ballo e Intrattenimenti Musicali" rappresenta quasi due terzi dell'intero segmento.

Il settore delle Fiere conferma una grande capacità attrattiva, legata al ruolo strategico-commerciale che tali eventi rivestono per le imprese italiane – peraltro, sempre crescente nell'ottica di una maggiore internazionalizzazione delle stesse – e all'elevata capacità di accoglienza degli spazi espositivi. Per il ballo e intrattenimento musicale, considerata

l'elevata numerosità degli eventi, il pubblico risulta più distribuito, con una concentrazione minore per singolo evento. Infine, i parchi divertimento e le attrazioni viaggiatori stanno vivendo un periodo di rinascita dopo la crisi del biennio 2020-21, e il mercato appare in grande espansione anche rispetto al periodo precedente la pandemia. Questi aggregati, insieme, rappresentano attualmente il 26% degli spettatori e il 30% della spesa in intrattenimento, riflettendo un rinnovato interesse da parte dei consumatori, nonché un affinamento delle strategie commerciali.

Nonostante una diminuzione dell'offerta dal 2019 al 2023 di circa il -20%, la perdita in termini di volumi di incasso è stata parzialmente compensata (-11%) dalla tenuta della spesa media sostenuta dai partecipanti, in aumento (+7,7%), sostanzialmente correlabile all'impatto dell'inflazione sui costi di organizzazione. In particolare, le crisi geopolitiche nell'ultimo biennio e il conseguente aumento dei prezzi dell'energia hanno fatto aumentare i costi dopo il ribasso del periodo pandemico, anche se in maniera decisamente meno marcata rispetto ad altri settori dello spettacolo. Trattandosi perlopiù di settori che coinvolgono il partecipante in un'esperienza di svago e convivialità, e quindi facilmente sostituibile con alternative più economiche la domanda risulta abbastanza elastica.

La partecipazione, pur non ancora ai livelli del 2019 (-14%) continua a crescere a ritmi sostenuti. Aumenta il rapporto domanda e offerta: a fronte di una contrazione dell'offerta più marcata, gli eventi non hanno subito una perdita di spettatori, come si evince dall'indicatore di affluenza media (+0,8% rispetto alla media del 2019).

Nel 2023 le attività sono cresciute in tutto il Paese rispetto all'anno precedente, in particolar modo al Nord, dove le distanze rispetto ai livelli pre-pandemici appaiono generalmente meno marcate rispetto alle regioni del Centro e, soprattutto, all'area del Mezzogiorno, la cui ripresa (-55% rispetto all'offerta rilevata per il 2019) appare più faticosa.

La Sardegna rappresenta un caso eccezionale nell'offerta di intrattenimento nazionale. Nel 2023, questa ha infatti visto incrementare le attività del 38% rispetto al 2019, laddove neanche le regioni settentrionali hanno pienamente recuperato il volume di offerta pre-pandemico.¹

Anche la partecipazione cresce a doppia cifra in quasi tutte le aree del Paese, fatta eccezione per le regioni nordorientali, che tuttavia hanno raggiunto quasi pienamente i livelli di domanda del 2019. Quella del Nord-Est è anche l'unica area che ha visto i volumi d'affari ristabilirsi quasi completamente dopo la pandemia; in questa parte del paese si nota anche una maggiore efficienza economica: a fronte di un'offerta che è rimasta più contenuta (-12% sul 2019), la spesa complessiva è aumentata del +11%. È il risultato di un sistema capace, nel complesso, di generare valore aggiunto che può tradursi più facilmente in un maggior impegno di spesa dei partecipanti.

Il Nord-Ovest è prossimo a eguagliare i risultati del 2019, grazie a un buon tasso di crescita annuo su tutti gli indicatori. In particolare, l'incremento in Valle d'Aosta è notevole, mentre in Liguria si registra un rallentamento dopo la buona performance del 2022.

⁰¹ Il fiorire dell'intrattenimento sardo è verosimilmente legato al turismo di lusso, come si evince osservando i dati su domanda, spesa totale e spesa individuale. Infatti, al netto di domanda e spesa complessive molto ridotte rispetto al 2019 (-70% e -50%) la spesa sostenuta mediamente da un singolo spettatore è aumentata del 60%, segnando il record nazionale con circa 24 euro.

Lo sviluppo economico nell'ambito dei diversi settori dell'intrattenimento resta fortemente sbilanciato a favore delle regioni del Nord e, in maniera più contenuta, del Centro. Gli indicatori economici mostrano come Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna trainino il settore concentrando la maggior parte delle attività e, soprattutto, del volume di affari.

Tuttavia, alcuni settori dell'intrattenimento, in controtendenza, riscuotono particolare successo in altre regioni: ad esempio, in Campania le attrazioni viaggianti sono così popolari che il loro mercato raggiunge livelli comparabili alle regioni del Nord. In alcuni casi, dunque, gli svantaggi strutturali e infrastrutturali del Mezzogiorno rispetto al resto del Paese non impediscono il fiorire di attività economiche, pur circoscritte, di intrattenimento e svago.

In generale, la distribuzione dell'offerta nelle cinque macro-aree è rimasta sostanzialmente immutata rispetto al 2019, se non ancora più sbilanciata verso le aree settentrionali del Paese. Ciò mostra come il divario territoriale nell'accesso all'intrattenimento sia persistente. Il 60% degli spettacoli si svolge nelle regioni settentrionali, dove risiede meno della metà degli italiani. Comparando i valori estremi, nel Nord-Ovest per ogni mille abitanti vengono realizzati 12 spettacoli o eventi, mentre al Sud meno di 5. Il segmento Intrattenimento al Sud, nonostante una crescita annuale mediamente positiva dell'offerta (+10% vs 2022), rimane in forte contrazione rispetto al 2019. In particolare, in Puglia risulta stagnante, essendo l'unica regione in cui l'offerta non è cresciuta rispetto all'anno precedente.

Laddove gli andamenti macro-economici non bastino a dar conto di risultanze locali controintuitive, può giovare introdurre nel quadro interpretativo anche elementi socio-culturali. Infatti, il nostro Paese è denso di tradizioni locali di intrattenimento popolare (o ad esso correlate), che spesso conservano una grande rilevanza sociale ma anche economica: feste patronali, sagre, palii e moltissime altre manifestazioni. Soprattutto nelle aree interne, tali tradizioni rappresentano ancora un fulcro vitale di attività economica, spesso foraggiata da nuove modalità di valorizzazione che attraggono flussi turistici importanti.

Inoltre, alcuni generi di intrattenimento hanno un forte carattere regionale. Si pensi al caso delle balere in Emilia-Romagna e nella zona dell'Appennino ligure, o alle feste patronali in alcune regioni del Sud Italia. Il contributo economico di tradizioni, folklore e generi "locali" di intrattenimento non è evidente dal dato aggregato, se non quando si riscontrano valori inaspettatamente positivi. Come nel caso delle attrazioni viaggianti in Campania, considerare le specificità della cultura dell'intrattenimento locale può contribuire a leggere più adeguatamente i dati economici.

In altri casi, le attività di intrattenimento appaiono strettamente legate alle caratteristiche del tessuto produttivo regionale e alle interconnessioni con altre attività economiche. È il caso delle fiere, che nell'Italia centrale si concentrano sostanzialmente in Lazio e Toscana per via della capacità attrattiva di centri urbani come Roma e Firenze, poli di attrazione internazionale. Al contrario, gli eventi fieristici sono del tutto assenti in Valle d'Aosta, dove evidentemente non si integra bene con il tessuto economico locale.

BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI



517,3

mila SPETTACOLI DI BALLO E
INTRATTENIMENTI MUSICALI

↑ +17,8% vs 2022

↓ -21,5% vs 2019

50,8

mln DI SPETTATORI

↑ +10,2% vs 2022

↓ -21,9% vs 2019

**780,5 mln
euro**

DI SPESA

↑ +20,0% vs 2022

↓ -25,7% vs 2019

LOCALI ATTIVI

↑ +17% vs 2022

↑ +3% vs 2019

6.437

**COMUNI D'ITALIA
CHE HANNO OSPITATO
UNO SPETTACOLO**

81,5% di comuni con almeno
un evento spettacolistico

56.592

1.509

euro

**INTROITO MEDIO
DI UNO SPETTACOLO**

↑ +2% vs 2022

↓ -5% vs 2019



**BALLO E
INTRAT
TENIMEN
TI MUSI
CALI**





Una crescita lenta ma costante segnala una ripresa del settore, e il pubblico torna a partecipare ma i livelli pre-pandemici, in particolare nel ballo, non sono ancora stati recuperati. Persiste il divario territoriale, con le poche, grandi regioni protagoniste.

Il macro-aggregato "Ballo e intrattenimenti musicali" raggruppa generi di spettacolo caratterizzati dal ruolo preminente della musica, dal vivo o registrata, e dalla partecipazione più attiva del pubblico, includendo attività di ballo e varie altre forme di intrattenimento.

Si tratta di eventi caratterizzati da un'ampia varietà di offerta, ed eterogenei in termini di pubblico. Da discoteche e balere a festival e locali specializzati, l'intrattenimento musicale con o senza ballo riesce a incontrare i gusti di spettatori con caratteristiche socio-anagrafiche molto diverse. La riproduzione meccanica, in particolare, permette una certa versatilità e facilità di accesso, organizzazione e diffusione degli eventi su tutto il territorio nazionale. Il 2023 ha registrato una crescita complessiva del macro-aggregato, sia in termini di offerta che di domanda e spesa. Tuttavia, come si vedrà nel dettaglio dei singoli comparti, importanti discrepanze persistono sul territorio nazionale, con marcate concentrazioni di eventi e attività in poche, grandi regioni d'Italia.

Il numero degli spettatori, in lenta ma costante ripresa, ha raggiunto i quasi 51 milioni annui, pari a 861 ogni mille residenti in Italia. Rispetto all'anno precedente, queste cifre costituiscono un incremento di circa il 10%. Se alcune precauzioni di distanziamento e remore nel partecipare a situazioni di massiccia aggregazione possono sicuramente persistere nel

pubblico, certamente il loro impatto è molto residuale rispetto al 2022, anno in cui per alcuni mesi erano ancora vigenti restrizioni sanitarie.

Tuttavia, il divario da colmare con il periodo pre-pandemia rimane ancora significativo: rispetto al 2019, la partecipazione rimane inferiore del 22%. In particolare, è in calo la partecipazione presso le discoteche e le sale da ballo, che dopo lo scossone della pandemia fanno ancora fatica a recuperare su anni di grosse e rilevanti perdite, ma, soprattutto, stanno scontando gli effetti di una competizione più agguerrita esercitata da altre tipologie di eventi, come feste all'aperto, club associativi, etc.

La crescita modesta della domanda è vincolata anche alle dinamiche di mercato, quali la contrazione dell'offerta, che fatica anch'essa a recuperare livelli normali (-22% rispetto al 2019). Con poco meno di 518 mila spettacoli il 2023 registra un incremento annuo del 18% circa, trainato soprattutto dalle attività portate avanti dalle discoteche e dalle sale da ballo (+20%), che tuttavia rimangono indietro rispetto agli spettacoli di intrattenimento musicale, che hanno quasi recuperato il pieno regime.

Complessivamente, la spesa del macro-aggregato segue le dinamiche della domanda e dell'offerta. Un aumento del 20% rispetto al 2022, per un ammontare di 781 milioni, restituisce un ottimo segnale di resilienza e attrattività del settore. Lo scarto con l'anno precedente la pandemia, nello specifico, è ancora del -26%: anche in termini di spesa, quindi, la ripresa è graduale e necessita ancora di tempo e investimenti per un completo ritorno alla normalità.

Il comparto Ballo rileva una maggiore affluenza di pubblico (due terzi del totale) e incassi più consistenti, pari a circa il 67% dell'intero macro-aggregato. D'altro canto, il numero di spettacoli realizzati mostra una tendenza opposta: le attività di intrattenimento musicale sono di gran lunga più numerose rispetto a quelle delle discoteche e delle sale da ballo. La distribuzione di queste variabili evidenzia come gli spettacoli da ballo siano più capaci di attirare pubblico, nonché di generare incassi maggiori. Al tempo stesso, questo tipo di attività è economicamente più

accessibile, essendo la spesa media individuale per il ballo inferiore (14,43 euro) rispetto agli intrattenimenti musicali (17,25 euro).

Discoteche e Ballo

L'offerta continua a risalire, ma siamo ancora lontani dai livelli pre-pandemici

Il 2023 ha registrato un'offerta di 197 mila spettacoli, con incremento percentuale del 20,4% rispetto all'anno precedente, a fronte di una crescita del numero di soggetti organizzatori ben più consistente (+47%). Il divario con i dati del biennio 2018-2019 rimane però ancora significativo (-34%). L'aumento degli spettacoli è un segnale positivo, ma ipotizzando una crescita annua costante intorno al 20%, il settore dovrebbe impiegare almeno altri due anni per raggiungere i livelli pre-pandemici.

Dal 2019 persi un terzo degli eventi

I dati dell'Osservatorio SIAE evidenziano l'importanza del contesto stagionale e delle vacanze nell'influenzare le abitudini di intrattenimento della popolazione, con una concentrazione maggiore di eventi e partecipazione nei periodi di vacanza e un interesse moderato durante il resto dell'anno. Riguardo l'andamento mensile degli spettacoli, si rileva una particolare concentrazione nei mesi estivi (30%) e in dicembre (10%). L'impatto positivo della stagione estiva è naturalmente legato alle ferie, nonché all'apertura di spazi di intrattenimento all'aperto. Allo stesso modo, il mese di dicembre risente positivamente delle vacanze natalizie e del Capodanno.

Allo stesso modo, l'offerta di eventi legati alle discoteche e al ballo varia notevolmente in base alla località geografica. La distribuzione territoriale degli spettacoli è decisamente in linea con il trend dell'anno precedente, confermando il divario territoriale tra Nord e Sud del Paese. Al Nord-Ovest si concentra circa il 40% degli eventi, Nord-Est e Centro rappresentano entrambi il 23%, mentre Sud e Isole rispettivamente il 9% e 6%. Quattro regioni contribuiscono a più della metà dell'offerta nazionale: Lombardia leader assoluta, con il 21,6% degli eventi totali; seguono Piemonte (12,7%), Emilia-Romagna (10,6%) e Toscana (10,5%).

Al contrario, il Sud e le Isole presentano un quantitativo complessivamente inferiore di spettacoli. Anche le regioni con una programmazione più consistente come Campania e Sicilia, entrambe con il 3,7%, presentano valori di offerta ben al di sotto della media nazionale.

Le discoteche non sono più attrattive come una volta, ma la colpa non è solo della pandemia

Con quasi 34 milioni, il numero degli spettatori è in moderata crescita (+15%) rispetto al 2022 ma, come per gli spettacoli, il livello raggiunto è ancora inferiore di circa il 20% rispetto al biennio 2018-19. Questo indica che, sebbene ci sia stata una ripresa, il settore non è completamente ritornato alla normalità e potrebbe ancora dover navigare tra le sfide per recuperare completamente il suo pubblico e adattarsi alle nuove preferenze e aspettative del pubblico.

Le ragioni dietro la difficoltà del settore nel tornare ai livelli registrati non solo appena prima della pandemia, ma anche nei primi anni Duemila, in cui il successo delle discoteche sembrava inarrestabile, sono molteplici. C'entra in primo luogo il calo demografico: il rapporto Istat 2023 evidenzia che il Paese ha perso 3 milioni di giovani in meno di vent'anni.¹ Occorre inoltre riflettere sugli effetti del Covid e del lockdown sui giovanissimi, che hanno completamente cambiato le loro abitudini di fruizione e consumo della musica (complice anche il digitale) e più in generale, di socializzazione. Il post-pandemia ha visto, inoltre, il crescere di feste all'aperto, club e dj set realizzati ormai ovunque, anche nei bar più piccoli, che hanno catalizzato un pubblico che vuole ancora ballare, ma che agli ambienti indoor delle discoteche preferisce altri posti e situazioni.

La domanda nazionale passa da 499 a 574 spettatori ogni mille abitanti. In alcune regioni con popolazione più contenuta, ma anche flussi turistici importanti, come ad esempio Valle d'Aosta e Marche, la domanda ha superato il rapporto 1:1, ovvero più di mille spettatori ogni mille abitanti. In forte contrazione invece la domanda al Sud, dove, ad eccezione dell'Abruzzo che sfiora i 400 spettatori ogni mille abitanti, ci sono regioni come Basilicata, Calabria e Molise, che non vanno oltre i cento partecipanti.

In termini di affluenza media agli eventi di ballo, si nota una leggera flessione (-5%) rispetto al 2022, rimanendo tuttavia solidamente superiore ai livelli pre-pandemia (+22% rispetto al 2018-19). Specialmente nel Nord-Est, gli eventi sono tornati ad essere più affollati. Friuli-Venezia Giulia e Veneto spiccano per un risultato del 30-40% superiore rispetto alla media nazionale, che si traduce anche in incassi maggiori. Il Sud invece registra invece una flessione (-15% sotto la media), con risultati particolarmente negativi in Basilicata (-60%) e Molise (-74%), mentre è in controtendenza la Puglia (+14% rispetto all'affluenza media nazionale).

Così come per l'offerta, anche la distribuzione della domanda è sbilanciata a favore del Centro-Nord. Infatti, quasi due terzi degli spettatori si sono concentrati nelle regioni del Nord-Ovest (36,5%) e del Nord-Est (27,5%). Anche in termini di pubblico, la Lombardia è in testa al settore con quasi 7,5 milioni di spettatori, pari al 22% del totale nazionale, grazie alla sua densa popolazione e alla vitalità economica di centri urbani come Milano. Per motivi analoghi, il Piemonte mantiene poco meno di 3,7 milioni di spettatori (circa l'11%). Il Nord-Est vanta una vitalità significativa, in particolare il Veneto (10%) e l'Emilia-Romagna (11,6%), dove città come Rimini e Riccione trainano il settore grazie alle loro attrattive turistiche e ad alcune delle più grandi e famose discoteche d'Italia e d'Europa, attraendo un pubblico non solo regionale ma anche nazionale e internazionale, specialmente durante la stagione estiva.

Al Centro, la Toscana si distingue con più di 3 milioni di spettatori (9%), seguita dal Lazio, che ne attira 2,2 milioni.

Al contrario, il Sud e le Isole mostrano percentuali più modeste, raggiungendo il picco in Sicilia con quasi 1,4 milioni di partecipanti (pari a circa il 4% del pubblico nazionale) e in Campania, che ne realizza circa 920 mila (2,7%).

