



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

IMPRESA CULTURA ITALIA

Osservatorio sui consumi culturali In Emilia Romagna

Indagine regionale

Report di ricerca

Aprile 2025

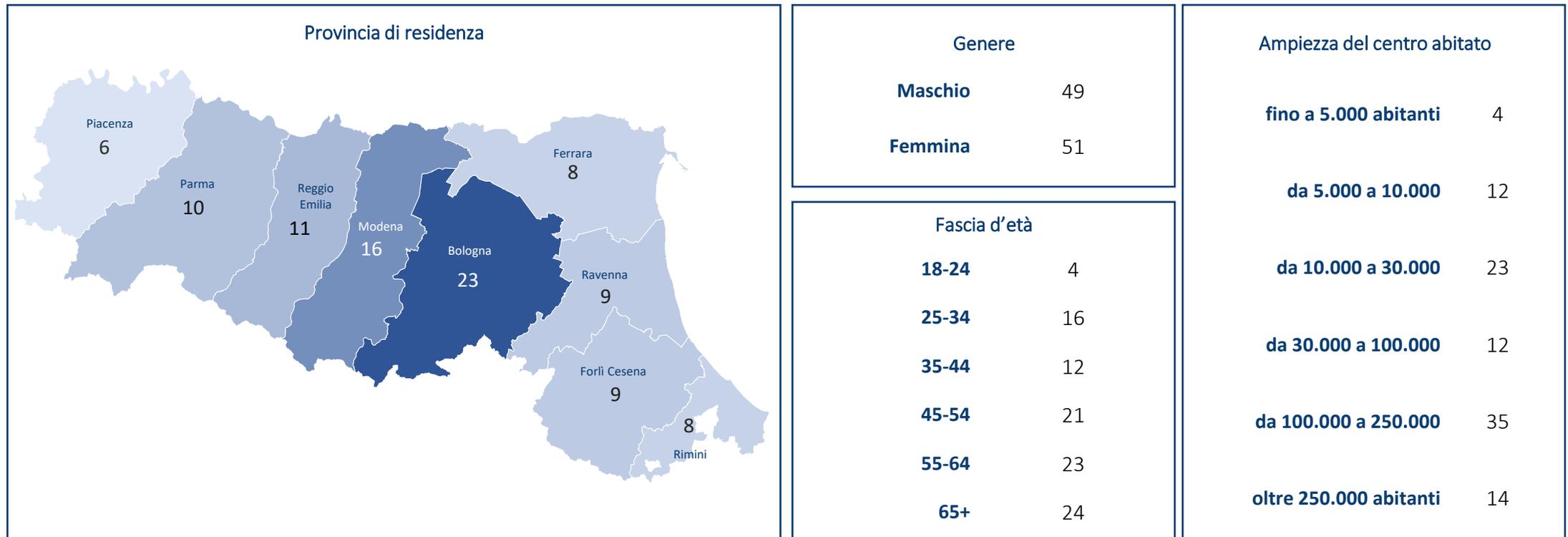


Nota metodologica

L'indagine quantitativa è stata condotta mediante interviste online con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview) su un campione composto da 610 cittadini maggiorenni residenti in Emilia Romagna rappresentativo della popolazione per genere, età e area geografica.

Il margine di errore delle stime è pari al +/- 4,0%.

Le interviste sono state somministrate dal 26 marzo al 3 aprile 2025.



Summary

L'indagine sui consumi culturali in Emilia Romagna evidenzia in maniera lampante come gli Emiliano Romagnoli siano una popolazione particolarmente vivace dal punto di vista della fruizione culturale. Sebbene gli effetti stagionali non consentano di fare confronti puntuali con i dati nazionali, dal paniere dei consumi culturali emerge come tutte le attività siano svolte con maggior frequenza dai residenti in questa regione rispetto ai loro connazionali. Dal punto di vista dei canali di fruizione, l'approfondimento sulla fruizione televisiva mostra una sostanziale stabilità con i dati del resto dell'Italia, ed anche in questa regione sono chiare le differenze emerse a livello generazionale in Italia, che evidenziano come le piattaforme web in abbonamento (OTT) stiano raggiungendo la televisione tradizionale, e – nel caso degli under 34 – la superino in fruizione. Un'altra evidenza riscontrata in Emilia Romagna è la difficoltà del formato digitale ad attecchire nella lettura di libri, dove gli strumenti digitali riscontrano l'interesse solo dei più giovani. Tendenza inversa invece nella lettura dei quotidiani, dove quelli online gratuiti la fanno ormai da padrone.

Nel complesso la cultura riveste un ruolo particolarmente importante per gli Emiliano Romagnoli ed il 46% di essi la considera un'opportunità per apprendere e ampliare i propri orizzonti. Cuore pulsante della Cultura regionale è considerato in larga parte la città di Bologna (con anche una quota rilevante di residenti in altre province che la indica). A darle questa connotazione è in larga parte la sua caratteristica di città universitaria, citata dal 69% dei rispondenti che indicano Bologna. In tutta la regione la partecipazione ad attività culturali è particolarmente elevata, complice anche un'offerta culturale valutata in maniera molto positiva. Spicca in questo la valutazione data dai residenti nella provincia di Bologna, che rispetto agli altri concittadini della regione danno una valutazione sensibilmente più alta, soprattutto per quanto riguarda la varietà, la ricchezza e la qualità delle iniziative culturali organizzate. In compenso, forse anche a causa di un'offerta così ricca e variegata, i residenti nel Bolognese non mostrano livelli di interesse più elevati dei cittadini nel resto della regione, con l'eccezione per una chiara passione per Musei permanenti, siti archeologici, mostre temporanee d'arte e – coerentemente con la tradizione della città – festival cinematografici.

Quest'edizione dell'Osservatorio aggiunge inoltre un approfondimento specifico sui festival. Questa forma di eventi culturali raccoglie un discreto successo nella regione: ben il 42% degli Emiliano Romagnoli vi ha partecipato nell'ultimo anno (25% degli intervistati ha partecipato a un festival nella propria città, il 30% fuori dalla propria città, il 12% a entrambe). I festival preferiti dagli Emiliano Romagnoli sono le Fiere, seguite dai Festival musicali e dai festival tematici. La clientela dei festival è particolarmente porosa, ad eccezione di una leggera sovra rappresentazione di giovani non ci sono infatti caratteristiche sociodemografiche che la descrivono in maniera univoca. Questo è dovuto anche ad una modalità di fruizione flessibile, per la quale si sceglie o meno se partecipare ad un festival prevalentemente in base ai contenuti, mentre è meno rappresentata la famiglia degli habitue. Per questa ragione la pletera di festival citati è molto vasta e differenziata tra i rispondenti. La modalità di partecipazione preferita ad un festival è recarsi in giornata, possibilmente in compagnia di amici, c'è poi una quota minoritaria di rispondenti che quando si reca ad un festival fuori città si ferma a soggiornarvi almeno per una notte. In questo caso il tipo di partecipazione è associato ad un maggiore impegno economico ed ad una spesa più alta per tutte le voci (non solo l'alloggio).

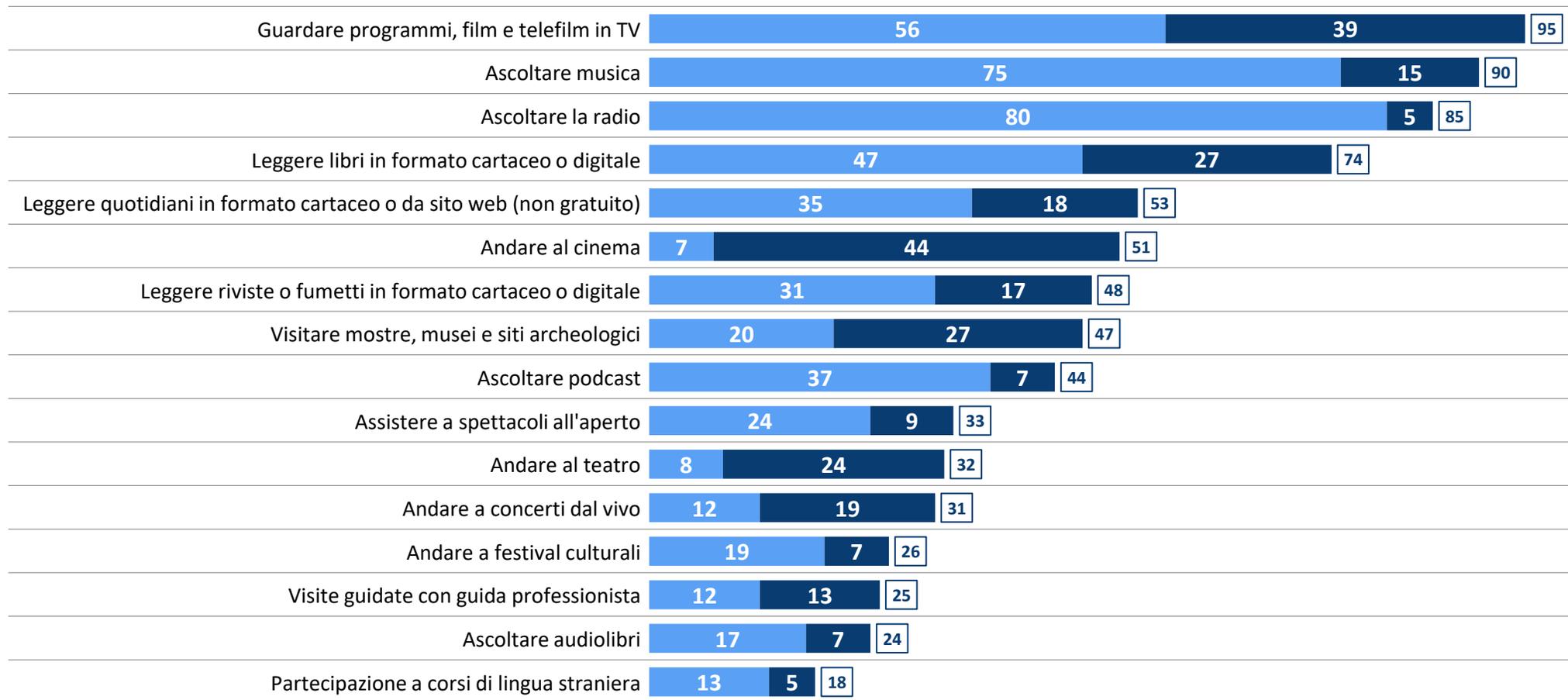
A raccogliere un minore successo è invece la formula del pacchetto «weekend culturale», i residenti in Emilia Romagna mostrano infatti un interesse lievemente più basso del resto degli italiani verso il regalare o ricevere in regalo un weekend culturale. A fronte di questo fatto, c'è comunque una quota superiore al 40% che ha effettuato un weekend culturale negli ultimi 12 mesi. Diversamente dall'approccio utilizzato per i festival, i partecipanti a weekend culturali prevedono molto più frequentemente un soggiorno in una struttura (71% di chi ha fatto un weekend culturale).

Il paniere dei consumi culturali



Le attività culturali più diffuse in Emilia Romagna

Dall'inizio dell'anno, lei ha svolto le seguenti attività spendendo o meno del denaro?



