



CAMERA DI COMMERCIO
TOSCANA NORD-OVEST



ISTITUTO
STUDI E RICERCHE
CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

Con_vivere 2023: impatto economico e giudizi sulla manifestazione

 **con_vivere**
CARRARAFESTIVAL
7.8.9.10 settembre 2023 dalle 17 alle 24

umanità



Settembre 2023

Stima dell'impatto diretto e indiretto della manifestazione

- Per questa edizione, la 18esima, sono stati stimati gli effetti economici sul centro storico di Carrara del **Festival Con_vivere 2023**, tenutosi tra il 7 e il 10 settembre scorso. La **stima** è stata **espressa in termini di spesa attivata** e di **moltiplicatore generato** rispetto all'investimento iniziale effettuato dall'organizzazione.

- Nello specifico, sono state misurate due grandezze:



Impatto economico diretto: effetti generati dagli investimenti realizzati dai promotori dell'evento e dalla spesa dei visitatori sull'economia locale.



Impatto economico indiretto: effetti prodotti dalle attività economiche operanti nei comparti della somministrazione e del commercio al dettaglio in sede fissa del centro storico di Carrara che hanno beneficiato degli introiti delle spese dell'organizzazione e dei visitatori. Questa stima di impatto misura la spesa aggiuntiva di beni e servizi sostenuta dalle imprese di questi comparti, al fine di soddisfare la domanda incrementale generata dall'evento.

- Come proceduto nelle rilevazioni passate, si è circoscritta la misurazione dell'impatto a queste tipologie di attività, escludendo sia quelle dell'artigianato (poche ma pure importanti), sia gli effetti generati fuori dal centro città.

Stima dell'impatto diretto e indiretto della manifestazione

- In verità, le stime di impatto comprendono anche gli effetti indotti, ovvero quegli effetti derivanti dal plusvalore generato dagli impatti diretto e indiretto, generando, quindi, conseguenze sul cambiamento nei livelli di reddito, di occupazione e di spesa dei residenti locali.
- Trattandosi, tuttavia, di un ambito territoriale così circoscritto come quello di un centro storico e di un periodo così limitato come 4 giorni, è risultato impossibile ricomprendere nella misurazione di queste stime anche l'impatto indotto, che sarebbe comunque risultato assai poco significativo.
- Pertanto, secondo il modello ormai collaudato, quello che è stato analizzato è stata la somma dell'impatto diretto e indiretto. Una stima che comunque rappresenta una buona approssimazione dell'incremento della ricchezza che si è registrato a seguito dell'evento e che, attraverso il moltiplicatore, consente di percepire quali siano stati i vantaggi per l'economia locale a fronte dell'investimento sostenuto.
- Va precisato che gli studi sulle manifestazioni culturali e di entertainment, in generale, non riescono a cogliere completamente i ritorni economici e di immagine prodotti dall'evento, poiché, come spesso capita, vi sono iniziative che, seppur nell'immediato sono capaci di muovere soltanto pochi numeri rispetto alle attese e/o all'investimento iniziale, nel tempo possono generare però un ritorno di immagine e di marketing territoriale così importante da attivare addirittura conseguenze economiche positive ed aggiuntive per il territorio e/o rapporti di business per le imprese.



Come sono state effettuate le stime?



Impatto diretto stimato analizzando 2 variabili:

1. **Investimento dell'organizzazione** > spesa ricomprensente l'allestimento siti, l'ospitalità dei relatori, il costo del personale, la produzione di materiale propagandistico, la sicurezza e le affissioni. Non ricompresi i costi per prestazioni che non generano una ricaduta diretta sul territorio (per es: cachet).
2. **Spesa dei visitatori** > dato ricavato dal mix tra l'indagine ad hoc sull'utenza, dalla quale si è potuta stimare la spesa media del visitatore (attraverso domanda diretta) e la stima fornita dall'organizzazione del Festival sui visitatori totali presenti nelle 4 giornate (desunto dai partecipanti e dalle sedie occupate in ogni evento).

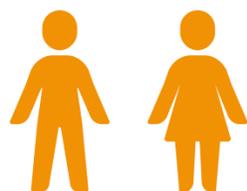


Impatto indiretto stimato analizzando la seguente variabile:

1. **Spesa aggiuntiva di beni e servizi da parte delle attività commerciali e di somministrazione del centro storico** > dato ricavato dalla combinazione della variazione del fatturato realizzata nel periodo della manifestazione (ottenuta con specifica domanda con indagine ad hoc) da parte di ogni settore indagato (ristorazione, altri pubblici esercizi, negozi di moda, altre attività commerciali) - che è stata assunta come proxy della crescita della spesa di beni e servizi - e il costo medio di acquisto delle materie prime e dei servizi sostenuto da ciascuna impresa (ricavato dai bilanci 2022 delle società del comune di Carrara, previo confronto con la banca dati ISA 2021 del Dipartimento delle Finanze) per ciascun settore. Da questa combinazione è derivata la spesa media aggiuntiva sostenuta da ciascuna impresa per ogni settore indagato che è stata poi tradotta nella spesa media di ciascun settore (sulla base del numero di imprese dell'universo appartenenti ad ogni comparto) e riportata al totale sulla base dei pesi degli stessi settori nell'areale di riferimento (centro storico).