Dai dati sull'affluenza mensile degli spettatori si riscontra un andamento stagionale correlato a quello dell'offerta. I mesi estivi segnano il picco di pubblico e affluenza, raccogliendo tra giugno e agosto quasi il 40% degli spettatori annuali. In questo periodo, l'affluenza raggiunge livelli superiori anche del 36% alla media annuale. Luglio e agosto, in particolare, si distinguono con il 13% e 14%

⁰¹ Istat, Rapporto annuale 2023, La situazione del Paese. Edizione 2023. Link: <https://www.istat.it/storage/rapporto-annuale/2023/Rapporto-Annuale-2023.pdf>

del totale annuale di spettatori, confermandosi come i mesi più popolari per gli eventi di intrattenimento. Naturalmente, è durante le vacanze estive che il pubblico, libero dagli impegni lavorativi e scolastici, è più incline a partecipare a eventi sociali e di divertimento.² Giugno e dicembre emergono anche come mesi significativi, rappresentando rispettivamente il 10% e l'8% del totale. Giugno segna l'inizio dell'estate e spesso coincide con l'avvio della stagione dei festival e degli eventi all'aperto, mentre dicembre è tipicamente un periodo di festività, durante il quale le celebrazioni natalizie e di fine anno attirano un numero elevato di partecipanti. Al contrario, i mesi autunnali e invernali, come novembre (5%) e gennaio (6%), mostrano i livelli più bassi. Questo calo può essere attribuito alle condizioni meteorologiche meno favorevoli e alla ripresa dei ritmi lavorativi e scolastici, che tendono a ridurre la disponibilità e l'interesse per questo tipo di intrattenimento.

Aumenta la spesa sul 2022, trainata dalle regioni del Nord

Nel 2023, il settore degli spettacoli di intrattenimento legati a discoteche e ballo ha registrato una spesa totale di quasi 490 milioni di euro. Pur rappresentando un aumento significativo (+19%) rispetto al 2022, la spesa totale del 2023 rimane notevolmente inferiore (-32%) rispetto ai livelli pre-pandemici.

L'incasso medio per evento si è assestato a poco meno di 2,5 mila euro, in linea con i risultati del 2022. La spesa media per spettatore è stata di 14,43 euro, in leggero aumento sull'anno precedente (+3,7%) ma comunque più bassa rispetto agli oltre 17 euro che si realizzavano per ogni spettatore appena prima della pandemia.

La distribuzione della spesa mensile rivela notevoli variazioni stagionali, e momenti di alta e bassa spesa, con i periodi di vacanza e festività a influenzare significativamente i pattern di consumo. Come visto per l'offerta e la domanda, durante i mesi più freddi, come gennaio (5,7%), novembre (4,7%) e febbraio (6,6%), si registra una spesa relativamente bassa per gli eventi di intrattenimento notturno. Dicembre conferma la spesa media pro capite più elevata, ben 40% superiore alla media, ed è il

mezzo con volume di spesa maggiore (11,4%) dopo luglio (13%) e agosto (14,6%).

La spesa regionale per eventi di discoteche e ballo nel 2023 riflette significative differenze geografiche in Italia, mostrando come al Nord-Ovest e al Nord-Est si concentrano la maggior parte della spesa complessiva. La spesa in Lombardia rappresenta il 22,5% del totale nazionale. Seguono l'Emilia Romagna (11,4%), il Veneto (9,7%) e il Piemonte (9,5%). Il Centro è contraddistinto da valori di incasso e spesa piuttosto vicini alla media, con la Toscana in testa per volume di affari (8,7%), seguita dal Lazio con il 6,4%.

Il Sud e le Isole sono caratterizzati da alcune dinamiche particolari. In Sardegna, la spesa media ammonta a più del doppio della media nazionale, circa 31 euro per spettatore. Ciò si riflette anche negli incassi dei singoli eventi, superiori del 21% alla media. Considerata la scarsa domanda e affluenza, questo dato è verosimilmente legato al turismo di lusso che caratterizza la regione. Basilicata e Campania mostrano invece incassi modesti, ma con la spesa per spettatore più elevata del paese (+33% e +41% sulla media) dopo la Sardegna. In altri termini, gli eventi in queste regioni producono meno incassi per gli organizzatori e sono più onerosi per lo spettatore. Il Molise si distingue in negativo: nella regione, un evento di ballo rende mediamente il 77% in meno rispetto alla media nazionale, appena 564 euro.

Intrattenimenti Musicali

Buona crescita dell'offerta soprattutto nell'area settentrionale del Paese

Nel 2023, il settore dell'intrattenimento musicale in Italia ha evidenziato una buona crescita, con un incremento del 16% rispetto al 2022 e un totale di appena più di 320 mila eventi. Questo dato conferma una tendenza di recupero che si protrae da due anni e che si approssima a raggiungere i livelli del 2019, anno pre-pandemia, quando si contavano circa 367 mila eventi (-13%).

La stagionalità gioca un ruolo cruciale nella programmazione degli spettacoli musicali, con una chiara preferen-

320
mila eventi
+16% vs 2022

⁰² Nell'estate del 2023, 18,4 mln di italiani hanno viaggiato, di cui circa il 70% per motivi di svago. Inoltre, circa uno su quattro ha partecipato a spettacoli e manifestazioni durante le vacanze estive. ISTAT, *Viaggi e vacanze in Italia e all'estero - Anno 2023*, 9 aprile 2024. <https://www.istat.it/it/archivio/295812>.

za per i mesi più caldi, che offrono condizioni più favorevoli sia per gli organizzatori che per i partecipanti. La distribuzione annuale degli spettacoli d'intrattenimento musicale, come la frequenza degli eventi, aumenta significativamente durante i mesi estivi, con picchi in luglio (14% dell'offerta nazionale) e agosto (11%). Nel corso dell'anno si osserva una crescita graduale a partire da gennaio (6%) fino a raggiungere il culmine in luglio, seguita da una diminuzione progressiva verso la fine dell'anno, con una leggera ripresa in dicembre (8%).

La distribuzione degli spettacoli di intrattenimento musicale nelle diverse regioni riflette le dinamiche strutturali osservate anche negli altri settori dell'intrattenimento e dello spettacolo. Le regioni del Nord accentrano buona parte dell'offerta (circa sei ogni dieci spettacoli realizzati) con una crescita annua leggermente maggiore (+19%) rispetto alle altre aree del paese.

La macro-area Nord-Ovest, che comprende Liguria, Lombardia, Piemonte e Valle d'Aosta, detiene la quota maggiore degli eventi musicali (30% del totale nazionale). La Lombardia, in particolare, vanta il 19,4% degli spettacoli di intrattenimento musicale in Italia. Anche il Nord-Est mostra una solida offerta culturale con il 28% degli spettacoli totali. Emilia-Romagna e Veneto trainano la macro-area, totalizzando otto spettacoli su dieci realizzati nel Nord-Est. La loro forte vocazione per gli eventi musicali è chiaramente favorita da una infrastruttura turistica molto sviluppata.

Il Centro Italia, comprendente Lazio, Marche, Toscana e Umbria, ospita il 21,3% degli eventi. La Toscana si distingue particolarmente con il 10% dell'offerta nazionale. Le Marche spiccano per densità dell'offerta (10 spettacoli ogni mille abitanti), il valore più alto a livello nazionale.

Le regioni del Sud e le Isole mostrano percentuali minori rispetto al resto del Paese, rappresentando rispettivamente il 12% e il 9% dell'intrattenimento musicale. Campania e Sicilia, regioni molto popolate e dai flussi turistici straordinari, rappresentano rispettivamente il 5,5% e il 4,6% degli spettacoli.

Sopito l'interesse del pubblico dopo la pandemia. Affluenze in calo

In termini di spettatori, con appena meno di 17 milioni di partecipanti nel 2023 il settore

dell'intrattenimento musicale in Italia ha visto un miglioramento piuttosto modesto rispetto all'anno precedente (+1,7%) e ancora lontano dai numeri del 2019, in cui si è sfiorato un numero di spettatori poco inferiore ai 24 milioni. L'interesse per l'intrattenimento musicale non è ancora tornato ai livelli pre-pandemia. Ciò è evidente anche dalla densità della domanda: ogni mille abitanti, appena 287 hanno fruito di intrattenimento musicale, dato notevolmente inferiore rispetto ai 400 del 2019. Inoltre, gli eventi attraggono, in media, meno persone, sia rispetto al 2022 sia al 2019, con un'affluenza che si attesta a 53 spettatori per evento.

Questa riduzione nell'affluenza e nella domanda può essere attribuita a diversi fattori. I cambiamenti nelle abitudini di consumo potrebbero aver spostato le preferenze verso forme di intrattenimento alternative. Considerando le evidenze presentate nelle sezioni precedenti del Report, appare chiaro come il pubblico ricerchi modalità di fruizione più coinvolgenti di spettacolo e intrattenimento. Anche le incertezze economiche post-pandemiche potrebbero aver compresso i budget disponibili per l'intrattenimento, riducendo la capacità o la volontà di partecipare a questo tipo di spettacoli.

Come per altri settori, l'intrattenimento musicale segue un andamento stagionale ben definito, con un picco significativo nei mesi estivi e una presenza più moderata nei mesi invernali. In questo caso, la distribuzione mensile degli spettatori è ancora più sbilanciata in favore della bella stagione. Evidentemente, l'intrattenimento musicale si associa bene alle varie attività del settore turistico, anch'esso caratterizzato da forte stagionalità.

I mesi di luglio e agosto mostrano la più alta affluenza di spettatori, rispettivamente con il 16% e il 15% del totale annuo. Anche giugno e settembre beneficiano, seppur in maniera più contenuta, di condizioni meteorologiche favorevoli e periodi vacanzieri, registrando un'affluenza relativamente elevata (13% e 10% dei visitatori annuali). Diversamente, i mesi invernali come gennaio e novembre mostrano una forte riduzione dell'affluenza (entrambi 4%), mentre dicembre (6%) non sembra beneficiare delle festività natalizie. Il periodo primaverile, rappresentato da marzo, aprile e maggio, mostra un aumento graduale dell'affluenza.

-19%
affluenza media
vs 2019

L'ampia forbice tra mesi estivi e non segnala una stagionalità ancora più marcata rispetto ad altri generi di intrattenimento e spettacolo, in cui l'afflusso di pubblico è più equilibrato nel corso dell'anno.

La popolarità dell'intrattenimento musicale mostra una distribuzione della domanda geograficamente molto sbilanciata, in linea con i dati dell'offerta. Ben due terzi degli spettatori sono concentrati nelle regioni del Nord, dove gli eventi risultano anche generalmente più affollati. Le variazioni significative tra le diverse regioni riflettono non solo la quantità di eventi ospitati ma anche l'attrattiva culturale e l'accessibilità delle diverse aree.

Gli eventi nel Nord-Ovest manifestano una spiccata capacità attrattiva, con il 32% di spettatori sul totale, e una domanda media superiore del 19% a quella nazionale. La Lombardia dimostra una capacità di attrarre un vasto pubblico, anche grazie alla consistente offerta, generando oltre 3,8 milioni di partecipanti. Caso interessante la Liguria, che a fronte di un'offerta tra le più alte (10 spettacoli ogni mille abitanti) registra un'affluenza piuttosto bassa di 32 spettatori in media. L'eccesso di offerta si ripercuote anche sugli incassi medi, tra i più bassi del Paese.

L'intrattenimento musicale è ancora più popolare nel Nord-Est, con una porzione di spettatori pari al 34% della quota nazionale. In questa macro-area la domanda è ben superiore alla media, con valori regionali che oscillano tra il +50% e il +161%. In Veneto, in particolare, si sono intrattenuti poco meno di 2,4 milioni di spettatori. In Trentino-Alto Adige si registra il record assoluto di domanda, con 747 spettatori ogni mille abitanti. Le altre regioni hanno ottimi risultati in termini di affluenza e di domanda, ad eccezione dell'Emilia-Romagna, in cui l'offerta molto elevata ha da contraltare un'affluenza leggermente inferiore alla media nazionale (-11%).

Tra le regioni del Centro, la Toscana si distingue con un buon numero di spettatori (7%), mentre nel Lazio si osserva una scarsa attrattiva dell'intrattenimento musicale, con una media di soli 150 spettatori ogni mille abitanti. In generale, in questa macro-area si osserva una partecipazione del pubblico agli eventi leggermente inferiore alla media. Laddove

l'offerta è più nutrita – Toscana e Marche – anche la domanda è più consistente, ma gli eventi sono meno affollati di conseguenza.

Al Sud la risposta del pubblico è piuttosto moderata. La seconda macro-area più popolosa d'Italia attira solo il 12,6% degli spettatori nazionali. La Campania manifesta la maggiore capacità di attrazione di pubblico (6%) e una buona affluenza media. Un andamento in controtendenza tra domanda e offerta rende l'Abruzzo un caso interessante. Solitamente, infatti, si osserva una correlazione più o meno forte tra le due. Qui invece l'intrattenimento musicale sembra essere piuttosto ricercato, poiché ad un'offerta ridotta (-30%) corrisponde una buona domanda (+13%). Ciò si riflette anche in un'affluenza significativamente superiore alla media, con 85 spettatori per evento, rispetto ai 53 nazionali.

Nelle Isole l'intrattenimento musicale risulta poco popolare, in particolare in Sardegna, dove un'ampia offerta di spettacoli pro-capite (9 ogni mille abitanti) incontra una scarsa domanda: soltanto 105 spettatori ogni mille abitanti.

Con una domanda che stenta a decollare, i rincari trainano il recupero dei volumi d'affari del settore

Nel 2023, il settore dell'intrattenimento musicale in Italia ha registrato una spesa complessiva di poco meno di 292 milioni di euro, mostrando un significativo incremento del 21,5% rispetto al 2022. Nonostante questo aumento, trainato soprattutto dalle regioni del Nord, non si è ancora raggiunto il livello del 2019. Questo dato riflette una ripresa in atto, ma evidenzia anche che il settore non è completamente tornato alla sua piena capacità economica.

17

euro spesa
media individuale
+23% vs 2019

Un altro indicatore rilevante è la spesa media unitaria per spettatore, che nel 2023 è stata di 17,25 euro, in netto aumento rispetto ai 14 euro del 2019. Questo aumento può essere interpretato in vari modi: da un lato, potrebbe riflettere un incremento nei prezzi dei biglietti, dovuto a un aumento dei costi o alla necessità di compensare le perdite subite durante la pandemia. Dall'altro, potrebbe indicare che il pubblico è disposto a spendere di più per esperienze di qualità superiore o per eventi che percepiscono come più preziosi o esclusivi.

Un aspetto interessante è l'incasso medio per evento, che nel 2023 è stato di 912 euro. Questo valore è quasi ritornato ai livelli pre-pandemia, suggerendo che, sebbene il numero totale degli spettatori e la spesa complessiva siano ancora sotto i livelli del 2019, la capacità di generare ricavi per evento si è quasi completamente recuperata. Oltre all'aspetto dei rincari generalizzati nei prezzi, i dati potrebbero indicare che gli eventi organizzati siano stati di più alto profilo o meglio monetizzati rispetto agli anni precedenti, o che vi sia stata una maggiore efficienza nell'organizzazione e nella gestione degli eventi stessi.

L'analisi delle dinamiche di spesa mensili nel settore dell'intrattenimento musicale mostra una correlazione diretta tra il numero di spettacoli, gli spettatori e la spesa. Durante i mesi estivi, in particolare luglio e agosto, si registra un picco sia nel numero di spettacoli sia di spettatori, che si traduce in una maggiore spesa. D'altra parte, i mesi invernali, come gennaio e novembre, mostrano una riduzione in tutte e tre le categorie, riflettendo una minore propensione al consumo di eventi musicali. È interessante notare come dicembre, nonostante una percentuale inferiore di spettatori rispetto ad altri mesi, veda un incremento nella spesa, dovuto probabilmente ai costi maggiorati degli spettacoli di fine anno.

Sul territorio nazionale, varie dinamiche regionali influenzano la distribuzione degli incassi per il segmento degli intrattenimenti musicali.

Nel Nord-Ovest la spesa corrisponde al 33% del totale nazionale, per gran parte concentrata in Lombardia (24% del totale). In Valle d'Aosta, nonostante il modesto volume d'affari rispetto al resto del paese, gli spettatori spendono in media molto di più in intrattenimento musicale, circa 27 euro (+57% sulla media nazionale). Ciò segnala probabilmente una differenza qualitativa nel tipo di eventi, più ricercati, e di pubblico, più disposto a spendere. Ottimi anche gli incassi medi, superiori ai mille euro per evento.

Il Nord-Est dimostra un forte interesse per gli spettacoli musicali (33% della spesa). In particolare, Veneto ed Emilia-Romagna contribuiscono a tre quarti della spesa nella macro-area. Gli eventi sono particolarmente profittevoli in Trentino-Alto Adige, dove l'incasso medio di un evento è superiore al doppio del valore medio nazionale (circa 2 mila euro ad evento).

Al Centro la spesa ammonta al 18,5% del totale, con la Toscana e il Lazio che contribuiscono insieme ai tre quarti del business nella macro-area. Nel Lazio, gli incassi medi per evento superano i mille euro e la spesa sostenuta dal singolo spettatore è superiore del 29% rispetto alla media nazionale. Al contrario, nelle Marche, Umbria e Toscana, gli incassi sono mediamente inferiori del 20%, riflettendo la più scarsa affluenza di pubblico.

Il Sud mostra una spesa nettamente inferiore rispetto alle altre zone: l'intera macro-area produce l'equivalente della sola Emilia-Romagna (10,6%). La Campania è la regione leader, nonché l'unica in cui gli eventi si rivelano generalmente abbastanza redditizi nell'area, con incassi medi di circa mille euro (+10% rispetto al valor medio nazionale). Tuttavia, è interessante notare che, ad eccezione della Basilicata, i prezzi dei biglietti nel Sud sono generalmente inferiori alla media nazionale, il che potrebbe essere indice di una strategia per rendere gli eventi più accessibili in una regione con minore disponibilità economica.

Nelle Isole il settore è particolarmente sofferente (4,7% della spesa totale). La maggior parte della spesa è concentrata in Sicilia, con circa 10 milioni su 14 nella macro-area. In Sardegna, nonostante un minor numero di spettatori, i prezzi dei biglietti risultano molto superiori alla media nazionale (+35%) e gli incassi particolarmente bassi – soli 270 euro ad evento. Ciò mostra al contempo la scarsa accessibilità e attrattività dell'intrattenimento musicale nella regione, nonché la sua limitata profitabilità.

PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI



32,5 mila

SPETTACOLI

↑ +14,4% vs 2022
↑ +35,9% vs 2019

21,8 mln

DI SPETTATORI

↑ +6,1% vs 2022
↑ +6,6% vs 2019

376,2

mln euro **DI SPESA**

↑ +10,2% vs 2022

↑ +35,9% vs 2019

348

mln euro

**SPESA DEI
PARCHI DA
DIVERTIMENTO**

↑ +11,4% vs 2022

↑ +30,9% vs 2019

17,28 €

**SPESA MEDIA
DA OGNI
PARTECIPANTE**

1,99

mln

**SPETTATORI NEI PARCHI
DA DIVERTIMENTO
NELLA SETTIMANA DI
FERRAGOSTO**

10,12% dell'affluenza annuale



PARCHI E ATTRA ZIONI VIAG GIANTI





I parchi divertimento e le attrazioni viaggianti rappresentano una componente vitale dell'industria dell'intrattenimento e del tempo libero, offrendo una vasta gamma di esperienze che spaziano dalle classiche giostre e montagne russe a eventi tematici e spettacoli itineranti.

