



CAMERA DI COMMERCIO
TOSCANA NORD-OVEST



ISTITUTO
STUDI E RICERCHE
CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

abitare



Con_vivere 2026

Impatto economico e valutazioni sulla manifestazione

26 Ottobre 2026

Stima dell'impatto diretto e indiretto della manifestazione

- In occasione della ventunesima edizione del **Festival Con_vivere** sono stati stimati gli **effetti economici sul centro storico del comune di Carrara**. L'evento, svoltosi dal 10 al 13 settembre 2026, è stato inoltre oggetto di una valutazione rispetto al grado di soddisfazione dei visitatori e delle attività economiche locali nei confronti dell'iniziativa.
- La valutazione dell'impatto ha preso in esame due aspetti:

IMPATTO ECONOMICO DIRETTO

Si tratta degli effetti generati dagli investimenti effettuati dai promotori dell'evento e dalla spesa dei visitatori sul territorio. L'impatto viene espresso in termini di spesa attivata, intesa come incremento della domanda locale di beni e servizi.

IMPATTO ECONOMICO INDIRETTO

Si tratta degli effetti prodotti dalle attività economiche 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. La stima misura la spesa aggiuntiva di beni e servizi sostenuta dalle imprese di questi settori per soddisfare la domanda incrementale generata dall'evento.

- La misurazione dell'impatto indiretto è stata circoscritta a queste tipologie di attività, escludendo sia quelle dell'artigianato sia gli effetti prodotti al di fuori del centro città.

Modalità di elaborazione delle stime

L'impatto diretto è stato stimato misurando 2 variabili

Investimento dell'organizzazione

Spesa ricomprensente l'allestimento dei siti, l'ospitalità dei relatori, il costo del personale, la produzione di materiale promozionale, la sicurezza e le affissioni. Non sono stati ricompresi i costi per prestazioni che non hanno generato una ricaduta diretta sul territorio (per es: cachet).

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 il numero dei visitatori nelle 4 giornate.

L'impatto indiretto è stimato misurando:

la spesa aggiuntiva di beni e servizi da parte delle attività commerciali e di somministrazione del centro storico

Elaborazioni su dati Istat - Ateco 47 e 56 - Comune di Carrara. Anno 2023

Realizzate 2 indagini sul campo, per più di 400 interviste

Per la misurazione dell'impatto economico di Con_vivere 2026 sono state svolte 2 indagini, con l'ausilio di circa venti studenti del Liceo Scientifico "G. Marconi" di Carrara, coinvolti, per l'occasione, in un progetto PCTO.



Indagine sui visitatori

366 interviste



Indagine sulle attività commerciali e di somministrazione del centro storico

- **Ristorazione:** ristoranti, pizzerie
- **Pubblici esercizi:** bar-caffetterie, pub, gelaterie
- **Negozi di moda:** abbigliamento, articoli sportivi, calzature
- **Altre attività commerciali:** minimarket, alimentari, non alimentari (escluso ferramenta, rivendita di materiali edili, negozi di mobili, farmacie e carburanti)

61 interviste

Quasi 12 mila visitatori, superata l'edizione precedente

- L'edizione 2026 ha confermato il positivo riscontro della manifestazione, raggiungendo quasi 12.000 visitatori, nonostante le avverse condizioni meteorologiche che hanno caratterizzato la giornata iniziale. Il lieve incremento delle presenze rispetto all'anno precedente evidenzia la capacità del Festival di consolidare il proprio pubblico e, al tempo stesso, di ampliare progressivamente la propria capacità di attrazione.



Quasi 12 mila visitatori stimati nei quattro giorni del Festival



8 partecipanti al festival su 10 del comune di Carrara o della provincia

- L'edizione 2026 del Festival ha registrato anche quest'anno una significativa partecipazione di pubblico. La provenienza dei visitatori evidenzia inoltre la forte dimensione locale della manifestazione: circa 8 visitatori su 10 risiedono infatti nel Comune di Carrara o nella provincia di Massa-Carrara. Il dato conferma il profondo radicamento del Festival nel territorio e la sua capacità di coinvolgere in modo significativo la comunità locale.