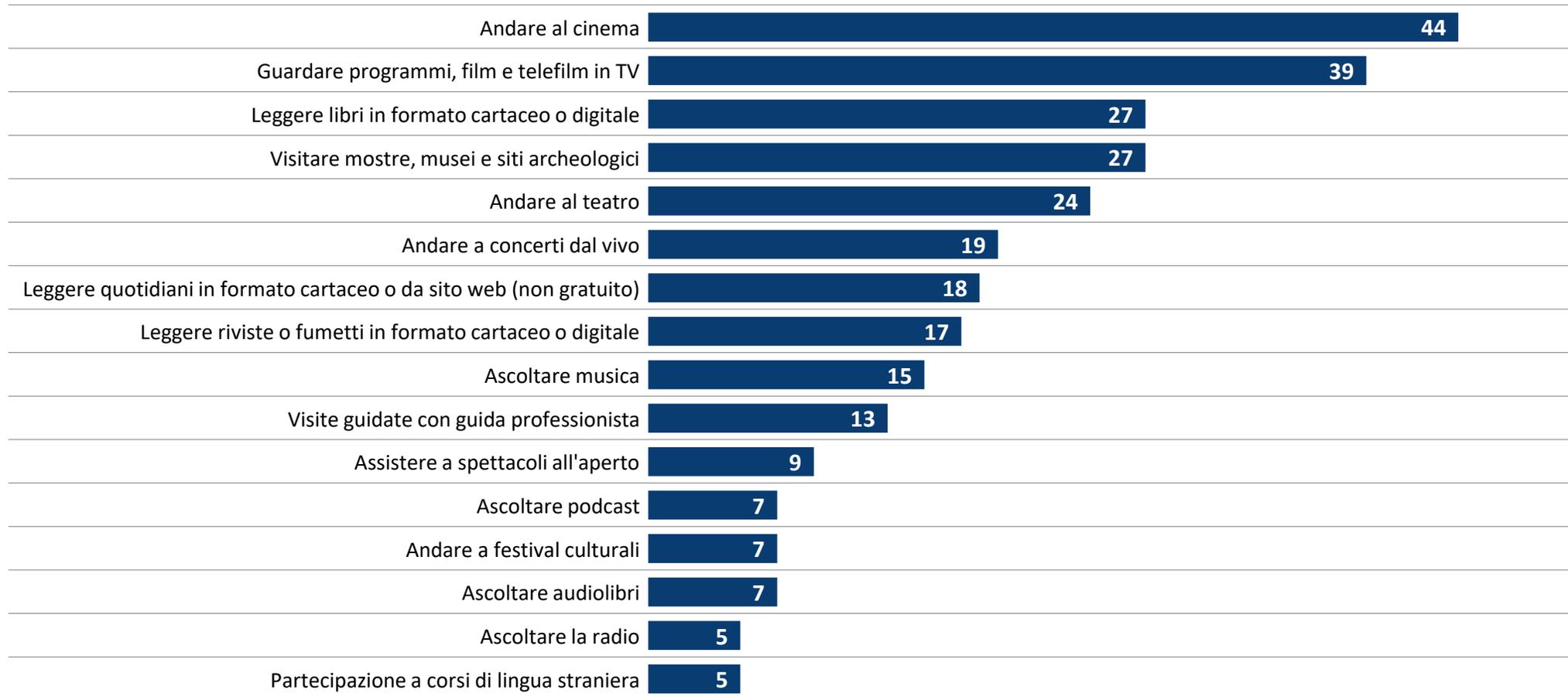
■ % che ha svolto l'attività negli ultimi 12 mesi senza spendere del denaro

■ % che ha svolto l'attività nell'ultimo mese spendendo del denaro

□ % complessiva di intervistati che ha svolto l'attività indicata

I consumatori di attività culturali

Dall'inizio dell'anno, lei ha svolto le seguenti attività spendendo o meno del denaro?

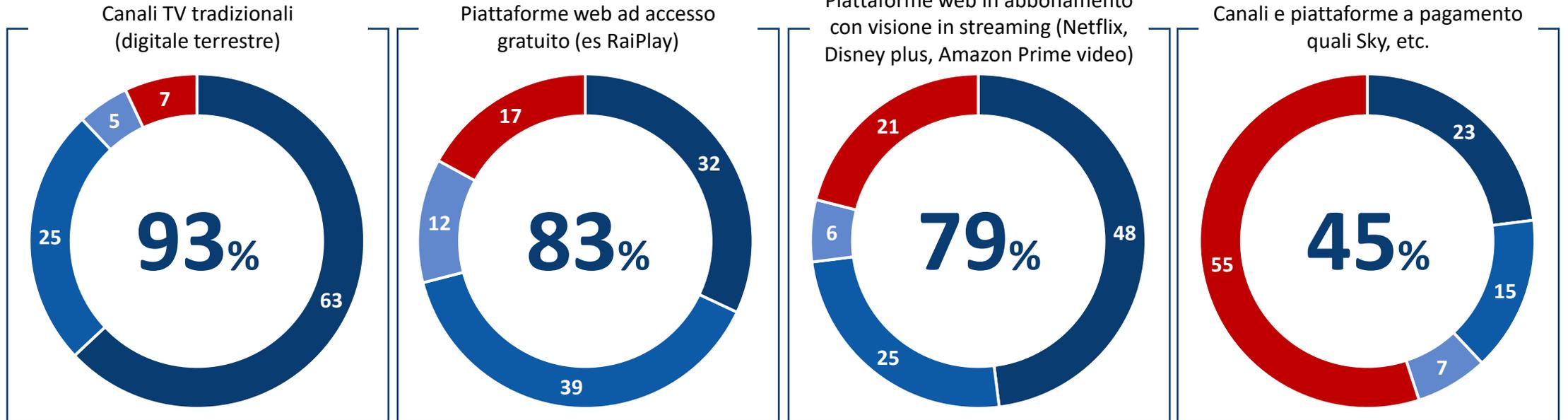


■ % che ha svolto l'attività nell'ultimo mese spendendo del denaro

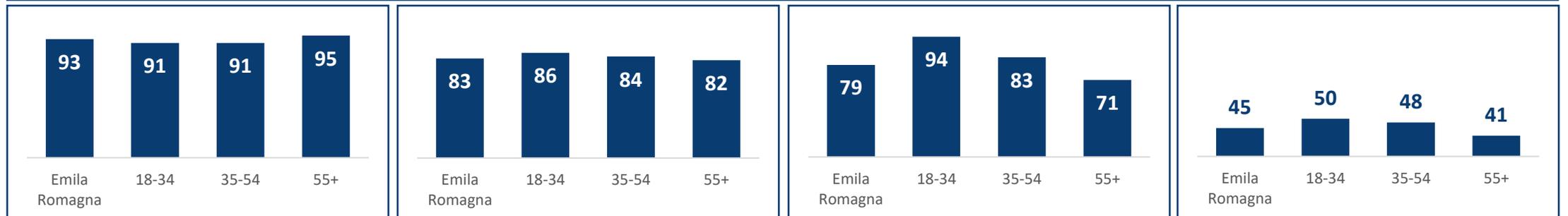
La fruizione televisiva

Negli ultimi 12 mesi, lei ha guardato film, telefilm e programmi tv attraverso:

■ sì, abitualmente ■ sì, in maniera saltuaria ■ una o due volte ■ mai



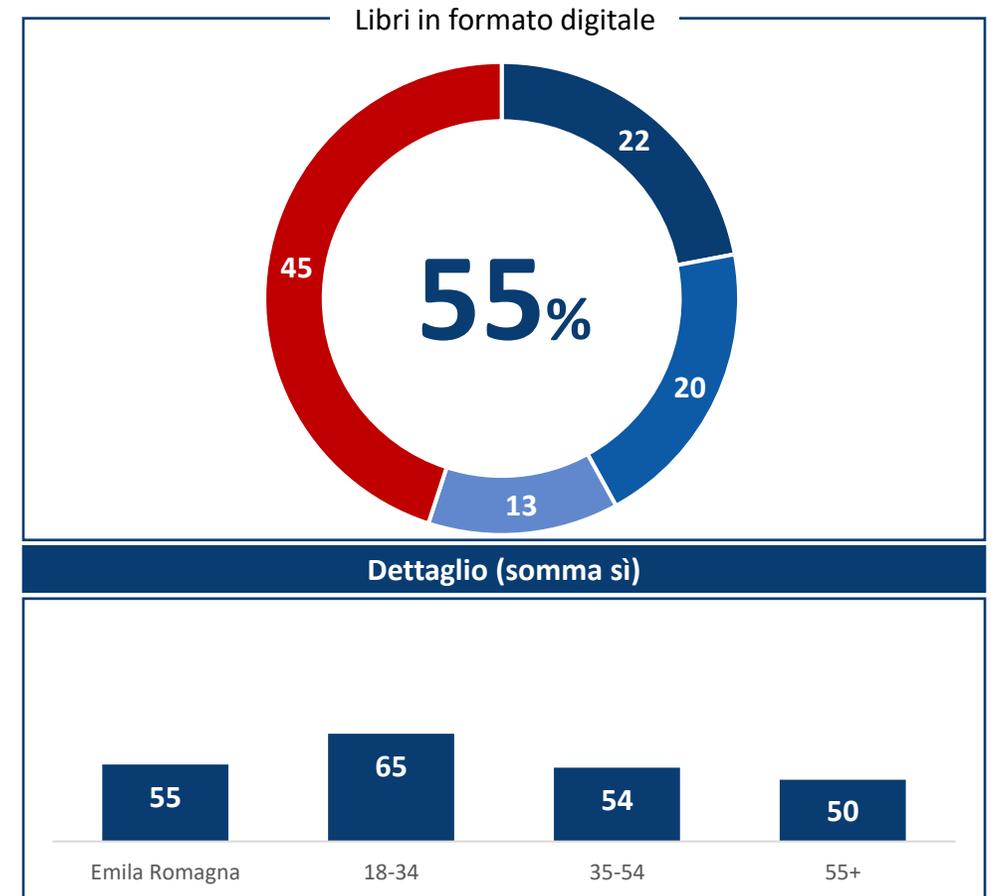
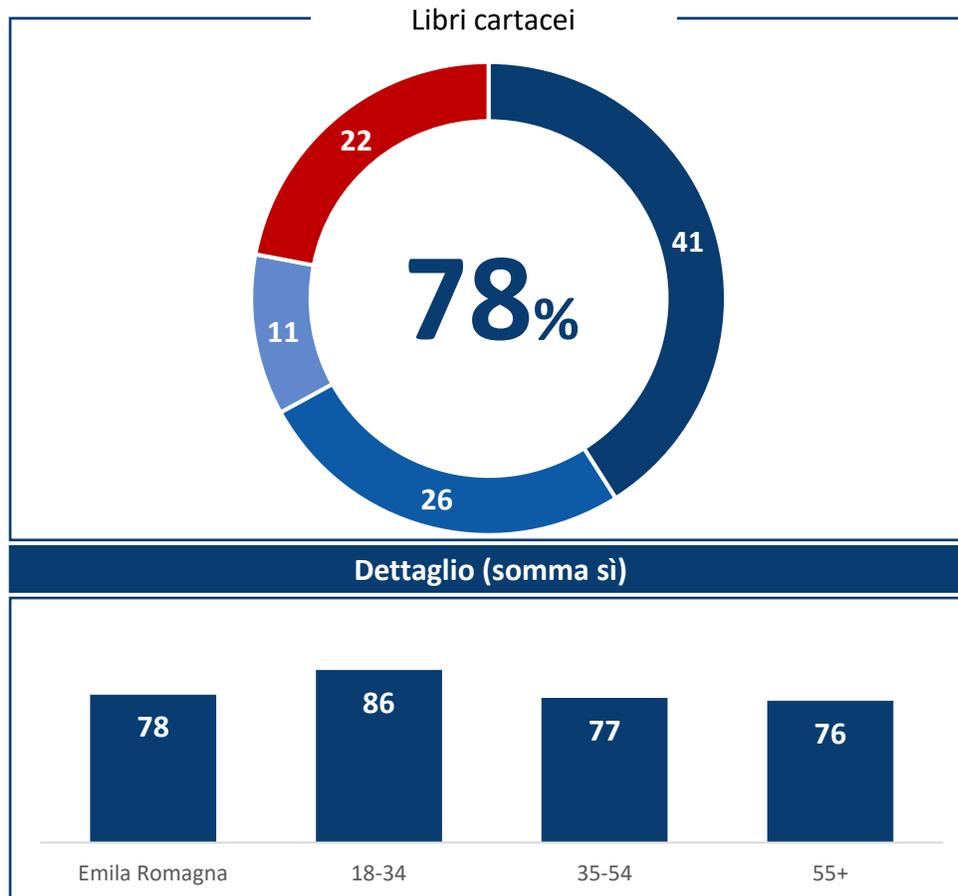
Dettaglio (somma sì)



La lettura: tra i più giovani gli ebook stanno prendendo piede

Parliamo ora, invece della lettura di libri e giornali in formato cartaceo o digitale. Negli ultimi 12 mesi lei ha letto (indichi tutte le forme utilizzate)