Realizzate 2 indagini sul campo, per un totale di quasi 500 interviste

- Per la misurazione dell'impatto economico di Con_vivere 2023 sono state **svolte 2 indagini campionarie**, con l'ausilio di 9 studenti del **Liceo Scientifico Marconi di Carrara**, coinvolti, per l'occasione, in un progetto PCTO.



Indagine sui visitatori
407 interviste effettuate



Indagine sulle attività commerciali e di somministrazione del centro storico
78 interviste effettuate

Ristorazione	Altri pubblici esercizi	Negozi di moda	Altre attività commerciali
Ristoranti	Bar-Caffetterie	Abbigliamento	Minimarket
Pizzerie	Pub	Articoli sportivi	Alimentari
	Gelaterie	Calzature	Non alimentari (escluso ferramenta, rivendita di materiali edili, mobilifici, farmacie e carburanti)

Attivati oltre 900 mila euro, pari a 2,5 volte l'investimento effettuato

- Secondo nostre stime, l'edizione 2023 di Con_vivere ha prodotto un **impatto complessivo pari a circa 907 mila euro**, generando un **moltiplicatore di 2,5 volte l'investimento** sostenuto dall'organizzazione. La parte decisamente più consistente è arrivata dai visitatori che, nelle 4 giornate della manifestazione, hanno sfiorato le 25 mila unità (valore indicato dall'ente organizzatore), per un importo medio di spesa di circa 26 euro pro-capite al giorno (valore stimato dall'indagine sul campo), generando una spesa complessiva di quasi 640 mila euro.

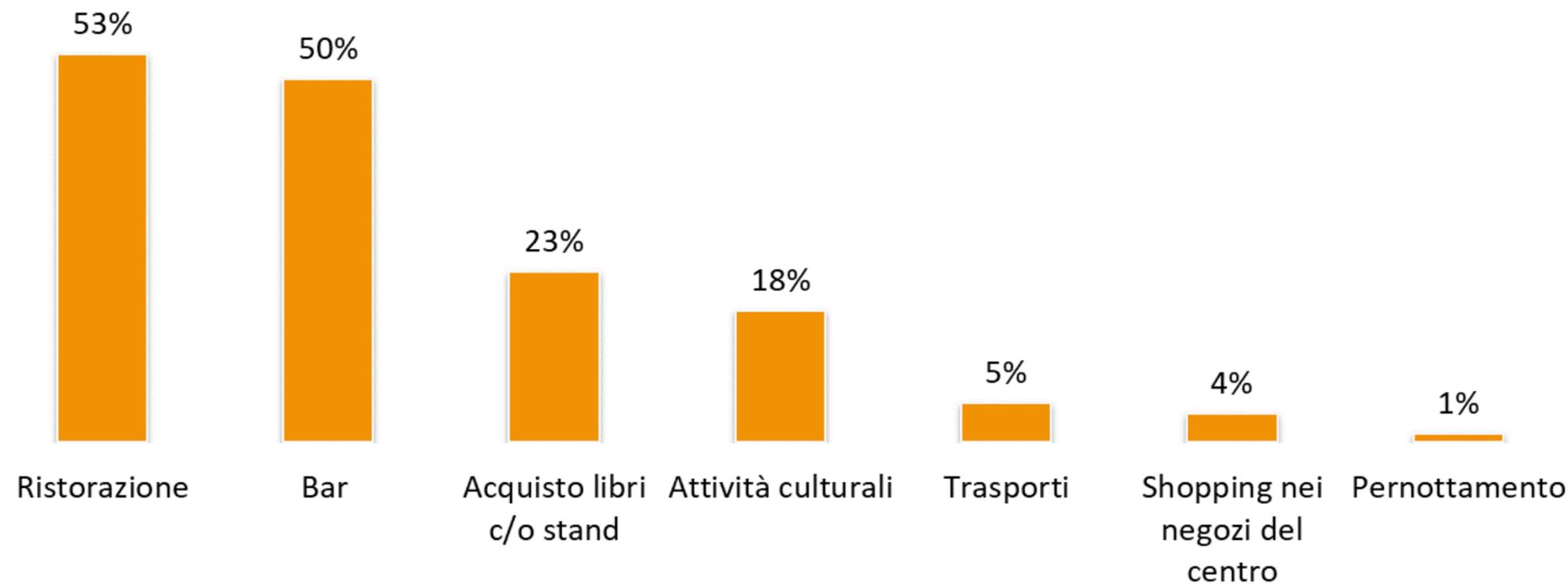
Stime impatto economico Con_vivere 2023	Valori (in 000 €)
IMPATTO DIRETTO	895,1
Investimento dell'organizzazione	256,0
Spesa visitatori Con_vivere	639,1
IMPATTO INDIRETTO	12,1
Spesa generata da attività economiche	12,1
Attività commerciali	4,2
Somministrazione	7,8
IMPATTO DIRETTO+INDIRETTO	907,1
MOLTIPLICATORE DELL'INVESTIMENTO	2,5