Si tratta di luoghi che non solo fungono da catalizzatori per il divertimento e l'evasione dalla quotidianità, ma che sono anche motori economici che stimolano il turismo e creano opportunità di lavoro in molte destinazioni nazionali, dalle città alle località balneari.

La loro capacità di adattarsi e rispondere alle mutevoli preferenze del pubblico conferma nel tempo la loro rilevanza nel panorama del divertimento. Adatti a tutte le età, ma esercitando un particolare appeal nei confronti delle fasce più giovani della popolazione, i parchi divertimento e le attrazioni viaggianti diventano punti di ritrovo per famiglie, amici e gruppi in cerca di esperienze condivise e ricordi piacevoli.

La popolazione nazionale sempre più in cerca di esperienze di svago ed evasione

Nel 2023, analogamente ad altre attività per il tempo libero, l'intero comparto dei parchi e delle attrazioni viaggianti ha dimostrato un successo notevole, intraprendendo un percorso di crescita che riflette un rinnovato impulso verso il divertimento e lo svago, elementi essenziali per il benessere della società. Esaurita l'onda dell'emergenza pandemica, che ha costretto a serrate prolungate, cancellazioni di eventi e una drastica riduzione dei flussi turistici, il 2023 si è rivelato un anno di svolta. Nell'anno, infatti, il comparto ha raggiunto cifre record, con oltre 32 mila spettacoli e un'affluenza di quasi 22 milioni di spettatori, generando un incasso di circa 376 milioni di euro. Questi risultati sono il culmine di un trend positivo di ripartenza iniziato in realtà già nel 2021, quando, dopo le prime restrizioni imposte dalla pandemia, il settore mostrava segni di rinverimento, con una crescita che è andata maturando nel 2022.

Il 2023 rappresenta, dunque, un anno di consolidamento e rafforzamento per il comparto degli spettacoli viaggianti e delle attrazioni. La straordinaria risposta del pubblico evidenzia un bisogno diffuso di evasione e leggerezza, e sottolinea quanto il divertimento e le esperienze condivise siano essenziali per il benessere culturale e sociale. Questa continua ricerca di momenti di svago, manifestatasi negli anni successivi alla pandemia in risposta a momenti più cupi e scarni di relazioni e di attività sociali, conferma l'importanza vitale del settore nel panorama dell'intrattenimento.

Investimenti per parchi più innovativi e attrattivi trainano la spesa del pubblico, ancora in crescita

Con una domanda che si attesta sui 370 spettatori ogni mille abitanti e un'affluenza media di 672 visitatori per evento, è evidente che tali attività riescano a suscitare un vivo interesse da parte del pubblico.

La spesa media unitaria di 17,25 euro è in rialzo sull'anno precedente di circa il 4%. Rispetto al 2019, si tratta di un incremento di circa il 27%, in parte certamente dovuto ai rincari dei prezzi dell'energia elettrica, necessari per il funzionamento delle strutture. In particolare, sono i parchi divertimento a registrare un incremento della spesa (+11%), mentre le attrazioni viaggianti hanno general-

mente cercato di contenere i prezzi (-6,7%) dopo i forti rialzi degli anni precedenti.

Quando si tratta di attività per il tempo libero e per lo svago, i consumatori possono essere molto sensibili ai cambiamenti di prezzo: soprattutto in periodi di incertezza economica, rialzi significativi nei costi all'accesso possono agire da deterrente alla partecipazione del pubblico. Potrebbero costituire un'eccezione i grandi parchi divertimento, la cui l'esperienza per il fruitore può essere assimilata a quella di una breve vacanza, da concedersi una tantum: in questi casi, i visitatori sono generalmente meno sensibili ai costi del biglietto d'ingresso. Se si tratta di raggiungere località distanti da casa, tali costi sono poi calcolati come parte di un budget più ampio che include viaggi, alloggi e altre spese vacanzieri.

In aggiunta, negli ultimi anni sono stati effettuati diversi investimenti per ammodernare gli impianti e incrementare l'attrattività dei parchi divertimento, che hanno portato installazioni più moderne, attrazioni innovative, e servizi aggiuntivi a miglioramento dell'esperienza complessiva dei visitatori.¹ Ciò ha permesso ai grandi parchi di mantenere e persino aumentare il flusso di visitatori nonostante i costi in aumento, evidenziando la propensione da parte del pubblico a una spesa più alta in cambio di esperienze coinvolgenti e di qualità.

Veneto ed Emilia-Romagna regine incontrastate del comparto

Il panorama dei parchi divertimento e delle attrazioni in Italia mostra una distribuzione geografica e un impatto economico marcatamente diversificati, con un'enfasi particolare sulle aree settentrionali del paese, dove la concentrazione di eventi e la spesa generata è significativamente più alta rispetto al resto d'Italia.

Dai dati dell'Osservatorio SIAE, si osserva che nelle aree settentrionali del Paese si concentra oltre il 60% degli spettacoli realizzati in tutta Italia, capaci di generare un volume d'affari di quasi 270 milioni di euro, pari al 71,7% del totale nazionale. In particolare, il Veneto si distingue con performance record in termini di partecipazione e spesa, raccogliendo quasi un quarto del pubblico e oltre 143 milioni di spesa (38% della quota nazionale). Il Veneto, come l'Emilia-Romagna,

⁰¹ Fonte: IlSole24Ore, Ripartono gli investimenti dei parchi a tema, 450 milioni di euro nel triennio, 31 marzo 2023. Link: https://www.ilsole24ore.com/art/ripartono-investimenti-parchi-tema-450-milioni-euro-triennio-AEo1c8BD?refresh_ce=1

beneficia della presenza di grandi strutture, attrattori sia di pubblico locale sia di turisti internazionali, capaci di generare un significativo impatto economico e occupazionale.

La Lombardia, pur con una crescita meno eclatante rispetto a Veneto ed Emilia-Romagna, continua a svolgere un ruolo centrale nel panorama di questo settore, grazie alla sua capacità di attrarre un grande numero di spettatori (oltre 3,5 milioni) e generare un flusso di spesa considerevole (quasi 44 milioni di euro).

Al contrario, nel Centro, nel Sud e nelle Isole, il settore mostra una presenza meno incisiva e una minore capacità attrattiva. In particolare, al Sud e nelle regioni insulari, nonostante una buona distribuzione di spettacoli, la spesa rimane contenuta, rivelando una realtà fatta di strutture di medie dimensioni e un ruolo più rilevante delle attrazioni itineranti. Questi dati evidenziano, plausibilmente, non solo preferenze culturali e di svago diverse tra le varie regioni italiane, ma anche una diversa capacità di attrarre investimenti e sviluppare infrastrutture turistiche che possano trasformare l'intrattenimento in un vero e proprio motore economico. La sfida per il futuro sarà quella di bilanciare questa disparità, valorizzando le potenzialità di tutte le regioni italiane nel settore dei parchi divertimento e delle attrazioni viaggianti, assicurando che ogni area possa contribuire significativamente all'economia e al tessuto culturale del paese.

Spettacolo viaggiante

Un nuovo record di spettacoli per un settore millenario e resiliente

Le origini dell'intrattenimento viaggiante, forma di spettacolo comunemente conosciuta con il nome di "giostre",² risalgono alle fiere e feste popolari di oltre un millennio fa, ma il settore continua a mantenere il suo

54%

della spesa nazionale
in Veneto
ed Emilia-Romagna

fascino in modo pressoché inalterato. Nonostante la sua lunga storia, lo spettacolo viaggiante non ha infatti perso la capacità di attrarre pubblico, portando allegria e divertimento anche in località altrimenti prive di luoghi di svago³ e dimostrando di essere capace di rispondere ai momenti di crisi, come quello pandemico.

Questa capacità di adattamento e resilienza è particolarmente evidente guardando ai recenti risultati del settore messi a sistema dall'Osservatorio SIAE. Il 2023 si è rivelato un anno di grande successo, segnato dal raggiungimento di un valore record di spettacoli negli ultimi anni: oltre 11 mila eventi, apice di un percorso di ripresa e slancio già avviato da tempo. Dopo un forte calo degli spettacoli nel 2020 (solo 4 mila eventi a fronte degli oltre 6,5 mila registrati nel 2019), il panorama degli spettacoli viaggianti ha rapidamente iniziato a mostrare segni di ripresa già dal 2021, con un salto significativo fino a oltre 6 mila spettacoli. Il trend di recupero ha proseguito con slancio nel 2022 con 9,6 mila eventi, stabilendo un nuovo standard di vitalità per il settore che il 2023 ha confermato e rinforzato (+15,6% sull'anno precedente, +69% sul 2019).

69%

della spesa nazionale
in Veneto ed Emilia-Romagna

+51%

soggetti organizzatori
sul 2022

L'impatto della pandemia sul settore sembra, dunque, essere stato alquanto circoscritto: ciò può essere spiegato considerando che la maggior parte dell'attività si svolge in spazi aperti ed è dedicata prevalentemente ai più piccoli, oltre al supporto di contributi straordinari da parte delle amministrazioni pubbliche. Per queste ragioni, già nel 2021 il settore non ha avuto troppa difficoltà nel riprendersi. L'estate è, prevedibilmente, il periodo più intenso dell'anno per i gestori delle attrazioni viaggianti: nel 2023 il 44% dell'offerta, infatti, si concentra nel periodo tra giugno e settembre, mesi in cui, tra turismo e vacanze scolastiche, la domanda è più alta e ci sono più occasioni di svago.

Il 2023 ha evidenziato una geografia degli eventi concentrata in poche regioni, a fronte di altre in cui, al contrario, le manifestazioni sono pressoché assenti o total-

⁰² Tuttavia, come rileva l'ANESV – Associazione Nazionale Esercenti Spettacoli Viaggianti, parte degli esercenti spettacoli viaggianti non ama essere definita "giostre", a causa del fatto che con tale termine la stampa qualifica in genere tutte le forme di vita itinerante, anche quelle che vengono svolte non a causa del tipo di attività esercitata. Il termine è invece assai più comprensibile di "spettacolo viaggiante", ma usato purtroppo impropriamente, con accezione negativa.

⁰³ Stando alla definizione dell'ANESV, una delle caratteristiche premianti dello spettacolo viaggiante è proprio quella di raggiungere località prive di altri luoghi di spettacolo e divertimento, svolgendo il ruolo sociale di una sana e popolare fonte di aggregazione e svago per famiglie e generazioni più giovani.

mente assenti: Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige, Marche, Basilicata e Molise.

Il Nord-Ovest si è affermato come il cuore pulsante dell'industria delle attrazioni viaggianti, con la Lombardia che da sola ha ospitato il 27% del totale degli eventi, confermando la sua posizione da leader nello spettacolo e nell'intrattenimento. Allo stesso tempo, il Nord-Est non è stato da meno, con l'Emilia-Romagna e il Veneto che insieme hanno contribuito significativamente all'offerta nazionale con oltre il 22% degli spettacoli.

Le regioni del Centro e del Sud mostrano percentuali generalmente più basse e più distribuite. Fa tuttavia eccezione la Campania, che con più di 1.800 spettacoli (16,5% dell'offerta nazionale), è seconda solo alla Lombardia per numerosità di offerta.

Il 2023 consolida lo straordinario risultato di pubblico dell'anno precedente

Negli ultimi anni, anche il pubblico dello spettacolo viaggiante ha mostrato una crescita significativa, portando il settore a raggiungere l'importante traguardo di oltre 2 milioni di spettatori nel 2022, più del doppio rispetto al 2019. Con poco meno di 2,2 milioni di spettatori, il 2023 ha consolidato l'ottimo risultato dell'anno precedente.

Questi dati indicano non solo un ritrovato interesse per gli spettacoli viaggianti dopo il periodo delle limitazioni imposte dall'emergenza pandemica, ma anche il successo del settore nell'adattarsi ai tempi moderni. Sempre più persone scelgono di godersi l'atmosfera di queste attrazioni, evidenziando la capacità degli esercenti di rispondere alle esigenze di una vasta gamma di visitatori. Questo aumento progressivo indica che il pubblico ha reagito all'offerta con crescente fiducia e un rinnovato entusiasmo, che ha portato lo spettacolo viaggiante in molte più località: i dati dell'Osservatorio SIAE, infatti, rilevano un incremento dei luoghi di spettacolo del +78% rispetto al 2022.

Gli spettacoli viaggianti, che si svolgono prevalentemente all'aperto e durante il periodo estivo, attirano soprattutto un pubblico di giovani e giovanissimi. Questa combinazione di fattori ha permesso al settore di affrontare in maniera meno drammatica le limitazioni agli assembramenti imposte

dalla pandemia. In generale, le attività all'aria aperta hanno goduto di una maggiore flessibilità durante i periodi di restrizione, risultando relativamente meno penalizzate rispetto alle forme di intrattenimento al chiuso. Come anticipato, le temperature più calde e le vacanze estive creano le condizioni ideali per partecipare a questo genere di spettacoli: da giugno a settembre, infatti, si registrano le maggiori affluenze, con oltre la metà degli spettatori annuali. Questo periodo attrae le folle più numerose, con eventi che spesso diventano punti focali di attrazione turistica e di svago locale.

Nel contesto nazionale l'affluenza appare particolarmente alta nell'area nordorientale, in particolare in Veneto, che si conferma leader degli spettacoli di divertimento per numero di spettatori. Nell'anno 2023 la regione ha raggiunto quota 699 mila, rappresentando circa un terzo del pubblico nazionale. Sempre nel Nord-Est, l'Emilia-Romagna ha registrato una crescita dell'affluenza per le attrazioni viaggianti: con oltre 400 mila spettatori nell'anno 2023, la regione rappresenta il 18,7% del totale nazionale.

Nel Nord-Ovest la Lombardia continua a essere una delle regioni più performanti in termini di affluenza alle attrazioni viaggianti. Nell'anno 2023, la regione ha registrato quasi 200 mila spettatori, il 9,2% del totale nazionale, in flessione sull'anno precedente (-4,9%), nonostante un incremento nell'offerta del +25% registrato nel medesimo intervallo di tempo.

Tra le regioni dell'area centrale spicca la Toscana, dove per il 2023 sono stati rilevati oltre 98 mila spettatori. Nonostante una lieve flessione sull'anno precedente, la regione rimane la più attrattiva in questo settore: qui più che altrove, gli eventi spesso si integrano con festival locali e celebrazioni storiche, creando un mix affascinante che attira un pubblico ampio e diversificato.

Nel Sud Italia la Campania ha registrato una notevole crescita anche in forza di un'offerta molto ricca. Nel 2023 la regione ha totalizzato 340 mila spettatori, pari al 15,7% del totale nazionale, il terzo valore più elevato dopo Veneto ed Emilia-Romagna: un aumento significativo rispetto ai 300 mila spettatori del 2022 (+13%), a fronte di un numero di spettacoli rimasto sostanzialmente invariato.

2mln
di spettatori

+78%
luoghi di spettacolo vs 2022

Primi assestamenti dopo un 2022 eccezionale

Dopo la pandemia il settore ha vissuto una forte espansione, evidente nel volume d'affari generato. Il 2022 in particolare è stato l'anno più redditizio per il settore, con una spesa complessiva di quasi 29 milioni di euro, pari a 3 volte quella realizzata nel 2018 e quasi il doppio di quella rilevata per il 2021. Oltre alla domanda in espansione, al risultato aveva contribuito anche un forte aumento della spesa media, che rifletteva in parte anche un incremento dei costi sostenuti dai soggetti gestori, tra misure straordinarie per la sicurezza contro il contagio e un primo aumento dei costi dell'energia. Nel 2023, nonostante il pubblico in aumento, la spesa si stabilizza intorno ai 28 milioni di euro, a fronte di una riduzione della spesa media, che passa dai 13,86 euro del 2022 ai 12,93 euro del 2023.

28
milioni di euro
di incassi

Nell'anno, i ricavi evidenziano chiaramente una marcata stagionalità, con un piccolo significativo nei mesi estivi, coerentemente con la domanda che diventa più intensa: non sorprende che luglio e agosto raccolgano insieme un quarto del volume d'affari annuale. Allo stesso tempo, si consideri anche che i valori di spesa media nei mesi estivi sono i più bassi dell'anno, in un intervallo tra i 10 e i 12 euro, mentre i valori più alti si registrano tra febbraio e marzo, ma anche nei mesi di novembre e dicembre, con punte di 18 euro.

Per quanto riguarda invece la distribuzione geografica della spesa, si rileva la presenza di alcune regioni chiave nel settore, con una concentrazione nell'area settentrionale del Paese per circa 18 milioni di euro, pari al 64% del volume d'affari nazionale.

Il Veneto resta in testa con il 26% della spesa totale, pari a oltre 7,3 milioni di euro, seguita dalla Lombardia con circa 4,8 milioni di euro (17% del volume nazionale), ed Emilia-Romagna, con circa 3 milioni di euro (11% del totale). Al Sud, è la Campania che emerge con oltre 4,5 milioni di euro, pari al 16% della spesa nazionale.

Parchi da divertimento

Un'offerta record testimonia le capacità di resilienza e di adattamento del settore

Negli ultimi anni i parchi divertimento in Italia hanno vissuto notevoli variazioni nel numero di spettacoli offerti, con una dinamica chiaramente influenzata dalla pandemia. Come per tutti i settori dello spettacolo, il 2020 ha segnato un punto di svolta drastico: le restrizioni e le chiusure imposte dalla pandemia hanno comportato una contrazione dell'offerta, con impatti notevoli sulle dinamiche economiche del business, caratterizzato da una fortissima componente di costi fissi, e con conseguenze che si sono estese anche alle economie dei territori di riferimento.

Il settore dei parchi divertimento è, infatti, fondamentale per il turismo nazionale, ed è un volano di sviluppo economico per il territorio locale, con forte indotto in termini di giro d'affari e occupazione: nel biennio pandemico 2020-2021 si stima che, solo in Italia, siano stati persi oltre 250 milioni di euro di fatturato e decine di migliaia di posti di lavoro.

Già nel 2022 i dati dell'Osservatorio SIAE avevano rilevato una forte inversione di tendenza, con un recupero completo dell'offerta rispetto ai livelli registrati nel biennio antecedente al 2020. Il 2023 è andato persino oltre: con oltre 21,3 mila spettacoli (+14% rispetto all'anno precedente) è l'anno più prolifico per i parchi da divertimento italiani, con livelli di offerta superiori al periodo pre-pandemico di oltre il 20%.

Insieme ai cospicui investimenti realizzati dall'industria per ammodernare gli impianti e aumentare l'attrattività dei parchi (oltre 120 milioni di euro tra ampliamenti e nuove attrazioni), anche il clima, tendenzialmente più mite e meno piovoso del solito ha senz'altro favorito la crescita del settore. Gli spettacoli sono cresciuti anche nei mesi più

+23
spettacoli vs 2019

04 La crescita rilevata nel trimestre gennaio-marzo 2023 rispetto al periodo precedente, inoltre, è in parte da attribuirsi anche alla chiusura dello stato di emergenza da Covid-19, disposto dal Consiglio dei ministri in data 31 marzo 2022.