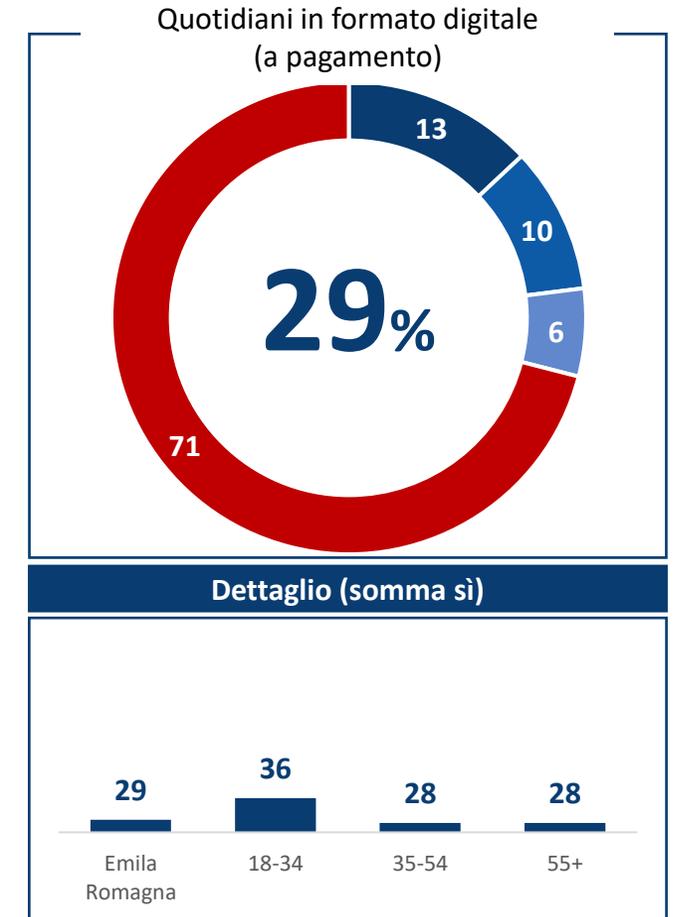
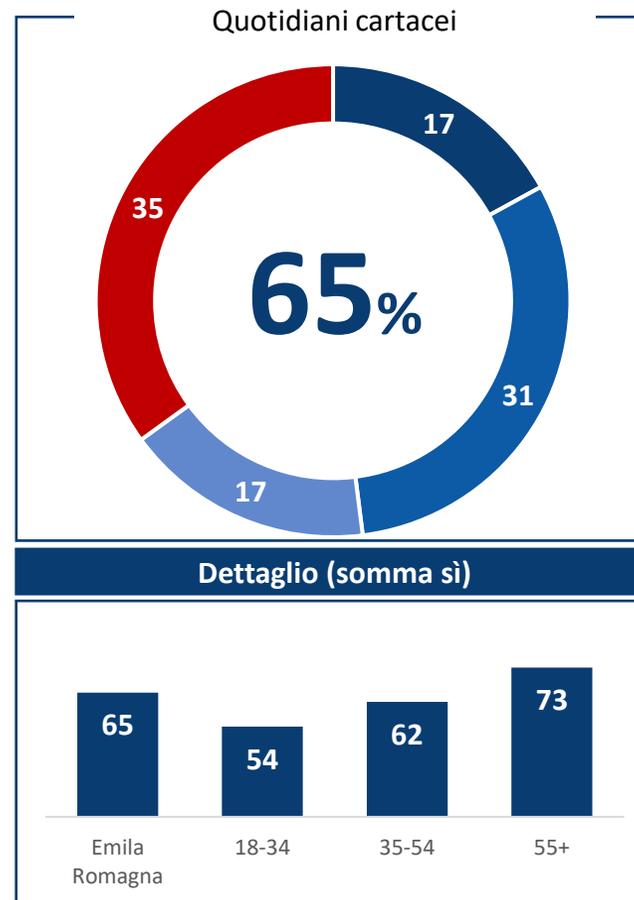
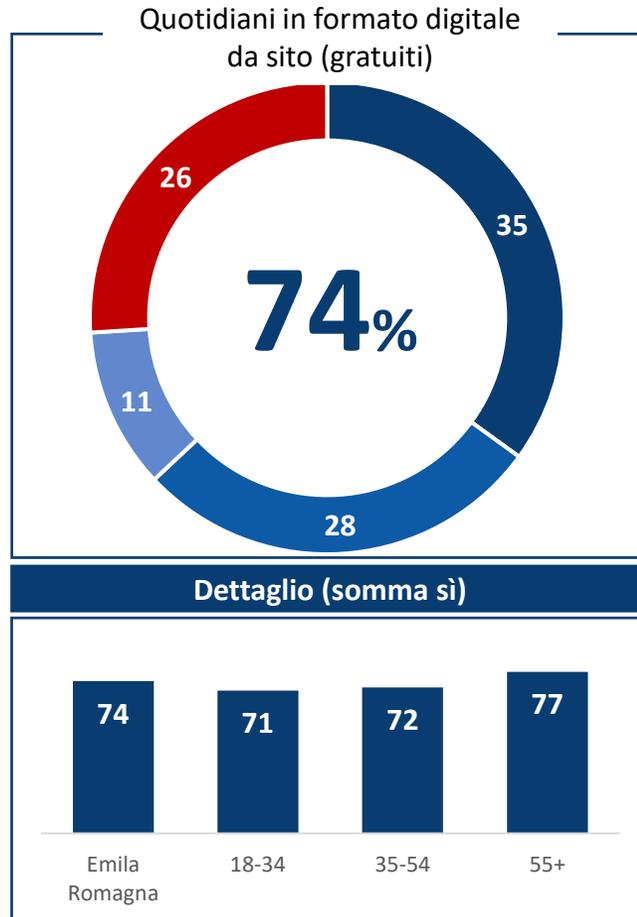
■ sì, abitualmente ■ sì, in maniera saltuaria ■ una o due volte ■ mai



Quotidiani: 1 giovane su 3 legge almeno saltuariamente un giornale online a pagamento

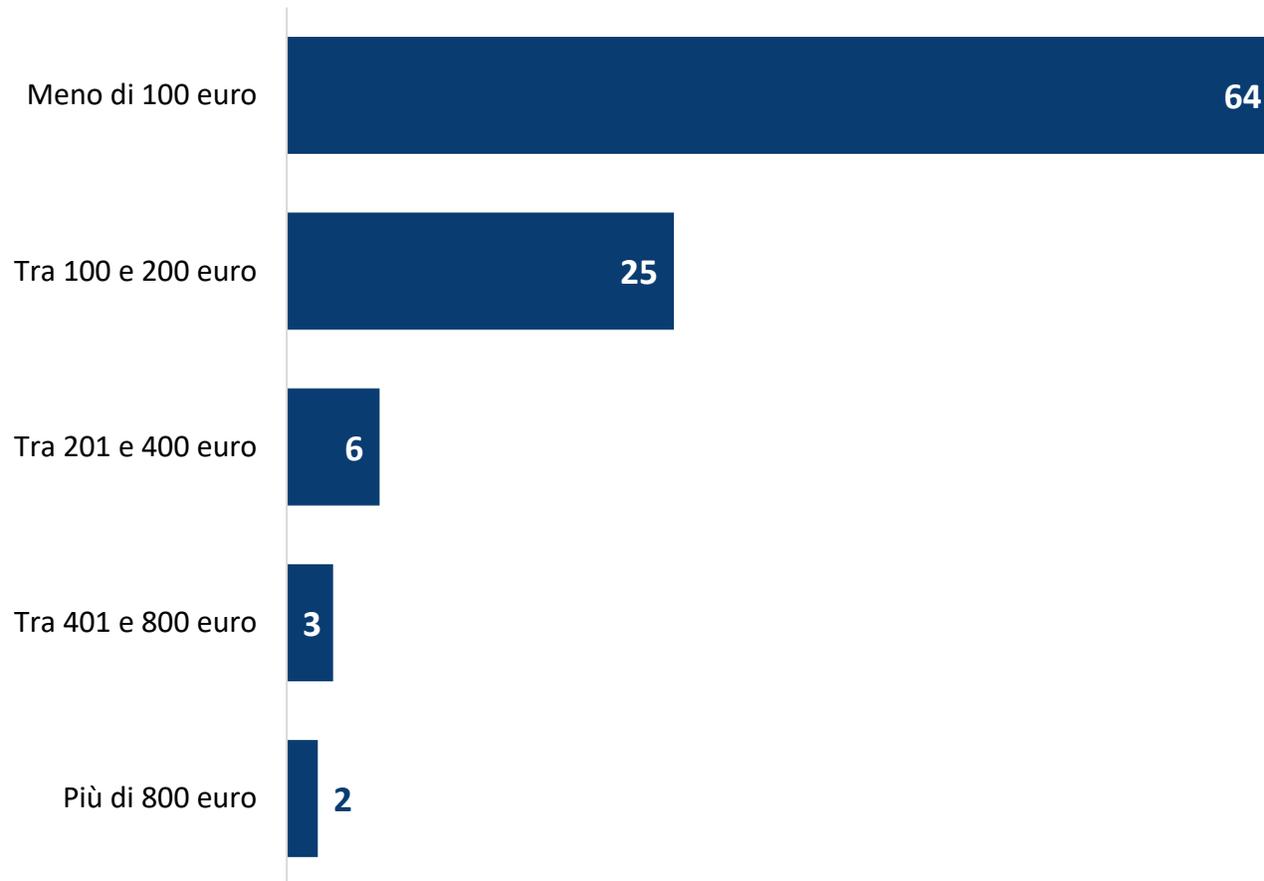
Parliamo ora, invece della lettura di giornali in formato cartaceo o digitale. Negli ultimi 12 mesi lei ha letto (indichi tutte le forme utilizzate)

■ sì, abitualmente ■ sì, in maniera saltuaria ■ una o due volte ■ mai



La spesa in consumi culturali in Emilia Romagna

Indicativamente, quanto spende ogni mese la sua famiglia per acquistare o fruire di beni, servizi e attività culturali?