- L'investimento dell'organizzazione (per i capitali di spesa impattanti sul territorio) è stato pari a 256 mila euro ed è comprensivo dei contributi di Camera di Commercio Toscana Nord-Ovest, Regione Toscana, Fondazione Marmo e Autorità di Sistema Portuale del Mar Ligure Orientale, nonché delle sponsorizzazioni private.
- Tale investimento, sommato alla spesa dei visitatori, ha generato, a sua volta, una ricaduta indiretta sulle circa 200 attività economiche del centro storico che è stata stimata in complessive 12 mila euro di spese aggiuntive per l'acquisto di beni e servizi necessari a soddisfare la domanda aggiuntiva.

I visitatori locali hanno speso 22 euro a testa, i "non locali" 58 euro

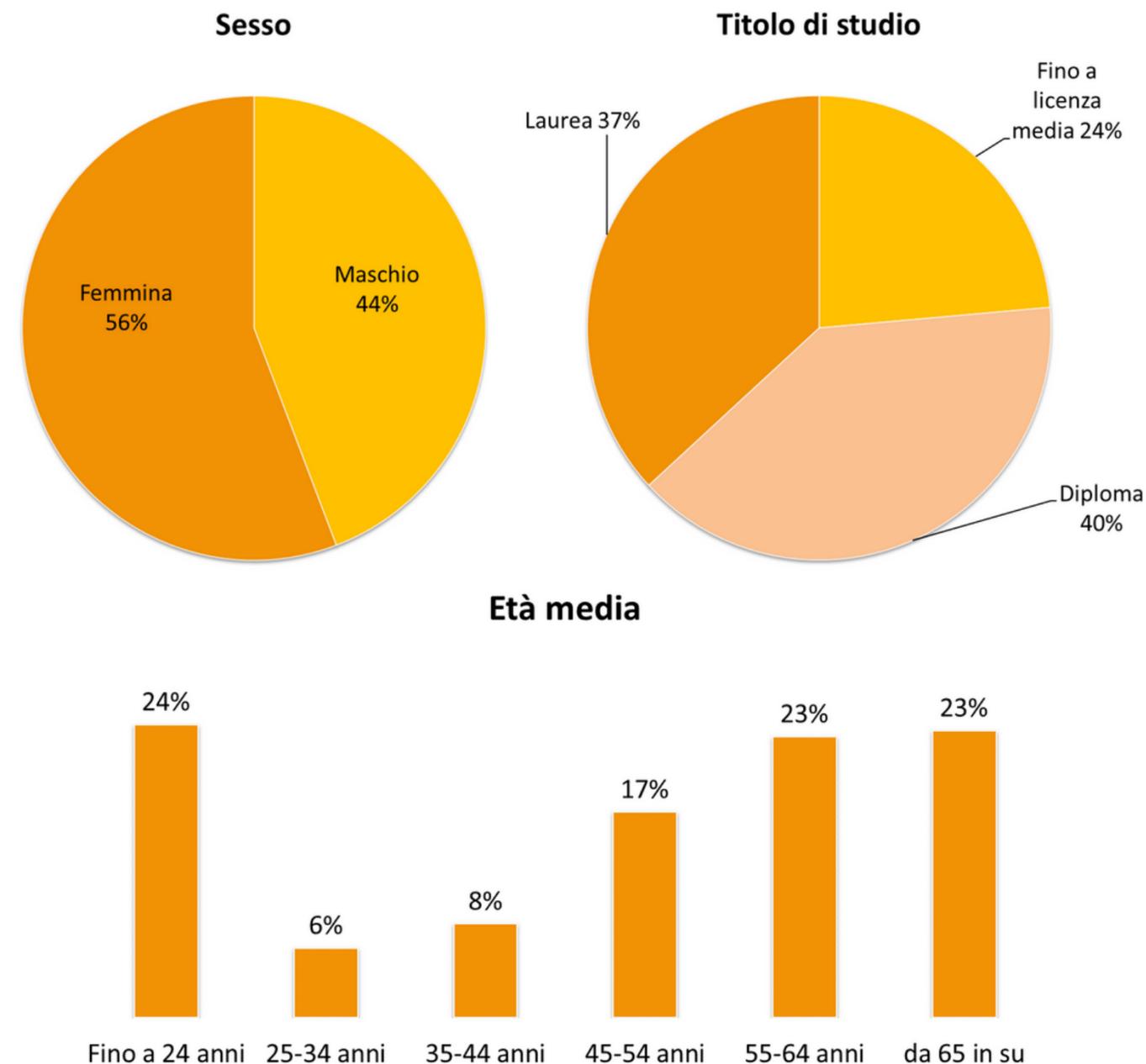
- L'indagine rafforza un'ovvia considerazione, ovvero che **più il pubblico proviene da lontano e maggiore è l'impatto economico generato**: i visitatori che sono venuti da Carrara o zone limitrofe (Versilia, Massa, La Spezia) hanno speso mediamente 22 euro, mentre coloro che sono venuti da fuori zona hanno speso 58 euro a testa al giorno.
- 5 visitatori su 10 si sono recati al bar e/o al ristorante, circa 1 su 4 ha acquistato almeno un libro presso gli stand della manifestazione, circa 1 su 5 ha speso per godersi attività culturali in loco. Gli acquisti nei negozi del centro hanno riguardato il 4% dei visitatori, mentre solo l'1% ha dichiarato di aver pernottato in zona.