05 L'associazione internazionale TEA (acronimo di The-med Entertainment Association) rappresenta creatori, sviluppatori, designer e produttori di intrattenimento a tema.

06 Fonte: Theme Index and Museum Index: The Global Attractions Attendance Report. TEA/AECOM, 2020. Link: <https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2020.pdf>

freddi⁴, anche se è tra aprile e maggio il periodo in cui l'offerta inizia a intensificarsi. Il picco si registra, chiaramente, nei mesi estivi, con l'apertura dei parchi acquatici e con un generale incremento delle attività, in risposta a una domanda maggiore di visitatori in cerca di intrattenimento ed evasione: solo i mesi estivi – giugno, luglio e agosto – rappresentano il 58% degli spettacoli dell'anno.

A livello territoriale, l'andamento rispetto all'anno precedente si presenta discontinuo: mentre alcune regioni rilevano tassi di crescita anche consistenti, altre sperimentano un calo. La regione più attiva si conferma il Piemonte, che con circa 5,3 mila spettacoli rappresenta quasi un quarto dell'offerta nazionale, con una crescita marcata sul 2022 (+39%). Al secondo posto rimane l'Emilia-Romagna, che registra poco meno di 3 mila spettacoli, con un valore in calo rispetto all'anno precedente (-10%), seguita dalla Lombardia (+17,5%) con circa 2,5 mila spettacoli.

Le regioni del Centro Italia (+9,1%), del Sud (15,7%) e delle Isole (12,9%) si attestano con valori in linea con il dato nazionale di +13,7%.

Il pubblico del 2023 consolida la ripresa del settore e torna ai livelli pre-pandemici

L'attrattività dei parchi da divertimento ha subito un brusco ridimensionamento con la pandemia, passando dagli oltre 19,5 milioni del 2019 ai 7,7 milioni del 2020. Il settore si è tuttavia ripreso rapidamente: già nel 2022 i livelli di pubblico avevano quasi raggiunto quelli del 2019; nel 2023 il risultato è stato anche superato, anche se di poco, con 19,6 milioni di spettatori, mentre in termini di affluenza media per spettacolo (che in questo settore può essere inteso anche giornata di apertura), con 920 spettatori il 2023 è ancora abbastanza lontano dagli ottimi livelli del 2019 (-18%) e in lieve calo anche sull'anno precedente (-6,4%).

Il settore dei parchi è strettamente correlato a quello del turismo, nazionale ma anche internazionale. Anche per questa ragione il periodo estivo registra un'eccezionale concentrazione di visitatori, con il 64% del totale annuo nei soli mesi di giugno, luglio e agosto. In particolare, agosto conta da solo il 27% degli spettatori annuali. I primi tre mesi

dell'anno restano il periodo meno frequentato, anche in conseguenza di un'offerta ridotta, mentre tra ottobre e dicembre la flessione non appare così marcata, complici anche le festività natalizie e, per il 2023, anche un clima più favorevole, con temperature miti fino alla fine del mese di ottobre.

Il Veneto e l'Emilia-Romagna restano le regioni più attrattive del Paese, come già rilevato nel 2022, raccogliendo il 41% della domanda nazionale. Pur rimanendo la regione con il più alto numero di visitatori, in un anno il Veneto ha perso il 6% del pubblico, passando da oltre 5 milioni di spettatori a poco meno di 4,7 milioni.

Se guardiamo invece ai parchi divertimento del Centro Italia, si nota che anche queste aree presentano una crescita, sebbene non attraggono ancora folle enormi come le regioni del Nord Est. Complessivamente, i parchi del Centro Italia hanno attirato il 18,8% del totale degli spettatori nazionali, segnando un +18% rispetto all'anno precedente. Una parte significativa di questo pubblico, il 13,8%, si è riversata nei parchi del Lazio, che hanno visto un incremento del 17,4% rispetto al 2022.

Spostandosi verso il Sud Italia il panorama cambia leggermente. Qui si è registrata una leggera flessione nell'affluenza ai parchi divertimento: la percentuale di visitatori è scesa dal 9,4% del totale nazionale nel 2022 all'8,8% nel 2023, con una diminuzione dello 0,6%.

Le isole, invece, raccontano una storia diversa. In aumento il numero di spettacoli e attrazioni offerte, anche l'affluenza ai parchi divertimento è leggermente aumentata. La percentuale di visitatori è salita dal 4,7% del 2022 al 5,4% nel 2023, segnando un incremento dello 0,7%.

Oltre metà dei volumi d'affari concentrata in due sole regioni del Nord Italia

Secondo una ricerca condotta da TEA (The-med Entertainment Association)⁵, realizzata in collaborazione con la società di consulenza AECOM, e pubblicata nel Report Theme Parks and Museum Index 2020⁶, in corrispondenza di periodi particolarmente critici, come può essere un'emergenza pandemica o una recessione economica, in ogni parte del mondo i fatturati dei parchi divertimenti

19,6
milioni di spettatori
nel 2023

hanno un andamento ciclico. In particolare, il primo anno tende a caratterizzarsi per un forte calo delle presenze, mentre nei tre anni successivi si registra una graduale ripresa: la ricerca richiama una crisi del settore a livello globale, quello della grande recessione del 2007-2009, con dinamiche del tutto simili a quelle rilevate per il periodo pandemico. In quel caso, l'impatto più forte sul settore era stato attribuito alla contrazione marcata dei flussi turistici come conseguenza del calo dei redditi dei ceti medi.

I dati dell'Osservatorio SIAE confermano questo andamento per l'Italia. Nel periodo tra il 2019 e il 2023, la spesa nei parchi di divertimento nel Paese ha disegnato una traiettoria di recupero e crescita. Nel 2019 la spesa totale ammontava a circa 266 milioni di euro, fotografando un settore in salute e stabile. Le chiusure forzate della pandemia hanno drasticamente ridotto le possibilità degli organizzatori, con una brusca riduzione dei volumi d'affari complessivi, che arrivavano appena a 100 milioni di euro. Già nel 2021, con la progressiva ripresa delle attività e l'allentamento delle restrizioni la spesa ha ripreso a crescere, ma è più significativo l'incremento del 2022, che porta la spesa a 313 milioni di euro, segnando un recupero anche sul 2019, nonostante un pubblico lievemente inferiore.

Il 2023 segna una ripresa ancora maggiore, con un picco di 348,2 milioni di euro, il valore più alto rilevato dal 2018. Oltre alla domanda, in completa ripresa rispetto ai livelli pre-pandemia, al risultato ha contribuito un adeguamento dei prezzi che si riflette nella spesa media individuale già dal 2022, anno in cui aveva raggiunto la quota di 16,93 euro. Per il 2023 si rileva un ulteriore leggero aumento (+4,2%) sull'anno precedente, che porta la spesa al valore medio di 17,64 euro per partecipante; rispetto al 2019, si tratta di un incremento di circa il 30%, il più alto registrato tra tutti i settori dello spettacolo oggetto di questo Report.

L'andamento della spesa nell'anno segue in maniera lineare quello del pubblico:

nei mesi estivi si concentra il 60% della spesa. Anche per la spesa, come per il pubblico, al primo gradino del podio si conferma la regione del Veneto, in cui il sistema dei parchi divertimento genera un volume d'affari di oltre 135 milioni di euro, quasi il 40% del valore nazionale, sostanzialmente stabile rispetto all'anno precedente. Gli incassi di una giornata di apertura in Veneto, in media, per un organizzatore, sono di oltre 68 mila euro: un dato superiore di oltre quattro volte il valore medio nazionale, che si attesta intorno ai 16 mila euro. L'attrattività distintiva dei parchi della regione si riflette anche nel valore medio speso da ogni partecipante, pari a circa 29 euro (+63% rispetto al valore medio nazionale): l'unicità delle attrazioni offerte giustifica un prezzo leggermente più elevato, attirando visitatori disposti a pagare di più per un'esperienza unica e distintiva. Al secondo posto per volume di affari troviamo l'Emilia-Romagna che, con quasi 58 milioni di euro, ha mantenuto l'ottimo risultato dell'anno precedente. Insieme, le due più grandi regioni dell'area nordorientale del Paese si dividono oltre la metà della spesa nazionale del settore.

Seguono Lombardia e Lazio, entrambe con volumi d'affari intorno ai 38 milioni di euro; il Lazio registra anche una crescita significativa sull'anno precedente (+30,3%).

348,2
milioni di euro nel 2023

Le dinamiche di prezzo riflettono il diverso ruolo nel sistema turistico e sociale dei parchi nelle regioni italiane: pochi, grandi parchi in Italia sono da considerare alla stregua di una destinazione turistica, attirando flussi turistici nazionali e, in certi casi, anche internazionali. In molti altri casi, i parchi divertimento pro-

pongono esperienze che si adattano alle esigenze e alle caratteristiche del mercato locale, una dinamica che si riflette anche nell'applicazione di prezzi generalmente più accessibili. Ad esempio, nelle regioni del Centro e del Sud Italia, fatta eccezione per la Toscana, i prezzi dei biglietti per i parchi divertimento tendono ad essere più bassi rispetto alla media nazionale.

FIERE



2.397

SPETTACOLI

↓ -10,6% vs 2022
↓ -23,2% vs 2019

10,4 mln

SPETTATORI

↑ +16,3% vs 2022
↓ -4,6% vs 2019

33,6 mila

**EURO INCASSO MEDIO
DI UNO SPETTACOLO**

↑ +67% vs 2022

↑ +53% vs 2019

420 mila

**SPETTATORI AL LUCCA
COMICS & GAMES
IN 5 GIORNATE**

80,5 mln

euro DI SPESA

↑ +48,9% vs 2022

↑ +17,3% vs 2019

457

**LOCALI
ATTIVI**

↑ +9% vs 2022

↓ -11% vs 2019



FIE RE





Fiere sempre più rilevanti per l'economia italiana, ma il numero di eventi è in calo rispetto al 2022

Le fiere commerciali hanno un ruolo fondamentale nello sviluppo del sistema economico di un Paese attraverso la promozione delle imprese che ne costituiscono il tessuto. Inoltre, si tratta di un comparto che di per sé è capace di generare valore e distribuirlo sull'economia locale: solo nel 2023 il volume di affari del comparto fieristico italiano è stimato a circa 10 miliardi di euro, con un valore aggiunto di 4,8 miliardi e occupando oltre 90 mila lavoratori. Gli eventi fieristici rappresentano e alimentano, infatti, un sistema turistico di alta qualità: generalmente, le fiere commerciali attirano un profilo di visitatore alto-spendente con un budget di spesa giornaliero fino al 60% superiore rispetto a quello del turista medio. Inoltre, sempre con riferimento al turismo, il settore dà un contributo di prim'ordine alla destagionalizzazione dei flussi, consentendo la sostenibilità economica di alcune destinazioni turistiche per tutto l'anno.

Dopo una ripartenza non certamente facile dopo la pandemia, il sistema fieristico italiano si dichiara ripartito e in salute, grazie anche alla crescita di eventi nazionali e internazionali tenutisi nel 2023 nel nostro Paese.¹ Tuttavia, in termini di giornate lavorative, i dati dell'Osservatorio SIAE rilevano una contrazione di oltre il 10% nel numero di spettacoli (molto spesso equivalenti a giornate di apertura) rispetto al periodo precedente, che passano da circa 2,7 mila nel 2022 a 2,3 mila nel 2023. Per avere un confronto con la situazione pre-pandemica, si consideri che appena nel 2018 le giornate di apertura erano circa un migliaio in più.

2.300
spettacoli
-10.6% vs 2022

85%
eventi al Nord
e al Centro Italia

ne, tra le quattro citate, a segnare una crescita sull'anno precedente (+11%), arrivando a rappresentare oltre il 20% dell'offerta nazionale. Cresce anche la Toscana, mentre in Piemonte la situazione resta sostanzialmente invariata tra il 2022 e il 2023.

Nel Sud Italia e nelle Isole si viaggia su dimensioni molto più contenute, con la Campania unica regione con più di 120 spettacoli nell'anno, in leggera crescita sul periodo precedente; la Sicilia rileva, al contrario, il più drastico calo di offerta, passando dalle oltre 220 spettacoli del 2022 ad appena 81 nel 2023 (-64%).

Infine, l'unica regione italiana che non ha ospitato alcun evento fieristico nel 2023 è la Valle d'Aosta.

I periodi più intensi dell'anno si confermano, come sempre, quello primaverile, tra i mesi di marzo e aprile, e un secondo, più ricco, negli ultimi quattro mesi dell'anno, coerentemente con le dinamiche commerciali a cui il settore risponde.

La concentrazione degli eventi sul territorio nazionale – spostata nelle grandi regioni settentrionali e centrali del Paese – riflette non solo il tessuto imprenditoriale e manifatturiero particolarmente fitto di quelle aree, ma anche una predisposizione a ospitare grandi eventi, data da una superiore dotazione di strutture fieristiche e congressistiche, ma anche ricettive, e migliori collegamenti sul territorio, importanti soprattutto nel caso di fiere dal respiro internazionale.

Le regioni con il più alto numero di giornate di apertura restano, infatti, Lombardia, Emilia-Romagna, Lazio e Veneto, che insieme rappresentano una quota del 60% sul totale del Paese. Tuttavia, la Lombardia, con 500 spettacoli nel 2023, è l'unica regio-

Fiere sempre più internazionali e affluenza in aumento: la partecipazione torna ai livelli pre-pandemici.

Nonostante gli eventi in calo, nel 2023 il pubblico delle fiere (oltre 10,4 milioni di persone) è quasi tornato ai livelli del 2019, quando il numero di partecipanti si è attestato a poco meno di 11 milioni.

10,4 mln
di visitatori

In particolare, è in aumento l'affluenza media per evento che, con oltre 4,3mila partecipanti registrati per ogni spettacolo, registra un'impennata del +30% sull'anno precedente, e un +24% sul 2019. Il risultato è probabilmente attribuibile ad una maggiore internazionalizzazione delle fiere nazionali già esistenti, conseguente alla crescita del numero di operatori ed espositori internazionali partecipanti, che attraggono più visitatori anche dall'estero.

I periodi di partecipazione più intensa sono i due trimestri che anticipano e seguono il periodo estivo, vale a dire marzo-maggio e settembre-novembre, in cui si concentra la

⁰¹ Fonte: AEFI
- Associazione
Esposizioni
e Fiere Italiane.

stragrande maggioranza del pubblico, a fronte di una maggiore quantità di eventi ma anche del fatto che è in questi periodi che si tengono le fiere più importanti e strategiche.

A livello territoriale, Lombardia ed Emilia-Romagna si confermano i centri nevralgici del sistema fieristico nazionale, con gli eventi più importanti e attrattivi del Paese: lo conferma il fatto che le due regioni, da sole, rappresentano la metà del pubblico del settore, con affluenze giornaliere sostanzialmente più elevate del valore medio nazionale. Con un tasso di crescita del +35% sul 2022, inoltre, la Lombardia presenta il più consistente incremento di pubblico sull'anno precedente. Rilevante anche l'afflusso in Veneto, che rappresenta oltre il 10% del dato nazionale.

Al Centro le presenze si concentrano quasi esclusivamente in Toscana e Lazio; in particolare in Toscana si registrano ottimi livelli di affluenza media giornaliera, secondi solo a quelli di Lombardia ed Emilia-Romagna.

I dati nel Sud e nelle Isole confermano un sistema fieristico perlopiù di portata regionale e locale. Le regioni che performano meglio sono Puglia e Campania, con circa 370 mila visitatori nel 2023; in Puglia, in particolare, i valori di affluenza media giornaliera sono prossimi a quelli rilevati in Toscana, mentre la Campania ha duplicato il pubblico delle manifestazioni fieristiche in un solo anno.

Incassi in crescita raggiungono livelli da record

Con un volume d'affari di oltre 80 milioni di euro, il 2023 realizza il miglior risultato per il settore, segnando una crescita del 49% rispetto all'anno precedente, e leggermente superiore anche al 2018, un anno d'oro per il comparto fieristico.

Oltre la metà degli spettatori in Lombardia ed Emilia-Romagna

La spesa unitaria resta sempre contenuta, anche se l'effetto dei rincari emerge ben visibile segnando un +28% sul valore dell'anno precedente e arrivando a 7,7 euro.

Gli incassi medi risultano in netto aumento, per effetto combinato dell'incremento del pubblico che si distribuisce su un numero inferiore di giornate: nel 2023, l'incasso medio di un giorno di evento ammonta a 33,6 mila euro, circa una volta e mezzo il valore registrato tra il 2018 e il 2019.

A differenza del dato sulla partecipazione, il ritorno economico degli eventi risulta distribuito in modo più omogeneo tra le grandi regioni italiane, come conseguenza di politiche di prezzo differenti applicate alle diverse tipologie di eventi e al settore di riferimento. A valori assoluti, la Lombardia primeggia con oltre un quarto della spesa nazionale, per circa 21,3 milioni di euro, seguita da Emilia-Romagna e Veneto rispettivamente con poco più di 12 e 11 milioni di euro. In altre regioni, valori più elevati della spesa individuale spingono gli incassi fino quasi a raddoppiare il valore nazionale: è il caso della Toscana, dove uno spettacolo porta, in media, un introito di 64 mila euro, e della Liguria, dove si registrano incassi medi giornalieri pari a 52 mila euro; in entrambe le regioni, la spesa media individuale si attesta intorno ai 12 euro (+55% rispetto al valore medio nazionale).

Al Sud e nelle Isole si registra una crescita importante rispetto all'anno precedente, che porta la spesa a poco più di 5,6 milioni.

33,6 €
mila
incasso medio giornaliero
+53% vs 2019

SPORT

93 mila

SPETTATORI

ai Campionati Europei di Volley
(Maschili e Femminili)

76 mila

SPETTACOLI

↑ +12,3% vs 2022
↓ -37,5% vs 2019

164 mila

SPETTATORI

alle ATP Finals di Torino

151 mila

SPETTATORI

agli Internazionali di Tennis

36,7 mln

SPETTATORI

↑ +45,2% vs 2022
↑ +18,9% vs 2019





611,7 mln

euro

SPESA
NEL CALCIO

↑ +60,6% vs 2022

↑ +35,8% vs 2019

236 mila

SPETTATORI

alla Ryder Cup 2023, per la
prima volta in Italia dal 1927

804 mln

euro

SPESA

↑ +65,9% vs 2022

↑ +27,9% vs 2019

SPORT





Dopo un triennio (2020-2022) segnato da scatti e ripartenze, il 2023 rappresenta una vera e propria rinascita per lo spettacolo sportivo, portando con sé segnali di cambiamento nelle dinamiche del settore

Nel 2020 in Italia si era registrata una grandissima flessione in tutto il comparto degli spettacoli sportivi, con una riduzione dell'offerta di oltre il 70% rispetto all'anno precedente e una perdita media del 78% in termini di pubblico e spesa complessiva. Questa tendenza negativa si è protratta nel 2021, con ulteriori cali nel numero di spettacoli e spettatori.