Stima di spesa

Emilia Romagna **95,9 €**

Il rapporto con i consumi culturali



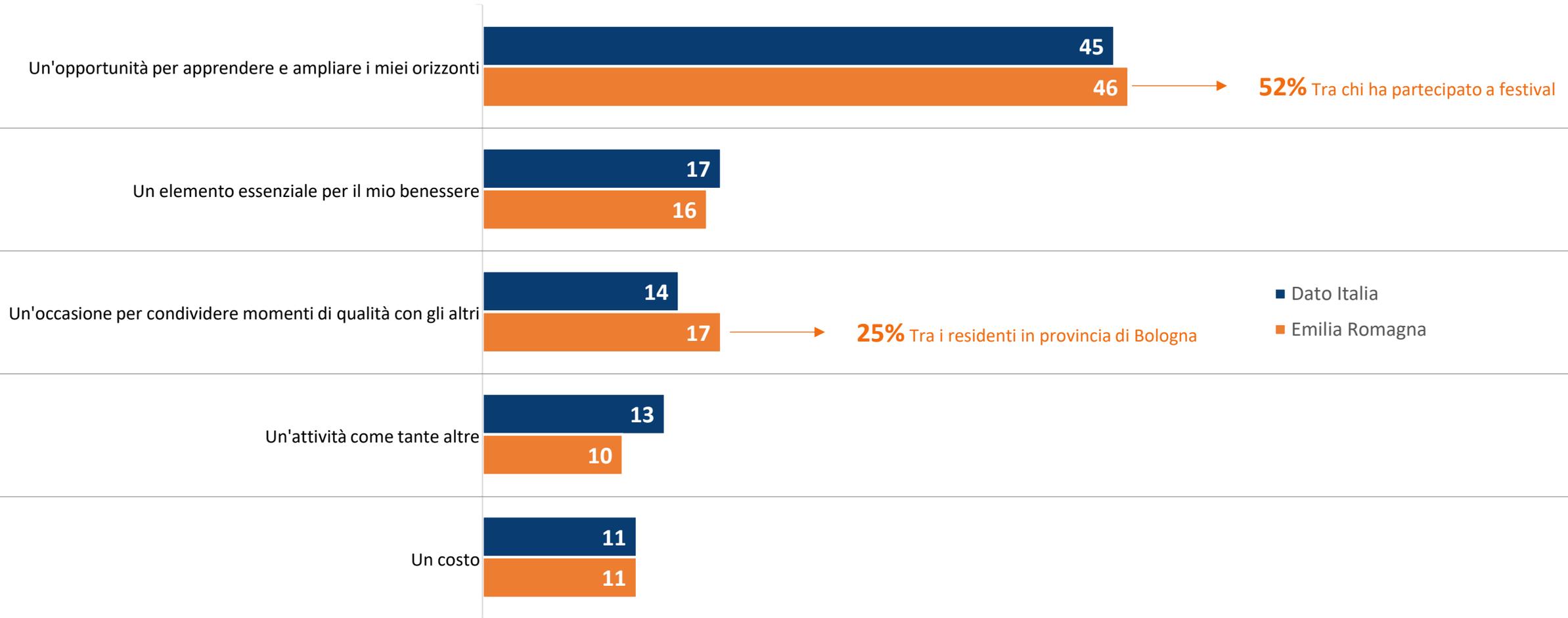
SWG



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
IMPRESA CULTURA ITALIA

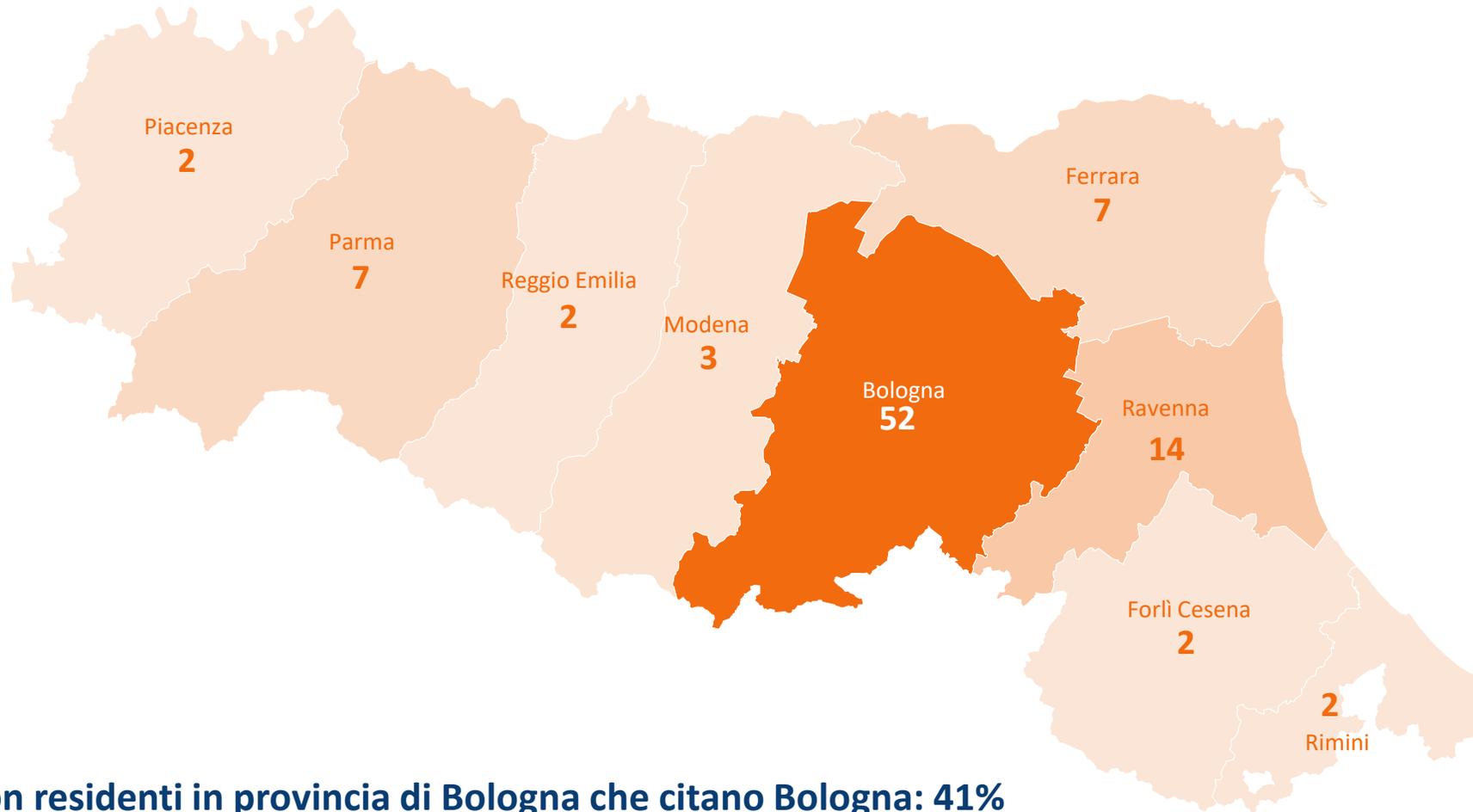
Percezione particolarmente positiva per chi ha partecipato a festival nell'ultimo anno

In generale per lei cosa rappresentano i consumi culturali?



Bologna: massima l'associazione alla cultura, ma non è solo campanilismo

Se pensa alla cultura in Emilia-Romagna, quale città associa maggiormente a questa dimensione?

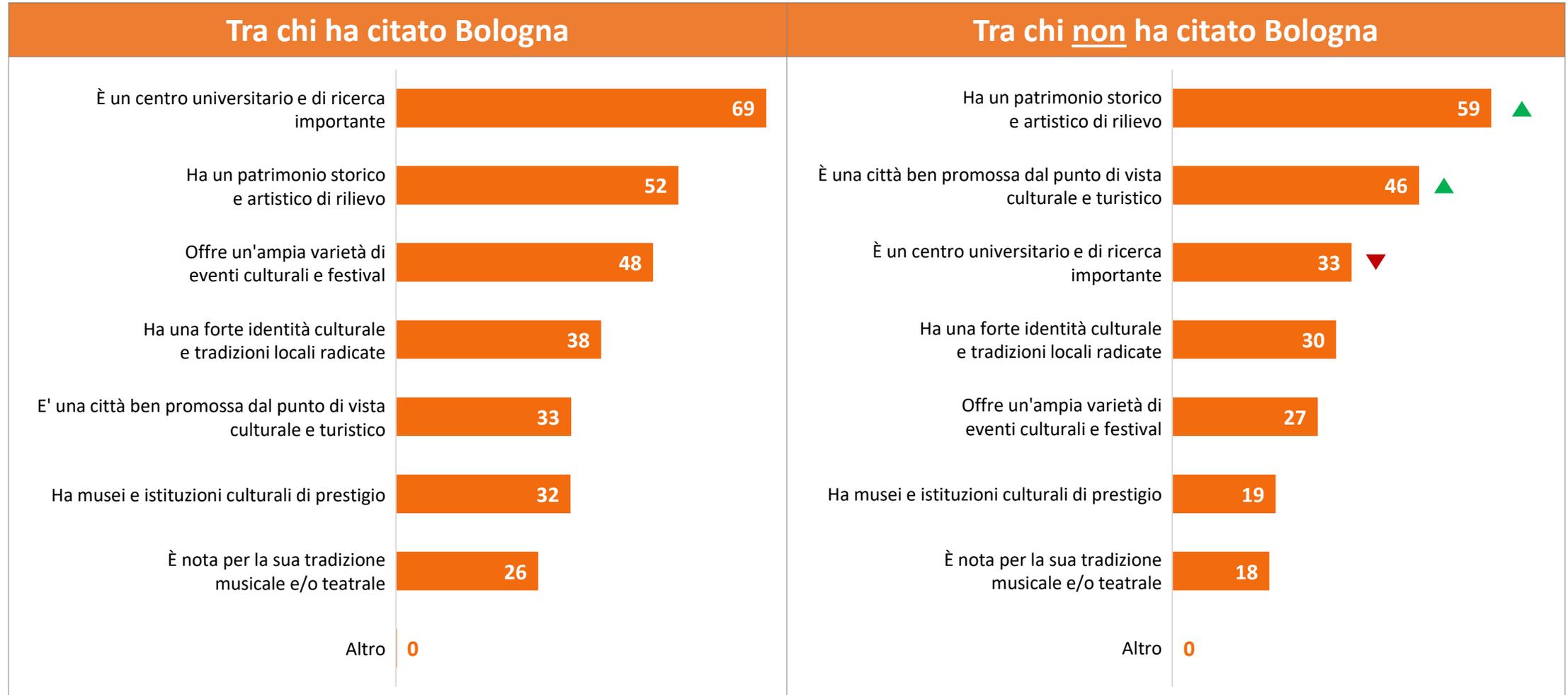


Non saprei: 9%

Rispondenti non residenti in provincia di Bologna che citano Bologna: 41%

L'associazione a Bologna è soprattutto legata allo status di polo universitario

Perché associa questa città alla cultura? (Possibili più risposte)
 [Risponde chi ha indicato una città alla domanda precedente. n: 553]



Eventi e spettacoli nella propria città



SWG

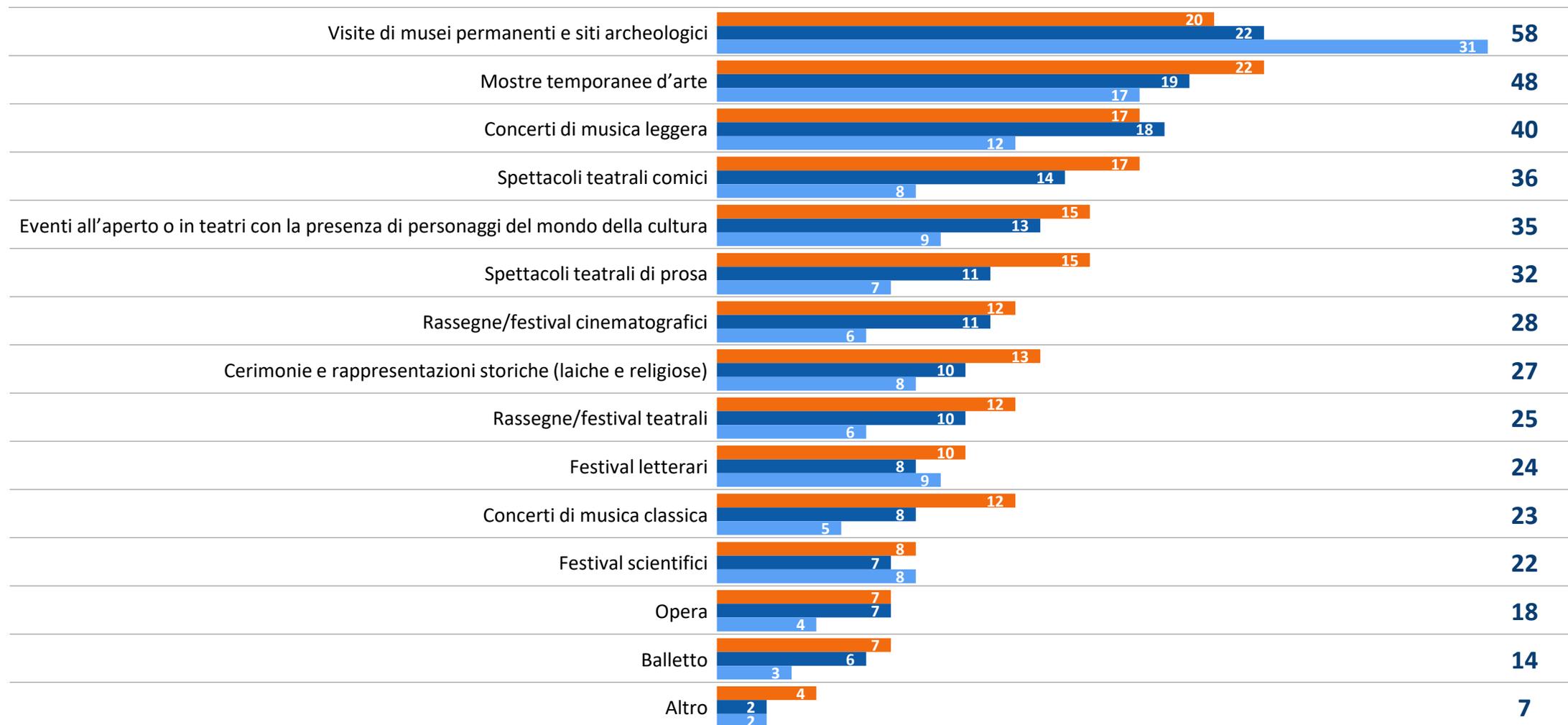


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
IMPRESA CULTURA ITALIA

Le attività culturali svolte nell'ultimo anno

Negli ultimi 12 mesi, lei ha partecipato a una o più delle seguenti attività? (possibili più risposte per riga)