Dall'investimento iniziale a 569 mila euro: un ritorno 2,1 volte superiore

- Secondo le nostre stime, **l'edizione 2026 di Con_vivere** ha generato un **impatto economico complessivo di circa 569 mila euro**, a fronte di un investimento sostenuto dall'organizzazione di circa 267 mila euro, determinando un **effetto moltiplicatore pari a 2,1 volte l'investimento**. A questo si aggiunge la spesa dei visitatori, stimata in circa 290 mila euro, considerando i quasi 12 mila visitatori registrati complessivamente nelle quattro giornate della manifestazione.

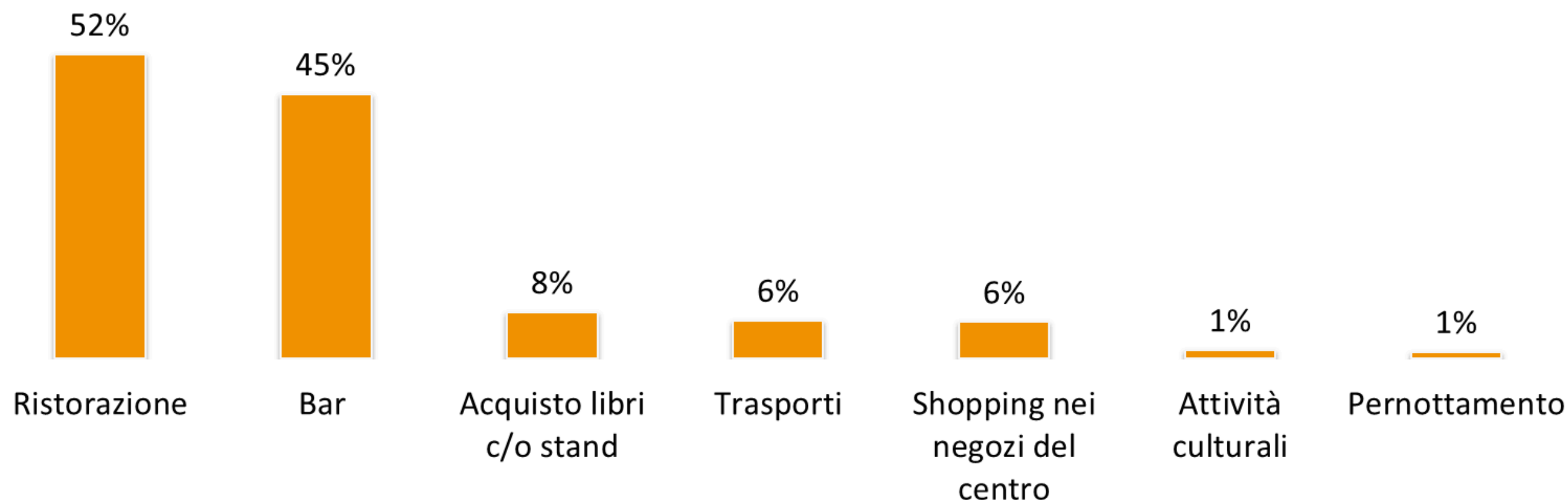
VALORI (IN 000 €)	
IMPATTO DIRETTO	556,7
Investimento dell'organizzazione	267,0
Spesa visitatori Con_vivere	289,7
IMPATTO INDIRETTO	11,8
Spesa aggiuntiva generata da Con_vivere su attività economiche	11,8
Attività commerciali	1,8
Somministrazione	9,9
IMPATTO DIRETTO+INDIRETTO	568,5
MOLTIPLICATORE DELL'INVESTIMENTO	2,1

L'organizzazione ha investito 267 mila euro, grazie al sostegno di enti pubblici e sponsor privati. A questo si è aggiunta la spesa dei visitatori, che ha generato una ricaduta indiretta sulle attività del centro storico, stimata in quasi 12 mila euro di spese aggiuntive per l'acquisto di beni e servizi.