I dati dell'Osservatorio SIAE indicano che nel 2023 i livelli di offerta restano ancora molto distanti da quelli registrati prima della pandemia: considerando l'aggregato di tutti i quattro settori che costituiscono il comparto dello Sport – Calcio, Sport di squadra, Sport individuali e Altri sport – il numero di eventi, circa 76,5 mila nel 2023, mostra un forte divario rispetto al 2019, pari al -37,5%.

Il consistente calo nell'offerta accomuna tutti i settori del comparto sportivo, escluso quello degli Sport di squadra, che registra appena il -10% rispetto al 2019. All'opposto, il settore più impattato di tutti è quello degli sport individuali, che nel 2023 ha realizzato poco più di un terzo degli eventi prodotti nel 2019 (-63,7%).

Tuttavia, incrociando i dati sull'offerta con quelli della domanda (pubblico e spesa) è possibile ottenere un quadro più completo su quella che potrebbe affermarsi, se i prossimi anni lo confermeranno, come la nuova normalità dello spettacolo sportivo italiano.

Nello specifico, i dati sul pubblico e sulla spesa presentano trend opposti rispetto all'offerta.

In primo luogo, per entrambi gli indicatori sono stati ampiamente superati i livelli pre-pandemici: nel 2023 gli spettatori sono oltre 36,7 milioni, in notevole crescita sull'anno precedente (+45%), ma anche rispetto al biennio pre-pandemico, con circa 6 milioni di partecipanti in più. Aumenta il pubblico del calcio, che cresce a doppia cifra anche sull'anno precedente

(+46%), superando ampiamente i valori rilevati per il 2019, e quello degli sport individuali, che consolida l'ottima ripresa avviata nel 2022 sfiorando i 2 milioni di spettatori (+49% rispetto al biennio 2018-19).

Trainata dalla domanda in crescita, è in forte aumento anche la spesa, che con un +66% sull'anno precedente supera la soglia degli 800 milioni di euro per la prima volta, e guadagna oltre 175 milioni di euro sul 2019 (+28%): un giro di affari notevole, con innegabili benefici sull'intero sistema economico del comparto e con ottime ricadute anche in termini di occupazione e indotto sul territorio.

Questo risultato è prodotto anche da una spesa media individuale abbastanza elevata e in crescita sugli anni precedenti: in media, il comparto segna un +14% sul 2022. Fanno eccezione gli sport di squadra, che risultano generalmente più accessibili in termini di impegno economico dello spettatore.

In ogni caso, i dati restituiscono la fotografia di un settore, quello dello sport, che gioca un ruolo centrale all'interno dell'economia dello spettacolo, e che sta andando consolidandosi nel corso del tempo: basti pensare che una quota pari ad appena il 2% sul totale degli eventi considerati dall'Osservatorio ha generato il 19% dei volumi d'affari complessivi realizzati nel 2023.

Le dinamiche contrastanti di offerta e domanda sono indizi di una fase di profondo mutamento: è aumentata, dopo la pandemia, l'importanza dei grandi eventi sportivi e dei campionati internazionali, a beneficio di un pubblico che sta maturando nel tempo, anche grazie ai notevoli successi storici portati a casa dallo sport italiano in numerose discipline tra il 2022 e il 2023. Questa ipotesi è confermata da un incremento generalizzato delle affluenze medie di pubblico per evento, registrato in tutti i settori, e anche dalla crescita degli incassi, soprattutto in regioni strategiche come Lombardia, Lazio, Piemonte o Trentino-Alto Adige (quest'ultima limitatamente agli sport invernali).

Per dare un'idea dell'impatto, basta guardare ai dati delle prime tre province italiane per incassi nell'ambito degli spettacoli sportivi: nell'ordine, Milano, Roma e Tori-

no, centri in cui nel 2023 si è generato il 58% della spesa complessiva del pubblico per il comparto (nel 2019 tale quota era "appena" al 41%). In tutti e tre i casi, nel 2023 il vo-

58%
del volume d'affari
in tre province italiane

lume d'affari è cresciuto a un tasso superiore della media nazionale (segnando rispettivamente il +81%, il +147% e il +90%). Inoltre, a Roma e a Milano si evidenzia uno stacco sostanziale, in positivo, sui risultati già distintivi (comparati alle altre province italiane) del 2019, pari al +168% per la capitale e al +79% per il capoluogo lombardo.

Per il Sud, rilevante è solo il risultato della provincia di Napoli, per il 2023 al quarto posto per volume d'affari. L'area metropolitana ha registrato un'enorme crescita nel corso degli ultimi anni, passando dai 20 milioni di euro del 2019 ai 54 milioni di euro nel 2023, certamente trainato dal calcio, che per il 2023 è stato più dominante che mai grazie all'entusiasmo diffuso generato dai risultati del Napoli, la squadra che ha trionfato nel campionato 2022-23.

Il contributo degli eventi minori, che pure appaiono quelli più impattati dalla pandemia, non è comunque da tralasciare: pure questi, infatti, risultano fondamentali per la crescita economica e lo sviluppo del comparto, soprattutto nelle aree provinciali diverse dai grandi capoluoghi regionali. In otto province si concentrano i tre quarti degli incassi realizzati sul territorio nazionale (poco più di 600 milioni di euro), ma il restante 25% si distribuisce sul territorio, anche se a beneficio prevalente delle regioni delle aree più settentrionali e centrali del Paese. Più evidente il contributo in termini di partecipazione: le stesse otto province riuniscono una quota appena superiore alla metà del pubblico nazionale (52%), pari a poco meno di 19 milioni di persone.

Calcio

Il Calcio italiano: un anno di emozione a ondate

Nel vivace panorama sportivo italiano, il calcio si conferma lo sport più amato, praticato e seguito. Dai dati dell'Osservatorio SIAE risulta evidente come questo sport domini la scena sportiva nazionale, rappresentando,

da solo, l'83,2% degli eventi sportivi fruiti nel Paese.

Molto più degli altri sport e anche di molti settori dello spettacolo, il calcio ha dimostrato una notevole resilienza rispetto alle conseguenze del Covid-19, rispondendo con forza alla generale difficoltà di tutto il comparto sportivo a livello nazionale ed europeo.¹ Nel 2023, l'offerta di eventi calcistici è arrivata a oltre 63 mila spettacoli, più di uno spettacolo ogni mille abitanti: un segnale chiaro della progressiva ripresa del settore, anche se non ancora ai livelli pre-pandemia del 2019, quando gli eventi superavano i 100 mila.

Il calcio, in Italia, vive di alti e bassi nel corso dell'anno, alternando periodi di grande fermento a momenti più quieti, riflettendo le stagioni e gli eventi chiave del calendario sportivo.

Durante l'anno, l'intensità delle manifestazioni calcistiche presenta variazioni significative. In particolare, nei mesi che aprono e chiudono l'anno solare, gli eventi sono meno frequenti a causa delle festività natalizie e del clima freddo, che scoraggia la partecipazione agli eventi all'aperto. A ciò si aggiungono le pause invernali dei campionati e i calendari ridotti, che contribuiscono ad abbassare il numero di spettacoli. Con l'arrivo della primavera, il numero di partite aumenta, culminando in periodi particolarmente intensi e avvincenti. In questo periodo, infatti, non soltanto si disputano alcune delle partite più importanti e decisive non solo nell'ambito dei campionati di lega nazionale, ma si concentra anche la programmazione delle competizioni internazionali. Il 2023 è stato anche l'anno in cui si sono disputate le qualificazioni a Euro 2024.

Durante l'estate il settore vive la sua più lunga pausa, con una forte contrazione degli eventi sportivi, specialmente nei mesi di luglio e agosto, i più caldi: per avere un'idea dell'andamento annuale delle partite si consideri che a luglio si è disputato meno del 10% delle partite che in media si tengono in un mese. In autunno, con l'inizio della nuova stagione calcistica, gli eventi riprendono, come noto, ad aumentare notevolmente, risvegliando l'entusiasmo dei tifosi.

83,2%
degli eventi sportivi
fruiti nel Paese

Valutando l'offerta di spettacolo sul territorio, le differenze regionali raccontano una storia di ineguaglianza tra le più marcate nel Paese: oltre il 40% degli spettacoli calcistici, pari a più di 25 mila eventi, si concentrano in sole due regioni nordoccidentali: Lombardia e Pie-

monte. Il predominio di questi territori si spiega grazie a una fortunata combinazione di fattori, quali una popolazione numerosa², infrastrutture moderne³, la presenza dei più grandi club del calcio italiano, un'elevata capacità in termini di ricettività turistica⁴, un ricco palinsesto di eventi speciali e condizioni economiche favorevoli.⁵ Le regioni nordorientali del Paese contribuiscono al ricco panorama calcistico italiano con "appena" 10 mila eventi sportivi, pari al 16% dell'offerta nazionale.

Nel centro Italia, il Lazio resta tra le regioni con il numero di eventi più ridotto (solo l'1% dell'offerta nazionale): tuttavia si tratta spesso di eventi caratterizzati da caratura e attrattività ben superiori alla norma (si consideri che, in media, uno spettacolo calcistico nel Lazio raccoglie oltre 13 volte il pubblico di uno realizzato in Lombardia), come ad esempio la finale di Coppa Italia, ospitata dall'Olimpico il 24 maggio 2023. La Toscana, al contrario, si fa notare con il più alto numero di spettacoli calcistici d'Italia, pari a oltre 17 mila (4,8 ogni mille abitanti), contribuendo da sola a quasi il 30% dell'offerta sull'intero panorama nazionale.

Al Sud e nelle Isole si concentra meno dell'8% degli eventi nazionali. Le regioni con più eventi sono Sardegna e Campania, entrambe con quasi mille spettacoli. Tuttavia, parametrando l'offerta sulla popolazione residente, la Campania presenta il secondo valore più basso, pari a 0,17 eventi ogni mille abitanti, dopo la Sicilia.

Come prima, più di prima: il Calcio riconquista l'Italia. Affluenze record nel 2023

Il Calcio si afferma tra i generi di spettacolo più popolari per la popolazione italiana, il terzo per attrattività di pubblico nel 2023, dopo il Cinema e il comparto delle discoteche. Nel 2023, il pubblico degli spettacoli calcistici ha superato i dati del 2019, con oltre 28,7 milioni di partecipanti (+20%), ed è cresciuto di oltre il

⁰¹ Fonte: Commissione europea, Rapporto "Rafforzare la ripresa e la resilienza alle crisi del settore sportivo durante e dopo il covid-19", dicembre 2023. Link: <https://www.sportesalute.eu/images/studi-e-dati-dello-sport/schede/2023/158-Report-European-Commission-Expert-Group.pdf>

⁰² Fonte: Banca dati Istat, Popolazione residente in Italia al 1° gennaio. Link: <http://dati.istat.it/Index>.

⁰³ La Regione Lombardia, ad esempio, con il supporto dell'Anagrafe dell'impiantistica sportiva e in coerenza con le "Linee guida e priorità d'intervento triennali per la promozione dello sport in Lombardia", ha erogato oltre 160 milioni di euro di contributi a fondo perduto per la realizzazione o la riqualificazione di impianti sportivi tra il 2018 e il 2022. Link: <https://www.lombardiainfatti.regione.lombardia.it/turismo-e-cultura/sport-ed-eventi-sportivi/adeguamento-riqualificazione-e-realizzazione-di-impianti-sportivi/>

⁰⁴ Fonte: Istat, Report Viaggi e vacanze in Italia e all'estero, 9 aprile 2024. Link: https://www.istat.it/it/files//2024/04/REPORT_VIAGGIEVACANZE_2023.pdf

⁰⁵ Fonte: Istat, Rapporto annuale 2023. La situazione del Paese, luglio 2023. Link: <https://www.istat.it/storage/rapporto-annuale/2023/Rapporto-Annuale-2023.pdf>

45% sull'anno precedente, un incremento tra i più elevati rilevati dall'Osservatorio SIAE. Quasi un italiano su due è andato a vedere una partita di calcio almeno una volta nel 2023: il tasso di partecipazione territoriale è pari, infatti, a circa 486 spettatori ogni mille abitanti.⁶ Questo evidenzia che il futuro dello spettacolo calcistico poggia su una base più che solida: un pubblico nutrito e capace di affezionarsi.

Le maggiori affluenze di pubblico si registrano nei mesi di settembre, aprile e maggio, in concomitanza dell'avvio e della fine delle stagioni di campionato delle più alte fasce della lega nazionale, durante i quali l'entusiasmo dei tifosi è probabilmente più vivo e partecipato.

All'interno del panorama nazionale, il pubblico si distribuisce in maniera meno sbilanciata rispetto all'offerta. Lombardia e Piemonte restano in ogni caso le regioni più attrattive, con oltre 9 milioni di spettatori, poco meno di un terzo della domanda nazionale. Al di là delle capacità delle infrastrutture in dotazione, che consentono la possibilità di ospitare grandi eventi, per spiegare gli afflussi straordinari in Lombardia c'è da considerare anche che nel campionato di Serie A 2022-2023 rappresentava ben cinque squadre: oltre alle "storiche" Inter, Milan e Atalanta, rientrano anche Cremonese e Monza.

Nel resto dell'area nord-occidentale due piccole regioni si distinguono per due comportamenti diversamente anomali: In Liguria si rilevano quasi nove spettatori ogni dieci abitanti, il più alto tasso di partecipazione territoriale italiano, mentre in Valle d'Aosta il calcio si conferma uno sport poco popolare, con "appena" uno spettatore ogni dieci abitanti.

Nell'area nord-orientale del paese, la partecipazione del pubblico rimane significativamente più bassa, ma comunque rilevante all'interno del contesto nazionale. In particolare, in Emilia-Romagna si concentra quasi l'8% del pubblico calcistico italiano, (507 spettatori ogni mille abitanti); mentre in Friuli-Venezia Giulia il tasso di partecipazione arriva a 587 spettatori ogni mille abitanti.

Spostandosi verso il Centro, il Lazio si conferma un importante

punto di riferimento per lo spettacolo calcistico italiano e con benefici considerevoli anche al sistema economico locale, con un palinsesto di eventi di richiamo e prestigio, capaci di attrarre un vasto pubblico: 3,7 milioni con appena 720 spettacoli. Anche sul fronte della partecipazione, con quasi 2,7 milioni di spettatori, la Toscana si conferma tra le regioni più appassionate.

Scendendo verso il Sud Italia, la Campania emerge con forza con quasi 2 milioni e mezzo di spettatori, complice la vittoria dello scudetto da parte del Napoli. La squadra ha appassionato non solo la tifoseria più fedele ma un popolo intero, capace di riempire lo stadio Maradona ad ogni partita giocata in casa.

Nel resto del Mezzogiorno e nelle Isole la partecipazione rimane tra le più alte dello spettacolo, in particolare nelle regioni più grandi, confermando che il legame con il calcio è sentito e profondo in tutte (o quasi) le regioni d'Italia.

Un volume d'affari straordinario, concentrato in poche regioni

Nel 2023, il calcio ha rappresentato il 76,1% della spesa complessiva per gli eventi sportivi svolti in Italia, con volume di affari oltre i 611 milioni di euro, secondo solo al settore dei concerti di musica pop, rock e leggera. La cifra supera significativamente la soglia, ormai meramente psicologica, dei 450 milioni di euro del 2019, andando a confermare ulteriormente la buona salute complessiva del settore.

È in aumento anche il costo associato alla partecipazione all'evento. In media, ogni partita costa a uno spettatore 21,3 euro, +10% sull'anno precedente. Lo stesso valore supera però ampiamente i 30 euro in Lombardia e Piemonte, e resta superiore anche in Lazio e Campania: tutte regioni dove sono gli eventi calcistici più importanti e "sentiti" d'Italia a dominare il palinsesto.

La distribuzione dei ricavi sul territorio subisce dunque l'impatto congiunto dei maggiori afflussi di pubblico e dei livelli di spesa elevati, con le medesime quattro regioni a rappresentare, in proporzioni diverse, i tre quarti degli incassi nazionali. Tuttavia, osservando le dinamiche

10,4
euro spesi
per abitante

⁰⁶ Non essendo possibile determinare a priori quale percentuale di spettatori sia in realtà proveniente da altri Paesi, il dato è sovrastimato ma rende l'idea della dimensione del fenomeno, specialmente se rapportato ad altri settori.

di spesa di queste regioni, emerge il quadro di un settore che, a seconda del territorio, opera secondo logiche completamente differenti: da un lato Lombardia e Piemonte riescono a valorizzare un'offerta più capillare e non concentrata esclusivamente su grandi eventi, a beneficio di un sistema più ampio; mentre in Lazio e in Campania lo spettacolo di calcio "minore" conserva un ruolo molto marginale. Forte del suo fortissimo afflusso di pubblico, la Lombardia da sola contribuisce al volume d'affari nazionale con oltre 215 milioni di euro (circa il 35% del valore nazionale). In Lazio il volume di affari è di "appena" 98 milioni di euro, che però si redistribuiscono su un numero ridotto di eventi, prevalentemente importanti e di portata nazionale, generando un incasso medio per spettacolo che supera i 135 mila euro – si consideri che in Lombardia lo stesso indicatore è di 12,7 mila euro.

I dati della Campania restituiscono una situazione ancora differente, slegata dal "grande evento" ma ancorata esclusivamente a una squadra, alle sue performance e al ruolo sociale che il calcio riveste nell'immaginario identitario locale: nel 2023 lo spettacolo calcistico ha generato nella regione una spesa complessiva di quasi 68 milioni di euro, diventando il settore di spettacolo più redditizio nel territorio, e pari a oltre il 98% degli incassi associati agli spettacoli di sport.

Altri sport di squadra diversi dal calcio

La ripresa prosegue ma la predominanza del calcio nell'offerta di eventi sportivi diventa sempre più schiacciante

Nel panorama degli spettacoli sportivi, gli sport di squadra come la pallavolo, la pallacanestro, il rugby hanno vissuto una netta ripresa nel biennio 2022-2023.

Il numero di eventi nel 2023, poco più di 5,3 mila spettacoli, è ancora inferiore rispetto al 2019 (-10%); tuttavia i trend in crescita degli ultimi anni suggeriscono un imminente ritorno ai livelli pre-pandemici. Oltre a evidenziare la ripresa, i numeri continuano a raccontare un settore dello spettacolo spor-

tivo incentrato quasi completamente sul calcio, a discapito degli altri sport che viaggiano su livelli di offerta decisamente limitati: se nel 2022 per un evento di sport di squadra si organizzavano dieci spettacoli calcistici, per il 2023 il rapporto è ancora più sfavorevole, di circa uno a dodici. Sul totale del sistema dello spettacolo sportivo nazionale, il peso degli sport di squadra – calcio escluso – è del 7%, il secondo più alto.

Nel corso dell'anno l'offerta presenta una sostanziale stabilità da gennaio ad aprile e, nuovamente, da ottobre a novembre, con grosse flessioni nei mesi più caldi: nei mesi di luglio e agosto si registrano appena 62 spettacoli.