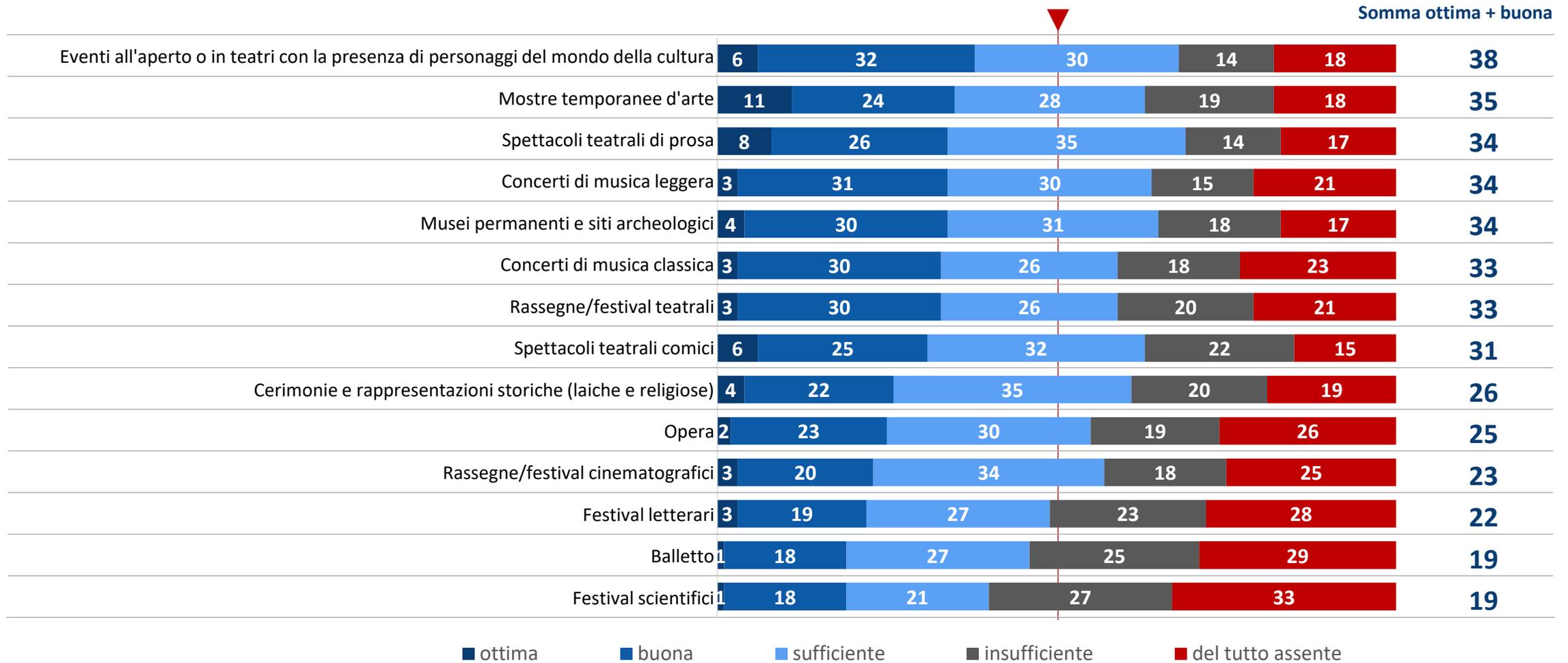
% ha svolto l'attività



■ Nella località in cui risiede abitualmente ■ In un'altra località nella mia regione ■ In un'altra località al di fuori della mia regione

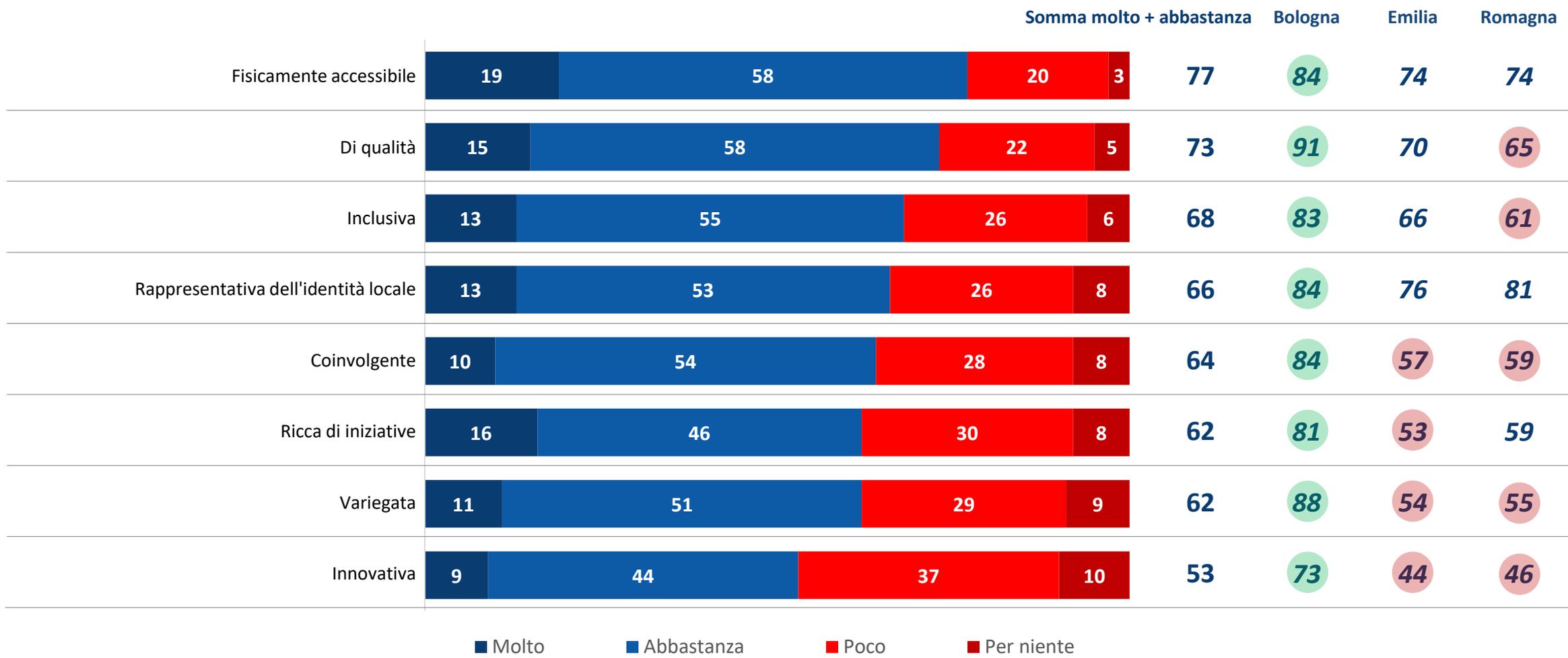
Un'offerta valutata in maniera particolarmente positiva, penalizzati solo festival letterari, scientifici e balletto

Per quelle che sono le sue informazioni, come valuta l'offerta culturale della sua città per quanto riguarda...



L'offerta culturale di Bologna gode di una valutazione estremamente positiva

Sempre parlando dell'offerta culturale nella sua città, a suo avviso, quanto è:

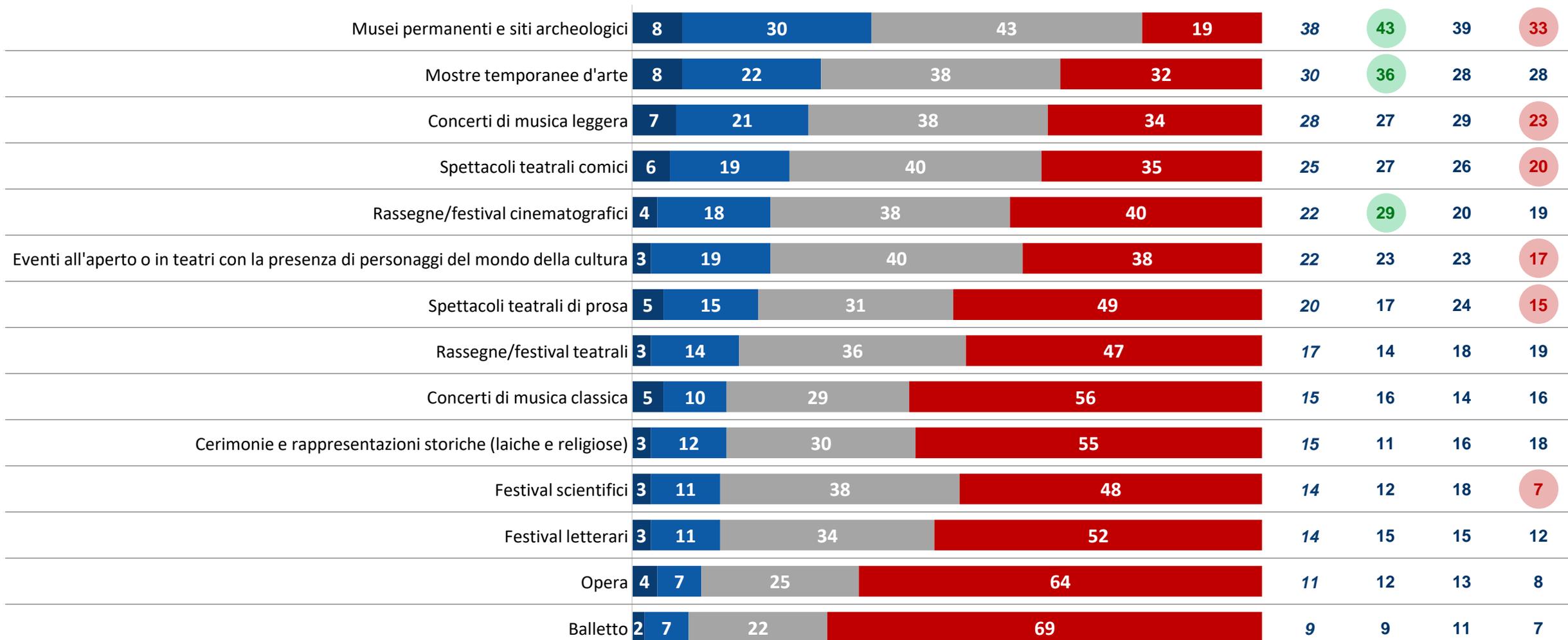


Musei e mostre suscitano l'interesse più alto, soprattutto nel Bolognese

Macroarea

A prescindere da cosa ha fatto negli ultimi mesi, qual è il suo grado di interesse rispetto agli eventi elencati?