Dove ha speso il visitatore



Pubblico con età media di 47 anni, molto scolarizzato e a prevalenza femminile

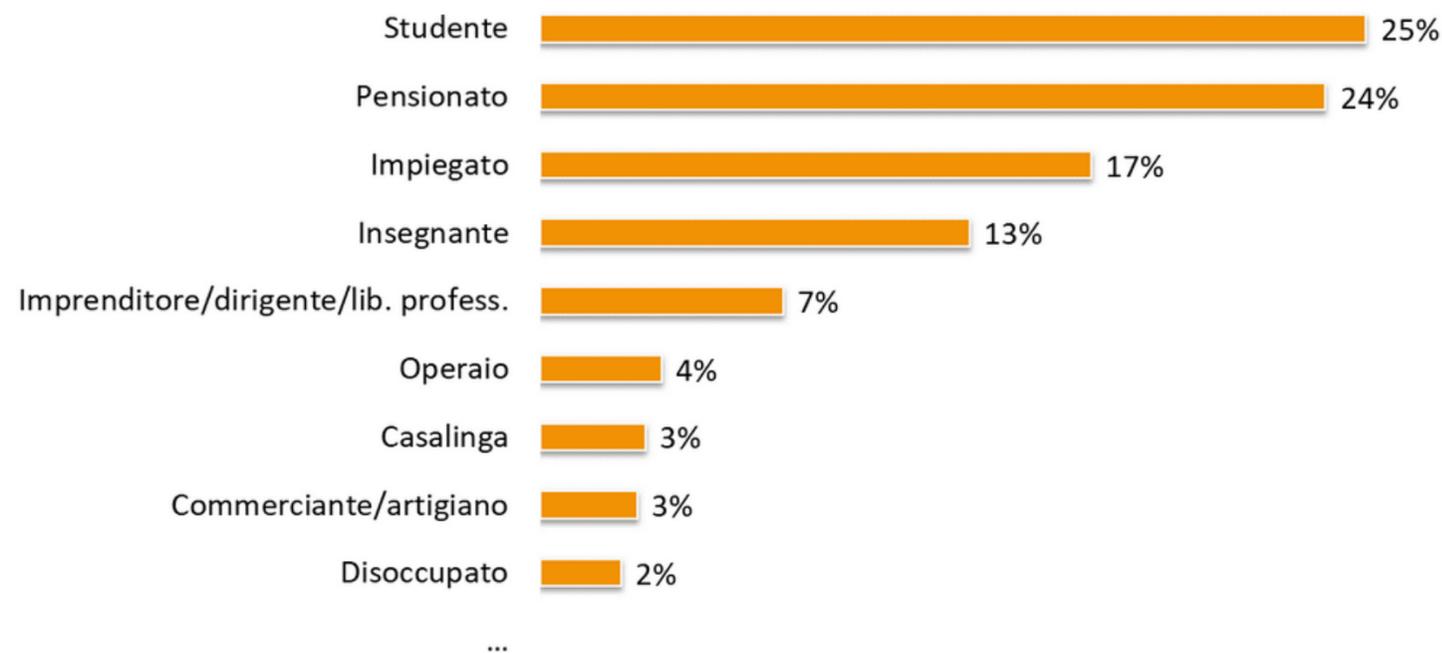
- Lo studio non si è limitato soltanto a quantificare la stima economica della manifestazione, ma ha cercato di offrire **spunti di natura qualitativa** su aspetti importanti, a partire dalla profilazione dei soggetti che la frequentano.
- L'edizione di quest'anno rimarca quanto osservato in anni passati, ovvero il **pubblico è a prevalenza femminile (56%)**.
- Seppur si tratta di un pubblico mediamente adulto, con un'età **media** che si aggira **sui 47 anni**, il Festival riesce comunque ad essere trasversale ed attrattivo per tutti: il 38% dei visitatori ha meno di 45 anni, l'altro 62% ha più di quell'età.
- Il pubblico continua ad essere caratterizzato da un **elevato livello di istruzione**, anche in rapporto alla media della popolazione residente: in generale, i laureati sono stati il 37%, i diplomati il 40%. Un dato importante questo, coerente con l'impegno e la maturità culturale che Con_Vivere propone.