L'offerta di spettacoli è estremamente polarizzata in poche, grandi regioni del Nord e del Centro Italia, dove ad una migliore dote di infrastrutture si associano anche intense politiche di promozione sportiva sul territorio, coadiuvate da livelli di spesa pubblica elevata: Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto, Trentino-Alto Adige, Piemonte e Toscana.⁷ In quasi tutte le altre regioni, l'offerta rimane davvero residuale, ad eccezione delle Marche, con circa 353 spettacoli e della Puglia con 279 spettacoli.

Il post-pandemia e la riconquista del pubblico: nuove opportunità di crescita?

Dopo il drastico calo di pubblico rilevato nei due anni più gravi dalla pandemia, il numero di spettatori degli sport di squadra ha ripreso ad aumentare già significativamente nel 2022. Il 2023 ha consolidato un trend di crescita, registrando oltre 4,6 milioni di spettatori: il superamento dei risultati rilevati per il 2019 (+7,6%) suggerisce, inoltre, che siamo in presenza di una ripresa robusta e un pubblico più coinvolto e appassionato.

L'incremento è particolarmente apprezzabile in quanto associato a un'offerta che si presenta ancora limitata rispetto agli anni antecedenti alla pandemia: l'affluenza media per evento nel 2023 è stata di 866 spettatori, ben più alta del valore registrato tra il 2018 e il 2019 (+17%). Il dato potrebbe trovare riscontro in un aumento dell'attrattività degli eventi di questo tipo generata da diversi fattori, tra cui: la riduzione generalizzata dell'offerta di spettacolo sportivo (calcio compreso), un rinnovato interesse della popolazione, anche alla luce degli importanti traguardi internazio-

7%

dell'offerta di spettacolo sportivo non calcistico

4,6

milioni di spettatori

oltre
50
milioni di euro
generati

nali raggiunti dalle squadre italiane in queste discipline negli ultimi anni (come ad esempio le vittorie delle squadre nazionali maschili e femminili di pallavolo ai tornei mondiali ed europei o gli importanti successi raggiunti dalla squadra italiana di pallacanestro nel panorama mondiale ed europeo), la presenza di grandi eventi internazionali, come il campionato europeo maschile di pallavolo che nel 2023 si è svolto per buona parte in Italia. Del resto, pallavolo e pallacanestro rimangono il terzo e il quarto sport più popolari d'Italia anche nella pratica sportiva, e anche il rugby sta guadagnando in popolarità.⁸ In particolare, aumentano i giovani praticanti, anche grazie a un crescente numero di ragazze e giovani donne che scelgono di praticare sport di squadra.⁹

Anche in questo caso, l'affluenza più alta d'Italia si rileva nelle regioni dove questi sport risultano più popolari e praticati, in particolar modo nell'area nord-orientale del Paese, oltre che in Lombardia, che con oltre 1,1 milioni di spettatori, pari a un quarto della domanda nazionale, quasi raddoppia il valore registrato l'anno precedente (650 mila). Ottima crescita, anche se meno repentina, si rileva anche per il pubblico dell'Emilia-Romagna, che sfiora gli 850 mila spettatori nel 2023 (+41% sull'anno precedente).

Le regioni del Nord-Est e del Centro Italia – a eccezione del Lazio – sono quelle che generalmente si distinguono per una più elevata partecipazione territoriale, quasi sempre significativamente più alta rispetto alla media nazionale, segno di un interesse distintivo dei territori.

Al Sud e nelle Isole emerge un interesse molto meno spiccato da parte della popolazione, con poco più di mezzo milione di spettatori (11,5% del totale nazionale).

Appassionante e democratico: lo sport di squadra è il più accessibile tra gli spettacoli sportivi

Il volume di incassi generato dagli eventi degli sport di squadra nel 2023 ha superato i 50 milioni di euro, in aumento di circa il 45% sull'anno precedente, principalmente in conseguenza dell'aumento del pubblico. Un risultato considerevole, superiore circa del 20% rispetto ai risultati nel 2019 e in linea con l'andamento del 2018, che era stato l'anno migliore in termini di rendimento (oltre che di pubblico).

Il livello di spesa media per spettatore si attesta sugli 11 euro: circa la metà della spesa sostenuta da un partecipante a uno spettacolo calcistico, e la più bassa del comparto sportivo.

Questo dato comporta una riflessione circa l'attrattiva e l'accessibilità di queste tipologie di spettacoli: anche nel caso si tratti di grandi eventi o partite di squadre di campionato di prima fascia, assistervi risulta generalmente molto più economico rispetto a una partita calcistica o un altro evento sportivo di analogo livello e prestigio.

In termini di distribuzione territoriale, è l'area nord-orientale del Paese quella in cui si registrano gli incassi più alti del settore (21 milioni di euro, pari a circa il 42% della spesa complessiva nazionale), ma anche l'area in cui la partecipazione territoriale presenta i tassi più elevati (in media circa due volte il dato nazionale), indicando una maggiore popolarità rispetto alle altre zone d'Italia; in particolare in Emilia-Romagna si raggiungono quasi 13,5 milioni di euro, che è l'incasso regionale più elevato.

Sport individuali

Un lungo cammino di ripresa

Come per tutti i settori dello spettacolo sportivo, l'avvento del Covid-19 ha drasticamente ridotto l'offerta di eventi riguardanti gli sport individuali;¹⁰ tuttavia, in questo caso la ripresa appare nettamente più complicata, confermando anche per il 2023 il contesto sfidante per i soggetti organizzatori che già era emerso nel 2022. Con poco meno di 2,4 mila spettacoli sul territorio nazionale, l'offerta degli eventi sportivi individuali in Italia nel 2023 è, quindi, ancora lontanissima dai livelli rilevati per il biennio 2018-2019, quando gli spettacoli arrivavano anche a 6,5 mila l'anno (-64%). Inoltre, si tratta dell'unico settore dello sport che, dopo aver ripreso quota nel 2022, nel 2023 è nuovamente in calo, segnando una contrazione nei livelli di offerta del 20%.

L'offerta è estremamente localizzata nelle regioni settentrionali e centrali del paese, con una concentrazione significativa in Toscana, Lombardia, Emilia-Romagna e Ve-

⁰⁷ Le cinque regioni menzionate, in rappresentanza del 48% della popolazione nazionale, sostengono il 70% della spesa pubblica (amministrazioni locali) per attività sportiva e tempo libero.
Fonte: OpenPolis, La spesa dei comuni per lo sport e il tempo libero. Dati al 2020. Accesso dati al 4 giugno 2024.

⁰⁸ Fonte: CONI su dati Federazioni Sportive Nazionali e DSA. Dati al 2020.

⁰⁹ Fonte: Censis, Report "Donne, lavoro e sport in Italia. Per la crescita dei territori e del Paese, 7 giugno 2023.

¹⁰ Il settore comprende: Pugilato, Ciclismo, Atletica leggera, Tennis, Concorsi ippici, Automobilismo, Motociclismo, Motonautica e Corse cavalli.

neto, che rappresentano il 60% dell'offerta nazionale; in particolare, in Toscana si riporta una densità di offerta sul territorio che è quasi 4 volte quella media italiana.

In Lombardia e in Emilia-Romagna, così come in Piemonte e Lazio, altre due regioni protagoniste nel contesto nazionale rispetto ai grandi eventi della categoria, il numero di eventi è segnatamente in calo rispetto al 2022.

Anche in Friuli-Venezia Giulia il numero di eventi, rapportato alla popolazione, è ben superiore alla media nazionale, come per gli altri sport di squadra.

Al contrario, nelle regioni meridionali e nelle isole, il numero di manifestazioni realizzate è complessivamente il 9% del totale nazionale, evidenziando una significativa disparità che è in parte ascrivibile ad una minore partecipazione attiva alla pratica sportiva, che per gli sport individuali è un fattore determinante nel consumo di eventi sportivi come intrattenimento, insieme a (e conseguenza di) una carenza di strutture adeguate.¹¹

Anche la distribuzione dell'offerta nel corso dell'anno presenta variazioni significative da mese a mese; sono privilegiati i mesi in cui la temperatura è più mite, in quanto il settore comprende attività sportive che, per la maggior parte, vengono praticate e fruite in strutture all'aperto. Maggio, in particolare, è risultato il mese in cui si sono tenuti più spettacoli (14% del totale del 2023), e anche tra i più prestigiosi, come il Giro d'Italia e gli Internazionali di Tennis a Roma.

Nelle grandi regioni del Nord e del Centro aumenta l'affluenza del pubblico grazie ad eventi prestigiosi

La riduzione del numero di eventi sportivi sul territorio negli ultimi anni non è certamente sinonimo di minore qualità e rilevanza del palinsesto e lo confermano i risultati di pubblico, specialmente nelle regioni più grandi del Nord e del Centro Italia. Il numero di partecipanti a manifestazioni di sport individuale ha infatti continuato a crescere dal 2021, arrivando a sfiorare quasi i 2 milioni di spettatori nel 2023, un valore mai così alto prima del 2018.

quasi
2 mln
di spettatori
nel 2023

Gli eventi più seguiti si sono svolti a maggio, settembre e luglio. Al contrario, nei mesi invernali le affluenze sono ridotte al minimo.

Al contrario di quello che si possa immaginare guardando la distribuzione dell'offerta sul territorio, le regioni dell'area nord-orientale del Paese non presentano livelli di affluenza così alti (17% della domanda nazionale), tranne che in Emilia-Romagna, dove si contano poco più di 250 mila spettatori, un valore significativo rispetto al contesto nazionale.

Nelle altre aree del Paese, le maggiori affluenze di pubblico si registrano in Lazio, Lombardia e Piemonte, in quanto Roma, Milano e Torino sono sede di importanti eventi internazionali, come nel 2023 sono stati gli ATP di tennis, i mondiali di scherma, i campionati di nuoto.

Nel Mezzogiorno l'affluenza di pubblico è quasi nulla (nelle 6 regioni si concentra meno dell'1% della partecipazione nazionale), in sostanziale immobilità rispetto alla situazione rilevata per il 2022. Anche nelle Isole il valore è residuale rispetto al dato nazionale, ma in Sardegna è da segnalare un significativo incremento della partecipazione rispetto all'anno precedente (+150%).

Dopo due anni di contrazione, finalmente in aumento la spesa media. Gli incassi tornano ai livelli pre-Covid

Negli ultimi anni, la spesa complessiva per gli eventi sportivi individuali in Italia ha vissuto notevoli alti e bassi. Nel 2019, in un contesto di crescita del settore, il volume d'affari era di circa 96 milioni di euro. L'arrivo della pandemia ha causato un drastico calo, riducendo la spesa a un quarto del valore per due anni consecutivi. Dopo una buona ripresa avviata nel 2022, nel 2023 gli incassi sono praticamente agli stessi livelli pre-Covid (95 milioni di euro).

Oltre alla crescita del pubblico, all'incremento del volume d'affari ha certamente contribuito l'aumento della spesa media, che arriva a poco meno di 48 euro per spettatore nel 2023, dopo due anni di forte contrazione: proprio nel 2022, infatti, si è registrato il valore più basso degli ultimi anni, pari a 31,40 euro. I livelli di

-64%
spettacoli vs 2019

¹¹ Fonte: Istat, Rapporto Benessere equo e solidale 2023. Link: <https://www.istat.it/it/archivio/295254>

spesa media sono notevolmente più alti in Lazio e Piemonte (82 euro e 75 euro, rispettivamente).

Le dinamiche di offerta e domanda evidenziano un contesto in cui, evidentemente, nel 2023 si è scelto di concentrare gli sforzi organizzativi sui grandi eventi nazionali e internazionali, col tentativo di segnare, finalmente, un cambio di passo rispetto ai risultati realizzati nei tre anni precedenti. I dati relativi all'incasso medio confermano questo fenomeno: un evento di sport individuale, nel 2023, ha generato in media 40 mila euro di spesa, un valore pari a oltre 4 volte quello delle altre categorie sportive (che si aggirano tutti intorno ai 9 mila euro).

I mesi più redditizi sono stati quelli di maggio e settembre.

99,5%
spettacoli vs 2019

Guardando alla distribuzione territoriale, Lombardia e Piemonte si distinguono al Nord, con una spesa complessiva di quasi 30 milioni di euro (32%) equamente divisa. Tuttavia, è in Lazio che spicca particolarmente l'impatto dei grandi eventi sul sistema economico generato: la regione realizza, con appena 150 eventi, più di 50 milioni di euro, pari al 53% degli introiti nazionali.

Altri sport

Offerta ancora dimezzata dopo la pandemia. Per la ripresa del settore cresce la fiducia nei grandi eventi

5,2
mila
spettacoli nel 2023

Con la pandemia, le dinamiche di offerta degli spettacoli sportivi relativi a nuoto, pallanuoto, sport invernali e altri, hanno subito una trasformazione. Il numero di questi spettacoli è diminuito significativamente tra il 2019 e il 2023, passando da circa 9,5 mila manifestazioni a poco più di 5 mila, con una riduzione di circa il 45%.

Rispetto al 2022, tuttavia, l'offerta ha continuato nel suo percorso di crescita (+11%), grazie anche a un significativo aumento nel numero di luoghi ospitanti (+48% in tutta Italia) e, soprattutto, nel numero di soggetti organizzatori (+76%). Resta da capire se, per gli anni a venire, questo rinnovato fermento or-

ganizzativo riuscirà a consolidare la crescita post-pandemica e avvicinarsi, o superare, i livelli di attività registrati prima del 2020.

La stagione più animata è quella primaverile (aprile-giugno) in cui si concentra un terzo delle attività, con una intensità di circa di 550 eventi ogni mese; sono evidenti un ulteriore picco nel mese di dicembre e una flessione nel mese di agosto. Nel resto dell'anno, l'offerta è sostanzialmente stabile intorno a una media di 350-400 eventi al mese.

Sul territorio nazionale, l'offerta si concentra per due terzi nelle regioni settentrionali, mentre per il Centro Italia (circa 21% del totale nazionale), c'è maggiore intensità in Toscana. Nel Lazio gli spettacoli rimangono minori in quantità ma generalmente destinati a un pubblico più ampio.

Il numero di manifestazioni appare sempre molto ridotto al Sud e nelle Isole, pur in rilevante aumento sull'anno precedente in tutte le regioni: tra le maggiori per numero di spettacoli, in Campania l'offerta è raddoppiata rispetto al 2022, mentre in Puglia è addirittura triplicata.

Le grandi manifestazioni risvegliano la partecipazione del pubblico

Come per gli altri settori del comparto, nonostante un calo nel numero di manifestazioni, nel pubblico è sempre più vivo l'interesse per le manifestazioni sportive. La partecipazione è, infatti, in crescita, non solo sull'anno precedente – rispetto alla quale è quasi raddoppiata (+82%) – ma anche sul 2019 (+11%), arrivando a oltre 1,4 milioni di persone (24 spettatori ogni mille abitanti). Anche l'affluenza media per spettacolo è notevolmente aumentata, passando da 168 a 275 spettatori per evento. Tutti questi dati suggeriscono che gli eventi sportivi relativi a nuoto, pallanuoto, sport invernali e altre discipline, sono riusciti ad attirare un pubblico sempre più numeroso, probabilmente grazie anche alla ripresa dei grandi eventi nelle diverse discipline, che nel 2022 erano ancora parzialmente limitati dalle misure di sicurezza pandemiche. Ad esempio, molte delle tappe della Coppa del Mondo dello Sci Alpino in Trentino-Alto Adige.

Proprio il Trentino-Alto Adige, uno dei principali poli italiani per gli sport invernali, noto anche all'estero, registra un alto numero

di spettatori (17% della quota nazionale), guadagnando circa 90 mila spettatori in più sull'anno precedente. Nel resto del Nord Italia anche Emilia-Romagna, Lombardia e Piemonte attirano un buon numero di partecipanti.

Il Lazio si conferma ancora una volta la sede principale per i grandi eventi sportivi (eccezione fatta per gli sport invernali), avendo da sola oltre 300 mila spettatori (circa un quinto del totale nazionale) nonostante un numero esiguo di eventi.

Le regioni del Sud e le Isole mostrano un coinvolgimento ridotto al minimo, anche determinato da un sistema di eventi poco rilevante nel contesto nazionale, che attrae porzioni di pubblico davvero esigue se comparate con il resto del Paese, per una quota rappresentativa del 5% degli spettatori nazionali.

La spesa cresce a livelli record ma il beneficio economico è ripartito su poche destinazioni

Il settore nel 2023 ha vissuto il più grande incremento del volume di affari sull'anno precedente (4 volte più alto) - non solo all'interno del comparto sportivo, ma anche confrontato a tutti i settori dello spettacolo inclusi nel perimetro di questo Report. La spesa complessiva per il 2023 è pari a 47 milioni, in crescita quindi anche sull'ultimo anno pre-pandemico (+18% circa).

Questo riflette un maggiore impegno finanziario da parte del pubblico, evidentemente ridimensionato coerentemente alla carenza media degli eventi in palinsesto, ma anche le spinte inflazionistiche che hanno comportato un aggravio nei costi di gestione (si pensi solo all'impatto dei costi per l'energia per garantire il funzionamento degli im-

pianti sciistici, per quanto riguarda gli sport invernali). La spesa media per spettatore è, infatti, passata dai 14 euro del 2022 ai 33 euro del 2023 (+134%), ma si tratta di un valore estremamente variabile sul territorio nazionale e subordinato alla tipologia di evento sportivo. Pochi eventi tra quelli proposti, infatti, sono effettivamente dei catalizzatori di pubblico e spesa, e concentrati in poche destinazioni. Fatta eccezione per poche regioni italiane, infatti, - Lazio, Lombardia, Trentino-Alto Adige, Liguria - molto difficilmente l'esborso medio dello spettatore eccede i 12-14 euro.

In particolare, nel Lazio si percepisce l'inequivocabile effetto della ripresa a pieno regime dei grandi eventi sportivi del settore (come ad esempio la Ryder Cup), con impatti anche notevoli sull'economia del territorio: nella regione si concentrano quasi i due terzi del volume d'affari nazionale, pari a poco meno di 30 milioni di euro. Se, infatti, appena l'anno precedente un evento generava in media tra i 6 mila e i 7 mila euro, nel 2023 l'incasso medio per evento ha superato i 90 mila euro, con livelli di spesa media che si aggirano intorno ai 100 euro per spettatore.

Seguono il Trentino-Alto Adige, con 4,5 milioni di euro, spesa significativa rispetto agli altri eventi sportivi e imputabile al volume d'affari generato dagli sport invernali, e la Lombardia con poco meno di 4 milioni di euro.

Nel Sud e nelle Isole, la spesa è generalmente molto bassa (1,4% della spesa nazionale), confermando un sistema popolato da eventi minori.