I visitatori hanno speso mediamente 24,3 euro a testa

- La spesa media pro-capite durante il Festival è stata di circa 25,1 euro il primo giorno, giovedì, mentre domenica è scesa a 20,9 euro. Venerdì la spesa è stata di 24,6 euro, mentre il sabato la spesa ha raggiunto livelli superiori, 25,3 euro a persona. Si conferma che **i visitatori provenienti da fuori città spendono di più**, generando quindi un impatto economico maggiore.
- Più della metà dei visitatori hanno pranzato o cenato in ristoranti e pizzerie**; circa quattro su dieci hanno consumato in bar, gelaterie o caffetterie; solo uno su dieci ha acquistato almeno un libro. Solo il 6% ha fatto shopping nei negozi del centro o utilizzato mezzi di trasporto. Solo l'1% dei visitatori ha pernottato in una struttura.

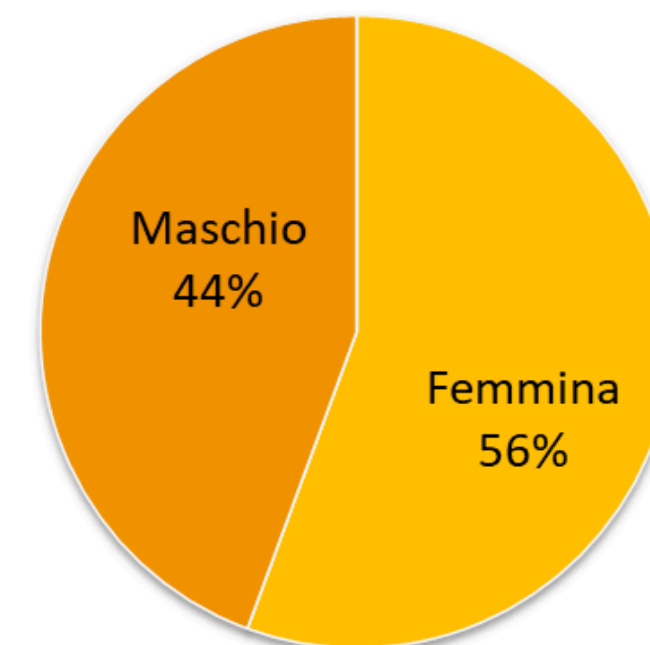
Dove ha speso il visitatore



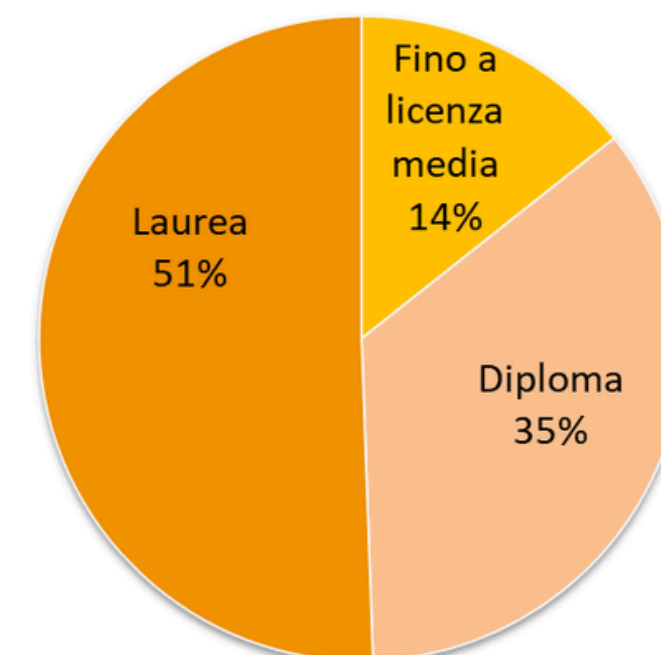
Con_vivere 2026: soprattutto donne, laureati e over 45

- L'indagine di quest'anno evidenzia come il pubblico sia stato a **prevalenza femminile** (56%), in aumento di 4 punti rispetto all'anno passato.
- **L'età media** dei partecipanti si è attestata a 50 anni. Pur confermandosi un evento trasversale e attrattivo per diverse fasce d'età, il Festival ha registrato una presenza maggiore di over 45 (68%) rispetto agli under 45 (32%), tra cui i più giovani, fino a 24 anni, hanno rappresentato il 12% del totale.
- Il pubblico si distingue anche per l'alto livello di istruzione: il **51% è costituito da laureati**, il 35% da diplomati e il restante 14% da persone con licenza media.
- **Otto visitatori su dieci non erano alla loro prima esperienza**, a conferma di una fidelizzazione solida e rinnovata anno dopo anno. In media, ciascun partecipante ha seguito **2,6 eventi al giorno** (come nel 2025) tra conferenze, spettacoli e incontri.
- Infine, l'**82% del pubblico ha partecipato unicamente agli appuntamenti del Festival**, mentre il restante ha colto l'occasione per visitare anche la città o le cave.