% somma appassionati e frequentatori: **Bologna** Emilia Romagna



■ Sono un appassionato e vado spesso ■ Mi interessano e li frequento ■ Mi interessano ma li frequento solo di rado ■ Non mi interessano

Focus Festival



SWG



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
IMPRESA CULTURA ITALIA

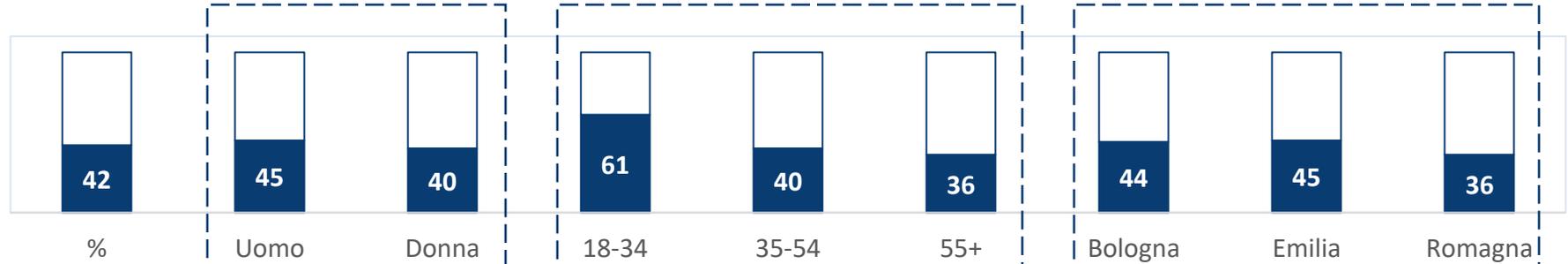


I partecipanti ai festival

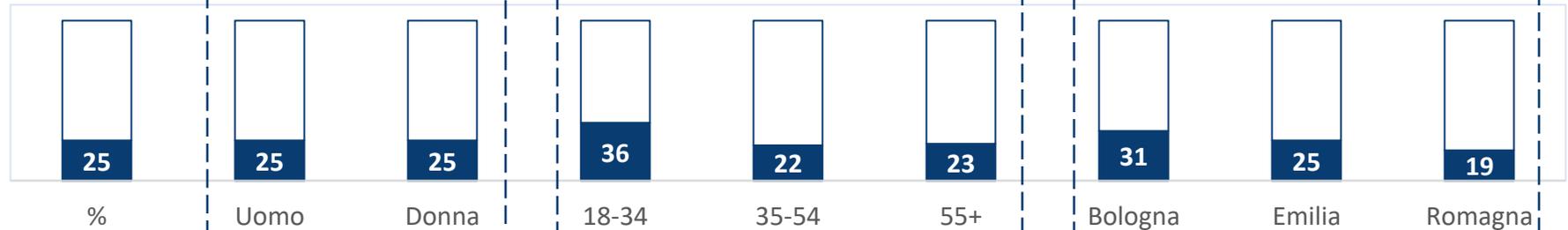
Sono considerati come appartenenti a questo target coloro che hanno dichiarato che negli ultimi 12 mesi hanno partecipato a:

- Rassegne o festival teatrali
- Rassegne o festival cinematografici
- Festival scientifici
- Festival letterari

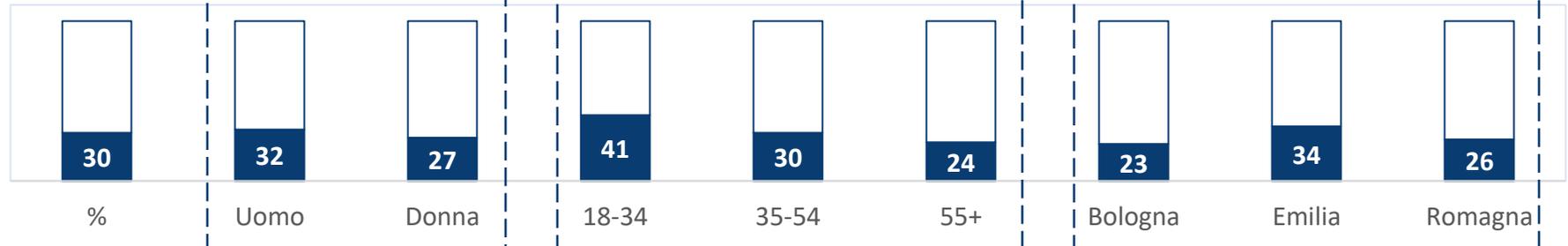
Partecipanti a festival



Partecipanti a festival nella propria città

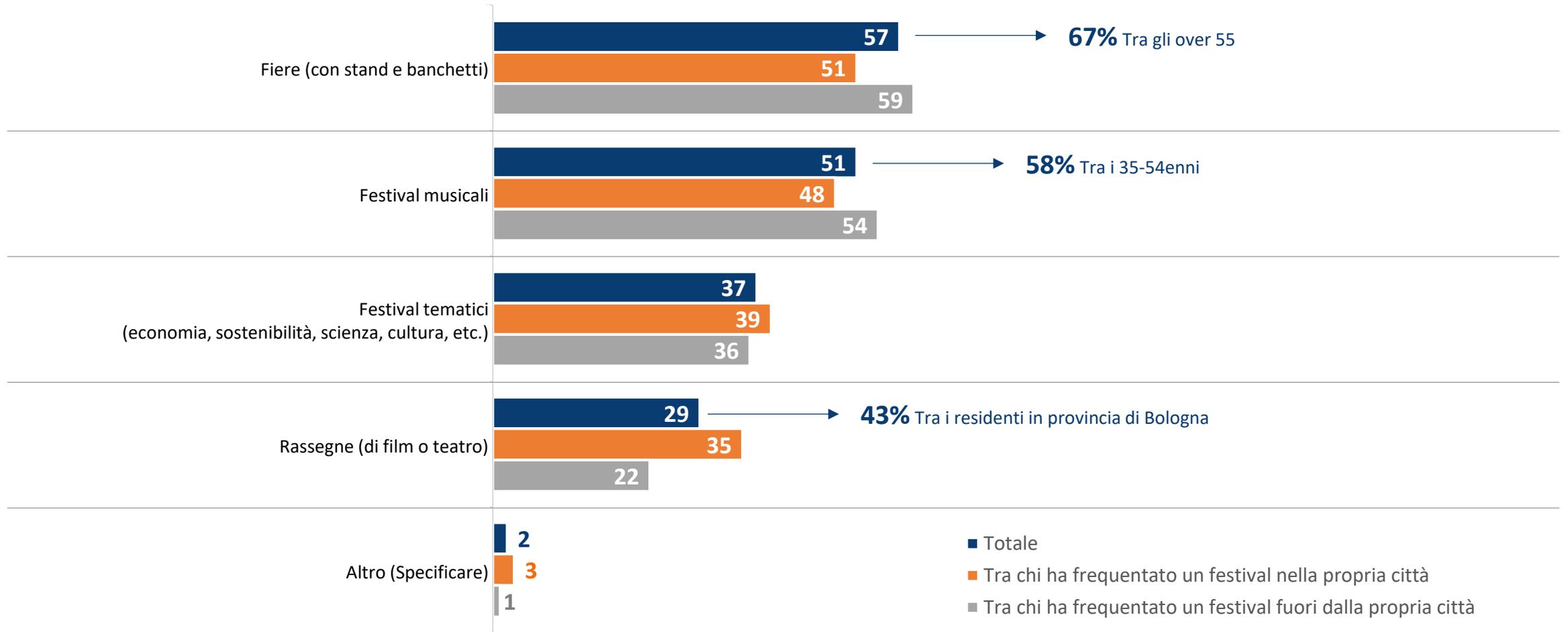


Partecipanti a festival fuori dalla propria città



I festival preferiti dai residenti in Emilia Romagna

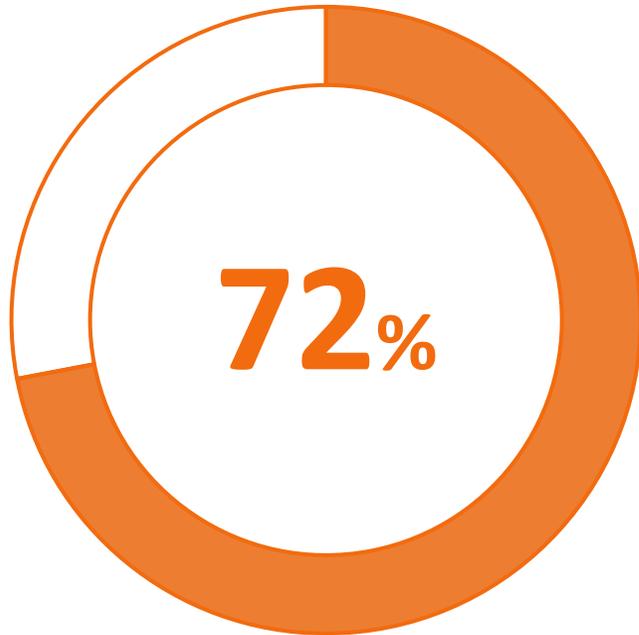
E quali sono i festival che piacciono di più? (possibili più risposte)
[risponde chi ha partecipato ad un festival. n: 259]



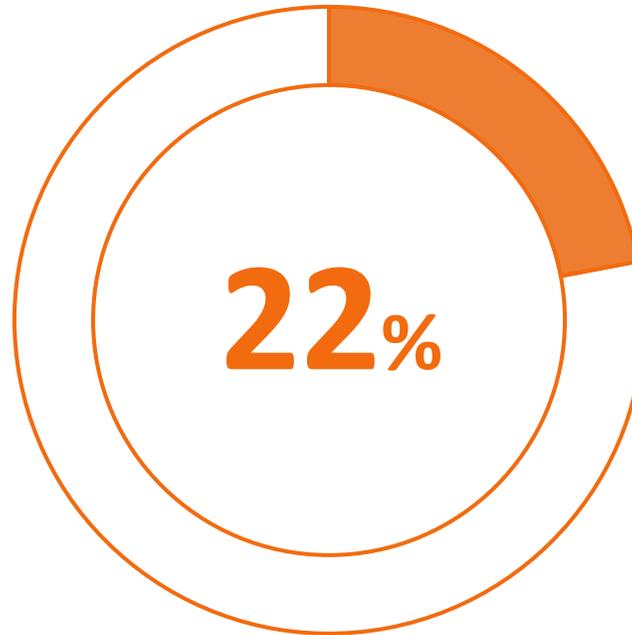
La tipologia prevalente è quella del visitatore «opportunist», che valuta di volta in volta

Pensi ai festival a cui si è recato / a recentemente, generalmente si tratta di festival per i quali: (possibili più risposte)
[risponde chi ha partecipato ad un festival. n: 259]

Scelgo di partecipare o meno in base al programma e ai contenuti



Ho partecipato una o due volte per curiosità, ma senza informarmi più di tanto

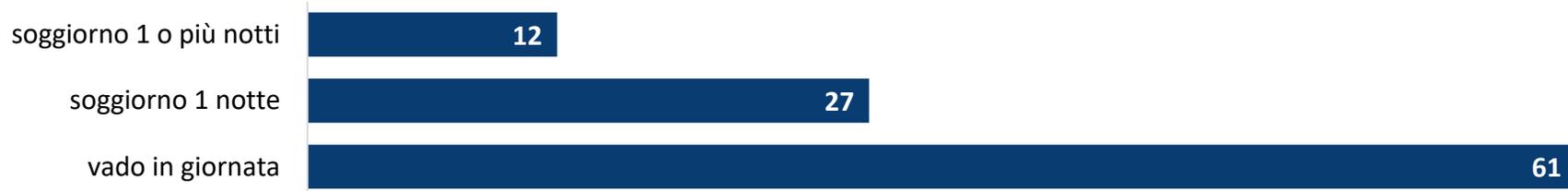


Sono un habitué, partecipo tutte le volte che posso

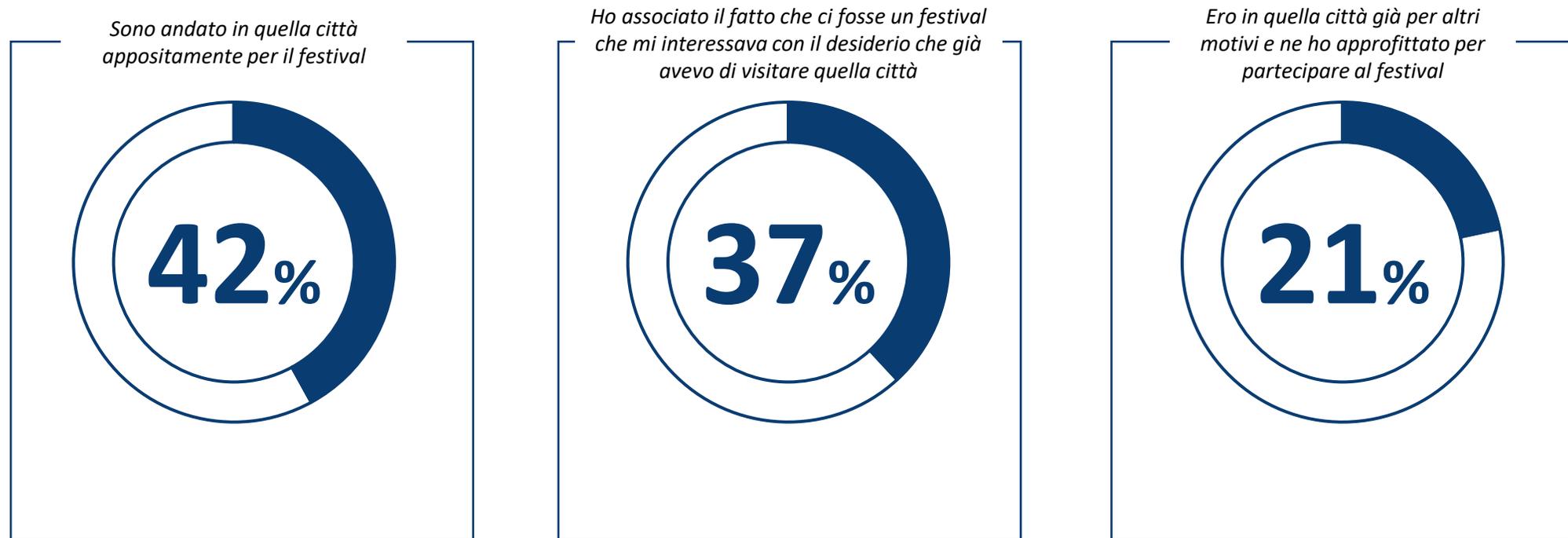


L'approccio ai festival fuori città: la maggioranza vi si reca appositamente

Generalmente quando partecipa ad un festival...?