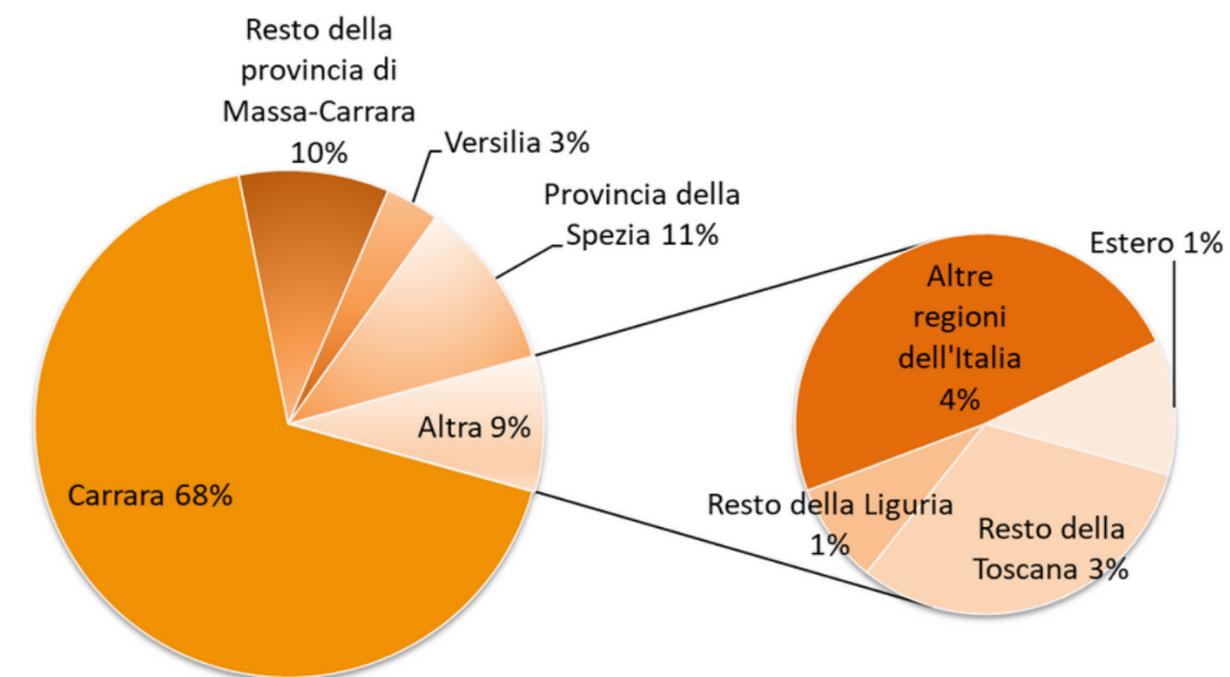
9 visitatori su 10 provengono dall'area Versilia-La Spezia; 25% sono studenti

- I **profili sociali** più diffusi sono quelli degli **studenti** (25% dei visitatori totali), dei pensionati (24%), degli impiegati (17%) e degli insegnanti (13%). Sull'attrazione dei giovani, in particolare, si segnala come fino a circa un decennio fa la componente degli studenti rappresentasse circa la metà, in termini relativi, dei visitatori rispetto a quella di oggi.
- La **provenienza maggiore** arriva da **Carrara** con il 68% della popolazione. Fra coloro che vengono da fuori, ci sono fondamentalmente due direttrici: Toscana e Liguria. Se si considerano le zone limitrofe (Versilia-La Spezia) appartenenti alle due regioni, il peso dei visitatori arriva al 91%.