Genere

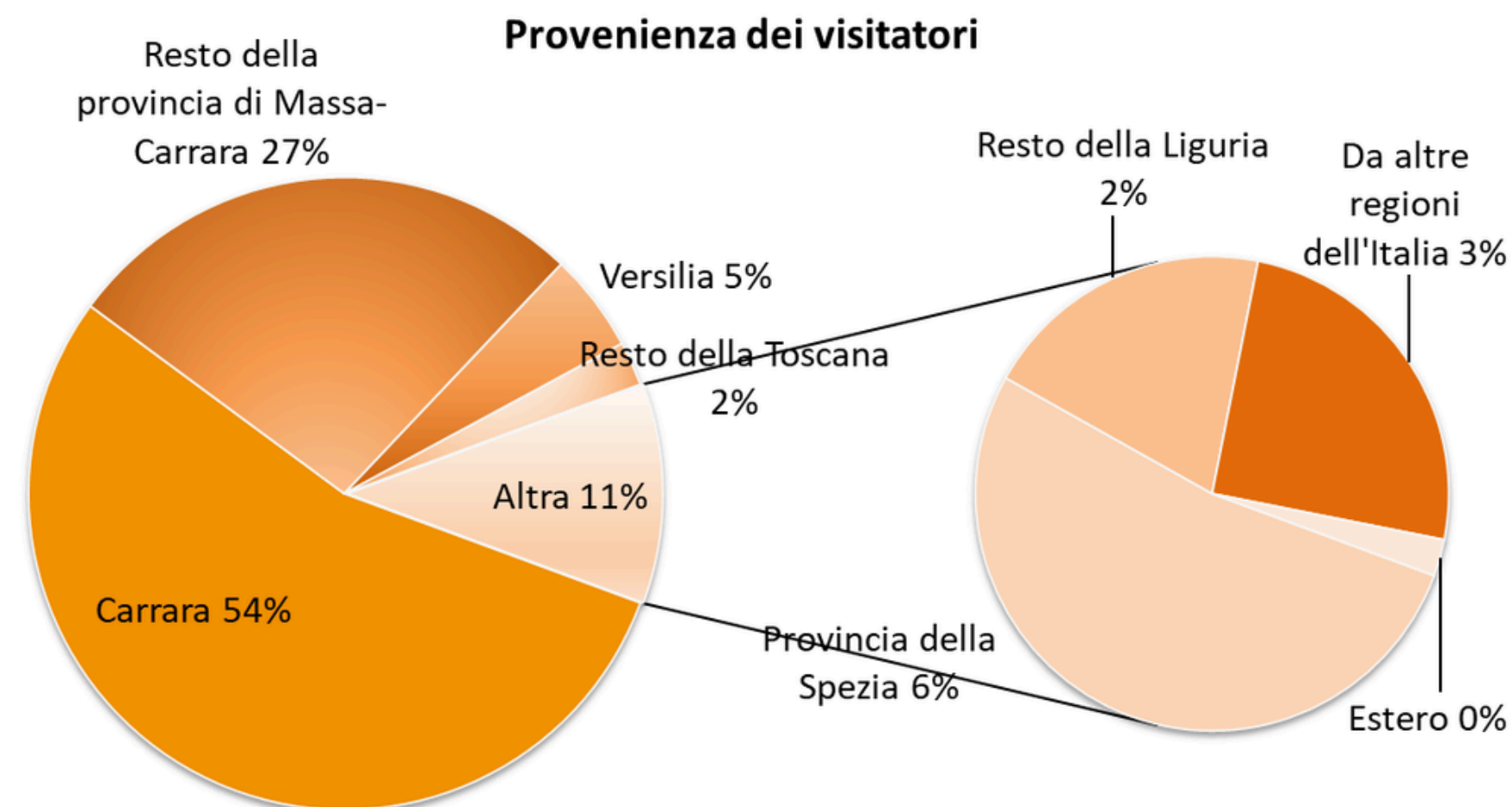


Titolo di studio



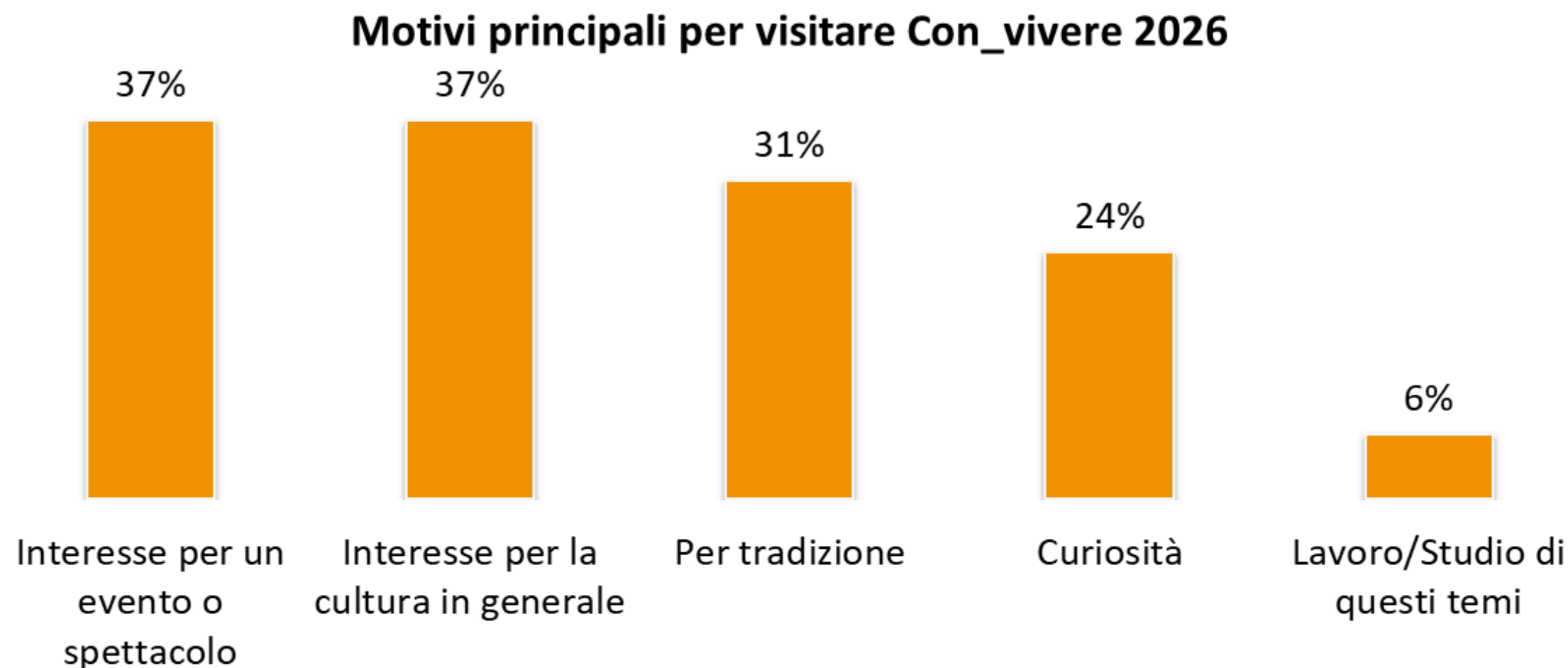
Festival locale: l'81% dei visitatori proviene da Carrara e provincia

- Quest'anno, i **profili professionali** più diffusi tra i visitatori sono stati i lavoratori dipendenti (26% dei visitatori totali), i pensionati (23%), gli imprenditori/liberi professionisti (17%), gli insegnanti (14%) e gli studenti (13%).
- Più di **1 partecipante su due è residente nel comune di Carrara**, confermandosi la componente più rappresentativa (54% dei visitatori). Seguono i visitatori provenienti dal resto della provincia di Massa-Carrara, con una quota del 27%. Tra i visitatori provenienti da fuori provincia, le principali aree di provenienza sono state Versilia e provincia della Spezia (rispettivamente 5 e 6%) e altre regioni dell'Italia (3%).