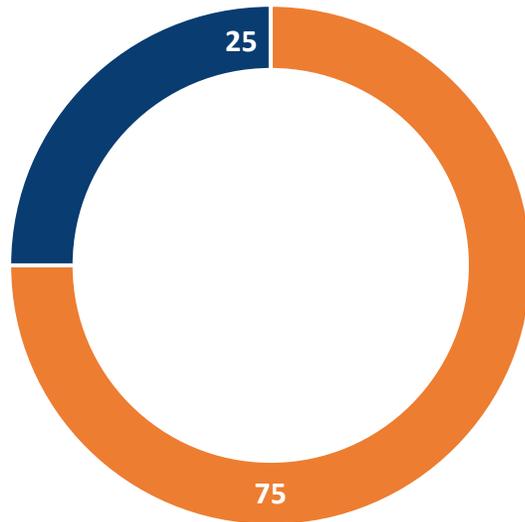
Lei ha dichiarato di avere partecipato a un/dei festival fuori dalla sua città negli ultimi 12 mesi. In quali delle seguenti affermazioni si riconosce maggiormente?
[risponde chi ha partecipato ad un festival fuori città. n: 189]



Il festival ideale è una breve gita in compagnia

E facendo riferimento all'ultimo festival a cui ha partecipato, ci può indicare...? [risponde chi ha partecipato ad un festival. n: 259]

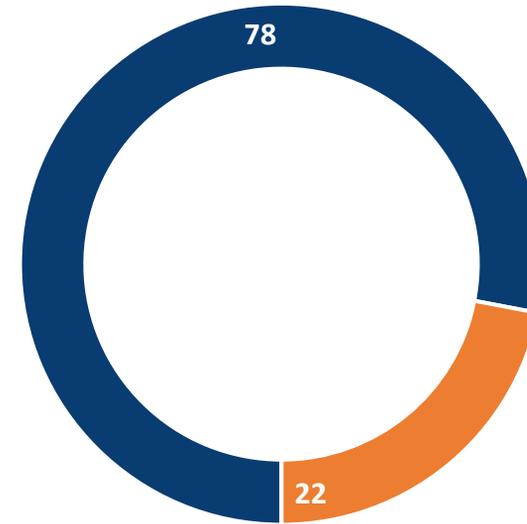
È andato/a da solo/a ■



■ È andato/a con altre persone

E facendo riferimento all'ultimo festival a cui ha partecipato, ci può indicare...? [risponde chi ha partecipato ad un festival fuori città. n: 189]

È andato in giornata ■



■ Si è fermato/a e ha pernottato almeno una notte

La spesa per i festival

Pensiamo ora all'ultimo festival a cui ha partecipato. Le vorremmo chiedere quanto ha speso per una serie di attività correlate. Le chiediamo la spesa media complessiva per persona. [risponde chi ha partecipato ad un festival negli ultimi 12 mesi. n: 259]

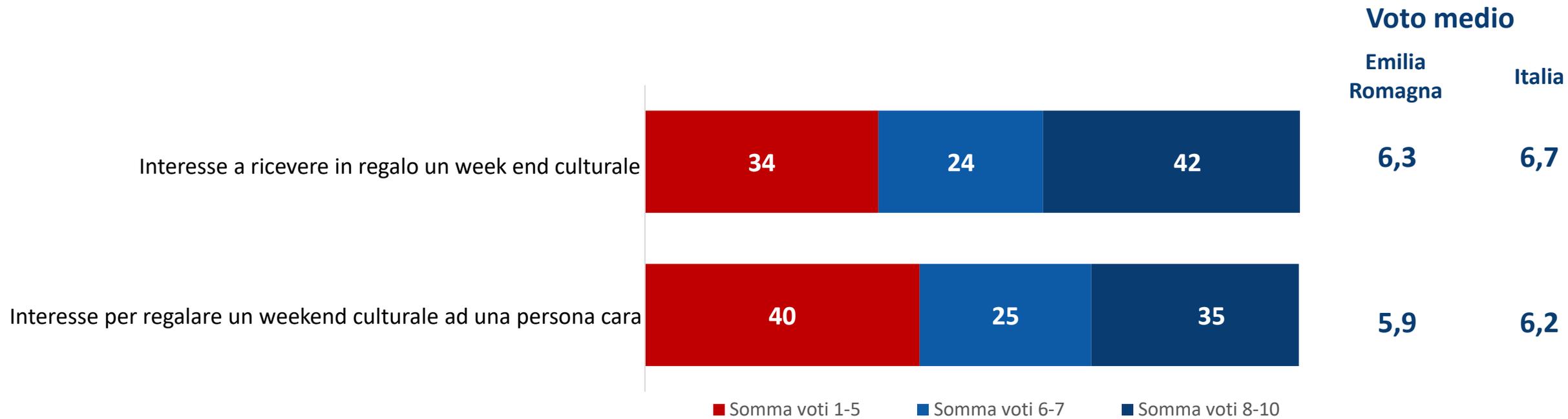
Voce di spesa	€	Incidenza sulla spesa complessiva	
Pasti	31,0	21	
	74,0	16	
Trasporti	26,1	15	
	53,2	11	
Attività culturali	18,2	14	
	49,1	10	
Biglietti	28,0	13	
	47,4	10	
Merchandising	32,5	11	
	38,2	8	
Altre spese	22,3	26	
	92,6	20	
Alloggio			
	116,1	25	
Spesa media totale	158,0	■ Si è recato in giornata	
Spesa media totale	470,6	■ Ha soggiornato fuori, alloggiando in una struttura	

I weekend culturali



L'interesse per i weekend culturali in Emilia Romagna è leggermente più basso del resto del paese

Su una scala da 1 a 10 dove 1 vuol dire per niente a 10 moltissimo, quanto sarebbe interessato a regalare o ricevere in regalo un weekend culturale ovvero un pacchetto che preveda almeno un pernottamento e la partecipazione ad una o più iniziative culturali?



I target più interessati a ricevere in regalo un weekend culturale

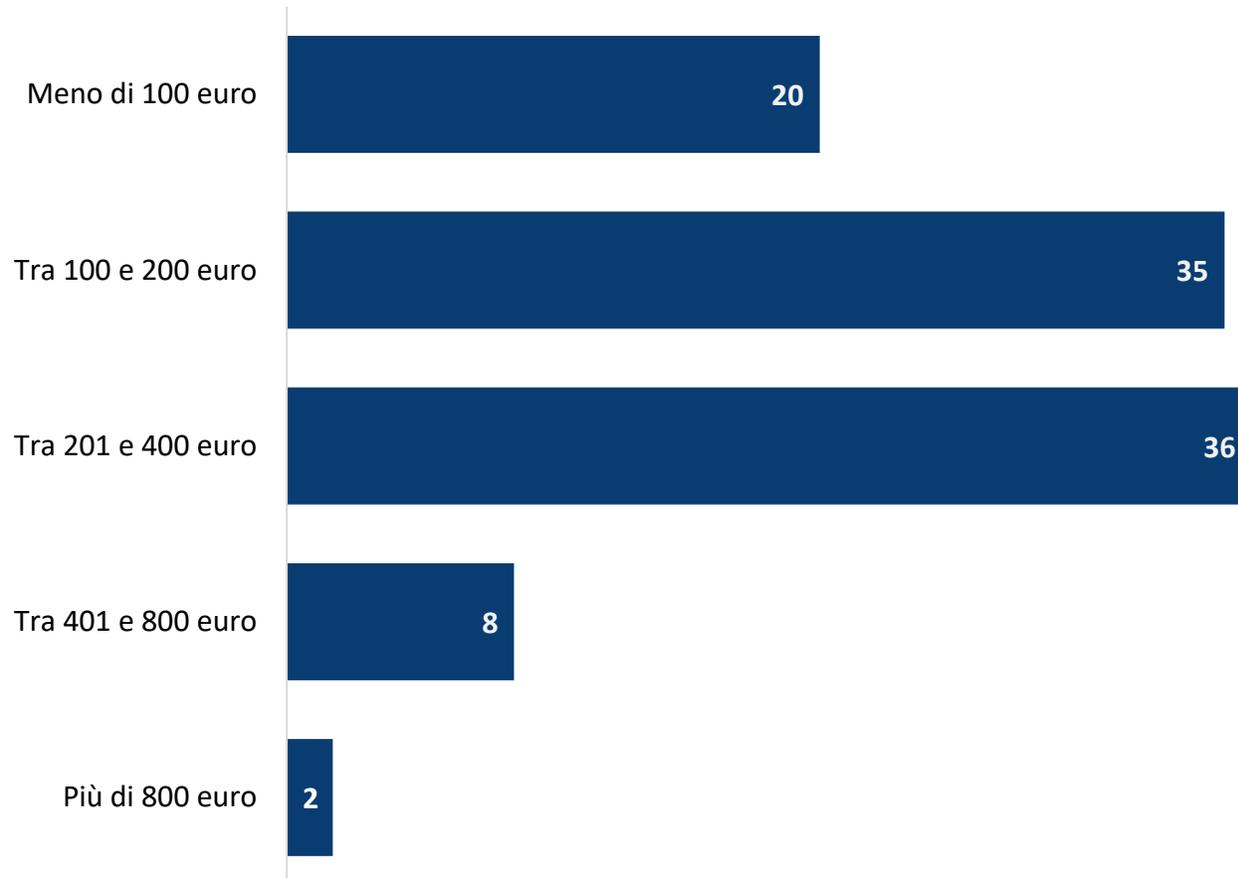
Chi ha già fatto un weekend culturale fuori dall'Emilia Romagna	7,5
Chi ha già fatto un weekend culturale in Emilia Romagna	7,3
I residenti a Bologna	6,7

I target più interessati a regalare un weekend culturale

Chi ha già fatto un weekend culturale in Emilia Romagna	7,0
Chi ha già fatto un weekend culturale fuori dall'Emilia Romagna	6,8
Chi ha partecipato a festival negli ultimi 12 mesi	6,7

I soggetti interessati sarebbero disposti a spendere circa 260€ per questa esperienza