+82%
spettatori nel 2023

+18%
volume d'affari vs 2019

TAVOLE

A01	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	142
A02	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MESE EVENTO	/	143
A03	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT INCIDENZA PERCENTUALE DELLA SPESA NEI GIORNI DELLA SETTIMANA	/	144
A04	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAREA E REGIONE	/	145
A05	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DEGLI SPETTACOLI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	146
A06	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DEGLI SPETTATORI SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	147
A07	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT RAFFRONTO DELLA SPESA SULL'ANNO PRECEDENTE PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO	/	148
A08	/	SPESA MEDIA PER ASSISTERE ALL'EVENTO PERIODO 2023-2022 DATI PER AGGREGATO DI GENERE MANIFESTAZIONE	/	149
A09	/	SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT ANALISI DEL QUINQUENNIO 2019-2023	/	150
A10	/	NUMERO DEI LUOGHI DI SPETTACOLO DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO DI GENERE MANIFESTAZIONE	/	152
A11	/	NUMERO DEGLI ORGANIZZATORI DI SPETTACOLO DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO, AGGREGATO E REGIONE	/	154

Scansiona il QR Code
per consultare tutte le
tavole dello spettacolo,
dell'intrattenimento e dello
sport del Rapporto SIAE 2023.



SPETTACOLI, SPETTATORI E SPESA PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO

SPETTACOLO - INTRATTENIMENTO - SPORT

A01

SPETTACOLO		SPETTACOLI	SPETTATORI	SPESA
CINEMA	Cinema	2.579.112	74.063.450	530.531.050,17
	TOTALE	2.579.112	74.063.450	530.531.050,17
TEATRO	Prosa	90.328	15.243.432	250.767.128,24
	Lirica	2.948	2.152.836	110.092.801,76
	Rivista e Musical	2.764	1.467.488	46.854.182,49
	Balletto	11.494	2.376.490	41.172.015,07
	Burattini e Marionette	2.647	205.072	1.378.161,16
	Arte varia	20.088	3.981.846	61.228.449,39
	Circo	16.205	934.937	8.890.227,29
	TOTALE	146.474	26.362.101	520.382.965,40
CONCERTI	Classica	18.939	3.461.441	56.101.663,96
	Pop, Rock e Leggera	36.018	23.732.393	894.097.477,59
	Jazz	6.682	988.698	17.183.544,49
	TOTALE	61.639	28.182.532	967.382.686,04
MOSTRE	Mostre	78.871	16.491.154	153.497.020,98
	TOTALE	78.871	16.491.154	153.497.020,98
TOTALE SPETTACOLO		2.866.096	145.099.237	2.171.793.722,59
INTRATTENIMENTO				
BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI	Discoteche e ballo	197.233	33.865.878	488.736.963,64
	Intrattenimenti musicali	320.025	16.914.260	291.808.904,88
	TOTALE	517.258	50.780.138	780.545.868,52
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	21.348	19.644.126	348.177.983,67
	Attrazioni viaggianti	11.117	2.170.445	28.069.403,61
	TOTALE	32.465	21.814.571	376.247.387,28
FIERE	Fiere	2.397	10.417.710	80.492.969,20
	TOTALE	2.397	10.417.710	80.492.969,20
TOTALE INTRATTENIMENTO		552.120	83.012.419	1.237.286.225,00
SPORT				
SPORT	Calcio	63.674	28.720.588	611.606.257,83
	Sport di squadra non calcio	5.316	4.601.906	50.589.104,52
	Sport individuali	2.366	1.985.272	94.979.571,71
	Altri sport	5.177	1.423.907	46.955.652,10
	TOTALE	76.533	36.731.673	804.130.586,16
TOTALE SPORT		76.533	36.731.673	804.130.586,16
TOTALE SPETTACOLO + INTRATTENIMENTO + SPORT		3.494.749	264.843.329	4.213.210.533,75

MESE EVENTO	SPETTACOLI	SPETTATORI	SPESA
Gennaio	298.410	19.159.218	224.370.264,67 €
Febbraio	267.897	17.313.656	221.060.371,64 €
Marzo	294.609	18.886.967	265.968.658,70 €
Aprile	313.558	23.216.089	326.341.879,57 €
Maggio	282.558	20.484.714	341.414.173,49 €
Giugno	279.631	21.522.588	460.520.081,52 €
Luglio	275.140	27.817.349	652.138.820,07 €
Agosto	245.285	26.509.577	438.774.844,70 €
Settembre	286.404	22.771.640	366.911.050,87 €
Ottobre	300.317	20.448.795	284.740.959,24 €
Novembre	298.460	22.715.996	287.639.232,79 €
Dicembre	352.480	23.996.740	343.330.196,49 €
TOTALE	3.494.749	264.843.329	4.213.210.533,75 €

SPETTACOLO	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
Cinema	8,79%	9,97%	11,17%	10,08%	13,44%	23,55%	22,99%
Prosa	7,05%	9,96%	10,67%	13,31%	18,38%	23,96%	16,67%
Lirica	1,82%	9,14%	9,62%	17,17%	21,23%	23,87%	17,15%
Rivista e Musical	1,88%	5,74%	7,60%	10,88%	17,68%	31,36%	24,86%
Balletto	3,24%	8,41%	12,64%	12,44%	14,69%	25,97%	22,62%
Burattini e Marionette	6,71%	9,21%	8,67%	9,85%	11,27%	24,77%	29,50%
Arte varia	2,87%	5,76%	5,02%	7,60%	12,65%	30,22%	35,87%
Circo	6,54%	5,67%	4,61%	10,95%	16,82%	28,42%	27,00%
Classica	7,97%	7,53%	9,92%	17,31%	14,32%	23,16%	19,80%
Pop, Rock e Leggera	7,89%	10,08%	10,82%	12,75%	16,84%	28,80%	12,82%
Jazz	5,81%	12,55%	12,11%	15,10%	17,82%	21,05%	15,57%
Mostre	8,41%	8,70%	9,43%	9,99%	12,52%	24,29%	26,66%
INTRATTENIMENTO	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
Discoteche e ballo	6,02%	6,10%	3,83%	6,45%	14,67%	32,74%	30,19%
Intrattenimenti musicali	5,66%	7,36%	7,71%	11,10%	21,05%	25,31%	21,81%
Parchi da Divertimento	11,61%	11,08%	11,16%	11,33%	11,47%	18,04%	25,31%
Attrazioni viaggianti	10,45%	10,09%	9,74%	9,95%	12,88%	24,34%	22,56%
Fiere	4,78%	3,29%	3,50%	4,00%	9,37%	34,13%	40,95%
SPORT	LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
Calcio	4,14%	16,15%	15,08%	6,87%	5,59%	22,83%	29,34%
Sport di squadra non calcio	4,47%	6,28%	8,47%	6,54%	7,65%	29,65%	36,94%
Sport individuali	5,50%	5,78%	7,52%	6,93%	11,26%	23,21%	39,82%
Altri sport	0,75%	4,98%	3,31%	9,18%	23,54%	28,39%	29,85%

	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
NORD OVEST	Liguria	104.396	10,22%	6.702.164	7,94%	83.833.650,83 €	5,68%
	Lombardia	638.659	62,51%	56.620.389	67,06%	1.077.117.099,37 €	72,98%
	Piemonte	268.405	26,27%	20.531.156	24,32%	306.866.266,25 €	20,79%
	Valle d'Aosta	10.265	1,00%	577.677	0,68%	8.051.304,72 €	0,55%
	TOTALE	1.021.725	100%	84.431.386	100%	1.475.868.321,17 €	100%
	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
NORD EST	Emilia-Romagna	310.583	43,67%	29.273.234	43,72%	425.026.163,34 €	40,77%
	Friuli-Venezia Giulia	93.088	13,09%	6.208.537	9,27%	79.984.817,70 €	7,67%
	Trentino-Alto Adige	50.679	7,13%	4.762.767	7,11%	66.079.569,48 €	6,34%
	Veneto	256.869	36,12%	26.710.622	39,89%	471.440.537,57 €	45,22%
	TOTALE	711.219	100%	66.955.160	100%	1.042.531.088,09 €	100%
	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
CENTRO	Lazio	413.722	48,26%	30.678.769	50,63%	593.875.076,63 €	59,77%
	Marche	111.087	12,96%	7.078.845	11,68%	84.760.559,33 €	8,53%
	Toscana	265.377	30,96%	19.031.582	31,41%	269.525.941,05 €	27,13%
	Umbria	67.017	7,82%	3.805.189	6,28%	45.394.794,75 €	4,57%
	TOTALE	857.203	100%	60.594.385	100%	993.556.371,76 €	100%
	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
SUD	Abruzzo	79.468	13,34%	4.453.196	12,40%	44.316.250,32 €	9,27%
	Basilicata	24.168	4,06%	1.008.317	2,81%	11.388.876,00 €	2,38%
	Calabria	48.381	8,12%	2.603.496	7,25%	28.055.098,98 €	5,87%
	Campania	219.662	36,88%	15.702.933	43,73%	258.658.343,12 €	54,13%
	Molise	6.713	1,13%	416.620	1,16%	3.322.066,60 €	0,70%
	Puglia	217.241	36,47%	11.721.323	32,64%	132.074.860,69 €	27,64%
	TOTALE	595.633	100%	35.905.885	100%	477.815.495,71 €	100%
	REGIONE	SPETTACOLI	%	SPETTATORI	%	SPESA	%
ISOLE	Sardegna	92.017	29,78%	4.251.940	25,08%	61.168.572,23 €	27,38%
	Sicilia	216.952	70,22%	12.704.573	74,92%	162.270.684,79 €	72,62%
	TOTALE	308.969	100%	16.956.513	100%	223.439.257,02 €	100%

TOTALE COMPLESSIVO	3.494.749	264.843.329	4.213.210.533,75 €
--------------------	-----------	-------------	--------------------

MACROAGGREGATO	AGGREGATO	2022	2023	VAR % 2023 / 2022
CINEMA	Cinema	2.255.029	2.579.112	14,37
	TOTALE	2.255.029	2.579.112	14,37
TEATRO	Prosa	77.288	90.328	16,87
	Lirica	2.643	2.948	11,54
	Rivista e Musical	2.118	2.764	30,50
	Balletto	10.145	11.494	13,30
	Burattini e Marionette	2.446	2.647	8,22
	Arte varia	15.280	20.088	31,47
	Circo	15.942	16.205	1,65
	TOTALE	125.862	146.474	16,38
CONCERTI	Classica	17.472	18.939	8,40
	Pop, Rock e Leggera	31.090	36.018	15,85
	Jazz	6.048	6.682	10,48
	TOTALE	54.610	61.639	12,87
MOSTRE	Mostre	67.359	78.871	17,09
	TOTALE	67.359	78.871	17,09
TOTALE SPETTACOLO		2.502.860	2.866.096	14,51
INTRATTENIMENTO				
BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI	Discoteche e ballo	163.800	197.233	20,41
	Intrattenimenti musicali	275.578	320.025	16,13
	TOTALE	439.378	517.258	17,73
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	18.772	21.348	13,72
	Attrazioni viaggianti	9.614	11.117	15,63
	TOTALE	28.386	32.465	14,37
FIERE	Fiere	2.682	2.397	▼ -10,63
	TOTALE	2.682	2.397	▼ -10,63
TOTALE INTRATTENIMENTO		470.446	552.120	17,36
SPORT				
SPORT	Calcio	55.761	63.674	14,19
	Sport di squadra non calcio	4.800	5.316	10,75
	Sport individuali	2.942	2.366	▼ -19,58
	Altri sport	4.648	5.177	11,38
	TOTALE	68.151	76.533	12,30
TOTALE SPORT		68.151	76.533	12,30
TOTALE SPETTACOLO + INTRATTENIMENTO + SPORT		3.041.457	3.494.749	14,90

MACROAGGREGATO	AGGREGATO	2022	2023	VAR % 2023 / 2022
CINEMA	Cinema	47.651.620	74.063.450	55,43
	TOTALE	47.651.620	74.063.450	55,43
TEATRO	Prosa	11.052.624	15.243.432	37,92
	Lirica	1.737.537	2.152.836	23,90
	Rivista e Musical	1.461.707	1.467.488	0,40
	Balletto	1.908.005	2.376.490	24,55
	Burattini e Marionette	159.887	205.072	28,26
	Arte varia	2.127.128	3.981.846	87,19
	Circo	785.170	934.937	19,07
	TOTALE	19.232.058	26.362.101	37,07
CONCERTI	Classica	2.696.307	3.461.441	28,38
	Pop, Rock e Leggera	20.894.726	23.732.393	13,58
	Jazz	799.090	988.698	23,73
	TOTALE	24.390.123	28.182.532	15,55
MOSTRE	Mostre	12.146.575	16.491.154	35,77
	TOTALE	12.146.575	16.491.154	35,77
TOTALE SPETTACOLO		103.420.376	145.099.237	40,30
INTRATTENIMENTO				
BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI	Discoteche e ballo	29.461.143	33.865.878	14,95
	Intrattenimenti musicali	16.624.914	16.914.260	1,74
	TOTALE	46.086.057	50.780.138	10,19
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	18.463.628	19.644.126	6,39
	Attrazioni viaggianti	2.089.961	2.170.445	3,85
	TOTALE	20.553.589	21.814.571	6,14
FIERE	Fiere	8.954.304	10.417.710	16,34
	TOTALE	8.954.304	10.417.710	16,34
TOTALE INTRATTENIMENTO		75.593.950	83.012.419	9,81
SPORT				
SPORT	Calcio	19.684.436	28.720.588	45,91
	Sport di squadra non calcio	2.982.318	4.601.906	54,31
	Sport individuali	1.853.871	1.985.272	7,09
	Altri sport	780.163	1.423.907	82,51
	TOTALE	25.300.788	36.731.673	45,18
TOTALE SPORT		25.300.788	36.731.673	45,18
TOTALE SPETTACOLO + INTRATTENIMENTO + SPORT		204.315.114	264.843.329	29,62

MACROAGGREGATO	AGGREGATO	2022	2023	VAR % 2023 / 2022
CINEMA	Cinema	333.035.442,10	530.531.050,17	59,30
		333.035.442,10	530.531.050,17	59,30
TEATRO	Prosa	174.662.964,97	250.767.128,24	43,57
	Lirica	84.514.875,84	110.092.801,76	30,26
	Rivista e Musical	54.231.180,20	46.854.182,49	▼ -13,60
	Balletto	31.306.041,11	41.172.015,07	31,51
	Burattini e Marionette	1.046.514,10	1.378.161,16	31,69
	Arte varia	29.912.542,76	61.228.449,39	104,69
	Circo	8.713.617,90	8.890.227,29	2,03
		384.387.736,88	520.382.965,40	35,38
CONCERTI	Classica	38.680.883,42	56.101.663,96	45,04
	Pop, Rock e Leggera	673.971.477,87	894.097.477,59	32,66
	Jazz	12.068.861,86	17.183.544,49	42,38
		724.721.223,15	967.382.686,04	33,48
MOSTRE	Mostre	101.508.458,39	153.497.020,98	51,22
		101.508.458,39	153.497.020,98	51,22
TOTALE SPETTACOLO		1.543.652.860,52	2.171.793.722,59	40,69
INTRATTENIMENTO				
BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI	Discoteche e ballo	410.050.344,29	488.736.963,64	19,19
	Intrattenimenti musicali	240.144.364,21	291.808.904,88	21,51
		650.194.708,50	780.545.868,52	20,05
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	312.530.045,92	348.177.983,67	11,41
	Attrazioni viaggianti	28.961.559,99	28.069.403,61	▼ -3,08
		341.491.605,91	376.247.387,28	10,18
FIERE	Fiere	54.072.007,48	80.492.969,20	48,86
		54.072.007,48	80.492.969,20	48,86
TOTALE INTRATTENIMENTO		1.045.758.321,89	1.237.286.225,00	18,31
SPORT				
SPORT	Calcio	380.871.205,18	611.606.257,83	60,58
	Sport di squadra non calcio	34.873.022,66	50.589.104,52	45,07
	Sport individuali	58.206.098,22	94.979.571,71	63,18
	Altri sport	10.862.953,93	46.955.652,10	332,25
		484.813.279,99	804.130.586,16	65,86
TOTALE SPORT		484.813.279,99	804.130.586,16	65,86
TOTALE SPETTACOLO + INTRATTENIMENTO + SPORT		3.074.224.462,40	4.213.210.533,75	37,05

MACROAGGREGATO	AGGREGATO	2022	2023	VAR % 2023 / 2022
CINEMA	Cinema	7,16	6,99	2,49
TEATRO	Prosa	16,45	15,80	4,10
	Lirica	51,14	48,64	5,14
	Rivista e Musical	31,93	37,10	▼ -13,94
	Balletto	17,32	16,41	5,59
	Burattini e Marionette	6,72	6,55	2,67
	Arte varia	15,38	14,06	9,35
	Circo	9,51	11,10	▼ -14,32
CONCERTI	Classica	16,21	14,35	12,98
	Pop, Rock e Leggera	37,67	32,26	16,80
	Jazz	17,38	15,10	15,07
MOSTRE	Mostre	9,31	8,36	11,38
INTRATTENIMENTO	AGGREGATO	2021	2022	VAR % 2022 / 2021
BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI	Discoteche e ballo	14,43	13,92	3,69
	Intrattenimenti musicali	17,25	14,44	19,44
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	Parchi da Divertimento	17,72	16,93	4,71
	Attrazioni viaggianti	12,93	13,86	▼ -6,67
FIERE	Fiere	7,73	6,04	27,95
INTRATTENIMENTO	AGGREGATO	2021	2022	VAR % 2022 / 2021
SPORT	Calcio	21,30	19,35	10,06
	Sport di squadra non calcio	10,99	11,69	▼ -5,99
	Sport individuali	47,84	31,40	52,38
	Altri sport	32,98	13,92	136,83