Professione



Provenienza dei visitatori



Il 51% dei visitatori "non locali" è alla sua prima volta al Festival

- Per eventi di questo genere è difficile stabilire se sia preferibile aver a che fare con un pubblico fortemente fidelizzato o, piuttosto, poter contare su nuovi partecipanti. E' ovvio che il risultato migliore sarebbe quello di veder crescere i "nuovi", nell'ambito di un aumento complessivo delle presenze.
- Il Festival ha una **nicchia di pubblico molto fidelizzata**, visto che in generale il 75% è già venuto nelle edizioni precedenti. E' normale che lo sia, considerato che è alla sua 18esima edizione. E' molto fidelizzato in modo particolare il pubblico di Carrara e delle zone limitrofe (78%), mentre il 51% dei non locali è alla sua prima edizione. Inoltre è molto fidelizzato il pubblico dai 45 anni in su (l'85% di questi ha già partecipato ad edizioni precedenti), mentre c'è più novità tra i giovani (tra gli under 45 "solo" il 60% ha già partecipato ad edizione pregresse).
- In linea generale, per i visitatori l'esperienza a questa edizione si è tradotta prevalentemente nella partecipazione alla manifestazione, ma perché i locali hanno scelto sostanzialmente quell'opzione. Per coloro che invece conoscevano meno la città, ovvero per i residenti fuori zona, è stata l'occasione per visitare anche le sue bellezze (lo hanno fatto il 62%) e alcuni (l'11%) si sono spinti fino alle cave.

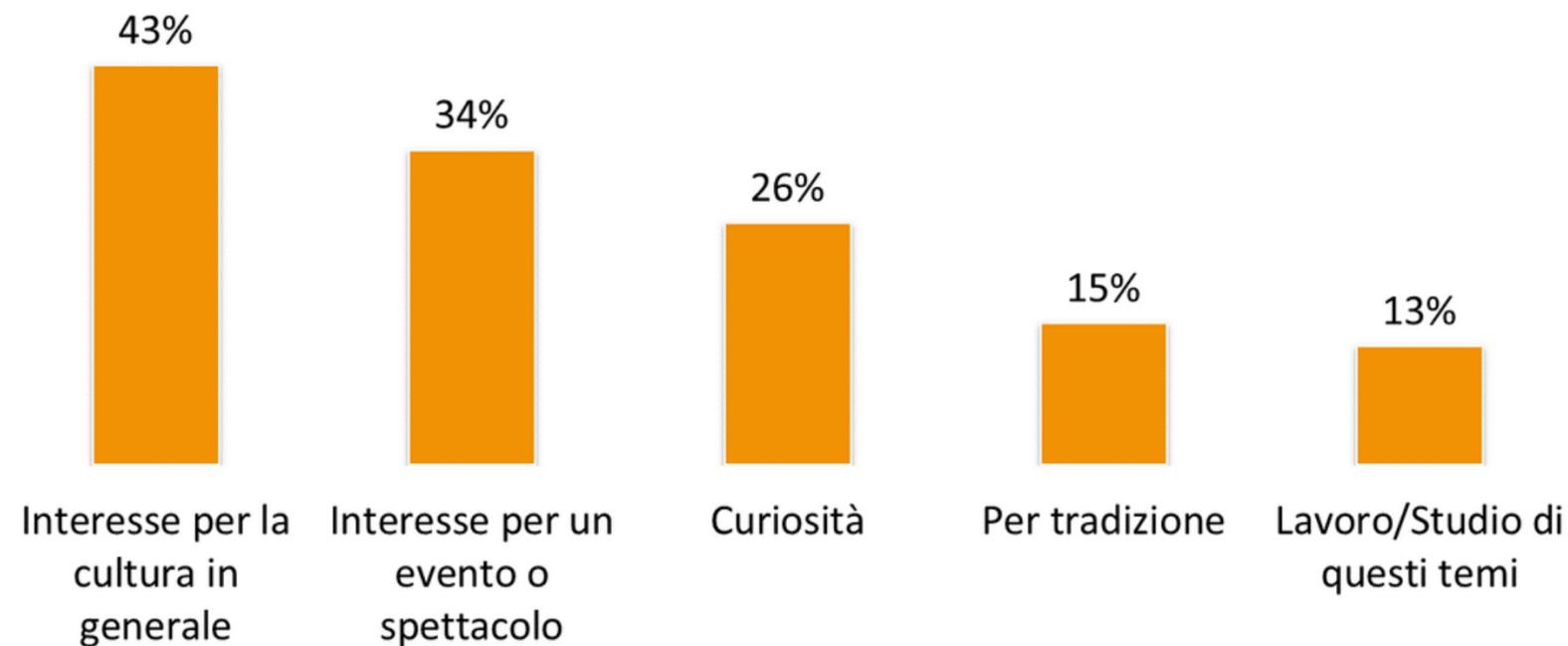
E' la prima volta che viene a Con_vivere?	Totale
Si	25%
No	75%
Totale	100%

La sua esperienza a Con_vivere è stata...	Totale
Solo partecipazione alla manifestazione	78%
Occasione anche per visitare la città	20%
Occasione per visitare le cave	2%

Spinti dal Festival perché interessati alla cultura e/o ad un evento specifico

- Parlare di fidelizzazione significa anche accertare per quante volte l'utente abbia scelto di partecipare agli eventi: ebbene si può constatare che, in generale, il 15% dei visitatori ha scelto di seguire queste manifestazioni per tradizione.
- Interessante guardare anche cosa ha spinto queste persone a seguire l'edizione del Festival di quest'anno. I motivi principali sono stati: 1) interesse per la cultura in generale (ha trascinato il 43% dei visitatori); 2) interesse per uno specifico evento o spettacolo (ha trascinato il 34% dei visitatori); 3) la curiosità (ha riguardato il 26% degli spettatori). Il 13% dei partecipanti ha scelto questa manifestazione per motivi di studio o di lavoro.