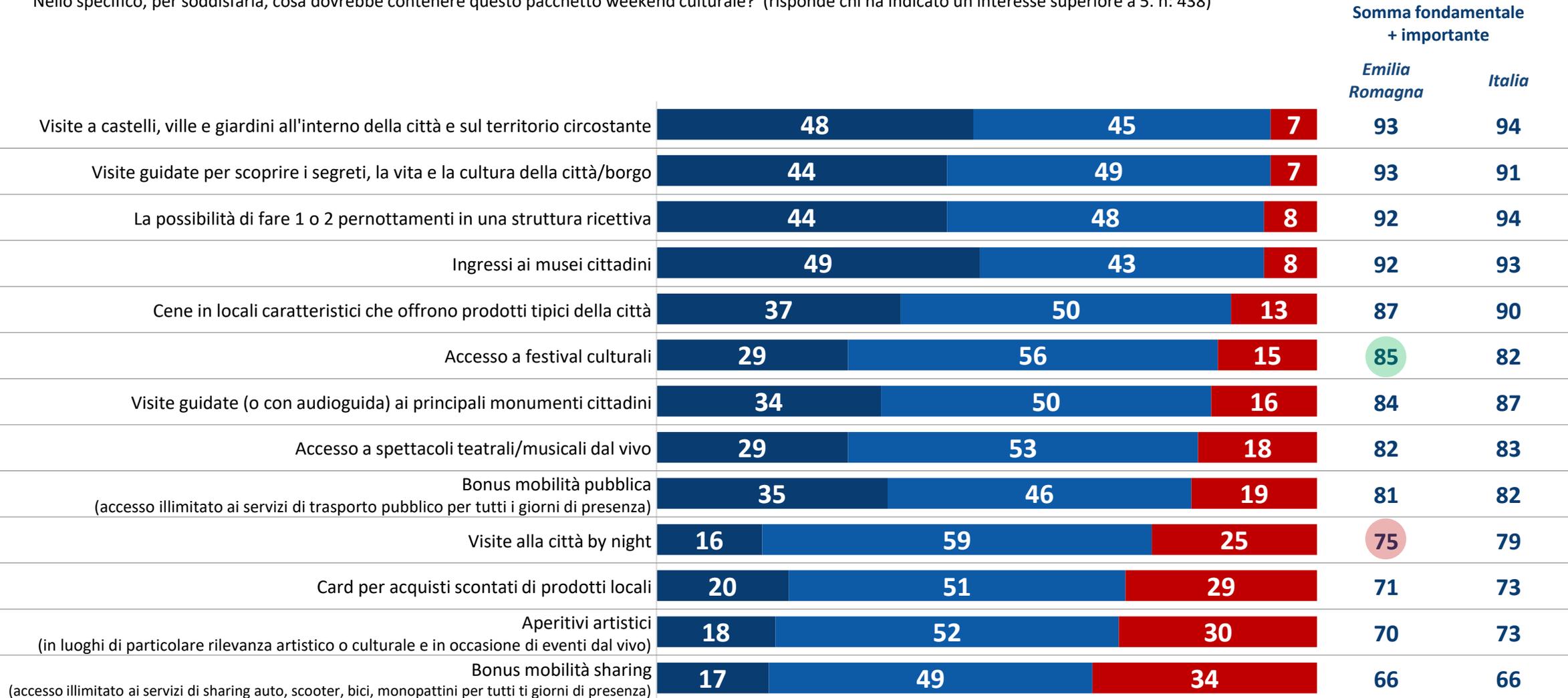
Quanto sarebbe disposto/a a spendere per un weekend culturale come quello prefigurato nella domanda precedente (consideri la spesa media per persona per tutte le attività del weekend)
[risponde chi non ha effettuato un weekend culturale. n: 343]



Stima di spesa 252,2 €

Gli elementi che rendono attraente l'offerta per i WE culturali si confermano visite guidate e la possibilità di pernottare, in Emilia Romagna conta anche l'accesso ai festival

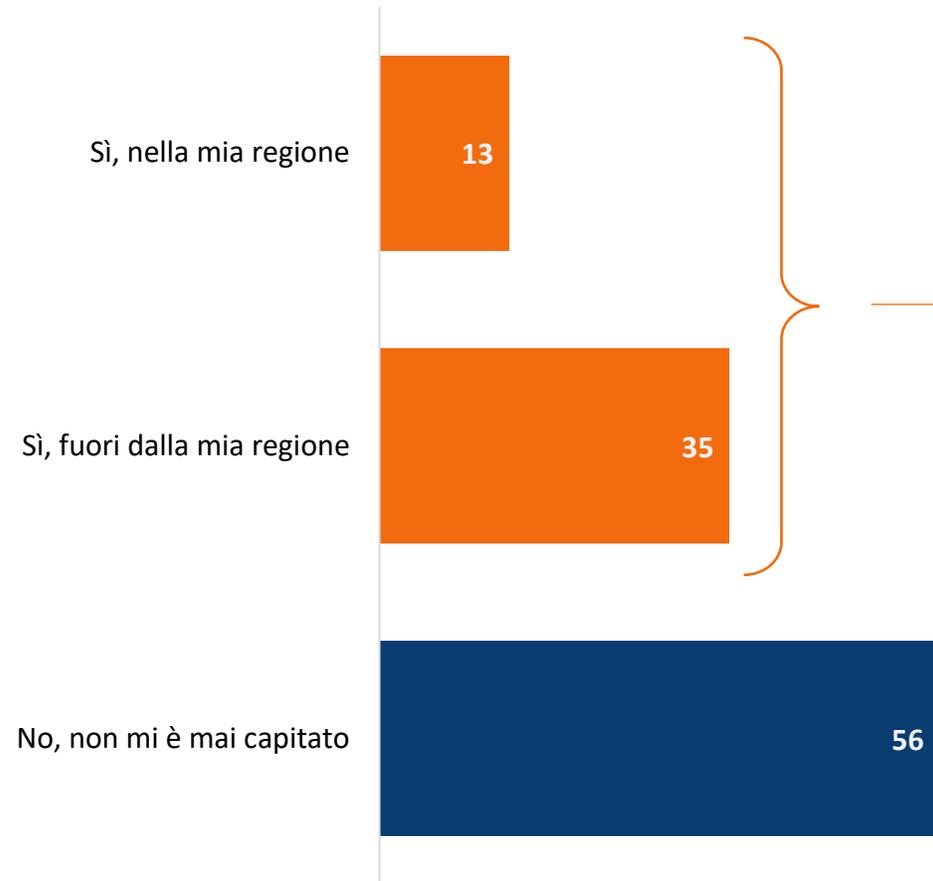
Nello specifico, per soddisfarla, cosa dovrebbe contenere questo pacchetto weekend culturale? (risponde chi ha indicato un interesse superiore a 5. n: 438)



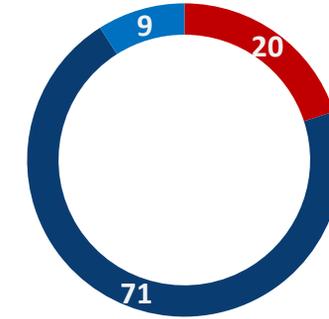
■ fondamentale ■ importante ma non fondamentale ■ non interessante

Quasi un emiliano romagnolo su due ha fatto un weekend culturale fuori città

E negli ultimi 12 mesi le è capitato di fare un week end culturale in una città diversa dalla sua?

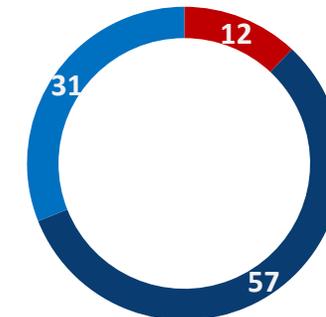


Per fare questo week end culturale ha pernottato fuori?
[risponde chi ha effettuato un weekend culturale. n: 267]



- No, non ho pernottato
- Sì, ho pernottato almeno una notte in una struttura privata
- Sì, mi sono appoggiato per la notte da amici/conoscenti

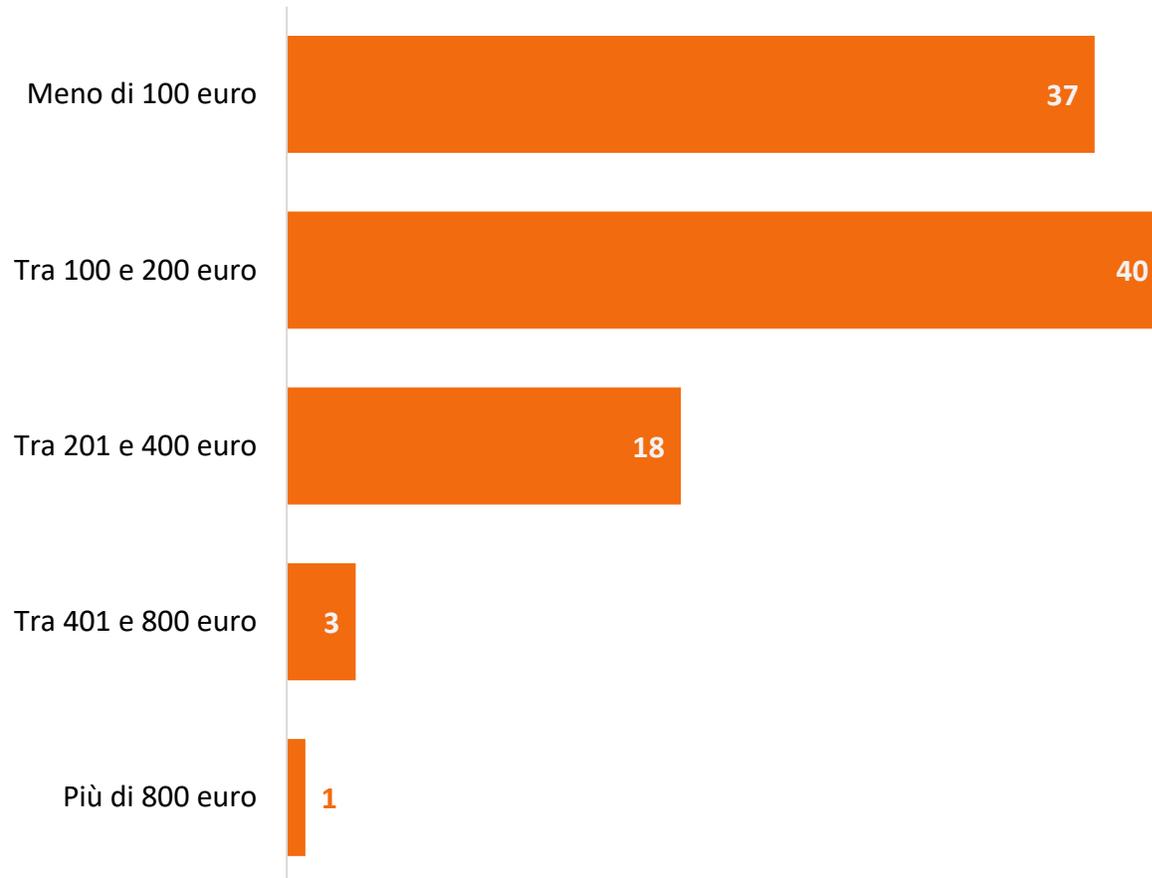
Generalmente quando si reca fuori dal suo comune per un weekend culturale... [risponde chi ha effettuato un weekend culturale. n: 267]



- Si porta da casa cibo e bevande
- Mangia qualcosa sul posto in modo informale
- Si reca appositamente in un locale tipico

La spesa media per un WE culturale è invece inferiore ai 200€ a persona

E quanto ha speso per l'ultimo weekend culturale a cui ha partecipato? (consideri la spesa media per persona per tutte le attività del weekend)
[risponde chi ha effettuato un weekend culturale. n: 267]



Stima di spesa 174,7 €

"There is nothing so stable as change"
Bob Dylan



Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società. SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- **AFFIDABILITÀ, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ**
- **INNOVAZIONE, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI**
- **CURA ARTIGIANALE, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE**
- **DATI, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO**
- **ALGORITMI, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI**
- **PERSONE, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO**

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022. La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche per la parità di genere e per l'empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

TRIESTE

Via San Giorgio 1 - 34123
Tel. +39 040 362525
Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144
Tel. +39 02 43911320
Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186
Tel. +39 06 42112
Fax +39 06 86206754

BRUXELLES

Square de Meeûs 35
1000 Bruxelles, Belgium
info@pollingurope.eu