	VALORI	2019	2020	2021	2022	2023
Tutti i generi manifestazione	Numero locali	82.520	45.276	39.895	80.018	90.593
	Spettacoli	4.285.631	1.321.473	1.692.673	3.041.457	3.494.749
	Spettatori	288.212.935	78.508.911	81.499.778	204.315.114	264.843.329
	Spesa	3.832.916.220 €	919.428.258 €	1.065.206.700 €	3.074.224.462 €	4.213.210.534 €
	Spesa media per partecipante	13,35 €	13,30 €	11,71 €	13,07 €	14,96 €
	Affluenza media	67	59	48	67	76
	Introiti per spettacolo	894,36 €	695,76 €	629,30 €	1.010,77 €	1.205,58 €
	Introiti per locale	46.448 €	20.307 €	26.700 €	38.419 €	46.507 €
	Eventi per locale	52	29	42	38	39
	Numero comuni	6.637	5.394	5.133	6.897	7.134
Cinema	Numero locali	5.272	5.229	4.901	5.239	4.961
	Spettacoli	3.235.255	994.900	1.350.335	2.255.029	2.579.112
	Spettatori	104.439.213	30.305.771	26.732.626	47.651.620	74.063.450
	Spesa	682.386.340 €	194.647.171 €	184.952.376 €	333.035.442 €	530.531.050 €
	Spesa media per partecipante	6,53 €	6,42 €	6,92 €	6,99 €	7,16 €
	Affluenza media	32	30	20	21	29
	Introiti per spettacolo	210,92 €	195,64 €	136,97 €	147,69 €	205,70 €
	Introiti per locale	129.436 €	37.225 €	37.738 €	63.569 €	106.940 €
	Eventi per locale	614	190	276	430	520
	Numero comuni	1.411	1.403	1.280	1.331	1.282
Teatro	Numero locali	11.568	6.641	8.886	14.404	16.767
	Spettacoli	131.409	46.337	67.597	125.862	146.474
	Spettatori	24.479.966	7.327.529	6.642.677	19.232.058	26.362.101
	Spesa	483.193.532 €	113.180.949 €	132.174.503 €	384.387.737 €	520.382.965 €
	Spesa media per partecipante	19,74 €	15,45 €	19,90 €	19,99 €	19,74 €
	Affluenza media	186	158	98	153	180
	Introiti per spettacolo	3.677,02 €	2.442,56 €	1.955,33 €	3.054,04 €	3.552,73 €
	Introiti per locale	41.770 €	17.043 €	14.874 €	26.686 €	31.036 €
	Eventi per locale	11	7	8	9	9
	Numero comuni	3.364	2.281	2.644	3.629	4.079
Concerti	Numero locali	8.084	4.013	6.569	14.725	16.451
	Spettacoli	38.317	13.535	26.049	54.610	61.639
	Spettatori	16.564.233	2.736.608	4.771.554	24.390.123	28.182.532
	Spesa	514.034.845 €	54.416.677 €	113.257.901 €	724.721.223 €	967.382.686 €
	Spesa media per partecipante	31,03 €	19,88 €	23,74 €	29,71 €	34,33 €
	Affluenza media	432	202	183	447	457
	Introiti per spettacolo	13.415,32 €	4.020,44 €	4.347,88 €	13.270,85 €	15.694,33 €
	Introiti per locale	63.587 €	13.560 €	17.241 €	49.217 €	58.804 €
	Eventi per locale	5	3	4	4	4
	Numero comuni	2.499	1.460	2.146	4.159	4.441
Mostre	Numero locali	885	520	519	772	922
	Spettacoli	71.833	28.232	42.276	67.359	78.871
	Spettatori	15.433.383	4.302.597	5.432.127	12.146.575	16.491.154
	Spesa	128.656.102 €	35.779.674 €	47.878.850 €	101.508.458 €	153.497.021 €
	Spesa media per partecipante	8,34 €	8,32 €	8,81 €	8,36 €	9,31 €
	Affluenza media	215	152	128	180	209
	Introiti per spettacolo	1.791,04 €	1.267,34 €	1.132,53 €	1.506,98 €	1.946,18 €
	Introiti per locale	145.374 €	68.807 €	92.252 €	131.488 €	166.483 €
	Eventi per locale	81	54	81	87	86
	Numero comuni	318	209	202	279	309

VALORI		2019	2020	2021	2022	2023
Ballo e intrattenimenti musicali	Numero locali	54.695	25.984	19.612	48.428	56.592
	Spettacoli	659.298	188.849	159.194	439.378	517.258
	Spettatori	65.026.046	16.461.240	14.972.199	46.086.057	50.780.138
	Spesa	1.050.744.926 €	273.860.693 €	201.843.758 €	650.194.709 €	780.545.869 €
	Spesa media per partecipante	16,16 €	16,64 €	13,48 €	14,11 €	15,37 €
	Affluenza media	99	87	94	105	98
	Introiti per spettacolo	1.593,73 €	1.450,16 €	1.267,91 €	1.479,81 €	1.509,01 €
	Introiti per locale	19.211 €	10.540 €	10.292 €	13.426 €	13.793 €
	Eventi per locale	12	7	8	9	9
	Numero comuni	6.158	4.683	3.805	6.210	6.437
Parchi e attrazioni viaggianti	Numero locali	282	196	231	275	376
	Spettacoli	23.888	14.109	18.813	28.386	32.465
	Spettatori	20.471.635	8.463.614	11.967.432	20.553.589	21.814.571
	Spesa	276.897.915 €	109.030.725 €	182.857.188 €	341.491.606 €	376.247.387 €
	Spesa media per partecipante	13,53 €	12,88 €	15,28 €	16,61 €	17,25 €
	Affluenza media	857	600	636	724	672
	Introiti per spettacolo	11.591,51 €	7.727,74 €	9.719,73 €	12.030,28 €	11.589,32 €
	Introiti per locale	981.907 €	556.279 €	791.590 €	1.241.788 €	1.000.658 €
	Eventi per locale	85	72	81	103	86
	Numero comuni	222	155	184	191	260
Fiere	Numero locali	516	152	194	420	457
	Spettacoli	3.121	948	1.283	2.682	2.397
	Spettatori	10.925.348	1.827.632	2.660.300	8.954.304	10.417.710
	Spesa	68.602.852 €	12.822.589 €	18.892.539 €	54.072.007 €	80.492.969 €
	Spesa media per partecipante	6,28 €	7,02 €	7,10 €	6,04 €	7,73 €
	Affluenza media	3.501	1.928	2.073	3.339	4.346
	Introiti per spettacolo	21.981,05 €	13.525,94 €	14.725,28 €	20.161,08 €	33.580,71 €
	Introiti per locale	132.951 €	84.359 €	97.384 €	128.743 €	176.133 €
	Eventi per locale	6	6	7	6	5
	Numero comuni	258	97	115	195	231
Sport	Numero locali	8.830	6.021	3.158	6.766	7.213
	Spettacoli	122.510	34.563	27.126	68.151	76.533
	Spettatori	30.873.111	7.083.920	8.320.863	25.300.788	36.731.673
	Spesa	628.399.709 €	125.689.781 €	183.349.584 €	484.813.280 €	804.130.586 €
	Spesa media per partecipante	20,35 €	17,74 €	22,03 €	19,16 €	21,89 €
	Affluenza media	252	205	307	371	480
	Introiti per spettacolo	5.129,37 €	3.636,54 €	6.759,18 €	7.113,81 €	10.506,98 €
	Introiti per locale	71.166 €	20.875 €	58.059 €	71.654 €	111.484 €
	Eventi per locale	14	6	9	10	11
	Numero comuni	3.188	2.526	1.730	2.455	2.548

DETAGLIO PER MACROAGGREGATO ED AGGREGATO DI GENERE MANIFESTAZIONE

NUMERO DEI LUOGHI DI SPETTACOLO

A10

MACROAGGREGATO	ABRUZZO	BASILICATA	CALABRIA	CAMPANIA	EMILIA ROMAGNA	FRIULI VENEZIA GIULIA	LAZIO
CINEMA	106	41	72	281	515	148	485
TEATRO	443	235	465	964	2.365	706	1.291
Prosa	247	154	301	530	1.139	408	685
Lirica	10	7	9	8	53	19	22
Rivista e Musical	9	4	17	45	68	17	41
Balletto	46	29	54	133	411	108	227
Burattini e Marionette	35	1	6	21	55	35	17
Arte varia	68	22	39	97	484	81	181
Circo	28	18	39	130	155	38	118
CONCERTI	656	353	540	1.040	1.943	674	1.007
Classica	119	89	146	259	369	176	239
Pop, Rock e Leggera	458	239	318	694	1.340	426	659
Jazz	79	25	76	87	234	72	109
MOSTRE	9	5	11	39	84	32	89
BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI	9	5	11	39	84	32	89
Discoteche e ballo	1.702	575	499	3.170	6.873	2.453	3.065
Intrattenimenti musicali	556	181	158	848	1.844	608	1.056
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	1.146	394	341	2.322	5.029	1.845	2.009
Parchi da Divertimento	7	5	36	36	46	5	22
Attrazioni viaggianti	6	5	17	20	35	2	19
FIERE	15	1	1	23	56	13	34
SPORT	159	45	65	209	651	432	270
Calcio	100	31	40	99	371	299	84
Sport di squadra non calcio	14	4	6	16	63	31	15
Sport individuali	14	-	-	14	63	45	29
Altri sport	31	10	19	80	154	57	142
TOTALE	3.097	1.260	1.689	5.762	12.533	4.463	6.263

LIGURIA	LOMBARDIA	MARCHE	MOLISE	PIEMONTE	PUGLIA	SARDEGNA	SICILIA	TOSCANA	TRENTINO ALTO ADIGE	UMBRIA	VALLE D'AOSTA	VENETO	TOTALE	VAR. % 2023/2022
142	921	175	12	361	282	90	307	360	123	91	27	422	4.961	▼ -5,3%
463	3.009	970	72	1.933	1.156	1.023	1.227	1.833	695	372	91	1.686	20.999	16,1%
260	1.663	437	48	1.049	625	560	661	972	391	181	44	941	11.296	9,7%
14	57	23	1	34	16	6	22	83	18	13	1	33	449	2,5%
11	122	32	3	51	31	13	39	33	21	13	1	44	615	32,5%
73	464	170	5	270	150	188	178	306	100	75	7	272	3.266	12,7%
7	68	57	-	20	32	32	34	56	18	18	1	10	523	3,6%
72	400	191	9	341	183	200	130	283	129	45	19	254	3.228	52,3%
26	235	60	6	168	119	24	163	100	18	27	18	132	1.622	19,2%
448	2.557	974	167	1.685	1.227	781	877	1.264	642	360	52	1.312	18.559	11,5%
123	572	169	26	280	341	135	268	433	168	105	10	276	4.303	6,7%
292	1.707	673	121	1.176	734	480	472	628	408	215	37	867	11.944	13,6%
33	278	132	20	229	152	166	137	203	66	40	5	169	2.312	9,9%
23	154	27	4	91	25	14	57	87	9	26	8	128	922	19,4%
23	154	27	4	91	25	14	57	87	9	26	8	128	922	19,4%
2.295	9.985	3.502	212	6.281	2.285	2.147	2.580	4.906	2.868	1.443	457	5.667	62.965	17,1%
657	3.257	1.277	79	3.114	680	490	986	1.394	1.048	615	195	1.535	20.578	19,3%
1.638	6.728	2.225	133	3.167	1.605	1.657	1.594	3.512	1.820	828	262	4.132	42.387	16,1%
4	49	6	-	33	27	13	16	30	-	6	2	36	379	35,4%
1	31	2	-	23	25	5	12	11	-	5	-	30	249	20,3%
4	90	25	1	26	21	6	16	40	15	14	-	56	457	8,8%
195	1.580	413	32	678	203	156	154	1.117	198	157	47	678	7.439	6,4%
77	935	264	20	398	86	103	66	768	69	97	17	404	4.328	▼ -3,5%
3	130	43	1	39	31	10	17	64	7	14	-	56	564	5,4%
21	148	25	5	61	14	16	12	99	34	13	-	72	685	▼ -4,3%
94	367	81	6	180	72	27	59	186	88	33	30	146	1.862	48,2%
3.574	18.345	6.092	500	11.088	5.226	4.230	5.234	9.637	4.550	2.469	684	9.985	116.681	14,2%

DETTAGLIO PER MACROAGGREGATO, AGGREGATO E REGIONE

NUMERO DEGLI ORGANIZZATORI DI SPETTACOLO

A11

MACROAGGREGATO	ABRUZZO	BASILICATA	CALABRIA	CAMPANIA	EMILIA ROMAGNA	FRIULI VENEZIA GIULIA	LAZIO
CINEMA	26	20	38	100	199	40	129
TEATRO	314	165	237	622	1.567	340	1.008
Prosa	196	121	156	439	852	172	730
Lirica	7	6	9	6	45	14	18
Rivista e Musical	12	3	15	36	71	13	45
Balletto	61	15	46	128	438	129	183
Burattini e Marionette	6	1	3	11	27	10	8
Arte varia	57	22	45	98	438	67	167
Circo	11	10	11	22	31	12	45
CONCERTI	487	216	331	698	1.342	446	751
Classica	54	39	43	79	150	53	131
Pop, Rock e Leggera	430	191	287	622	1.192	395	627
Jazz	34	13	31	63	136	33	69
MOSTRE	8	3	10	33	66	25	59
BALLO E INTRATTENIMENTI MUSICALI	1.428	491	449	2.654	5.464	1.932	2.493
Discoteche e ballo	516	179	152	801	1.625	569	987
Intrattenimenti musicali	1.064	368	330	2.150	4.546	1.649	1.805
PARCHI E ATTRAZIONI VIAGGIANTI	5	5	9	25	28	4	18
Parchi da Divertimento	4	5	2	13	19	2	15
Attrazioni viaggianti	1	-	7	14	10	2	3
FIERE	14	1	1	24	50	15	48
SPORT	147	35	58	196	518	278	242
Calcio	92	23	35	93	271	165	71
Sport di squadra non calcio	11	3	6	15	53	22	16
Sport individuali	13	-	-	13	57	42	23
Altri sport	32	10	18	79	147	53	132
TOTALE	2.186	812	1.042	3.990	7.890	2.641	4.238

LIGURIA	LOMBARDIA	MARCHE	MOLISE	PIEMONTE	PUGLIA	SARDEGNA	SICILIA	TOSCANA	TRENTINO ALTO ADIGE	UMBRIA	VALLE D'AOSTA	VENETO	TOTALE	VAR. % 2023/2022
53	326	53	4	133	95	29	125	175	38	23	12	169	1.698	6,5%
338	2.177	709	63	1.285	678	443	733	1.178	413	323	47	1.061	12.772	71,4%
211	1.320	372	50	678	455	222	538	617	236	193	25	613	7.613	58,9%
11	47	15	2	22	15	4	14	30	11	7	1	23	302	11,4%
12	139	32	4	45	31	13	37	35	22	12	1	39	543	60,2%
76	588	187	6	380	105	96	98	365	77	91	11	282	3.257	60,0%
6	43	12	-	10	13	7	15	20	6	8	1	7	201	▼ -0,5%
70	410	182	8	321	159	153	128	279	118	40	11	226	2.956	103,2%
16	49	15	3	36	25	10	19	23	9	8	6	25	241	10,0%
289	1.906	703	144	1.273	681	374	514	668	412	242	41	985	11.714	54,1%
40	225	65	13	127	119	31	100	162	86	40	5	136	1.487	17,6%
260	1.687	634	128	1.110	561	336	418	511	336	202	36	827	10.246	59,1%
29	149	56	8	132	102	41	69	87	35	21	5	87	1.151	20,5%
18	110	19	3	57	21	12	47	61	8	19	2	56	550	11,3%
1.941	8.006	2.729	191	4.785	1.829	1.849	2.144	4.044	2.429	1.124	337	4.567	50.631	32,1%
609	3.041	1.125	76	2.722	586	473	921	1.284	1.072	543	180	1.362	18.757	47,3%
1.530	6.117	2.039	130	2.855	1.441	1.545	1.470	3.206	1.725	741	226	3.745	38.499	25,2%
4	38	6	-	24	14	7	12	21	-	5	1	18	224	23,8%
1	23	2	-	20	12	5	11	9	-	3	-	12	148	8,0%
3	16	4	-	5	2	2	2	13	-	2	1	6	83	50,9%
5	92	17	1	27	21	7	15	40	13	15	-	53	397	17,8%
170	1.225	328	27	530	202	126	160	779	162	124	22	550	5.758	14,1%
60	645	202	16	277	71	74	64	473	56	74	10	293	3.025	▼ -1,2%
3	102	32	1	34	31	9	15	60	4	11	-	45	457	3,9%
19	135	24	5	50	14	15	11	94	31	10	-	69	606	▼ -4,4%
92	367	75	5	177	89	29	72	173	78	31	12	145	1.772	76,0%
2.570	12.080	3.925	395	6.955	3.133	2.490	3.403	6.252	3.123	1.641	419	6.522	73.445	36,6%

GLOSSARIO

Glossario

ABITANTI / POPOLAZIONE

Nell'Annuario dello Spettacolo per quanto riguarda la popolazione nazionale delle Regioni e delle Province sono stati utilizzati i dati tratti dal database Istat: ci si riferisce quindi alla popolazione residente a fine 2022 ovvero, più esattamente, al 1° gennaio 2023, formata complessivamente da 58.850.717 persone.

CENSUARIO

Le rilevazioni della SIAE sono riferite all'insieme dei fenomeni analizzati nei settori dello spettacolo e dello sport, attraverso il monitoraggio a cura degli addetti della Società che operano nelle 10 Sedi, Filiali e Mandatarie in tutta Italia ed ovviamente sull'intero territorio nazionale: i dati proposti nel Rapporto SIAE hanno quindi carattere "censuario".

OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO SIAE

L'Osservatorio dello Spettacolo SIAE – che opera nell'ambito della Divisione Rete Territoriale – è il centro di studi e di raccolta dati della Società Italiana degli Autori ed Editori. Compito dell'Osservatorio è quello di monitorare l'attività dello spettacolo e dell'intrattenimento in Italia a 360 gradi, con analisi che riguardano concerti, cinema, teatro, lirica, commedie musicali, ballo, mostre, sport, attrazioni dello spettacolo viaggiante, eccetera: si tratta di un'attività che fornisce informazioni e chiavi di lettura fondamentali per la comprensione e l'interpretazione dello stato dell'industria in Italia. Nella "biblioteca virtuale" dell'Osservatorio sono contenuti tutti gli "Annuari Statistici" dal 1936 ad oggi, in versione .pdf, e, per quanto riguarda i database, le tabelle in formato .xls dall'edizione 2014.

SPETTACOLI

Lo Spettacolo definisce l'unità minima di rilevazione alla quale sono ricondotte tutte le informazioni acquisite per ciascuna manifestazione: il genere (cinema, ballo, teatro, sport, ecc.), il luogo e l'organizzatore dell'evento, il numero di titoli d'accesso rilasciati, la spesa del pubblico, ecc.

L'insieme dei valori rilevati durante gli eventi di spettacolo esprime il risultato economico dell'attività di spettacolo nel suo complesso. In alcune circostanze – specialmente nei trattenimenti musicali – la rilevazione può riguardare un periodo di tempo; in tal caso la rilevazione indica il numero di spettacoli ai quali fa riferimento (1 rilevazione: n spettacoli).

SPETTATORI

L'indicatore "Spettatori" si riferisce al numero di ingressi effettuati con biglietti o con abbonamento, oppure agli accessi senza biglietto (le cosiddette "Presenze"), nelle manifestazioni dove non è previsto il rilascio del titolo d'accesso (ad esempio (ad esempio, il trattenimento danzante, offerto dallo sposo, che accompagna il banchetto nuziale).

SPESA

L'indicatore rappresenta la spesa complessiva che il pubblico sostiene per acquisto di biglietti o abbonamenti, per poter accedere al luogo dello spettacolo, in aggiunta anche ad altre spese sostenute durante la fruizione dello stesso spettacolo come ad esempio: l'acquisto della prevendita dei biglietti, il servizio guardaroba, le consumazioni al bar, le prenotazioni ai tavoli,

Finito di stampare nel mese di luglio 2024
da Centro Copie l'Istantanea s.r.l.
Via Merulana, 213- 214 - 00185 Roma
P.IVA 02015861004 - C.F. 08301580588

© Copyright 2024 SIAE
Società Italiana degli Autori ed Editori
Viale della Letteratura, 30
00144 Roma

ISSN 1972 - 9677

Questa pubblicazione è stata stampata su carta riciclata.