Motivi principali per visitare Con_vivere 2023



- Proprio per l'elevato grado di fidelizzazione della manifestazione, circa l'80% dei visitatori non ha avuto bisogno di particolari strumenti per venirci a conoscenza, sapendo già che il periodo in cui puntualmente essa si svolge coincide con il giovedì-domenica della seconda settimana di settembre.

Gradimento per la manifestazione pari a 8,3. Molto apprezzata da fuori (8,5)

- **Gradimento pienamente soddisfacente verso l'edizione 2023 da parte dei visitatori**, con un voto medio che arriva all'8,3. Tra i vari profili indagati, il voto più elevato arriva dai "non locali" (8,5) e dai laureati, donne e over 45 (8,4).
- Riguardo ai singoli aspetti, i voti più elevati sono attribuiti alle location (8,7) e ai servizi di assistenza all'utenza (8,6). Tutti gli aspetti, comunque, evidenziano valutazioni molto positive.

Giudizio generale

8,3

• Ambientazione eventi **8,7**

• Servizi di assistenza al visitatore **8,6**

• Qualità della manifestazione **8,2**

• Organizzazione **8,0**

• Immagine e comunicazione **7,9**

• Carrarini **8,2**

• Non locali **8,5**

• Under 45 **8,1**

• Over 45 **8,4**

• Laureati **8,4**

• Non laureati **8,2**

• Neofiti **8,2**

• Veterani **8,3**

Giudizio soddisfacente anche sulla città e in modo particolare su sue bellezze

- Il gradimento dei visitatori verso la città e le sue caratteristiche è in generale soddisfacente, anche se non ai livelli della valutazione fornita sul Festival. Voto medio pari a 7,4, con un giudizio un pò migliore dei "non locali" (7,6).
- Carrara continua ad essere promossa a pieni voti per la sua bellezza (voto uguale a 8,5) e questo sia da parte dei suoi abitanti sia da chi proviene da fuori. Viene altresì promossa per la sua ristorazione, con un 7,9: evidentemente le qualità enogastronomiche locali influenzano proprio tutti, carraresi e non.

Giudizio generale



- Bellezza della città 8,5
- Ristorazione 7,9
- Rapporto qualità/ prezzi 7,5
- Accoglienza del visitatore 6,9
- Ricettività turistica 6,1

Giudizio dei Carrarini



- Anche sui prezzi il voto è positivo, considerata l'attuale situazione inflazionistica: 7,5. Il fatto che questo giudizio sia confermato anche dai carrarini (di solito più critici) e non solo dagli ospiti, significa che non avviene in queste occasioni quel fenomeno di innalzamento dei prezzi.
- Valutate meno positivamente, pur rimanendo sufficiente, l'accoglienza al visitatore (6,9) e la ricettività turistica (6,1). In questo caso i voti più negativi vengono forniti proprio dagli abitanti di Carrara che evidentemente hanno una percezione più negativa degli ospiti.

Giudizio dei "Non locali"



I principali suggerimenti forniti dai visitatori

Carrara è una bella città ma non è tenuta bene

Più pubblicità del Festival

Location più capienti e più sedi per gli eventi

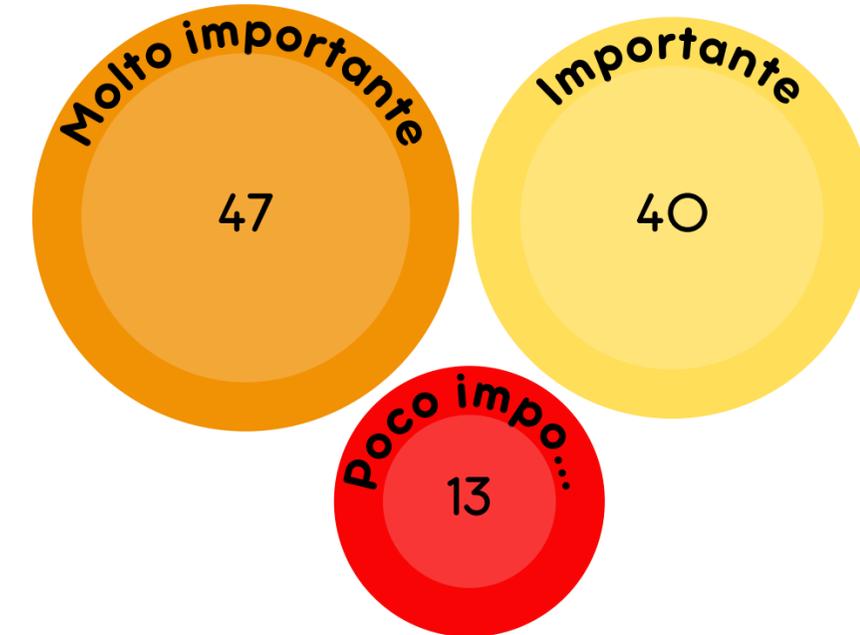
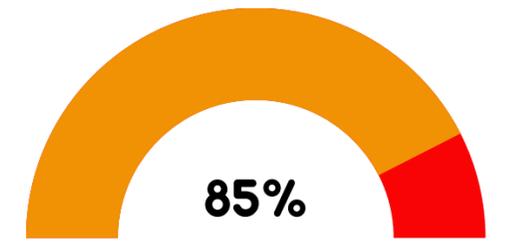
Più attrazioni in giro per la città (bancarelle, musica)