Festival scelto per gli eventi e per la cultura in generale

- Analizzando le modalità con cui i visitatori sono venuti a **conoscenza del Festival**, prevale nettamente l'esserne già informati (67%), seguito dal passaparola di amici e conoscenti (14%), pagine social (10%), manifesti/depliant (5%), sito web Con_vivere (3%) e stampa/TV/radio (1%).
- I principali motivi** che hanno spinto i partecipanti a scegliere l'edizione di quest'anno sono stati **l'interesse per uno specifico evento o spettacolo e l'interesse per la cultura in generale**, indicati entrambi dal 37% dei visitatori. Segue la tradizione, ovvero la consuetudine a partecipare a un appuntamento ormai abituale, indicata dal 31% degli intervistati, mentre il 24% ha partecipato spinto dalla curiosità. Solo il 6% dei visitatori ha indicato motivi legati allo studio o al lavoro.



Con_vivere 2026: gradimento 8,3, meglio del 2025

Il gradimento dei visitatori per l'edizione 2026 del Festival è stato molto positivo: il voto medio ha ottenuto l'8,3, in aumento rispetto all'anno precedente



Per quanto riguarda i singoli aspetti, quasi tutti in crescita in questa edizione del Festival, la valutazione più alta ha riguardato l'ambientazione degli eventi (location), che ha raggiunto l'8,9. Buone anche le valutazioni sulla qualità della manifestazione (8,4) e l'immagine/comunicazione (8,2), seguite da organizzazione (8,1) e servizi di assistenza ai visitatori (7,7).

Tra i diversi aspetti analizzati, i punteggi più alti sono stati attribuiti dagli over 45, dalle donne e dai "Carrarini".

"CARRARINI"	8,4
"NON LOCALI"	8,2
UNDER 45	8,0
OVER 45	8,4

LAUREATI	8,3
NON LAUREATI	8,3
DONNE	8,4
UOMINI	8,2

AMBIENTAZIONE EVENTI	8,9
QUALITÀ DELLA MANIFESTAZIONE	8,4
IMMAGINE E COMUNICAZIONE	8,2
ORGANIZZAZIONE	8,1
SERVIZI DI ASSISTENZA	7,7

Apprezzamento per le bellezze della città e la ristorazione

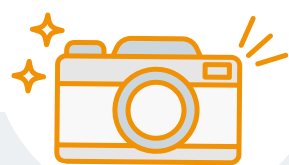
Il **gradimento** generale dei visitatori verso il centro storico di Carrara è stato molto positivo, con un voto medio di 7,7, in linea con l'anno precedente.

I visitatori "non locali" hanno espresso valutazioni identiche a quelle dei residenti.

GIUDIZIO GENERALE 7,7

GIUDIZIO DEI "CARRARINI" 7,7

GIUDIZIO DEI "NON LOCALI" 7,7



BELLEZZA DELLA
CITTÀ

8,9



RISTORAZIONE

8,4



RAPPORTO
QUALITÀ/PREZZO

7,5



ACCOGLIENZA
DEL VISITATORE

7,3



RICETTIVITÀ
TURISTICA

6,4

Buon riscontro per la ristorazione e crescita della clientela

Il giudizio generale degli operatori è stato positivo, con una media di 7,7, leggermente inferiore rispetto a quello espresso dai visitatori (8,3).



LIVELLO DI SODDISFAZIONE DELLE AREE DEL CENTRO STORICO



Ampio riconoscimento del valore della manifestazione, sia in termini economici sia per il contributo alla vita culturale di Carrara

Tra le diverse categorie, ristoranti e pizzerie hanno manifestato il massimo apprezzamento, con un voto di 8,7. Seguono bar, pub e gelaterie con 7,9, le altre attività commerciali con 7,6 e i negozi di moda con 7,1.

Ristoranti e pizzerie	8,7
Bar, pub e gelaterie	7,9
Altre attività commerciali	7,6
Negozi di moda	7,1



Circa la metà delle attività hanno dichiarato di aver registrato la presenza di nuovi clienti (49%).