Totem nei luoghi degli eventi

Spalmare eventi in orari diversi

Giudizio positivo degli operatori commerciali, ma impatto limitato a somministrazione

- L'85% delle attività commerciali e di somministrazione del centro storico era a conoscenza della manifestazione.
- Più che soddisfacente anche il giudizio generale di questi operatori, seppure al di sotto di quello dei visitatori: il voto medio è stato di 7,7. I voti più elevati sono arrivati dai ristoratori (8,0), e a livello di zone, da quelli delle strade minori del centro, mentre per esempio quelli delle piazze (ed in particolare di piazza Alberica), sono stati leggermente più critici, pur sempre in un quadro positività (7,4), per la mancanza di eventi all'interno di tali location.
- Tutto sommato il giudizio verso Con_vivere è lusinghiero (anche da parte degli operatori delle piazze), considerato che il 47% degli addetti ai lavori ha valutato tale iniziativa come molto importante e il 40% importante per l'economia della città.
- Questa valutazione la si misura sull'impatto che la manifestazione ha avuto sui fatturati delle imprese del centro città che, mediamente, nei 4 giorni dell'evento, sono aumentati del +3%, con una netta distinzione tra attività di somministrazione, che hanno registrato un'interessante crescita del giro d'affari (+7,5%), e attività commerciali, le quali non hanno registrato ricadute particolari (+0,4%).



51% di attività del centro storico aperte nelle sere del Festival

- Riguardo alla collaborazione degli operatori economici alle iniziative estive, la nostra indagine segnala che il 51% delle attività del centro storico ha tenuto le serrande alzate nelle serate di Con_vivere, con punte dell'86% per i ristoranti e le pizzerie e il 60% dei bar/pub e gelaterie.
- Chi ha tenuto aperto ha avuto riscontri positivi anche sul fatturato: per es, quel 60% che si è sforzato di aprire la sera ha aumentato il proprio giro d'affari del +17%, l'altro 40% che, invece, ha tenuto chiuso ha accresciuto il fatturato in media solo del +2%.
- Inoltre, il 55% delle attività ha potuto riscontrare clienti nuovi rispetto all'ordinario durante la manifestazione, con punte dell'86% nei ristoranti e pizzerie e del 70% nei bar e pub.
- In generale, anche i risultati di questa edizione confermano come **Con_vivere**, nonostante ormai i suoi 18 anni, continui a restare, in termini meramente economici, **l'evento più significativo per il centro storico di Carrara**, in quanto capace di generare ancora un buon richiamo di persone e di produrre numeri interessanti.

Percentuali di attività che hanno tenuto aperto nelle sere di Con_vivere



Le richieste e i suggerimenti degli operatori economici del centro

«Fare eventi anche in altre zone del centro (galleria, p.zza Alberica...)»

«Fare eventi ad orari diversi»

«Allungare la manifestazione»

«Realizzare più mostre d'arte in giro per la città»

«Rendere gli eventi più accessibili a persone di cultura media»

La ricerca è stata curata da Daniele Mocchi, ricercatore dell'Istituto di Studi e Ricerche, azienda speciale della Camera di Commercio Toscana Nord-Ovest, con la collaborazione di Alberto Susini e Massimo Pazzarelli dell'Ufficio studi dell'Ente camerale.

Si ringrazia per il prezioso contributo la Fondazione Cassa di Risparmio di Carrara, la Fondazione Progetti Srl e il Liceo Scientifico Marconi di Carrara.

Istituto di Studi e Ricerche

Azienda speciale della Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest



0585-764470



azienda.speciale.isr@tno.camcom.it



www.isr-ms.it | <https://tno.camcom.it>



Il presente documento può essere distribuito, modificato, copiato, a condizione che venga menzionato l'autore dell'opera e il link al sito web da cui è stato tratto.