Solo 4 attività ogni 10 hanno tenuto aperto la sera in tutte le giornate del Festival (100% ristoranti e pizzerie)

Molto importante	Importante	Poco importante
58%	29%	13%

Con_vivere: in aumento i fatturati della ristorazione del centro storico

- L'impatto della manifestazione sui fatturati delle imprese del centro città, nei 4 giorni dell'evento, è stimato in un aumento del 5% rispetto ad un normale week-end lungo, con una netta distinzione tra attività di somministrazione, che hanno registrato circa un +13%, e attività commerciali, le quali hanno registrato ricadute meno significative (+1%).

FATTURATO TOTALE **+5%**

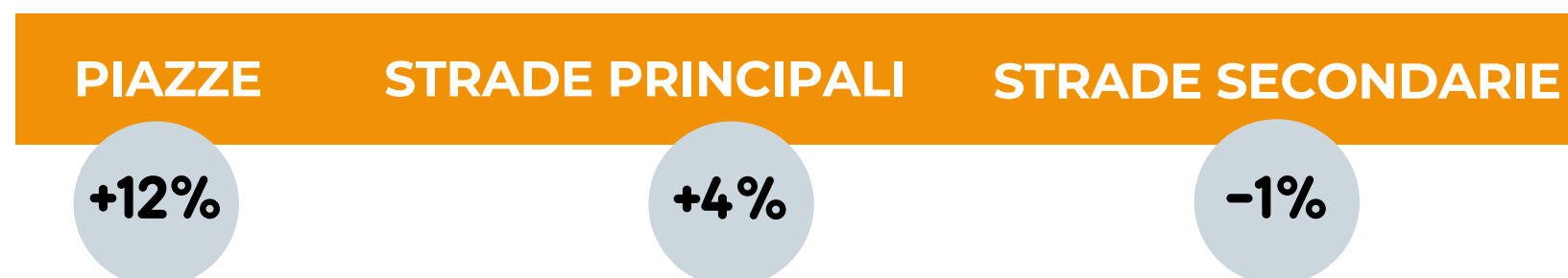
SOMMINISTRAZIONE **+13%**

COMMERCIO **+1%**

Ristoranti e pizzerie	+19%
Bar, pub e gelaterie	+5%
Altre attività commerciali	+1%
Negozi di moda	0%

Tra le diverse categorie, ristoranti e pizzerie hanno aumentato il fatturato del 19%. Seguono bar, pub e gelaterie (+5%), le altre attività commerciali (+1%), mentre i negozi di moda non hanno registrato variazioni.

AUMENTO FATTURATO NELLE AREE DEL CENTRO STORICO



Suggerimenti dei visitatori



- Pubblicizzare maggiormente l'evento in particolare per raggiungere i giovani e persone da fuori città
- Creare attività interattive e coinvolgenti per target più giovani
- Evitare eventi sovrapposti o troppo ravvicinati nel tempo
- Aumentare i posti a sedere, gestire la prenotazione/ticket per conferenze a numero chiuso, evitare l'occupazione abusiva delle sedie
- Organizzare manifestazioni di questo genere più volte durante l'anno

Suggerimenti degli operatori



- Estendere la manifestazione a tutta la città e rafforzare la promozione e il coinvolgimento dei commercianti, anche con incentivi a restare aperti
- Fornire maggiore materiale informativo (volantini, poster) direttamente alle attività commerciali
- Segnalare i disagi causati dai cantieri aperti in città che hanno bloccato o limitato le attività
- Organizzare più eventi all'aperto, dilazionare le attività nel tempo per un'esperienza più rilassata, variare i giorni (es. la settimana prima) e coinvolgere maggiormente famiglie e giovani

La ricerca è stata realizzata dalla collaborazione fra l'Istituto Studi e Ricerche (ISR) e la Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest. Redazione: Massimo Marcesini (ISR). Questionari e supporto alla somministrazione: Federica Tarabella (ISR). Elaborazioni statistiche: Massimo Pazzarelli (Camera di Commercio). Allestimento editoriale: Francesca Vergassola (ISR). Coordinamento generale: Alberto Susini (Camera di Commercio).

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

Istituto Studi e Ricerche

Azienda speciale della Camera di Commercio della Toscana Nord-Ovest



0585-764468



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.